



Белгородский
государственный
национальный
исследовательский
университет

ISSN 2712-7451 (online)



НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

ВОПРОСЫ ЖУРНАЛИСТИКИ, ПЕДАГОГИКИ, ЯЗЫКОЗНАНИЯ

SCIENTIFIC JOURNAL

ISSUES IN JOURNALISM, EDUCATION, LINGUISTICS

16+

2026. Том 45, № 1

ВОПРОСЫ ЖУРНАЛИСТИКИ, ПЕДАГОГИКИ, ЯЗЫКОЗНАНИЯ

2026. Том 45, № 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, д. 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. 22,3. Дата выхода 30.03.2026. Оригинал-макет подготовлен центром полиграфического производства НИУ «БелГУ». Адрес: 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85.

СОДЕРЖАНИЕ

ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- 5 **Аргылов Н.А., Распутная Л.И., Самойленко П.Ю.** Медиа-система российского Дальнего Востока как ресурс интеграции: тренды, возможности, проблемы
- 20 **Виниченко В.М.** Эволюция доктрины объективности в американской журналистике: от Уотергейта до наших дней
- 33 **Виноградова К.Е.** Инфлюенсер и виртуальный инфлюенсер в современном медиaprостранстве: к вопросу о терминологическом разграничении
- 47 **Маркина Ю.В.** Глобальные СМИ транснациональных корпораций (кто стоит за ведущими западными медиа)
- 58 **Меринов В.Ю.** Проблематика инклюзивности в современных медиаисследованиях
- 68 **Олейников С.В., Мельник Г.С., Ерофеева И.В.** Медиаиндустрия: от дефиниции к методологии
- 82 **Полонский А.В., Ляхова И.Н.** Нелинейность в современных компьютерных играх: от технологии к теории
- 92 **Семенова М.Г.** Медиаобраз А.С. Пушкина в интернет-версиях научно-популярных СМИ (2022–2025 гг.)
- 103 **Стебихова Ю.Е., Ушакова С.В.** Среда репрезентации аниме и манги в Рунете: функционально-структурная характеристика
- 117 **Чжоу Ш.** Этическая ответственность государственных средств массовой информации в освещении кризисных ситуаций

ПЕДАГОГИКА

- 127 **Беловецкая Л.Э.** Модель адаптации индийского опыта подготовки учителей английского языка в российской системе образования
- 140 **Vishnyakova O.D., Markova E.S., Ahrenova N.A., Prokhorova O.N.** Metacognitive Skills and Metacognition as Part of Academic Success Achievement in Foreign Languages Learning
- 153 **Позднякова К.А., Шумилина Н.Г.** Наглядность в начальном образовании: исторический обзор и современные аспекты визуализации
- 160 **Хисматулина Н.В.** Ценностно-смысловой компонент профессиональной подготовки будущих сотрудников полиции

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

- 173 **Багана Ж., Бунина К.С., Карпенко В.Н.** Семантика фразеологических единиц с числовым компонентом «ноль» в английском и китайском языках
- 183 **Кузьмина О.В., Ломоносова Ю.Е., Соболева Т.Е., Матыцина М.С.** Лингвокультурологический аспект этимологии терминов родства в немецком языке
- 192 **Матвеева А.А.** Корреляционные параметры трансонимизации в эргонимах (на материале эргонимов города Уфы)
- 203 **Zhang X.** Grammatical Categories of Number and Case of Nouns to Reflect the Specificities of the Poetic Form of Speech

ISSUES IN JOURNALISM, EDUCATION, LINGUISTICS

2026. Volume 45, 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 institution 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 THE JOURNAL

Editor-in-Chief

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)

Deputy Editors-in-Chief

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 the Editorial Board:

Aleksandrova, O.V., Doctor of Philological Sciences, Professor, Head of the Department of English Linguistics of the Philological Faculty, 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 or 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 22.3. Date of publishing 30.03.2026. 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 **Argylov N.A., Rasputnaya L.I., Samoilenko P.Yu.** The Media System of the Russian Far East as a Resource for Integration: Trends, Opportunities, Problems
- 20 **Vinichenko V.M.** Evolution of the Objectivity Doctrine in American Journalism: from Watergate to the Present
- 33 **Vinogradova K.E.** Influencer and Virtual Influencer in Modern Media Space: Terminological Distinction
- 47 **Markina Yu.V.** Global Media of Multinational Corporations (Who Are Behind the Leading Western Media)
- 58 **Merinov V.Yu.** Inclusivity Issues in Modern Media Studies
- 68 **Oleynikov S.V., Melnik G.S., Erofeeva I.V.** The Media Industry: From Definition to Methodology
- 82 **Polonskiy A.V., Lyakhova I.N.** Nonlinearity in Modern Computer Games: from Technology to Theory
- 92 **Semenova M.G.** The Media Image of A.S. Pushkin in Online Versions of Popular Science Media (2022–2025)
- 103 **Stebikhova Yu.E., Ushakova S.V.** Anime and Manga Representation Environment on the RuNet: Functional and Structural Characteristics
- 117 **Zhou Sh.** Ethical Responsibility of the State Media in Covering Crisis Situations

PEDAGOGICS

- 127 **Belovetskaia L.E.** A Model for Adapting the Indian Experience of English Language Teacher Training in the Russian Educational System
- 140 **Vishnyakova O.D., Markova E.S., Ahrenova N.A., Prokhorova O.N.** Metacognitive Skills and Metacognition as Part of Academic Success Achievement in Foreign Languages Learning
- 153 **Pozdnyakova K.A., Shumilina N.G.** Visualization in Primary Education: A Historical Review and Modern Aspects of Visualization
- 160 **Khismatulina N.V.** A Value-Meaning Component in Professional Training of Future Police Officers

LINGUISTICS

- 173 **Baghana J., Bunina K.S., Karpenko V.N.** The Semantics of Idiomatic Expressions with the Numerical Component “Zero” in English and Chinese
- 183 **Kuzmina O.V., Lomonosova Ju.E., Soboleva T.E., Matytcina M.S.** Linguocultural Aspects of Kinship Terms Etymology in German
- 192 **Matveyeva A.A.** Correlational Parameters of Transonymisation in Ergonyms (a Case Study of Ergonyms in Ufa)
- 203 **Zhang X.** Grammatical Categories of Number and Case of Nouns to Reflect the Specificities of the Poetic Form of Speech



ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

УДК 327.8
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-5-19
EDN BMADKQ

Медиасистема российского Дальнего Востока как ресурс интеграции: тренды, возможности, проблемы

¹Аргылов Н.А., ²Распутная Л.И., ²Самойленко П.Ю.

¹ Институт гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера –
Якутский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук

Россия, 677027, г. Якутск, ул. Петровского, д. 1

² Дальневосточный федеральный университет

Россия, 690922, г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, д. 10

nik-argylov@yandex.ru, rasputnaya.li@dvfu.ru, samoilenko.pyu@dvfu.ru

Аннотация. Состояние современной медиасистемы Дальнего Востока России в контексте ее влияния на процессы интеграции со странами Азиатско-Тихоокеанского региона и реализации евразийской политики и политики «Разворота на Восток» представляет собой область практически не затронутых научными и практическими медиаисследованиями проблематики. Целью исследования является определение особенностей и трендов функционирования медиасистемы российского Дальнего Востока в условиях современных процессов интеграции со странами Азиатско-Тихоокеанского региона и опережающего развития Дальневосточного федерального округа и формирование рекомендаций и прогнозных сценариев и формирование рекомендаций по развитию медиасистемы Дальневосточного федерального округа и создание прогнозных сценариев такого развития на ближайшую временную перспективу. Проблемное поле исследования включает также вопросы брендинга территории и развития региона в соответствии с задачей обеспечения опережающих темпов роста экономики, решения социально-экономических вопросов. Рассматриваются политические, экономические и гуманитарные аспекты развития медиа, описаны основные тренды влияния медиа на реализацию российской политики «Разворота на Восток» («Восточного вектора»), сформулированы рекомендации по ее улучшению. В результате исследования обоснована важность развития региональных медиа и их качественного контентного наполнения в условиях развития информационного общества и общества потребления с учетом процессов глобализации и регионализации и интеграции со странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Полученные результаты открывают новые перспективы дальнейшего изучения медиа Дальневосточного федерального округа в разрезе социально-экономических и политических процессов развития этого мегарегиона.

Ключевые слова: российский Дальний Восток, Азиатско-Тихоокеанский регион, восточный вектор, средства массовой информации, медиасистема, патриотизм, развитие, интеграция, политические процессы, развитие территории, брендинг территории

Финансирование: работа выполнена в рамках государственного задания «Социальное самочувствие и стратегии адаптации населения Республики Саха (Якутия) в условиях трансформации российского общества: индикаторы, факторы, динамика» (регистрационный номер: 124022500282-4, № FWRS-2024-0063).

Для цитирования: Аргылов Н.А., Распутная Л.И., Самойленко П.Ю. 2026. Медиасистема российского Дальнего Востока как ресурс интеграции: тренды, возможности, проблемы. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 5–19. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-5-19 EDN BMADKQ



The Media System of the Russian Far East as a Resource for Integration: Trends, Opportunities, Problems

¹ Nikita A. Argylov, ² Larisa I. Rasputnaya, ² Petr Yu. Samoilenko

¹ Institute for Humanities Research and Indigenous Studies of the North of Siberian branch of the Russian Academy of Sciences

1 Petrovsky, Yakutsk 677027, Russian Federation

² Far Eastern Federal University

10 Ajax Bay, Russky Island, Vladivostok 690922, Russian Federation

nik-argylov@yandex.ru, rasputnaya.li@dvfu.ru, samoilenko.pyu@dvfu.ru

Abstract. The current state of the media system in the Russian Far East, in the context of its influence on integration with Asia-Pacific countries and the implementation of the Eurasian policy and the "Pivot to the East" policy, represents an area of pressing issues that have remained largely unaddressed by scholarly and practical media research. The purpose of this study is to draw recommendations for the development of the media system in the Far Eastern Federal District and create forecast scenarios for such development in the near future. The research also addresses issues of territorial branding and regional development in line with the objective of ensuring accelerated economic growth and addressing socioeconomic issues. The article examines the political, economic, and humanitarian aspects of media development, describes the main trends in the influence of media on the implementation of Russia's "Pivot to the East" ("Eastern Vector") policy, and suggests recommendations for its improvement. The study substantiates the importance of developing regional media and their high-quality content in the context of the evolving information and consumer societies, taking into account globalization, regionalization, and integration with Asia-Pacific countries. The study also reveals the role of media in the development of the Far East. The obtained results open up new prospects for further study of the media of the Far Eastern Federal District in the context of the socio-economic and political processes of development of this mega-region.

Keywords: Russian Far East, Asia-Pacific region, "Eastern vector", Mass media, media system, patriotism, development, integration, political processes, territorial development, territorial branding

Funding: the work was carried out within the framework of the state assignment "Social well-being and adaptation strategies of the population of the Republic of Sakha (Yakutia) in the context of the transformation of Russian society: indicators, factors, dynamics" (registration number: 124022500282-4, no. FWRS-2024-0063).

For citation: Argylov N.A., Rasputnaya L.I., Samoilenko P.Yu. 2026. The Media System of the Russian Far East as a Resource for Integration: Trends, Opportunities, Problems. *Issues in Journalism Education, Linguistics*, 45(1): 5–19 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-5-19 EDN BMADKQ

Введение

Участие СМИ в развитии Дальневосточного региона и его интеграции на евроазиатском направлении представляется важной задачей [Yansong, 2024], решению которой способствует активная цифровизация большинства экономических и социальных процессов, рост потребления медиапродукции населением и развитие новых медиа. В общественном и научном дискурсе в настоящее время, на фоне западных антироссийских санкций и развития сотрудничества с ведущими экономиками Азиатско-Тихоокеанского региона (далее – АТР), активно обсуждаются вопросы развития Дальнего Востока. Интеграция с ведущими экономиками АТР является актуальной темой на протяжении последних 10–15 лет, наиболее активно – с момента проведения Саммита АТЭС 2012 года во Владивостоке [Внешнеэкономические связи... 2012]. При этом средства массовой информации и иные медиаисточники формируют общественное мнение, выступают средством консолидации населения, формируют массовые представления о тех или иных событиях и явлениях [Вартанова, 2022, с. 10], формируют «обратную связь», то есть реакцию населения на различные политические, экономические и социальные события [Вартанова, 2020]. Участие СМИ в развитии региона и его интеграции на евроазиатском направлении представляется важной задачей [Yansong, 2024], решению которой

способствует активная цифровизация большинства экономических и социальных процессов, рост потребления медиапродукции населением и развитие новых медиа. Стратегические задачи развития Дальнего Востока в настоящее время не могут быть решены без активной медийной поддержки как в самом федеральном округе, так и в близлежащих азиатских экономиках, с которыми осуществляется сотрудничество.

По мнению авторов, к таким задачам относятся следующие:

- реализация преференциальных режимов Территорий опережающего развития (ТОР), Свободного порта Владивосток (СПВ), Специального административного района (САР) на острове Русском, которые ориентированы на активное внешнеэкономическое сотрудничество;
- активное привлечение качественных человеческих ресурсов в регион, формирование кадрового и человеческого капитала на территории Дальнего Востока;
- формирование на территории мегарегиона точек экономического роста – прежде всего в форме относительно крупных агломераций, в которых будет развиваться экономическая активность и расти уровень жизни [Samoylenko, 2018, p. 7]; именно такие локации нуждаются в популяризации и формировании бренда территории, в том числе через средства массовой информации [Торгашев, 2022, с. 150];
- повышение степени патриотизма и гражданственности местного населения, от которого зависит стабильность человеческих ресурсов и миграция;
- повышение известности мегарегиона в АТР и формирование его международного имиджа;
- привлечение в регион инвестиций (как российских, так и зарубежных), развитие на его территории промышленности, сельского хозяйства и экономики услуг, в том числе креативных индустрий;
- формирование в пределах региона и перспективное расширение транзитных транспортных коридоров на евроазиатском направлении, включая как континентальную часть, так и Северный морской путь [Фролов, 2015];
- использование значимого исторического бэкграунда, связанного с регионом, в целях его нынешнего развития (история освоения региона, история и традиции развития отдельных известных локаций, известные промышленные объекты, взаимодействие с соседними странами и т.д.);
- развитие медиасистемы как современного средства информирования и формирования ценностей.

Исследованию данной темы посвящены работы широкого круга авторитетных авторов [Курилкина, 2014; Смирнова, Шкондин, 2021; Вартанова, 2020, 2022; Торгашев, 2022; Тулупов, 2022; Липатова, 2023; Jenkins et al., 2024] и др. В основном авторами затрагиваются проблематика современной коммуникативистики, развития территории, особенностей медиакоммуникаций и их модернизации. В силу специфики выбранной темы очевидно, что необходимо рассматривать сразу несколько ее аспектов, в том числе таких как коммуникативный, экономический, территориальный, общегуманитарный.

Целью данного исследования является определение особенностей и трендов функционирования медиасистемы российского Дальнего Востока в условиях современных процессов интеграции со странами Азиатско-Тихоокеанского региона и опережающего развития Дальневосточного федерального округа и формирование рекомендаций и прогнозных сценариев такого развития на ближайшую временную перспективу.

В рамках исследования авторы рассматривают влияние медиа на формирование представлений о российском Дальнем Востоке и его крупных локациях, развитие патриотизма местного населения, а также проблемы подготовки кадров для данной отрасли в кризисных условиях современности в соответствии с задачами, поставленными президентом РФ¹.

¹ Путин назвал Дальний Восток и Арктику регионами, за которыми будущее России. 2022. ТАСС,



Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования были использованы научные статьи и источники, аналитические материалы по указанной проблеме, в том числе отражающие развитие и функционирование медиа, значимость патриотизма и развития человеческого капитала в федеральном округе. В качестве методов исследования использованы анализ, синтез, сравнение и обобщение. Предмет анализа – особенности функционирования медиасистемы, метод синтеза использован для объединения эмпирических данных по разным направлениям анализа и формирования общих подходов к определению трендов развития ситуации. Сравнение и обобщение использованы при сопоставлении данных по одному направлению исследования и при формировании выводов общего характера.

Проблемы медийного освещения процессов интеграции российского Дальнего Востока в АТР

Развитие современного российского Дальнего Востока находится в фокусе влияния сразу нескольких групп факторов – прежде всего политических, экономических и социальных. Основные направления информационного сопровождения развития Дальневосточного федерального округа можно обозначить как «внешний» и «внутренний» контуры. Во «внешнем» контуре находится взаимодействие власти и бизнеса с передовыми и быстроразвивающимися экономиками АТР. В современных условиях принципиально меняется сама «матрица» такого сотрудничества, в существенной степени активизируются торгово-экономические связи иностранных контрагентов с удаленными от границ регионами ДФО, чего не было в предыдущие периоды, когда сотрудничество со странами Тихоокеанской Азии в основном замыкалось на приграничных регионах юго-востока – Хабаровском, Приморском краях и Сахалинской области [Samoylenko, 2018].

По мнению авторов, медиасистема округа должна прежде всего выполнять следующие задачи:

- создавать информационную реальность в пределах ДФО, ориентированную в том числе и на иностранных граждан и представителей как постоянно находящихся на его территории, так и ситуативно там появляющихся;

- создавать понятный образ Дальнего Востока как туристической локации (что в целом соотносится с актуальным в странах Тихоокеанской Азии запросом на экологический туризм), а также повышать известность исторических и археологических памятников, знакомить с типичной европейской архитектурой, для чего на Дальнем Востоке сегодня есть возможности;

- формировать условия для повышения известности российских товаров, имеющих экспортный потенциал, в странах Восточной Азии, увеличивать их упоминаемость в медиа, формировать «материализованные успехи», которые могут служить примером активного развития региона и использоваться для его популяризации, роста доверия населения к территории, власти и повышению мотивации к проживанию в пределах всего современного Дальнего Востока России (это могут быть популярные товары местного производства, имеющие узнаваемый бренд, а также продукция зонтичных брендов, указывающих на место производства, к примеру «Сделано в Приморье», «Произведено на Камчатке» и так далее);

- позиционировать различные наименования, связанные с Дальним Востоком России и могущие служить ориентирами для идентификации региона в глазах иностранной аудитории, – городов, памятников и исторических мест, международных форумов и событий;

- формировать для дальневосточников мнение об азиатских товарах и услугах, которые как исторически используются в регионе и пользуются спросом, так и могут быть продвинутыми в западные регионы страны;

– формировать образцы межкультурного взаимодействия жителей региона с населением соседних азиатских государств [Курилкина, 2014, с. 17];

– опубликование хода регионального сотрудничества с соседними странами, которые должны освещаться в СМИ и в перспективе составлять контент для медиа других стран.

Роль медиа в процессах интеграции существенно возрастает в связи с необходимостью создавать привлекательный имидж территорий с низкой плотностью населения, где зачастую отсутствует привычная туристическая инфраструктура и иные возможности для посещения нерезидентами. Также крайне важно показывать объективную картину развития региона¹.

Сегодня Азиатско-Тихоокеанский регион – так называемый регион XXI века, то есть область сосредоточения быстроразвивающихся экономик с динамично растущим запросом на международное сотрудничество, торговлю и инвестиции. Так, Россия обладает устойчивой сетью внешнеэкономических связей с рядом экономик АТР, не поддерживающих санкционные режимы. К этому кругу стран относятся не только ведущий партнер Китай, но и Монголия, Вьетнам, Лаос, Индонезия. Особый случай – отношения со стратегическим соседом – КНДР, которые, несмотря на информационные атаки и фейки, остаются значимым фактором.

Имеются также убедительные примеры создания универсального международного медиаконтента, рассчитанного на потребителей Тихоокеанской Азии, значимых для реализации политики «восточного вектора». Так, приморским телеканалом «Общественное телевидение Приморья» подписан с китайской стороной договор «Соглашение об оказании услуг по использованию системы обмена видеоконтентом» о совместном размещении тематических материалов с возможностью использования их без указания первоисточника на сайте All Media Service Platform. Приморское отделение Союза журналистов России активно сотрудничает со СМИ Республики Корея. Сериалы по японским комиксам, корейские и китайские дорамы также закупаются дальневосточными телекомпаниями в ходе освещения тематики «Восточного вектора». Детализация наиболее актуальных медиатематик «внешнего» контура представлена в табл. 1 (составлена авторами).

Во «внутреннем» контуре на медиа ложится большой спектр задач, связанных с формированием устойчивости развития территории, закреплением на ней населения, управлением миграционными потоками, обеспечением высокого качества жизни. Особую важность всегда имели вопросы популяризации проживания в регионе, увеличения местного населения, а также развития «точек экономического роста» – городов либо сельских районов, связанных с крупными производствами (как правило, добычей природных ресурсов, их переработкой либо сельским хозяйством). В современных условиях необходимо привлекать трудовые ресурсы экономическим путем либо использовать концепцию «мягкой силы» во внутренней социально-экономической политике, то есть создавать позитивный имидж региона, формировать туристические локации и интерес для переселения в этот регион на постоянное место жительства. В таких условиях роль медиа существенно возрастает, поскольку именно они являются основным источником информации о происходящих событиях как для жителей самого округа, так и за его пределами [Агапов и др., 2020].

Детализация наиболее актуальных медиатематик «внутреннего» контура представлена в табл. 2 (составлена авторами).

Исходя из вышесказанного, медиасистема округа, по мнению авторов, должна выполнять следующие задачи:

– консолидировать освещение наиболее важных процессов в масштабах региона, формировать информационную повестку и создавать целостную картину развития как федерального округа в целом, так и отдельных регионов, в него входящих;

¹ Приморские власти рассказали о выявлении связанных с КНДР фейков. 2024. РБК, 02 декабря 2024 г. URL: <https://www.rbc.ru/politics/02/12/2024/674d2e179a794775315e079f> (дата обращения: 07.05.2025).



Таблица 1
 Table 1

Доминирующие тематики по ключевым сферам «внешнего контура» в медиа ДФО
 Dominant topics in key areas of the "external contour" in the media of the Far Eastern Federal District

Тема	Пример освещаемой проблемы	Частота упоминаемости	Доминирующие медианосители	Эмоциональная окраска информации	Степень восприимчивости
Туризм	Развитие туризма с КНР и КНДР	Периодически, преимущественно сезонно в летний период	Официальные и государственные СМИ	Нейтральная	Слабая
ВЭФ и международное сотрудничество	Проведение ВЭФ во Владивостоке	Август-сентябрь ежегодно	Большинство всех медиа	Позитивная	Высокая
Пространственное развитие	Строительство инфраструктуры для международных проектов	Периодически	Официальные СМИ, многие телеграмм-каналы	Умеренно негативная	Средняя
«Восточный вектор» + преференциальные режимы	Проблемы функционирования режима Территорий опережающего развития (ТОР)	Периодически	Официальные СМИ	Нейтрально-позитивная	Низкая
Логистика	Развитие международной логистики на направлении АТР через порты Дальнего Востока	Регулярно	Официальные СМИ	Нейтрально-позитивная	Низкая
Миграция	Проблемы привлечения соотечественников на ПМЖ на Дальний Восток из-за рубежа	Постоянно	Большинство телеграмм-каналов, многие СМИ	Негативная	Высокая
Форсайт дальнейшего развития региона	Развитие переработки полезных ископаемых и добычи природных ресурсов с привлечением азиатских инвестиций	Периодически	Официальные СМИ	Нейтрально-позитивная	Средняя

Таблица 2
 Table 2

Доминирующие тематики по по ключевым сферам «внутреннего контура» в медиа ДФО
 Dominant topics in key areas of the "inner circle" in Far Eastern Federal District media

Название темы	Пример освещаемой проблемы	Частота упоминаемости	Доминирующие медианосители	Эмоциональная окраска информации	Степень восприятия
1	2	3	4	5	6
ЖКХ и энергетика	Ремонт ветхих теплосетей	Регулярно	Telegram-каналы и информационные агентства	Преимущественно негативная	Высокая
Дороги	Строительство современной улично-дорожной сети	Постоянно	Большинство СМИ и все телеграмм-каналы региона	Преимущественно негативная	Очень высокая
Пространственное развитие	Реализация мастер-планов городов ДФО	Периодически	Официальные СМИ, многие телеграмм-каналы	Умеренно негативная	Средняя
Логистика	Модернизация железных дорог и «Восточного полигона»	Регулярно	Официальные СМИ	Нейтрально-позитивная	Низкая
Благоустройство / городская среда	Комплексное развитие территории в крупных городах ДФО	Регулярно	Большинство телеграмм-каналов. Часть СМИ	Скорее негативная	Достаточно высокая
Доступность социальной инфраструктуры	Доступная среда для граждан с ограниченными возможностями здоровья	Регулярно	Большинство телеграмм-каналов. Часть СМИ	Умеренно-негативная	Достаточно высокая
Строительство и недвижимость	Доступность новостроек	Часто	Большинство телеграмм-каналов. Часть СМИ	Умеренно-негативная	Средняя
Урбанистика / городской стиль жизни	Развитие современной городской среды	Периодически	Отдельные СМИ Отдельные телеграмм-каналы	Позитивная	Слабая
История региона/ города / краеведение	Сохранение и популяризация исторических зданий	Редко	Информационные агентства и отдельные телеграмм-каналы	Позитивная	Средняя

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6
Форсайт дальнейшего развития региона	Снижение оттока населения с территории	Периодически	Официальные СМИ	Нейтрально-позитивная	Средняя
Криминал и правонарушения	Резонансные происшествия	Постоянно	Электронные СМИ и телеграмм-каналы	Негативная	Высокая
Медицина	Доступность высокотехно-логичной медицинской помощи	Периодически	Официальные СМИ и телеграмм-каналы	Нейтрально-негативная	Средняя
Образование	Обеспеченность школ педагогами	Периодически	Официальные СМИ и телеграмм-каналы	Нейтральная	Средняя
Культура	Развитие учреждений культуры	Периодически	Официальные СМИ и телеграмм-каналы	Позитивная	Средняя
Лидеры общественного мнения	Интервью с главой региона	Периодически	Официальные СМИ и телеграмм-каналы	Нейтрально-позитивная	Высокая

– развивать «человеческий капитал»; при этом важны такие направления работы, как обсуждение актуальных проблем жизни населения и демонстрация «историй успеха» на примере историй жителей региона [Липатова, 2023, с. 22];

– предоставлять площадку для широкого публичного обсуждения современной роли Дальневосточного федерального округа в развитии всей страны;

– популяризировать исторические личности и персонажи, связанные с Дальним Востоком [Абрамцев, Коннов, 2020, с. 77];

– активно решать существующие проблемы, в основном социально-экономического характера, препятствующие закреплению населения на Дальнем Востоке, с формированием соответствующей позитивной повестки в средствах массовой информации и блогосфере региона [Пятова, 2022];

– использовать историческое наследие, связанное с территорией [Samoylenko, 2018].

При этом многие исторические события имеют определенные ассоциации с современным развитием Дальнего Востока (к примеру «порто-франко» – «свободный порт Владивосток»), что может еще больше усилить региональный патриотизм населения;

– содействовать формированию бренда территории, что важно как для всего Дальнего Востока, так и для каждого входящего в него субъекта Федерации, а также крупных городов, которые являются центрами экономического роста;

– содействие снижению оттока населения, созданию устойчивых социально-экономических условий для закрепления жителей на территории.

Относительно имиджевой составляющей следует отметить, что в настоящее время брендам большинства дальневосточных городов России явно недостает узнаваемости в международном поле, а также тех брендообразующих элементов, которые формировали бы

единообразное восприятие территории в необходимом и актуальном для развития страны на азиатском направлении смысловом ключе. По мнению авторов, на сегодняшний день в структуре имиджей крупнейших городов ДФО явно недостает «точек притяжения внимания», которые служили бы неким «брендовым каркасом» в имидже соответствующих локаций, а очевидный запрос на это и возможности влияния на эти вопросы медиасистемы есть. Важнейшую роль здесь как раз должны играть СМИ и новые медиа.

Медиа Дальнего Востока как система и ресурс развития региона

В целом актуальность и значимость медиасистемы региона растет, и этот рост будет продолжаться в ближайшие годы. При этом важно, чтобы медиасистема Дальнего Востока не просто содействовала реализации актуальных задач развития всего региона, но и была достаточно пластичной для изменений в условиях быстро меняющейся действительности. В этом отношении значимы, к примеру, возможности интеграции с медиа ближайших стран в целях совместного развития.

Ключевое значение в указанных процессах должны играть средства массовой информации и средства массовой коммуникации Дальнего Востока России, которые представляют собой неоднородную систему традиционных средств массовой информации и «новых медиа». Вместе с изменением структуры медиарынка меняется и рекламный рынок: сегодня, по данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), доля Интернета в общем объеме рекламы всех СМИ уже превышает 53 % (для сравнения: в 2008 году на Интернет приходилось всего 6 %). Есть и тренд «перетекания» рекламы как экономической основы медиаотрасли в электронные каналы. Так, по тем же данным АКАР, еще в 2009 году рекламы в газетах и журналах стало меньше сразу на 44 %, и если в 2008 году на печатные СМИ приходилось 25 % всего объема рекламного рынка, то на сегодняшний день эта доля не превышает 1,7 % [Агапов, Баринаева и др., 2020, с. 130].

Региональные медиа Дальнего Востока выступают ключевым актором в формировании информационной повестки и общественного мнения по вопросам развития территории, напрямую влияя на консолидацию социума, уровень его региональной идентичности и патриотизма. Медиапространство региона структурно поляризовано: в экономических центрах доминируют электронные СМИ и цифровые ресурсы, в то время как в малых городах и сельской местности функцию информирования сохраняют локальные медиа.

Обобщенно ключевые тренды медиасистемы ДФО представлены следующими показателями.

1. *Концентрация повестки* – медиа аккумулируют и транслируют ключевую региональную проблематику.

2. *Каркас общественного сознания* – СМИ – выполняют роль «несущей конструкции» при формировании общественного мнения и коллективной идентичности. Исторически сложившиеся издания (городские, районные газеты) обеспечивают преемственность ценностей, а в условиях низкой плотности населения – консолидируют жителей в единое информационное пространство.

3. *Идеологическая функция*: освещая вопросы развития, медиа выступают «рупором» преобразований, прямо влияя на формирование патриотизма, оценку деятельности власти и идеологические установки населения.

4. *Кадровая централизация*: низкая плотность населения повышает значимость и ответственность ограниченного пула профессиональных журналистов и блогеров, чья деятельность становится системообразующей. Именно они в существенной степени формируют общественное мнение, прежде всего по наиболее резонансным вопросам.

Несмотря на отмеченные тренды, медиа Дальнего Востока сегодня сталкиваются и с рядом трудностей, которые напрямую влияют на их функционирование и развитие.

К таковым следует отнести следующие:

- экономические трудности, связанные с низкой плотностью населения как целевой аудитории, высокими накладными расходами и относительно небольшим рекламным рынком;
- отток населения из региона, являющийся общей тенденцией для рынка труда, негативно влияет и на кадры для данной отрасли;
- в силу географической специфики региона основные медиа связаны с центрами экономического роста – крупными городами, в значительной степени влияющими на текущую информационную повестку; вместе с тем большое количество актуальных событий, в том числе влияющих на имидж региона, происходит в «глубинке», и формировать такой контент с профессиональной точки зрения сложно;
- в силу географических особенностей и низкой плотности населения на Дальнем Востоке традиционно существуют проблемы с техническими условиями работы медиа – подключением к сети Интернет и мощностью трафика.

Проблема подготовки кадров для отрасли и повышения качества медиапродукции

Подготовка кадров для медиаотрасли сегодня характеризуется рядом проблем. При этом на территориях, таких как российский Дальний Восток, она еще больше обостряется, поскольку, как и любой бизнес, сфера медиа тяготеет к территориям с высокой плотностью населения, прежде всего к крупным мегаполисам и агломерациям [Агапов, Кириллова и др., 2020]. Технологический прогресс перестраивает архитектуру медиасреды, расширяя круг ее субъектов. К профессиональному ядру (традиционные СМИ) добавляются периферийные, но влиятельные акторы (блогеры-инфлюенсеры и мессенджеры как каналы коммуникации) [Jenkins et al., 2024]. Это формирует новые требования для сферы медиаобразования, поскольку подготовка специалистов должна осуществляться с учетом новых особенностей отрасли, ее модернизации и развития [Тулупов, 2022, с. 5]. Соответственно, такие аспекты как доступность технического подключения к интернету и скорость трафика в самой сети становятся прямым фактором влияния на ситуацию непосредственно в медиаотрасли [Смирнова, Шкондин, с. 17].

Развитие журналистского образования на российском Дальнем Востоке является стратегическим приоритетом. Основу для подготовки таких специалистов создают ведущие университетские центры с развитым социально-гуманитарным профилем, такие как ДВФУ и СВФУ имени М.К. Аммосова.

По мнению авторов, наиболее очевидными трендами в развитии современного медиаобразования можно выделить следующие:

- формирование универсальности в организации образования, схожих подходов к обучению в разных вузах региона с учетом региональной специфики;
- постоянная актуализация образовательных стандартов вузов региона в соответствии с текущими запросами, их детализация с фокусом на формировании у выпускников компетенций, востребованных для развития Дальнего Востока;
- учет в образовательном процессе и образовательных программах ключевых подходов государства к регулированию медиаотрасли, динамики медиасреды, процессов в мире и в том числе в Азиатско-Тихоокеанском регионе;
- учет запросов реального сектора экономики и общества к медиа в условиях нынешнего момента, включая, в том числе, и актуальные задачи в рамках политики «Восточного вектора» / «Разворота на Восток»;
- образовательный форсайт – прогнозирование дальнейших изменений в медиаотрасли с соответствующим отражением в программах высшего образования [Якова, Янглева, 2023, с. 292].

Детализация наиболее актуальных компетенций современного медиаобразования и профессиональной отрасли, представлена на рис. 1 (составлена авторами).

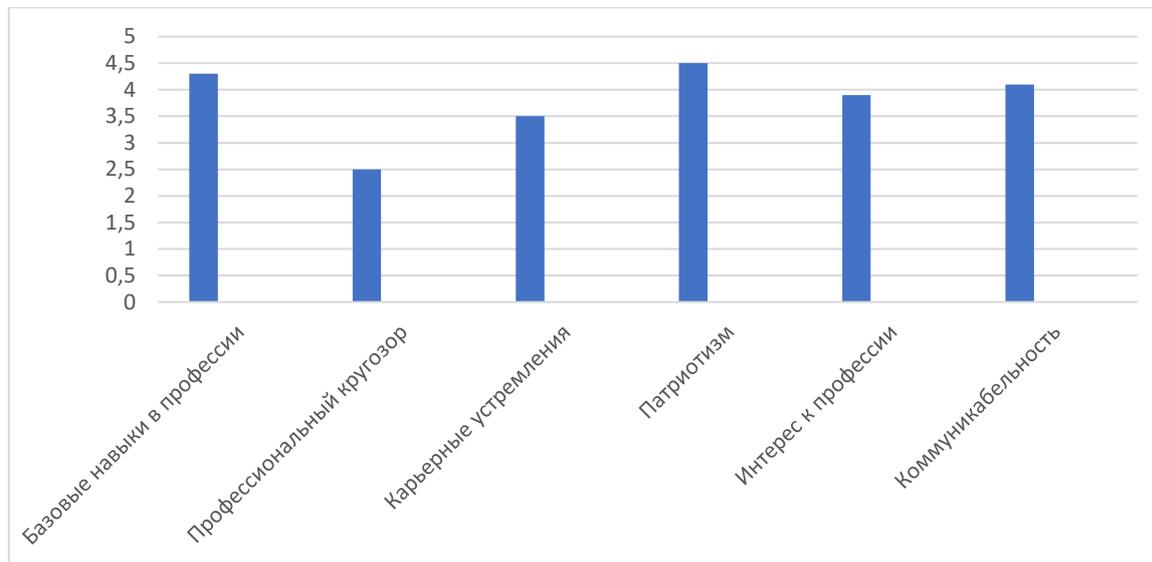


Рис. 1. Доминирующие компетенции в медиапрофессиях и медиаобразовании ДФО
Fig. 1. Dominant competencies in media professions and media education in the Far Eastern Federal District

Характеризуя состояние медиасистемы Дальнего Востока с точки зрения обеспеченности современными кадрами, выделим следующие приоритеты:

– деятельность вузов, колледжей и иных образовательных центров, готовящих специалистов для отрасли (по направлениям «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью», «Медиакоммуникации» и так далее), должна быть максимально адаптирована под региональную специфику, включая опережающее развитие регионов ДФО и сотрудничества со странами АТР;

– формирование позитивных региональных практик сотрудничества вузов с медиаотраслью, которые могут быть использованы другими учебными заведениями в качестве позитивного опыта; к примеру, у ДВФУ при подготовке студентов-журналистов сотрудничество на постоянной основе осуществляется во взаимодействии с такими авторитетными СМИ, как «Российская газета» и «Общественное телевидение Приморья»;

– активное сотрудничество с вузами и профессиональными медиаобъединениями стран АТР для актуализации учебных программ подготовки журналистских кадров;

– учет в рамках подготовки и формирования курсов обучения современных трендов глобализации и регионализации, особенностей миграционных процессов и иной специфики, характерной для ДФО как исторической территории переселенцев;

– содействие привлечению в медиаотрасль представителей дружественных азиатских стран, в том числе и в процесс подготовки специалистов, что поможет существенно обогатить содержание учебных программ;

– фокусировка при подготовке журналистских кадров на ценностях патриотизма и региональной идентичности; включение этого аспекта при разработке соответствующих курсов и дисциплин в рамках учебного процесса.

Прогнозные сценарии развития ситуации

Предполагаемые сценарии развития могут быть сформированы исходя из понимания текущей ситуации и оценочного видения ближайшего будущего. При этом следует учитывать, что на обстановку в целом влияет большое количество внутренних и внешних

факторов, в значительной степени непредсказуемых – например, волн западных антироссийских санкций 2014-го и 2022–2024 годов, мирового экономического кризиса 2014 года, пандемии COVID-19 в 2019–2022 годах. Поэтому в целом прогнозы развития ситуации могут быть сведены к трем базовым сценариям. Наиболее адекватным, соответственно, представляется формировать прогноз на среднесрочную перспективу до 2030 года.

Оптимистичный – быстрое и качественное развитие медиасистемы Дальнего Востока, ориентированное на интеграцию со странами Тихоокеанской Азии, комплексное развитие территории и бренда Дальневосточного федерального округа и его человеческого капитала.

Инерционный (базовый) – развитие медиасистемы в пределах Дальнего Востока происходит медленными темпами либо в целом практически не происходит. В таких условиях медиа выполняют лишь функцию текущего поддержания информационных связей и процессов и не влияют на бренд региона (по сути это продолжение текущей ситуации).

Пессимистичный – констатируется снижение значения и роли медиасистемы за счет экономических проблем ее существования и отсутствия реального развития экономики федерального округа в целом.

Заключение

Общая ситуация, связанная с влиянием медиасистемы российского Дальнего Востока на процессы евразийской интеграции региона, в настоящее время находится в стадии активного развития. С одной стороны, медиасистема является важным актором политических, экономических и социальных процессов, с другой – сама подвержена влиянию указанных факторов развития региона. В рамках исследования обозначены основные вызовы и уязвимости медиасистемы ДФО, сделан прогноз ее развития.

По итогам исследования сформулирован ряд рекомендаций, которые способны существенно ускорить процессы влияния медиасистемы на международные и региональные интеграционные процессы:

– ускорить трафик интернета в пределах ДФО, особенно в туристических и деловых локациях;

– осуществить технологическое совершенствование российских электронных СМИ на региональном уровне, в особенности это касается телевидения, что позволит оперативно переводить и ретранслировать аудио/видеоконтент на восточных языках и обрабатывать материалы, также создавая и универсальный контент о происходящем на Дальнем Востоке для потребителей в Азиатско-Тихоокеанском регионе;

– осуществить сущностное изменение медийного контента, переход от новостной журналистики к аналитической и другим сложным жанрам;

– учитывая, что существенную часть медиаконтента по проблематике «восточного вектора» сегодня составляют новостные публикации, связанные с политическими заявлениями либо масштабными мероприятиями типа Восточного экономического форума, необходимо существенно расширить содержательно-смысловое наполнение за счет качественных материалов об «историях успеха», прогнозов, экспертных оценок и т. д.;

– стимулировать медиа к освещению проблематики международного сотрудничества в инициативном порядке.

Полученные результаты могут служить основанием для проработки в рамках дальнейших научных исследований.

Список литературы

Абрамцев В.В., Коннов И.А. 2020. Система традиционных российских духовно-нравственных ценностей как основа российской идентичности. *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание*, 1: 77–80.



- Агапов В.Л., Барина К.В., Васильева Л.А. [и др.] 2020. Кто вы? Акулы пера или дятлы клавиатуры? Владивосток, Дальневосточный федеральный университет, 116 с.
- Агапов В.Л., Кириллова Л.Е., Распутная Л.И., Самойленко П.Ю. 2024. Актуальные проблемы общества и государства в представлениях выпускников российских школ (по материалам вступительных эссе абитуриентов ДВФУ). *Знак. Проблемное поле медиаобразования*, 1(51): 12–25. DOI: [10.47475/2070-0695-2024-51-1-12-24](https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-51-1-12-24)
- Вартанова Е.Л. 2022. К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды. *Меди@льманах*, 2(109): 8–14. DOI: [10.30547/medialmanah.2.2022.814](https://doi.org/10.30547/medialmanah.2.2022.814)
- Внешнеэкономические связи Дальнего Востока со странами Азиатско-Тихоокеанского региона. URL: https://otherreferats.allbest.ru/international/00183722_0.html. (дата обращения: 05.05.2025).
- Инь С., Бикернице А. 2024. Анализ эволюции и мотивации политики развития Дальнего Востока России в новом столетии. *Закон и власть*, 4: 20–26.
- Курилкина О.А. 2014. Историко-правовые основания евразийства в отечественной федеративной действительности. В кн.: Развитие науки и образования в современном мире. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 7 частях. (Москва, 30 сентября 2014 года). Москва, АР-Консалт: 15-17.
- Липатова А.В. 2023. Медиапотребление молодежи в социальных сетях: обзор мировых и российских практик. *Казанский социально-гуманитарный вестник*, 2(59): 20–24. DOI: [10.26907/2079-5912.2023.2.20-24](https://doi.org/10.26907/2079-5912.2023.2.20-24)
- Пятова А.В. 2022. Роль масс-медиа в формировании ценностных ориентаций молодежи. *Общество: философия, история, культура*, 10(102): 114–118. DOI: [10.24158/fik.2022.10.20](https://doi.org/10.24158/fik.2022.10.20)
- Смирнова О.В., Шкондин М.В. 2021. Исследования медиа и журналистики в контексте конфликтологии: системно-теоретические аспекты. *Вопросы теории и практики журналистики*, 10(1): 5–21. DOI: [10.17150/2308-6203.2021.10\(1\).5-21](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(1).5-21)
- Торгашев Р.Е. 2022. Маркетинговые и коммуникационные стратегии и инструменты построения позитивного имиджа региона. *Муниципальная академия*, 4: 148–155.
- Тулупов В.В. 2022. Подготовка медиаспециалистов в вузах современной России: проблемы и перспективы. *Научные труды Московского гуманитарного университета*, 1: 4–9. DOI: [10.17805/trudy.2022.1.1](https://doi.org/10.17805/trudy.2022.1.1)
- Фролов И.Э. 2015. Освоение российской зоны Арктики: проблемы воссоздания транспортной и военной инфраструктур. *Проблемы прогнозирования*, 6: 67–74.
- Якова Т.С., Янгляева М.М. 2023. Лидерство в гуманитарной сфере: интерес к журналистике в регионах мира в условиях «академического капитализма». *Вопросы теории и практики журналистики*, 12(2): 278–295. DOI: [10.17150/2308-6203.2023.12\(2\).278-295](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12(2).278-295)
- Jenkins H., Purushotma R., Weigel M., Clinton K., Robinson A.J. 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge, The MIT Press, 145 p. DOI: [10.7551/mitpress/8435.001.0001](https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001)
- Samoylenko P.Yu. 2018. Image of Vladivostok as seaport city and problems of Russian international cooperation in Asia-Pacific region. *Asia-pacific journal of marine science and education*, 8(2): 4–13.
- Yansong B. 2024. The impact of new media integration development on news content distribution. В кн.: *Advances in Science and Technology*. Сборник статей LXIV международной научно-практической конференции (Москва, 31 октября 2024 г.). Москва, Научно-издательский центр «Актуальность.РФ»: 213–216.

References

- Abramtsev V.V., Konnov I.A. 2020. Traditional Russian System Moral Values as the Basis of Russian Identity. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Poznanie*, 1: 77–80.
- Agapov V.L., Barinova K.V., Vasil'eva L.A. [i dr.] 2020. Kto vy? Akuly pera ili dyatly klaviatury [Who are you? Sharks of the pen or woodpeckers of the keyboard]? Vladivostok, Publ. Dal'nevostochnyi federal'nyi universitet, 116 p.
- Agapov V. L., Kirillova L. Ye., Rasputnaya L. I., Samoylenko P. Yu. 2024. Current problems of society and the state in the views of graduates of Russian schools (based on materials from the introductory



- essays of FEFU applicants). *Sign: problematic field of media education*, 1(51): 12–24 (in Russian). DOI: [10.47475/2070-0695-2024-51-1-12-24](https://doi.org/10.47475/2070-0695-2024-51-1-12-24)
- Vartanova E.L. 2020. Mediapotreblenie na sovremennom ehtape nuzhdaetsya v issledovaniyakh [Media consumption at the present stage requires research]. *MediATrendy*, 1, March 16, 2020. URL: https://www.journ.msu.ru/downloads/2020/MediaTrendi_73.pdf (дата (accessed: May 20, 2025)).
- Vartanova E.L. 2022. K voprosu o posledstviyakh tsifrovoi transformatsii mediasredy [On the Consequences of the Digital Transformation of the Media Environment]. *Medi@l'manakh*, 2(109): 8–14. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2022.814
- Foreign economic relations of the Far East with the countries of the Asia-Pacific region. URL: https://otherreferats.allbest.ru/international/00183722_0.html. (accessed: 05.05.2025).
- Yin S., Bikerniece A. 2024. Analysis of the evolution and motivation of the development policy of the Russian Far East in the new century. *Zakon i vlast'*, 4: 20–26.
- Kurilkina O.A. 2014. Istoriko-pravovye osnovaniya evraziistva v otechestvennoi federativnoi deistvitel'nosti [Historical and legal foundations of Eurasianism in the domestic federal reality]. In: *Razvitie nauki i obrazovaniya v sovremennom mire* [Development of science and education in the modern world]. Collection of scientific papers based on the materials of the International scientific and practical conference: in 7 parts. (Moscow, September 30, 2014). Moscow, Publ. AR-Konsalt: 15–17.
- Lipatova A.V. 2023. Youth Media Consumption in Social Networks: a Review of World and Russian Practices. *The Kazan socially-humanitarian bulletin*, 2(59): 20–24 (in Russian). DOI: [10.26907/2079-5912.2023.2.20-24](https://doi.org/10.26907/2079-5912.2023.2.20-24)
- Pyatova A.V. 2022. The Role of the Mass Media in Shaping the Value Orientations of Youth. *Society: Philosophy, History, Culture*, 10(102): 114–118 (in Russian). DOI: [10.24158/fk.2022.10.20](https://doi.org/10.24158/fk.2022.10.20)
- Smirnova O.V., Shkondin M.V. 2021. Media and Journalism Studies in the Context of Conflictology: System-Based Theoretical Aspects. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 10(1): 5–21 (in Russian). DOI: [10.17150/2308-6203.2021.10\(1\).5-21](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2021.10(1).5-21)
- Torgashev R.E. 2022. Marketing and communication strategies and tools for building a positive image of the region. *Munitsipal'naya akademiya*, 4: 148–155.
- Tulupov V.V. 2022. Training of Media Specialists in Universities of Modern Russia: Problems and Prospects. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta*, 1: 4–9. DOI: [10.17805/trudy.2022.1.1](https://doi.org/10.17805/trudy.2022.1.1)
- Frolov I.E. 2015. Osvoenie rossiiskoi zony Arktiki: problemy vossozdaniya transportnoi i voennoi infrastruktur [Development of the Russian Arctic zone: problems of recreating transport and military infrastructure]. *Studies of Russian Economic Development*, 6(153): 67–74.
- Yakova T.S., Yanglyaeva M.M. 2023. Leadership in the Humanitarian Sphere: Interest in Journalism in the Regions of the World in Conditions of “Academic Capitalism”. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 12(2): 278–295. DOI: [10.17150/2308-6203.2023.12\(2\).278-295](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12(2).278-295)
- Jenkins H., Purushotma R., Weigel M., Clinton K., Robinson A.J. 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge, The MIT Press, 145 p. DOI: 10.7551/mitpress/8435.001.0001
- Samoylenko P.Yu. 2018. Image of Vladivostok as seaport city and problems of Russian international cooperation in Asia-Pacific region. *Asia-pacific journal of marine science and education*, 8(2): 4–13.
- Yansong B. 2024. The impact of new media integration development on news content distribution. In: *Advances in Science and Technology. Collected Papers LXIV International Scientific-Practical conference* (Moscow, October 31, 2024). Moscow, Publ. Nauchno-izdatel'skii tsentr «Aktual'nost'.RF»: 213–216.

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 23.07.2025

Поступила после рецензирования 22.01.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received July 23, 2025

Revised January 22, 2026

Accepted March 10, 2026



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Аргылов Никита Антонович, научный сотрудник отдела этносоциологии Института гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера – обособленного подразделения Якутского научного центра, Сибирское отделение Российской академии наук, г. Якутск, Россия.

Распутная Лариса Ивановна, доцент департамента коммуникаций и медиа Школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Россия.

Самойленко Пётр Юрьевич, доцент департамента коммуникаций и медиа Школы искусств и гуманитарных наук, Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Nikita A. Argylov, Researcher at the Department of Ethnology, Institute of Humanitarian Research and Problems of Minorities of the North – separate branch of the Yakutsk Research Center, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Yakutsk, Russia.

Larisa I. Rasputnaya, Associate Professor, Department of Communications and Media, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia.

Petr Yu. Samoylenko, Associate Professor, Department of Communications and Media, School of Arts and Humanities, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia.



УДК 070
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-20-32
EDN DNQKPK

Эволюция доктрины объективности в американской журналистике: от Уотергейта до наших дней

Виниченко В.М.

Южный федеральный университет
Россия, 344006, Ростов-на-Дону, Большая Садовая, д. 105
vitalyv@sfedu.ru

Аннотация. На протяжении XX века главным залогом доверия аудитории к американской журналистике выступала доктрина объективности. Однако ряд этических скандалов рубежа веков, возникших на почве ее некорректного использования, а также рост критичного отношения к официальным источникам информации и появление у нового поколения журналистов предвзятости по отношению к аудитории с более низким социальным статусом привели к переосмыслению доктрины объективности в американской журналистике. Этот процесс нашёл лишь sporadическое отражение в трудах современных российских исследователей. В связи с этим цель исследования – определить причины и характер тех изменений, которым доктрина объективности подверглась в последние полвека. Анализ и обобщение опыта критического осмысления доктрины объективности в трудах американских историков и социологов журналистики, журналистов-практиков, а также некоторых философов позволил сделать вывод о том, что процесс трансформации доктрины объективности в американской журналистике привел к появлению нового фундамента культурного капитала американской журналистики – прозрачности, при этом объективность остается в качестве одной из ее составляющих. Полученные результаты расширяют возможности сопоставительных исследований американской и российской журналистики.

Ключевые слова: объективность, предвзятость, фрейминг, прозрачность, новости, американская журналистика

Для цитирования: Виниченко В.М. 2026. Эволюция доктрины объективности в американской журналистике: от Уотергейта до наших дней. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 20–32. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-20-32 EDN DNQKPK

Evolution of the Objectivity Doctrine in American Journalism: from Watergate to the Present

Vitaliy M. Vinichenko

Southern Federal University
105 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don 344006, Russian Federation
vitalyv@sfedu.ru

Abstract. Throughout the twentieth century, the doctrine of objectivity served as the primary foundation for public trust in American journalism. However, a re-evaluation of this doctrine appears necessary in view of a series of ethical scandals at the turn of the century, stemming from its misapplication, as well as growing skepticism toward official information sources and an emerging bias among a new generation of journalists against lower-status audiences. This shift has received only sporadic attention in the works by contemporary Russian scholars. Accordingly, this study aims to identify the causes and nature of the

changes that the doctrine of objectivity has undergone in recent decades. An analysis and synthesis of the critical discourse regarding the doctrine of objectivity, as found in the works by American historians and sociologists of journalism, practitioners, and certain philosophers, leads to the conclusion that its transformation has resulted in the emergence of transparency as a new foundation for the cultural capital of American journalism, while objectivity remains one of its core components. These findings broaden the scope for comparative studies between American and Russian journalism.

Keywords: objectivity, media bias, framing, transparency, news, American journalism

For citation: Vinichenko V.M. 2026. Evolution of the Objectivity Doctrine in American Journalism: from Watergate to the Present. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 20–32 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-20-32 EDN DNQKPK

Введение

В ноябре 2025 года Аналитический центр ВЦИОМ обнародовал данные очередного исследования «Тренды медиапотребления». Согласно его выводам лишь телевидение может похвастаться доверием со стороны 50 % россиян, во всех остальных случаях этот показатель значительно ниже: для новостных сайтов он составляет 37 %, telegram-каналов 33 %, печатных СМИ и радио – по 32 % [ВЦИОМ..., 2025]. «Хаос медиапотребления и кризис доверия стали главными трендами медиарынка в 2025 году» – резюмировала «Газета.ру» результаты другого исследования, проведенного ещё несколькими российскими компаниями в конце минувшего года [Одинцов, 2025].

Следует признать, что падение доверия не является уникальной тенденцией российского медиарынка. «Доверие американцев к средствам массовой информации достигло нового минимума, лишь 28 % из них заявили, что в "значительной" или "достаточной" степени доверяют в полноте, точности и беспристрастности освещения новостей в газетах, на телевидении и радио. Годом ранее этот показатель составлял 31 %, а пять лет назад 40 %. Семь из каждых 10 взрослых американцев сегодня не испытывают большого доверия (36 %) либо вовсе не верят СМИ (34 %)» – гласят выводы последнего ежегодного опроса Института Гэллапа в США [Brenan, 2025]. «Обнаружить причину столь резкого снижения общественного доверия нетрудно, – полагает Уильям Молони, один из авторов известной американской газеты The Hill. – По всей видимости большинство тех, кто освещает новости, перестали верить в то, что "объективность" вообще должна являться целью их профессии, а то, что Гэллап называет "полнотой, точностью и беспристрастностью" подачи новостей, вообще представляет какую-либо ценность».

Поскольку утрата доверия ставит под угрозу не только экономическое благополучие СМИ, но и их роль в качестве социального института, это побуждает исследователей разных стран уделять всё большее внимание переоценке журналистами и их аудиторией ключевых ценностей, выступающих основой авторитета и легитимности журналистики. К их числу относятся профессиональная автономия, объективность и транспарентность, [Maares, Löhmman, Hanusch, Nölleke, 2025].

Настоящее исследование продолжает изучение эволюции одной из этих ценностей – объективности, начатое в наших предыдущих статьях на примере журналистики США [Виниченко, 2024; Виниченко, 2025]. Как было отмечено Г.В. Лазутиной, понятия «объективность» и «правдивость» начинают рассматриваться в качестве направляющих принципов деятельности российских журналистов лишь с 1990-х гг. [Лазутина, 2017, с. 17], попытки профессиональной рефлексии по этому поводу со стороны практиков пока достаточно редки [Архангельский, 2008; Ахмедова, 2017]. Научные публикации российских исследователей на эту тему также немногочисленны¹ и, как правило, носят

¹ В начале 2026 г. поиск в тематическом разделе «Массовая коммуникация. Журналистика. Средства массовой информации» Научной электронной библиотеки eLibrary.Ru позволил обнаружить всего

обзорный характер [Ильина, 2022] либо посвящены критике её отдельных аспектов с определённых методологических позиций, например, философских [Кожемякин, 2011; Яковлева, 2016]. В противоположность этому в США доктрина объективности в журналистике выступает предметом давних дебатов, как показало проведенное ранее исследование [Виниченко, 2025], интенсивность которых заметно возросла в последние годы. В начале 2024 г. Лаборатория журналистики Нимана (Nieman Journalism Lab) при Гарвардском университете подсчитала, что лишь в течение 2020–2022 гг. на трёх сайтах, которые американские журналисты чаще других используют для обсуждения своих профессиональных проблем – «Коламбия джорнализм ревью» (Columbia Journalism Review), Института Пойнтера (Poynter Institute) и самой Лаборатории Нимана, – появилось 195 статей на данную тему. Их анализ показал, что в подавляющем большинстве случаев (111 статей против 38) отношение американских журналистов к концепции объективности являлось негативным [Stray, 2024]. Две главные претензии – это ограничение возможности выражения взглядов социальных меньшинств [Belton, 2020], а также необходимость соблюдения баланса мнений, зачастую приводящая к уравниванию значимости истинных и ложных утверждений [Napolì, 2020]. Однако настроения значительной части журналистов вступают в противоречие с ожиданиями их аудитории. Как продемонстрировало исследование, проведенное в четырёх странах Институтом Рейтера (Reuters Institute), 65 % американцев считают, что СМИ следует уделять равное внимание всем сторонам диспута, а 57 % полагают, что они должны сохранять нейтральность при освещении любых проблем. Что касается трех других стран – Великобритании, Германии и Бразилии – эти цифры в большинстве случаев даже выше [Robertson, 2021]. Иными словами, полный отказ от принципов, лежащих в основе доктрины объективности, грозит дальнейшей утратой доверия аудитории.

И здесь едва ли поможет отказ от того, что с недавних пор в США принято обозначать неологизмом *bothsidesing*¹, поскольку в действительности это важный способ завоевания доверия аудитории, особенно в такой многообразной стране, как Америка, – полагает колумнист «Нью-Йорк таймс» Брет Стефенс (B. Stephens). А упрекать доктрину объективности в том, что она отражает только мировосприятие мужской части белого населения страны не менее странно, чем критиковать на том же основании медицину или математический анализ. «[Е]сли вы по-прежнему верите, что здоровье демократии зависит от качества и достоверности информации, на основании которой наше общество делает свой выбор, то у нас очень мало примеров чего-то лучшего, чем объективная журналистика, которая сейчас выходит из моды», – утверждает Б. Стефенс [Stephens, 2023] (здесь и далее перевод автора). Тем не менее не вызывает сомнений, что под влиянием критики, которой подвергается в последние десятилетия концепция объективности в журналистике, она претерпевает заметные изменения.

В связи с этим цель исследования заключается в том, чтобы **определить** причины и характер тех изменений, которым доктрина объективности подверглась в последние полвека.

18 публикаций, в названии, аннотации, либо ключевых словах которых присутствуют термины «журналистика, объективность, новости». Их список датирован периодом с 2009 по 2025 гг. и включает лишь одну монографию, посвящённую американской журналистике в эпоху «постправды» [Кошкин, 2019]. При использовании в качестве критериев поиска слов «journalism, objectivity, news» этот список расширяется до 157 источников, датированных периодом с 1969 по 2025 гг. Подавляющее большинство из них написаны на английском языке.

¹ Электронная версия известного американского словаря Мерриэма-Уэбстера (Merriam-Webster Dictionary) следующим образом определяет данный термин: «*Bothsidesing* характеризует поведение средств массовой информации или общественных деятелей, стремящихся уделить внимание противоположной стороне проблемы, события либо идеи лишь для того, чтобы выглядеть непредвзято, либо только из соображений аргументации, в то время как противоположная сторона может совершенно не заслуживать подобного внимания» [Looking at 'Bothsidesing'..., 2026].

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили две категории источников. В первую вошли публикации журналистов-практиков, посвящённые обсуждению издержек и достоинств доктрины объективности на текущем этапе развития американской журналистики. Вторую составили труды историков и социологов журналистики, в которых предпринимаются попытки предложить углубленный анализ проблем объективности в их связи с общими социальными и историческими тенденциями развития журналистики в последние десятилетия. К исследованию привлекаются также труды американского философа Т. Нагеля, посвящённые общеполитической проблеме столкновения объективного и субъективного взглядов на мир.

Основными методами исследования выступают метод историзма, предполагающий необходимость рассмотрения эволюции доктрины в общем контексте социально-политического развития США в целом и американской журналистики в частности, а также общенаучные методы сравнения, анализа, синтеза и интерпретации.

После Уотергейта

Наступивший после Уотергейта золотой век американской журналистики, по утверждению журнала «Тайм» (Time), оказался недолог [Pressman, 2018]. Даже в сочетании с критической позицией в отношении сильных мира сего доктрина объективности в своей классической форме оказалась неспособна помочь в преодолении вызовов нового характера, с которыми пришлось столкнуться журналистам во второй половине XX века: «Проблема состояла не только в том, что американская пресса опоздала с разоблачениями инсинуаций сенатора Маккарти или ложных оценок [американских] успехов во Вьетнаме, исходивших от администрации Л. Джонсона, американская журналистика середины XX века, одержимая фактами вчерашнего дня либо мнимыми фактами, практически полностью пропустила такие важные, но при этом растянутые во времени события, как миграция чернокожих [американцев] за пределы Юга после 1940 г.» [Stephens, 2014, p. 51]. Другими событиями того же порядка, ускользнувшими от внимания американской прессы в силу той же причины и «неинституционального» характера, оказались зарождение движения защиты прав потребителей во главе с Ральфом Нейдером, значительный рост в 1960-х гг. социального недовольства среди молодёжи, чернокожих американцев и женщин [Wicker, 1971, pp. 86, 93], а также распространение эпидемии ВИЧ в 1980–1990-х гг. [Schudson, 2003, p. 48–49]. Кроме того, новое поколение журналистов принесло собственную разновидность предвзятости. Как писал об этом в начале 1990-х гг. медиакритик «Вашингтон пост» (The Washington Post) Говард Курц (H. Kurts), «новое поколение хорошо оплачиваемых репортёров, приезжающих из пригородов на собственной машине и отправляющих свои материалы [в редакцию] по телефону либо факсу, всё сильнее отдалялось от происходящего в неблагополучных районах. <...> Большинство чернокожих из городских трущоб просто не удостоивались упоминания в новостях, их не существовало для СМИ, пока они не совершали преступлений. А потому едва ли удивительно, что многие репортёры, чьи пресс-карты выдавали принадлежность к политическому истеблишменту, становились объектами нападения во время городских волнений» [Kurts, 1994, p. 76].

Преодоление этих изъянов требовало признания того, что источники искажений, возникающих при освещении новостей, встроены в саму структуру новостных организаций и принятые ими процедуры, включая доктрину объективности [Schudson, 2003, p. 48]. «Именно потому, что они действуют под давлением необходимости выдавать готовый продукт каждые 24 часа, а в наши дни и чаще, они вынуждены полагаться на традиции, установленный порядок, стандартные процедуры, а также предположения о том, как, почему и где следует собирать новости» [Schudson, 2003, p. 34]. В свою очередь новости, будучи одной из форм отражения реальности, не только подчиняются собственной логике,

они неизбежно искажают её: «Любое описание реальности по необходимости включает одни детали и опускает другие, сознательно или бессознательно любое повествование исходит из предположений о том, как устроен мир, что является важным, что имеет смысл» [Schudson, 2003, p. 35–36]. Осознание того, что способность полностью избежать подобных искажений лежит за гранью человеческих возможностей, в социальных науках привело к замене понятия предвзятости (bias) концепцией фрейминга (framing). Применительно к СМИ она предполагает наличие набора «негласных теорий существующего, происходящего и значимого», лежащих в основе принципов отбора, выделения и подачи новостей [Gitlin, 2003, p. 6].

Журналистика в стиле «он сказал, она заявила» и «взгляд из ниоткуда»

Неизбежность фрейминга не означает невозможности сделать картину мира, представляемую журналистикой, более полной. Именно эту цель ставят перед собой журналисты и исследователи, призывающие к переосмыслению доктрины объективности в начале нового века. Если предметом озабоченности их предшественников, подобных Т. Уикеру и Б. Багдикяну, выступало преимущество, которым доктрина объективности наделяла официальные источники, то теперь сомнения вызывал сам основополагающий принцип обязательного баланса мнений. Американский медиакритик Джей Розен (J. Rosen) в 2003 году окрестил основанный на нём подход «журналистикой в стиле он сказал, она заявила» (he said, she said journalism). Такая журналистика предполагает существование публичных разногласий, выступающих темой новости, но при этом репортёр не предпринимает никаких попыток оценить истинность противоположных утверждений, хотя все необходимые для этого возможности имеются в его распоряжении. Вместо того он стремится к «симметричной равноудаленности» от обеих сторон [Rosen, 2009]. Проблема подобного подхода, по утверждению Д. Розена (J. Rosen), заключается в том, что попытка изложить материал так, чтобы он оказался «примерно “посередине между лучшим и худшим из того, что можно сказать о ком-то”, это стремление совсем не к истине, а к безопасности, это ритуал, который с высокой вероятностью ведёт к искажению материала» [Rosen, 2009]. Журналистика в стиле «он сказал, она заявила» является лишь одним из проявлений проблемы более высокого порядка: редакционной философии, которую Д. Розен (J. Rosen), используя термин американского философа Т. Нагеля, называет «взглядом из ниоткуда». В трактовке последнего этот термин означает устаревшее, изжившее себя философское понимание объективности. «Объективная точка зрения создается путем отказа от субъективной, индивидуальной или даже просто человеческой точки зрения; но есть аспекты окружающего мира, жизни и нас самих, которые не могут быть адекватно поняты с максимально объективной точки зрения, как бы сильно это ни расширяло наше понимание за пределы того, с чего мы начали. Многое по своей сути связано с определенной точкой зрения или разновидностью точки зрения, и попытка предложить исчерпывающее представление о мире в объективных терминах, оторванных от этих перспектив, неизбежно приведёт к обманчивому редукционизму или прямому отрицанию того, что определенные явно реальные явления вообще существуют» [Nagel, 1989, p. 7].

Применительно к современным реалиям, по утверждению Розена (Rosen), «взгляд ниоткуда» предполагает три вещи: во-первых, он «представляет собой претензию на доверие, декларирующую отсутствие точки зрения того, кто сообщает новости. Зачастую это помещает журналиста между двумя противоположными полюсами [противоречия], и эта позиция непричастности ни к тому, ни к другому именуется «беспристрастностью». Во-вторых, это стратегия защиты от предполагаемой критики и обвинений в пристрастности, истоки которых восходят к партийной политике двухпартийной эпохи. В-третьих, это претензия на универсальную легитимность, которой имплицитно лишены те, кто заявляют о [своей] позиции либо выражают точку зрения. Американские журналисты питают чуть ли не страсть к "взгляду из ниоткуда", поскольку считают, что он обладает большим авторитетом, чем любая другая позиция» [Rosen, 2010].

Продиктованный «взглядом из ниоткуда» подход к освещению новостей, по мнению Розена, восходит к временам, предшествующим тем, когда Web сделал новости и дополнительные материалы легкодоступными для всех пользователей; он оправдывал себя лишь до тех пор, пока читатели не могли проверить, что публиковалось по тому или иному поводу ранее [Rosen, 2009]. Сегодня эта редакционная философия «подрывает авторитет американской прессы. В процессе серьёзной журналистской работы – углубляясь, перепроверяя, совершенствуясь в своей [тематической] области – вы вырабатываете собственный взгляд, и его выражение не подрывает вашего авторитета. Напротив, оно способно его усилить. <...> Если “взгляд из ниоткуда” сохранит свои позиции, доверие к СМИ продолжит падать» [Rosen, 2010].

Этические скандалы рубежа веков и их последствия

Дополнительным фактором, осложнившим ситуацию, выступила череда скандалов, связанных с плагиатом, фальсификацией и фабрикацией фактов, недобросовестным редактированием, поразившая американскую журналистику на рубеже XX и XXI веков. На сей раз проблема заключалась в том, что доктрина объективности в руках недобросовестных журналистов, подобных Стивену Глассу, превратилась в инструмент, помогавший им «фабриковать источники информации и создавать материалы, которые в соответствии с общепринятыми критериями объективности выглядели аутентичными, но фактически являлись выдумкой. Требования объективности соблюдались С. Глассом, но лишь в той степени, которая была необходима, чтобы обмануть его редакторов, что, как выяснилось, оказалось нетрудным делом» [McNair, 2017, p. 1326].

Разумеется, подобные инциденты в практике прессы случались и ранее, но являлись скорее исключением, нежели правилом, теперь же они превратились в настоящую эпидемию. При этом их «героями» выступали сотрудники отнюдь не массовой, таблоидной прессы, а респектабельных качественных изданий, таких как «Нью-Йорк таймс» (The New York Times) или «Нью рипаблик» (The New Republic). В статье, посвящённой тому, как Общество профессиональных журналистов США (SPJ) реагировало на этические скандалы рубежа веков, преподаватель Университета Западной Виргинии Р. Колистра (R. Colistra) составила список из 30 подобных случаев, имевших место в 1998–2008 гг. [Colistra, 2010, p. 319–321]. В него вошли лишь по-настоящему резонансные (high-profile) инциденты, поскольку именно они с наибольшей долей вероятности должны были привлечь внимание SPJ и имели шанс повлиять на выработку политики Общества в отношении других подобных инцидентов [Colistra, 2010, p. 312]. Профессиональное сообщество оказалось плохо подготовленным к подобному повороту событий. Выводы, к которым пришла Р. Колистра (R. Colistra), были весьма неутешительными: «Собранные данные показывают, что организация [SPJ] не смогла инициировать столь необходимое обсуждение привлёкших широкое внимание нарушений. В двух случаях, когда SPJ всё же выступила с заявлениями, они не содержали критики замешанных в инциденте журналистов или новостных организаций. Совершенно очевидно, что подобное обсуждение и критика необходимы, чтобы убедить общественность в приверженности [новостной] индустрии высоким этическим стандартам, призванным удержать журналистов и новостные организации от повторения аналогичных ошибок в будущем» [Colistra, 2010, p. 326].

Этические скандалы обернулись заметным падением доверия к американским СМИ. По данным опросов Института Гэллага, в июне 1976 г., после Уотергейта, число тех, кто в значительной мере либо в достаточной степени доверял СМИ, достигло максимального значения – 72 % опрошенных. К июлю 2000 г. этот показатель сократился до 51 %, а к сентябрю 2016 г. упал до минимального значения – 32 % и с тех пор уже не поднимался выше 45 % [Brenan, 2021]. Ситуация несколько улучшилась благодаря сторонникам демократической партии, поддерживавшим американские СМИ в их противостоянии с президентом Д. Трампом, но с 2018 года показатели начали ухудшаться вновь [Brenan, 2021].

Объективность: метод, а не самоцель

Таким образом, сегодня, как и полвека назад, перед американскими журналистами и исследователями снова встал вопрос о жизнеспособности объективности как центральной профессиональной нормы. «Возможно, настало время для теплого прощания со старым каноном журналистики: объективностью» [Gillmor, 2005] – с этой фразы начинается нашумевшее эссе, опубликованное в 2005 году известным американским журналистом Д. Гилмором (D. Gillmor). Впрочем, предлагаемое им расставание выглядит довольно странным, поскольку сразу же вслед за этим Д. Гилмор (D. Gillmor) утверждает, что «время прощального поцелуя для ценностей и принципов, на которых базируется эта идея, не наступит никогда» [Gillmor, 2005].

Подобное противоречие характерно для многих коллег Д. Гилмора (D. Gillmor), ратующих за переоценку концепции объективности в журналистике. По меткому замечанию Б. Ковача и Т. Розенстила (B. Kovach, T. Rosenstiel), его источником выступает непонимание того, что принципы, лежащие в её основе, не являются самоцелью: «...в действительности они всего лишь приёмы, механизмы, призванные помочь журналистам в подготовке и проверке их материалов. Они не должны рассматриваться в качестве самоцели и тем более – конечной цели журналистики. <...> К сожалению, слишком часто необходимый в журналистике баланс [мнений] трактуется неверно – так, будто он имеет математический смысл, словно качественным материалом является лишь тот, в котором приведено равное количество цитат с обеих сторон. Как известно журналистам, зачастую таких сторон бывает больше двух. И попытка сбалансировать их в равной степени порой не создаёт реального отражения действительности» [Kovach, Rosenstiel, 2007, p. 87–88].

Предлагаемая Ковачем и Розенстилом (Kovach, Rosenstiel) трансформация объективности из идеала в журналистский метод, по их мнению, должна базироваться на следующих основополагающих принципах:

- 1) никогда не включать [в материал] то, чего не было в действительности;
- 2) никогда не вводить аудиторию в заблуждение;
- 3) быть настолько открытым в отношении своих методов и мотивов, насколько это возможно;
- 4) опираться на сведения, собранные собственноручно;
- 5) проявлять сдержанность [Kovach, Rosenstiel, 2007, p. 89].

Если эти требования соблюдены, журналист не должен опасаться выглядеть предвзятым. Как заметил профессор Дортмундского университета Х. Пётткер (H. Pöttker), «признание в интерпретации [фактов] – это один из способов проявить уважение к общественной зрелости. Однако такие интерпретации не должны, как это слишком часто случается в академических исследованиях, выступать проекцией доминирующих доктрин или претендовать на объективность, вместо этого их следует преподносить в качестве того, чем они [действительно] являются: субъективных интерпретаций набора фактов, интерпретаций, которые... проявились уже на стадии отбора этих фактов» [Pöttker, 2011, p. 533].

С подобной позицией солидарен профессор Нью-Йоркского университета М. Стефенс (M. Stephens), предложивший рецепт «мудрой журналистики» (wise journalism), призванной заменить доктрину объективности. Он объединяет её лучшие достижения с преимуществами пристрастного, интерпретирующего подхода: «Мудрая журналистика представляет собой амальгаму. Для начала она включает в себя лучшие проявления репортёрской журналистики (reporting) – эксклюзивные, инициативные расследования. <...> Вместе с тем мудрая журналистика предполагает, более того, придаёт особое значение компетентному, интерпретирующему, разъясняющему и даже пристрастному подходу к текущим событиям»¹ [Stephens, 2014, p. XXVI].

¹ Подробнее о рецепте «мудрой журналистики» М. Стефенса (M. Stephens) см. [Виниченко, 2015].

От объективности к транспарентности

Для человека, знакомого с историей зарубежной журналистики, в рецепте, предложенном М. Стефенсом (M. Stephens), нет ничего принципиально нового. Как известно, истоки «интерпретирующего репортажа» (interpretive reporting) уходят своими корнями в 30–40-е гг. прошлого века [Emery, 1984, p. 435]. Можно предположить, что наступление эпохи Интернета ускорило этот процесс, но, по мнению М. Шудсона (M. Schudson), скорее справедливо иное: «...глубокая технологическая трансформация журналистики в цифровую эпоху помешала нашему осмыслению перехода от того, что можно назвать Объективностью 1.0, к более аналитичной Объективности 2.0» [Schudson, 2020, p. 21]. К такому выводу М. Шудсон (M. Schudson) пришёл в результате контент-анализа трёх видных американских газет – The New York Times, The Washington Post и The Milwaukee Journal Sentinel¹, – показавшего, что, «начиная с 1979 г. контекстуальная журналистика играет в газетах важную роль; на её долю приходится треть (а к 1991 году половина) материалов на первых полосах всех трёх газет. Ни одна из газет больше не ограничивается одним лишь освещением фактов в духе "он сказал, она заявила", как это было в 1950 гг. На первый план вышел анализ, но речь идёт не об анализе с определённой идеологической позиции, а о дополнительной информации, позволяющей читателю воспринимать события дня в контексте, придающем им смысл» [Schudson, 2020, p. 24].

В чём же выражается возросшая аналитичность американских газет? По мнению М. Шудсона (M. Schudson), она имеет три ключевых проявления. Во-первых, в материалах контекстуальной журналистики, как правило, не используется традиционная форма «перевернутой пирамиды». Кроме того, основное внимание в них концентрируется на вопросе «почему?», ответа на который обычно стремятся избежать приверженцы Объективности 1.0. Во-вторых, если традиционные новостные материалы, как правило, касаются событий, которые произошли или произойдут в течение ближайших 24 часов, то контекстуальная журналистика описывает события, действия либо тенденции, разворачивающиеся на протяжении большего отрезка времени и вызвавшие к жизни те или иные последствия в настоящем. Наконец, в-третьих, контекстуальная журналистика стремится предложить более широкую картину мира, обеспечивая бэкграунд и контекст для тем текущего интереса. «Если традиционный материал – это предельно чёткий снимок с тщательно выбранной композицией, – отмечает М. Шудсон (M. Schudson), – то контекстуальная журналистика предполагает использование широкоугольного объектива» [Schudson, 2020, p. 23–24].

Вместе с тем широта охвата и глубина анализа – это далеко не всё, что способна предложить дальнейшая эволюция концепции объективности. Объективность версии 3.0, по убеждению М. Шудсона (M. Schudson), могла бы добавить к ним чувство эмпатии: «В соответствии с Объективностью 3.0 журналистике следует признать одной из своих задач освещение современной жизни. Выполняя её, журналисты должны сохранять приверженность фактической и достоверной информации. Превращая её в [журналистский] материал, они придают ей форму, которая делает информацию понятной и даже привлекательной. Сообщение в форме истории (story form) подчинено определённой цели. Оно не является обычным транскриптом. Оно сочетает методы объективного освещения событий с изложением в форме истории, что позволяет не только информировать и сообщать, но и мотивировать людей, побуждать их к действию. Поступая подобным образом, репортёры должны стремиться поставить себя на место тех, о ком они пишут. Это не имеет ничего общего с сентиментальностью, это попытка добиться большей глубины проникновения, абстрагировавшись от собственной позиции» [Schudson, 2020, p. 26]. Эмпатия выступает для М. Шудсона (M. Schudson) средством преодоления той

¹ Подробнее о его результатах [Fink, Schudson, 2014].

отчужденности нового поколения репортёров, о которой писал в начале 1990-х гг. медиакритик *The Washington Post* Г. Куртц (H. Kurts).

Однако, по мнению американского философа Дэвида Вайнберга (D. Weinberger), проблема гораздо масштабнее: речь идёт о девальвации доктрины объективности как фундамента культурного капитала американской журналистики. До наступления эпохи Интернета именно объективность выступала фундаментом доверия аудитории к СМИ, «она являлась основой авторитета, на который претендовали качественные газеты: вы не можете доверять тому, что публикуется на страницах низкопробных таблоидов, тогда как наши новости объективны, а поэтому вы можете остановиться на них в поиске [истины]» [Weinberger, 2009]. В изменившихся условиях этот механизм перестал себя оправдывать: «Бумага не в состоянии предложить такие же ссылки (links) [как онлайн-СМИ]. Вы можете заглянуть в источник, указанный в сноске (footnote), но это хлопотное, требующее времени дело, которое чаще заканчивается неудачей, чем успехом. Поэтому в “эпоху бумаги” мы свыклись с идеей, что именно авторитет выступает чем-то вроде сигнала: вот источник, чья надёжность не требует дальнейшей проверки» [Weinberger, 2009].

В противоположность этому основанием для доверия в эпоху Интернета выступает не объективность, а транспарентность, позволяющая в буквальном смысле слова увидеть связь между итоговыми выводами и посылками, на которых они основаны. Более того, «[т]ранспарентность обеспечивает читателя информацией, благодаря которой он может скорректировать непреднамеренные последствия неизбежной предвзятости [автора]. Транспарентность служит для нас таким же индикатором надёжности [материала], каким некогда была объективность» [Weinberger, 2009]. Именно она, по мнению Вайнберга (Weinberger), призвана заменить собой объективность в современной журналистике, но всё же о полном отказе от последней речи не идёт: «В действительности транспарентность включает в себя объективность. <...> Объективность без транспарентности всё больше выглядит как проявление высокомерия, а потому глупости. Почему мы должны верить в то, что, как утверждает один человек [пусть и] с лучшими намерениями, является правдой, если вместо этого мы можем опереться на систему доказательств, доводов и идей?» [Weinberger, 2009].

Заключение

Золотой век американской журналистики в период после Уотергейта оказался недолог. Даже будучи дополненной более критичным отношением к официальным источникам информации, американская журналистика оказалась неподготовленной к освещению некоторых значимых событий в силу их растянутости во времени и неинституционального характера, таких как, например, распространение эпидемии ВИЧ в 1980–1990-х гг. Не менее важной проблемой стала разновидность предвзятости, принесённая новым поколением американских журналистов. Обусловленная их возросшим социальным статусом, она проявилась в сокращении внимания к проблемам других социальных групп. Осознание этого привело американских социологов к заключению о том, что источники искажений, возникающих при освещении событий, глубоко встроены в саму структуру новостных организаций и принятые в них процедуры, включая доктрину объективности. Это привело к замене понятия предвзятости концепцией фрейминга, предполагающей наличие набора негласных теорий и допущений, лежащих в основе принципов отбора и подачи новостей.

Дополнительным фактором, подорвавшим доверие к доктрине объективности, стал ряд этических скандалов, которые сотрясали американскую журналистику на рубеже XX–XXI вв. Профессиональное сообщество оказалось плохо подготовлено к ним, поскольку в них доктрина объективности использовалась в качестве инструмента, позволявшего нечестным на руку журналистам успешно обманывать аудиторию и своих коллег.



В изменившихся условиях, как показало исследование, доктрина объективности больше не может выступать залогом доверия аудитории к СМИ и служить фундаментом «культурного капитала» американской журналистики. Но это не означает полной девальвации принципов, лежащих в её основе, а ведёт к их трансформации в составную часть журналистского метода, нацеленного не столько на освещение, сколько на интерпретацию текущих событий. Главным залогом доверия аудитории при этом выступает уже не объективность, а транспарентность, позволяющая видеть связь между исходными посылками и выводами автора и корректировать последствия его непреднамеренной предвзятости.

Список источников

- Архангельский А. 2008. Два мифа о журналистике. Взгляд, 7 апреля 2008. URL: <https://vz.ru/columns/2008/4/7/157655.html> (дата обращения: 12.7.2024).
- Ахмедова М. 2017. Красная свадьба. COLTA.RU. URL: <https://www.colta.ru/articles/media/2107-krasnaya-svadba> (дата обращения: 8.12.2024).
- ВЦИОМ: россияне больше доверяют телевидению, чем новостным сайтам и telegram-каналам. Журналист. 7 ноября 2025 г. URL: <https://jrnlst.ru/2025/11/07/157963/> (дата обращения: 12.03.2026).
- Одинцов Е. Хаос медиапотребления и кризис доверия стали главными трендами медиарынка в 2025 году. Газета.ru. 11 декабря 2025. URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2025/12/11/27382363.shtml> (дата обращения: 12.03.2026).
- Belton D.A. 2020. A Decimated Media Rededicates Itself to Truth. NiemanLab. URL: <https://www.niemanlab.org/2020/12/a-decimated-media-rededicates-itself-to-truth/> (accessed: December 16, 2025).
- Brenan M. 2021. Americans' Trust in Media Dips to Second Lowest on Record. GALLUP, October 7, 2021. URL: <https://news.gallup.com/poll/355526/americans-trust-media-dips-second-lowest-record.aspx?version=print> (accessed: March 12, 2026).
- Brenan M. Trust in Media at New Low of 28% in U.S. GULLAP. October 2, 2025. URL: <https://news.gallup.com/poll/695762/trust-media-new-low.aspx> (accessed: March 12, 2026).
- Gillmor D. 2005. The End of Objectivity (Version 0.91). URL: https://dangillmor.typepad.com/dan_gillmor_on_grassroots/2005/01/the_end_of_obje.html (accessed: June 26, 2022).
- Looking at 'Bothsiding': When Equal Coverage Leads to Uneven Results. 2026. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/bothsiding-bothsidesism-new-words-were-watching> (accessed: January 8, 2026).
- Moloney W. Dangers Abound When Media Abandon Objectivity in Favor of a Narrative. The Hill. April 4, 2023. URL: <https://thehill.com/opinion/campaign/3926539-dangers-abound-when-media-abandon-objectivity-in-favor-of-a-narrative/> (accessed: March 12, 2026).
- Napoli P. 2020. Lessons for Social Media from the Fairness Doctrine. *Columbia Journalism Review*. August 13, 2020. URL: <https://www.cjr.org/opinion/social-media-fairness-doctrine.php> (accessed: December 14, 2025).
- Pressman M. 2018. Journalistic Objectivity Evolved the Way it Did for a Reason. *Time*. November 5. <https://time.com/5443351/journalism-objectivity-history/> (Accessed: March 12, 2026).
- Robertson C. 2021. Impartiality Unpacked: A Study of Four Countries. *Reuters Institute*. June 23, 2021. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/impartiality-unpacked-study-four-countries> (accessed: December 14, 2025).
- Rosen J. 2009. He Said, She Said Journalism: Lame Formula in the Land of the Active User. PressThink, April 12, 2009. URL: http://archive.pressthink.org/2009/04/12/hesaid_shesaid.html (accessed: March 12, 2026).
- Rosen J. 2010. The View from Nowhere: Questions and Answers. PressThink, November 10, 2010. URL: <https://presstink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> (accessed: March 12, 2026).
- Stephens B. 2023. How to Destroy (What's Left of) the Mainstream Media's Credibility. *New York Times*, February 9, 2023. URL: <https://www.nytimes.com/2023/02/09/opinion/mainstream-media-credibility-objectivity-journalism.html> (accessed: December 14, 2025).

- Stray J. 2024. “Objectivity” in journalism is a tricky concept. What could replace it? NiemanLab, April 25, 2024. URL: <https://www.niemanlab.org/2024/04/objectivity-in-journalism-is-a-tricky-concept-what-could-replace-it/> (accessed: January 6, 2026).
- Weinberger D. 2009. Transparency is the New Objectivity. Joho the Blog, July 19, 2009. URL: <https://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> (accessed: March 12, 2026).

Список литературы

- Виниченко В.М. 2015. Stephens, Mitchell. BEYOND NEWS: THE FUTURE OF JOURNALISM. Columbia University Press, 2014. – 234 p. *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*, 3: 158–163.
- Виниченко В. М. 2024. От Фамы и Осы к современной доктрине объективности в американской журналистике. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 43(3): 266–277. DOI: [10.52575/2712-7451-2024-43-3-266-277](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2024-43-3-266-277).
- Виниченко В.М. 2025. Эволюция доктрины объективности в американской журналистике второй половины XX века: от Маккарти к Уотергейту. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 44(4): 637–647. DOI: [10.52575/2712-7451-2025-44-4-637-647](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2025-44-4-637-647).
- Ильина М.В. 2022. Достоверность и объективность в журналистике: эволюция понятий и вызовы новейшего времени. В кн.: Современная журналистика в аспекте деонтологии. Вып. 4. Под ред. Г.В. Лазутиной, И.Н. Денисовой, И.А. Панкеева. Москва, Факультет журналистики Московского государственного университета: 52–63.
- Кожемякин Е.А. 2011. Объективность как философская категория в журналистском дискурсе. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, 18(113): 187–194.
- Кошкин П.Г. 2019. Американская журналистика и постправда. Под ред. Н.М. Травкиной. Москва, Весь мир, 288 с.
- Лазутина Г.В. 2017. Деонтология в системе научных представлений о журналистике (по результатам самопознания профессии на конец 2016 года). В кн.: Современная журналистика в аспекте деонтологии. Под ред. Г.В. Лазутиной, И.А. Панкеева. Москва, Факультет журналистики МГУ: 7–31.
- Яковлева М.Г. 2016. Объективное vs реальное: критические замечания к концепции объективной журналистики. *Медиаскоп*, 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2208> (дата обращения: 21.05.2025).
- Colistra R. 2010. No Bark and No Bite. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences: Annual Review*, 5(4): 311–329. DOI: [10.18848/1833-1882/CGP/v05i04/51687](https://doi.org/10.18848/1833-1882/CGP/v05i04/51687)
- Emery M., Emery E. 1984. The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, 773 p.
- Fink K., Schudson M. 2014. The Rise of Contextual Journalism, 1950s–2000s. *Journalism*, 15(1): 3–20. DOI: [10.1177/1464884913479015](https://doi.org/10.1177/1464884913479015)
- Gitlin T. 2003. The whole world is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left. University of California Press, 327 p.
- Kovach B., Rosenstiel T. 2007. The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. First Revised Edition. New York, Three Rivers Press, 268 p.
- Maares P., Löhmann K., Hanusch F., Nölleke D. 2025. Autonomy, Objectivity, and Transparency: The Meaning and Negotiation of Journalistic Values Across Different Journalistic Beats. *The International Journal of Press/Politics*. P.1-25. DOI: [10.1177/19401612251375208](https://doi.org/10.1177/19401612251375208)
- Kurts H. 1994. Media Circus: The Trouble with America’s Newspapers. New York, Times Books, 434 p.
- McNair B. 2017. After Objectivity? Schudson’s Sociology of Journalism in the Era of Post-Factuality. *Journalism Studies*, 18(10): 1318–1333. DOI: [10.1080/1461670X.2017.1347893](https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1347893)
- Nagel T. 1989. The view from nowhere. Oxford University Press, 244 p.
- Pöttker H. 2011. A Reservoir of Understanding: Why Journalism Needs History as a Thematic Field. *Journalism Practice*, 5(5): 520–537. DOI: [10.1080/17512786.2011.601898](https://doi.org/10.1080/17512786.2011.601898)
- Schudson M. 2003. The Sociology of News. WW Norton & Company, 261 p.



- Schudson M. 2020. A Revolução nas Notícias que ninguém nomeou. *Media & Jornalismo*, 20(37): 19–27. DOI: [10.14195/2183-5462_37_1](https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_1)
- Stephens M. 2014. *Beyond News: The Future of Journalism*. New York, Columbia University Press, 232 p.
- Wicker T. 1971. The Tradition of Objectivity in the American Press: What's Wrong with It. *Proceedings of the Massachusetts Historical Society*, 83: 83–100.

References

- Vinichenko V. 2015. Stephens, Mitchell. BEYOND NEWS: THE FUTURE OF JOURNALISM. Columbia University Press, 2014. – 234 p. *Proceedings of southern Federal University. Philology*, 3: 158–163 (in Russian).
- Vinichenko V. 2024. From Fama and Ossa to the Modern Doctrine of Objectivity in American Journalism. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*. 43(3): 266-277. (in Russian). DOI: [10.52575/2712-7451-2024-43-3-266-277](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2024-43-3-266-277)
- Vinichenko V. 2025. Evolution of the Objectivity Doctrine in American Journalism in the Second Half of the Twentieth Century: from McCarthy to Watergate. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*. 44(4): 637–647 (in Russian). DOI: [10.52575/2712-7451-2025-44-4-637-647](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2025-44-4-637-647)
- Il'ina M.V. 2022. Dostovernost' i ob"ektivnost' v zhurnalistike: ehvoluciya ponyatij i vyzovy novejshego vremeni [Credibility and objectivity in journalism: the evolution of concepts and modern challenges]. In: *Sovremennaya zhurnalistika v aspekte deontologii* [Modern journalism in terms of deontology]. Iss. 4. Eds. G.V. Lazutina, I.N. Denisova, I.A. Pankeev. Moscow, Publ. Fakul'tet zhurnalistiki Moskovskogo gosudarstvennogo universitet: 52–63.
- Kozhemyakin E.A. 2011. Objectivity: a Philosophical Category in Journalistic Discourse. *Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, 18(113): 187–194 (in Russia).
- Koshkin P.G. 2019. *American Journalism and the Post-Truth*. Ed. N.M. Travkina. Moscow, Publ. Ves' mir, 288 p.
- Lazutina G.V. 2017. Deontologiya v sisteme nauchnykh predstavlenii o zhurnalistike (po rezul'tatam samopoznaniya professii na konets 2016 goda) [Deontology in the System of Scientific Concepts of Journalism (Based on the Results of Self-Awareness of the Profession as of the End of 2016)]. In: *Sovremennaya zhurnalistika v aspekte deontologii* [Contemporary Journalism in the Aspect of Deontology]. Eds. G.V. Lazutina, I.A. Pankeev. Moscow, Publ. Fakul'tet zhurnalistiki MGU: 7–31.
- Yakovleva M.G. 2016. Objective vs Real: Critical Remarks on the Concept of Objective Journalism. *Mediascope*, 4 (in Russia). URL: <http://www.mediascope.ru/2208> (accessed: May 21, 2025).
- Colistra R. 2010. No Bark and No Bite. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences: Annual Review*, 5(4): 311–329. DOI: 10.18848/1833-1882/CGP/v05i04/51687
- Emery M, Emery E. 1984. *The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media*. Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, 773 p.
- Fink K., Schudson M. 2014. The Rise of Contextual Journalism, 1950s–2000s. *Journalism*, 15(1): 3–20. DOI: [10.1177/1464884913479015](https://doi.org/10.1177/1464884913479015)
- Gitlin T. 2003. *The whole world is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. University of California Press, 327 p.
- Kovach B., Rosenstiel T. 2007. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. First Revised Edition. New York, Three Rivers Press, 268 p.
- Maares P., Löhmann K., Hanusch F., Nölleke D. 2025. Autonomy, Objectivity, and Transparency: The Meaning and Negotiation of Journalistic Values Across Different Journalistic Beats. *The International Journal of Press/Politics*. P.1-25. DOI: [10.1177/19401612251375208](https://doi.org/10.1177/19401612251375208)
- Kurts H. 1994. *Media Circus: The Trouble with America's Newspapers*. New York, Times Books, 434 p.
- McNair B. 2017. After Objectivity? Schudson's Sociology of Journalism in the Era of Post-Factuality. *Journalism Studies*, 18(10): 1318–1333. DOI: [10.1080/1461670X.2017.1347893](https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1347893)
- Nagel T. 1989. *The view from nowhere*. Oxford University Press, 244 p.
- Pöttker H. 2011. A Reservoir of Understanding: Why Journalism Needs History as a Thematic Field. *Journalism Practice*, 5(5): 520–537. DOI: [10.1080/17512786.2011.601898](https://doi.org/10.1080/17512786.2011.601898)
- Schudson M. 2003. *The Sociology of News*. WW Norton & Company, 261 p.
- Schudson M. 2020. A Revolução nas Notícias que ninguém nomeou [The News Revolution Nobody Named]. *Media & Jornalismo*, 20(37): 19–27 (In Portugal). DOI: [10.14195/2183-5462_37_1](https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_1)



- Stephens M. 2014. *Beyond News: The Future of Journalism*. New York, Columbia University Press, 232 p.
- Wicker T. 1971. The Tradition of Objectivity in the American Press: What's Wrong with It. *Proceedings of the Massachusetts Historical Society*, 83: 83–100.

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 13.01.2026

Поступила после рецензирования 22.01.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received January 13, 2026

Revised January 22, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Виниченко Виталий Михайлович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vitaliy M. Vinichenko, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Journalism, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.



УДК 316.77
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-33-46
EDN ENVUFH

Инфлюенсер и виртуальный инфлюенсер в современном медиaprостранстве: к вопросу о терминологическом разграничении

Виноградова К.Е.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Россия, 191023, г. Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30–32, литера А
vinogradovamail@gmail.com

Аннотация. Процессы диджитализации и медиатизации трансформируют медиaprостранство, изменяя методы создания и распространения контента, а также инфлюенсинга. Возникает необходимость введения новых терминов, обозначающих акторов медиасреды. Несмотря на рост количества публикаций по указанной проблематике, исследований, осмысляющих теоретическое наполнение и особенности использования понятий «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер» в условиях медиaprостранства недостаточно, что затрудняет их теоретическое разграничение и эмпирическое использование. Данная работа предлагает научно обоснованные дефиниции новых медиapонятий и их сравнительный анализ по онтологическим, коммуникативным и функциональным критериям. Исследование проводилось на основе анализа теоретических источников по теме, контент-анализа и лексико-семантического анализа 250 текстовых источников, опубликованных в средствах массовой информации и сетевых аналитических ресурсах (статьи, аналитические интервью, обзоры, аналитические комментарии) в период с января по июль 2025 г., описывающих деятельность инфлюенсеров и виртуальных инфлюенсеров. В ходе анализа были выявлены причины терминологической полисемии и влияние цифровизации на возникновение новых номинаций субъектов, в частности – цифровых персонажей, представляющих бренды. Особое внимание уделено феномену онтологического сближения человека и его цифрового двойника, отраженному в языке и практике терминопотребления. В результате исследования сформулированы дефиниции понятий «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер», а также сопоставлены их конститутивные признаки. Обоснована необходимость дальнейшей систематизации понятийного аппарата и определены направления для будущих исследований в сфере виртуального инфлюенсинга и цифровых коммуникаций.

Ключевые слова: коммуникация, медиа, диджитализация, цифровой двойник, медиатекст, автор, новые сетевые термины

Для цитирования: Виноградова К.Е. 2026. Инфлюенсер и виртуальный инфлюенсер в современном медиaprостранстве: к вопросу о терминологическом разграничении. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 33–46. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-33-46
EDN ENVUFH

Influencer and Virtual Influencer in Modern Media Space: Terminological Distinction

Ksenia E. Vinogradova

Saint Petersburg State University of Economics
30-32, litera A, Griboyedov Canal Emb., Saint Petersburg 191023, Russian Federation
vinogradovamail@gmail.com

Abstract. The processes of digitalization and mediatization, along with the emergence of artificial intelligence tools, are transforming the media space by altering the methods of content creation, distribution, and influencing practices. These transformations necessitate the development and conceptual

clarification of new terms denoting actors within the media environment. Despite the growing number of publications on this topic, there is still a lack of studies offering a comprehensive theoretical interpretation and systematic analysis of the concepts of “influencer” and “virtual influencer” in contemporary media space. The scientific problem addressed in this study lies in the absence of clearly articulated definitions of these concepts, which complicates their theoretical differentiation and empirical application. The author proposes theoretically grounded definitions of these media concepts and conducts a comparative analysis according to ontological, communicative, and functional criteria. The research is based on the analysis of theoretical sources, as well as content analysis and lexical-semantic analysis of 250 textual materials published in mass media outlets and online analytical platforms (articles, analytical interviews, reviews, expert commentaries) between January and July 2025, describing the activities of influencers and virtual influencers. The analysis identified the causes of terminological polysemy and demonstrated the impact of digitalization on the emergence of new terminological designations for media actors, particularly digital characters representing brands. Special attention is paid to the phenomenon of ontological convergence between a person and their digital double, as reflected in language and terminological practice. As a result of the study, definitions of the concepts of “influencer” and “virtual influencer” have been proposed, and their constitutive features have been compared. The paper substantiates the need for further systematization of the conceptual framework and outlines directions for future research on virtual influencers and digital communication.

Keywords: communication, media, digitalization, digital twin, media text, author, new network terms

For citation: Vinogradova K.E. 2026. Influencer and Virtual Influencer in Modern Media Space: Terminological Distinction. *Issues in Journalism Education, Linguistics*, 45(1): 33–46 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-33-46 EDN ENVUFH

Введение

В период с 2015 по 2025 год в терминологическом аппарате профессиональных коммуникаторов произошли глобальные изменения. Тезаурус специалистов по рекламе и связям с общественностью пополнился сотнями новых терминов. Очевидно, что этот процесс продолжается, поскольку он связан с бурным развитием рынка цифровых технологий, которые сегодня становятся основой коммуникаций между всеми возможными акторами. По замечанию А.Д. Кривоносова [2023], в сфере рекламы и связей с общественностью появление новой терминологии связано с процессами диджитализации (переходом в цифровую среду) и медиатизации (трансформацией публичного пространства под влиянием медиа). Развитие искусственного интеллекта (ИИ) существенно трансформирует медиaprостранство, изменяя методы создания и распространения контента. В связи с этим необходимо критически оценивать риски, связанные с внедрением ИИ, фокусировать внимание на вопросах авторства созданных текстов, доверия к публикуемой информации и этике коммуникаций [Виноградова, 2023].

В условиях постоянно эволюционирующих коммуникационных практик сложно говорить о точности понятий, используемых исследователями, практиками и представителями медиаиндустрии. Терминология в сфере медиакommunikаций отличается значительным разнообразием и подвержена изменениям, что порождает проблему визуальной полисемии: авторы научных публикаций и эксперты используют один и тот же термин для обозначения различных понятий. Терминологическая вариативность и полисемия в научном и профессиональном дискурсе приводят к размыванию понятийных границ, что затрудняет построение целостной теоретической модели инфлюенсинга. В связи с этим актуализируется задача систематизации терминов и нормирования терминосистемы на основе анализа и уточнения семантических значений, на необходимость чего указывает Е.В. Титова [2010].

Показательным проявлением терминологической неопределенности является вариативность в обозначении субъектов коммуникации, транслирующих позицию бренда. Традиционно в практике публичных коммуникаций источником информации от компании становились PR-служба организации, первые лица (топ-менеджмент), эксперты

организации, медиаперсоны. С развитием диджитал-коммуникаций от имени организации стали выступать также блогеры, амбассадоры и инфлюенсеры. Технологии ИИ привели к созданию виртуальных инфлюенсеров и виртуальных амбассадоров, которые также представляют интересы компаний в цифровом пространстве. Расширение круга коммуникативных акторов сопровождается усложнением их терминологического обозначения и размыванием границ между смежными понятиями. Мы можем проследить это на примере термина «виртуальный инфлюенсер». Современные коммуникативистика и рекламоведение не предлагают полноценных и корректных определений ни феномена инфлюенсинга, ни его стремительно развивающейся производной – виртуального инфлюенсинга (продвижения с использованием цифровых персонажей, аватаров, нейросетевых образов). На июнь 2025 года в базе данных РИНЦ по ключевому слову «виртуальный инфлюенсер» индексируется всего 9 публикаций с общим числом цитирования – 5; по ключевому слову «виртуальный амбассадор» – 1 публикация, по ключевому слову «CGI-персонаж» (computer-generated imagery, цифровой персонаж, созданный с помощью компьютерной графики) не зафиксировано ни одной публикации. Существующие единичные публикации не входят в наукометрические базы, представляют собой тезисы конференций, в основном кратко постулирующие наличие такого явления. Столь малое количество научных работ и их фрагментарный характер обусловлены новизной темы и свидетельствуют о недостаточной проработанности терминологии и концептуальной базы, что подчеркивает необходимость дальнейших исследований и систематизации понятийного аппарата в области цифровых коммуникаций и медиа.

Для сравнения, термин «инфлюенсер» изучен значительно шире: в базе данных РИНЦ зарегистрировано 183 публикации с этим ключевым словом, из которых 38 опубликованы в журналах из перечня ВАК. Поиск по слову «инфлюенсер» в базе eLibrary выдает свыше 6 000 упоминаний, однако данный факт отражает лишь частоту использования термина в различных контекстах, а не количество специализированных научных исследований. Анализ научной литературы показал, что авторы многих научных работ чаще всего не формулируют четко дефиниции «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер», возможно, считая их интуитивно понятными, не требующими строгого нормирования. Так, в ряде работ инфлюенсинг трактуется преимущественно как инструмент коммерческого продвижения в социальных сетях и рассматривается в рамках *influence-маркетинга* [Козырева, Мальцева, 2021; Аржанова и др., 2022; Камарова и др., 2025], в других исследованиях акцент делается на роли инфлюенсера как лидера мнений либо медиазначимого субъекта социализации [Ефанов, 2022; Захаркин, Аргылов, 2021]. При этом, с нашей точки зрения, данный феномен может интерпретироваться в различных теоретических плоскостях с учетом его культурных, социальных, экономических и политических аспектов.

Аналогичная ситуация наблюдается и в отношении термина «виртуальный инфлюенсер». В ряде публикаций данный феномен описывается преимущественно как технологическая инновация или инструмент бренд-коммуникации, акцентируется внимание на способах цифрового конструирования персонажа [Шарков и др., 2022; Романова, Виноградова, 2025; Yu J. et al., 2025]. При этом вопросы онтологического статуса виртуального субъекта, механизмов формирования доверия к виртуальному персонажу, возникающих этических дилемм и проч. зачастую остаются за пределами анализа.

Отсутствие общепризнанных и концептуально выверенных дефиниций затрудняет системное изучение инфлюенсинга и виртуального инфлюенсинга как феноменов современной медиасреды. В этой связи цель настоящего исследования заключается в разработке и теоретическом обосновании авторских дефиниций понятий «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер» на основе анализа научных источников и контекстов их употребления в медиaprостранстве.



Материалы и методы исследования

Статья носит теоретико-аналитический характер. В ходе исследования использовались методы анализа и синтеза, позволившие выделить существенные признаки понятий «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер» и систематизировать существующие научные подходы, а также метод эвристического обобщения, примененный для концептуализации и формулирования авторских дефиниций на основе полученных результатов. Также применялся лексико-семантический анализ, контент-анализ, обработка корпуса данных, кластеризация.

В ходе исследования было проанализировано 250 текстовых источников (объемом от 1000 знаков), описывающих деятельность инфлюенсеров и виртуальных инфлюенсеров. Публикации были отобраны с помощью базы данных информационно-поисковой системы «Интегрум» (<https://integrum.ru>) по ключевому слову «инфлюенсер». Изначально были выбраны тексты (статьи, аналитические интервью, обзоры, аналитические комментарии), опубликованные в средствах массовой информации и сетевых аналитических ресурсах в период с января по июль 2025 года (684 публикации). В анализ включались только оригинальные публикации; дублирующие тексты (перепечатки, повторяющиеся версии текстов) исключались на этапе первичной фильтрации. Итоговый корпус составил 250 уникальных источников. Поскольку исследование носило преимущественно качественный, интерпретационный характер и было направлено на выявление семантических и дискурсивных особенностей употребления понятий, количественные данные не являлись приоритетным направлением исследования. Эмпирическая база выполняла аналитико-концептуализирующую функцию, что определило качественный характер представления результатов.

Инфлюенсер: понятийная специфика и научная дефиниция

Несмотря на то, что первые публикации, в которых предпринимаются попытки осмысления данного феномена, относятся к 2016–2017 годам, термин «инфлюенсер» по сей день не является устоявшимся и продолжает эволюционировать вместе с развитием цифровых технологий и медиасреды. В исследованиях под этим понятием понимают различные роли и функции: от распространителя информации до активного создателя контента или лидера общественного мнения. По замечанию А.О. Репина «в медиасреде не только идет рассуждение о появлении новых терминов – инфлюенсер, трендсеттер и пр. в рамках проблемы определения дефиниции лидеров, но и рассматриваются связи и сосуществование маркетинга, политики, социальных медиа и многих других областей в построении связи между влиятельными персонами и аудиторией [Репин, 2025, с. 39]. Пересечение терминов порождает терминологическую путаницу и полисемию. В ряде работ термин «инфлюенсер» используется как равнозначный термину «блогер»: человек, который коммуницирует с потребителями с использованием текстового, фото, аудио и видеоконтента [Козырева, Мальцева, 2021, с. 42]. А. Дудкина дает следующее определение: «Инфлюенсер (от англ. Influence – влияние) в социальных сетях – это блогер, который оказывает заметное влияние на подписчиков и пользуется огромным доверием в кругу своей аудитории [Дудкина, 2022, с. 771]. В работе московских исследователей указывается, что «для эффективности коммуникаций важно, чтобы блогер являлся референтной личностью для потребителей. Референтность подразумевает, что происходит совпадение (практически полное отождествление) интересов, мнений и ценностей инфлюенсера с его целевой аудиторией» [Аржанова и др., 2022, с. 67].

В других исследованиях инфлюенсер отождествляется с лидером мнений или с персоной, продвигающей некую продукцию, утверждается, что «инфлюенсер оказывает существенное влияние на целевую аудиторию, продвигает определенные идеи (идеологические, потребительские и др.), что в итоге отражается на системе норм, ценностей и установок реципиентов» [Ефанов, 2022, с. 767]. В.В. Казяба дает следующее

определение: «Инфлюенсеры – люди, получившие популярность благодаря своей деятельности в интернете, лидеры мнений в определенной области, имеющие собственную лояльную аудиторию, как правило, «извлекающие финансовую выгоду из своего присутствия в Сети» [Казяба, 2019, с. 89]. Екатеринбургские исследователи под инфлюенс-маркетингом понимают новый вид продвижения рекламы продвижение товаров и услуг в социальных сетях через блогеров-лидеров мнений [Камарова и др., 2025, с. 148].

В исследовании, посвященном лексическим и синтаксическим средствам в рекламных интеграциях инфлюенсеров, И.В. Борисова [2022] под инфлюенсером предлагает понимать активного пользователя интернета, который благодаря личному и визуальному повествованию о своей жизни привлекает значительное количество подписчиков в блогах и социальных сетях. Популярность инфлюенсеров при этом измеряется количеством подписчиков и их гонорарами. Именно поэтому «рекомендация лидера мнений воспринимается подписчиками как своего рода «знак качества» и за счёт этого априори создаёт продукту отличную репутацию, повышая его ценность в глазах потенциального потребителя» [Борисова, 2022, с. 263].

Петербургский исследователь А.А. Кислицина [2019, с. 56] акцентирует внимание на «космополитичности инфлюенсеров» и их способности влиять на аудиторию вне зависимости от географических границ. Автор также отмечает, что инфлюенсер может не обладать экспертными знаниями в обсуждаемой области, поскольку для аудитории важен сам факт того, что он затрагивает некую тему.

Самопрезентация инфлюенсера предполагает использование характерных лингвистических и экстралингвистических средств. К лингвистическим средствам относят: характерную лексику (использование жаргонизмов, сленга, профессиональной терминологии), специфичную манеру построения фраз, использование риторических приемов, тон и эмоциональную окраску речи. К экстралингвистическим средствам относятся: звуковые элементы (тембр, громкость, темп, интонация, паузы, смех) и невербальные элементы (мимика, жесты, поза, зрительный контакт) [Бушев, 2023].

Желаемый имидж закодирован также во внешнем облике инфлюенсера – стиле одежды, причёске, макияже, фоне съёмки, использованных локациях и реквизите. Способность инфлюенсера столь тщательно конструировать имидж и управлять собственным многогранным образом свидетельствует об активной роли данного актора. Этим он принципиально отличается от пассивного, управляемого субъекта. Изучая деконструкцию образа, А.А. Ефанов [2021] видит в инфлюенсинге самостоятельный медийный институт, где личность с помощью цифровых каналов напрямую взаимодействует с аудиторией, формируя и транслируя собственные смыслы. В этой парадигме инфлюенсеры выступают не просто распространителями информации, а активными создателями нарративов и альтернативных медиапродуктов, оспаривая монополию традиционных СМИ на формирование медиареальности, то есть акцент переносится исследователем с коммерческой сущности явления на ее культурно-коммуникационную ценность.

Исследователи Р.А. Захаркин, Н.А. Аргылов также считают, что приравнивать инфлюенсера к лидеру мнений или рассматривать его исключительно как маркетинговый феномен не вполне корректно. В данном подходе под понятием «инфлюенсер» понимается медиазначимая личность, которая может транслировать идеи и создавать контент, выступая в качестве «медиазначимого другого». «Как медиазначимые другие инфлюенсеры могут оказывать социализирующее влияние в рамках разнообразных сфер, с которыми взаимодействуют современные индивиды» [Аргылов, Захаркин, 2021, с. 35]. Такие личности, обладая определенным статусом в медиасреде, влияют на жизненные позиции и поведение целевых аудиторий. Медиазначимые другие замещают традиционные источники социальных ориентиров (семью, образовательные институты), поскольку способны быстрее

интерпретировать общественные изменения и помогать аудитории адаптироваться к ним. Таким образом, инфлюенсеры становятся мощным инструментом формирования общественных взглядов и представлений, управления восприятием и поведением аудитории, основанным на глубинном понимании когнитивных процессов, психологических эффектов и новейших технологических достижениях [Мельник, 2024, с. 109].

Суммируя взгляды разных исследователей, мы можем выделить ключевые характеристики инфлюенсера как медийного актора.

Это, в первую очередь, персонифицированное повествование о жизни и образе жизни, направленное на вовлечение целевых аудиторий и регулярное взаимодействие с ними как в онлайн-, так и в офлайн-среде, ведущее к формированию эмоциональных связей и доверительных отношений.

Во-вторых, прослеживается монетизация деятельности, реализуемая через рекламные интеграции, партнерские программы, гонорары и иные формы финансового вознаграждения.

В-третьих, инфлюенсер выполняет роль медиазначимой личности, оказывающей влияние на ценностные ориентации и поведенческие паттерны широкой аудитории. Эта роль поддерживается за счет целенаправленных усилий по созданию и поддержанию привлекательного, убедительного имиджа.

Примечательно, что в инфлюенсинге наличие глубоких экспертных знаний в обсуждаемой области не является обязательным условием эффективности. Ключевыми факторами в данном случае являются публичный характер коммуникации, а также способность субъекта привлекать внимание к определенной проблематике, формировать и транслировать новые смыслы.

В совокупности указанные характеристики формируют сложный и многогранный образ инфлюенсера, что позволяет рассматривать его как субъект, эволюционирующий в сторону самостоятельного медийного института.

Таким образом, мы можем предложить следующую дефиницию: *инфлюенсер – это актер, который формирует эмоциональные связи с целевыми аудиториями через персонализированное повествование о своей жизни и вовлечение в коммуникацию с целью воздействия на ценности и поведение широкой аудитории.*

Концептуализация и дефиниция термина «виртуальный инфлюенсер»

В современном медиaprостранстве инфлюенсер может быть как человеком, так и ИИ-генерируемым персонажем. Феномен виртуальных инфлюенсеров появился в середине 2010-х годов. Его появлению предшествовали персонажи-талисманы – «маскоты» (от фр. *mascotte*), которые олицетворяли бренд, компанию или сообщество. Как и маскоты, виртуальные инфлюенсеры являют собой вымышленный персонаж, который ориентирован на взаимодействие с аудиторией и усиление идентичности бренда. Однако если маскот преимущественно выполняет роль символа и талисмана, то виртуальный инфлюенсер расширяет данный функционал, становясь самостоятельной медийной фигурой, способной взаимодействовать с подписчиками, генерировать контент и даже влиять на тренды [Шарков и др., 2022]. Благодаря развитию генеративных технологий, маскоты могут эволюционировать в виртуальных инфлюенсеров, превращаясь из статичных символов в активных участников коммуникаций, о чем в своей работе пишут К.Л. Leggett и W.Е. Davies [2025]. Например, бренд KFC трансформировал статичный образ Полковника Сандерса в модного молодого виртуального персонажа, который рассказывает о стиле жизни и флирте; бренд McDonald's переосмыслил своего Рональда Макдональда, сменив детский образ клоуна на стильного и загадочного молодого человека, публикующего

атмосферные посты о моде; бренд Nestlé превратил мультперсонажа кролика Nesquik в антропоморфного виртуального инфлюенсера Куики (Quiky), продвигающего здоровый образ жизни, спорт и путешествия.

Виртуальными инфлюенсерами называют персонажей, «сгенерированных с помощью технологий 3D-моделирования, анимации, искусственного интеллекта и дополненной реальности». [Романова, Виноградова, 2025, с. 42]. Являясь по сути искусственными персонажами, они тем не менее воспринимаются авторами текстов как автономные субъекты. Исследователи P. Pushparaj и Vijay Prasad Kushwaha делают вывод о том, что такие персонажи выступают в роли эффективного средства коммуникации между брендами и потребителями. Они обладают всеми основными признаками инфлюенсера: вовлекают аудиторию в диалог, оказывают влияние, формируют доверие и способствуют укреплению лояльности к бренду. При этом виртуальные фигуры способны воздействовать на поведение и принятие решений своей аудиторией. В своей публикации авторы используют термины *digital human influencer* и *Social Media Virtual Influencer (SMVI)*, подчеркивающие, что эти личности не существуют в реальности, но при этом они активно взаимодействуют с пользователями. Концепция виртуального персонажа включает разработку уникальной истории, характера, внешности и ценностей, полностью соответствующих бренду, достижение максимально естественного облика и поведения, что реализуется с помощью технологий CGI, motion capture и синтеза речи [Pushparaj et al., 2025].

Кластеризация терминов виртуального инфлюенсинга

В рамках исследования был проведен контент-анализ текстовых источников, затрагивающих деятельность инфлюенсеров и виртуальных инфлюенсеров. Из полученного корпуса материалов осуществлена выборка лексических вариантов, выступающих синонимами к базовому термину «виртуальный инфлюенсер»: «CGI-инфлюенсер (Computer-Generated Imagery)», «AI-генерируемый персонаж», «нейросетевой инфлюенсер», «генеративный блогер».

В корпусе выявлено 43 уникальные номинации, из которых 11 относятся к группе, отражающей технологию создания (26 %), 25 – к функциональной группе (58 %), 6 – к визуальной (16 %). Средняя плотность терминологического употребления составила 2,45 номинации на один текст. При этом 71 % публикаций содержат более одного варианта обозначения, что свидетельствует о высокой вариативности терминопотребления в пределах одного дискурсивного контекста.

Кластеризация терминов позволила выделить три группы: по технологии создания, по выполняемым функциям, по визуальным характеристикам. Рассмотрим их последовательно.

1. По технологии создания: виртуальный инфлюенсер (*virtual influencer*), виртуальный персонаж, генеративный цифровой персонаж, ИИ-инфлюенсер, нейросетевой инфлюенсер, синтетический инфлюенсер (*synthetic persona*), цифровой инфлюенсер, AI-генерируемый инфлюенсер (*AI-generated influencer*), CGI-инфлюенсер (*Computer-Generated Imagery*), *deepfake*-персонаж, *digital*-инфлюенсер (*digital influencer*). В ряду терминов можно выделить как нейтральные обозначения («виртуальный персонаж», «цифровой инфлюенсер»), так и термины с ярко выраженной технологической коннотацией («ИИ-инфлюенсер», «*deepfake*-персонаж», «CGI-инфлюенсер»). Отглагольные и сложносоставные прилагательные («генеративный», «AI-генерируемый», «нейросетевой», «синтетический») акцентируют внимание на процессе и способе создания персонажа.

Наиболее частотными внутри группы являются: «виртуальный инфлюенсер» – 94 употребления (15,3 % от общего массива), «ИИ-инфлюенсер» – 28 употреблений (4,6 %), «CGI-инфлюенсер» – 19 употреблений (3,1 %).

2. По функциям персонажа. В данной группе наиболее часто используются термины «виртуальный инфлюенсер» – упоминался 61 раз (10 %) и «виртуальный блогер» / «цифровой блогер» — 57 употреблений (9,3 %). Более половины всех терминов относятся к этой группе, что указывает на тенденцию описания цифрового персонажа через социально-ролевую парадигму. Среди выявленных терминов: брендированный виртуальный инфлюенсер, виртуальная медийная личность, виртуальная модель, виртуальный амбассадор, виртуальный консультант, виртуальный контент-креатор, виртуальный лидер мнений, виртуальный маскот (виртуальный маскот бренда), виртуальный промоутер, виртуальный спикер, виртуальный сторителлер, виртуальный трендсеттер, виртуальный UGC-креатор (user-generated content creator), ИИ-стар, кибер-кумир, метаверс-инфлюенсер (metaverse influencer), метавселенческий инфлюенсер, opinion leader, цифровая звезда, цифровая знаменитость, цифровая сущность, цифровой аватар, цифровой блогер, цифровой спикер, digital native influencer, digital-лидер мнений, NFT-персонаж, synthetic celebrity, virtual idol. К базовому определению «виртуальный инфлюенсер» добавляются компоненты, раскрывающие функциональную специализацию персонажа – «брендированный», «медийная личность», «амбассадор», «консультант», «контент-креатор», «лидер мнений», «маскот», «промоутер», «спикер», «сторителлер», «трендсеттер», «UGC-креатор» и др. Эти термины указывают на разнообразие ролей и задач, которые могут выполнять цифровые субъекты в медиaprостранстве. Отдельного внимания заслуживает появление терминов, подчеркивающих уникальность цифровых субъектов: «ИИ-стар», «кибер-кумир», «метаверс-инфлюенсер», «synthetic celebrity». Здесь язык фиксирует переход от традиционных форм медийной идентичности к новым, синтетическим формам, где границы между реальным и виртуальным становятся все более размытыми.

3. По визуальным характеристикам в настоящее время существуют следующие номинации: аватар Web3.0, анимированный инфлюенсер, гиперреалистичный аватар, роботизированный инфлюенсер, 3D-персонаж, digital-модель. Семантическая структура этих терминов акцентирует искусственное происхождение денотатов и отражает при этом визуальную идентичность персонажей. Цифровые объекты получают антропоморфные характеристики, номинативные конструкции указывают на профессиональные компетенции и социальную роль виртуального персонажа, обычно ассоциируемую с человеком, что демонстрирует механизм онтологического смещения [Ансельмо, 2006]. Онтологическое смещение – это процесс, при котором представление о реальности начинает восприниматься как сама реальность. При этом производные элементы (вторичные) – символические, медиатизированные или социально сконструированные – получают статус объективной реальности и воспринимаются как первичные.

Наиболее частотным термином является «гиперреалистичный аватар» (37 употреблений – 6 %. В этом словосочетании «гиперреалистичный аватар» традиционно вторичное, вспомогательное по отношению к понятию «человек» понятие «аватар» становится основным, а прилагательное «гиперреалистичный» акцентирует внимание на иллюзии реальности, которая предстает даже более детализированной и правдоподобной, чем сама реальность. В гиперреальности персонаж (цифровой двойник, визуализация, генеративный контент) подменяет настоящее, становится более убедительным, более насыщенным, более впечатляющим, чем сама реальность [Бодрийяр, 2015]. Такие термины, как «гиперреалистичный аватар», «генеративный персонаж», «цифровая сущность» фиксируют не столько связь с реальным прототипом, сколько автономию и самодостаточность симулякра. Они презентуются как самостоятельные участники коммуникации, обладающие собственной медийной ценностью.

Прилагательные «виртуальный», «цифровой», «digital» используются как взаимозаменяемые. Кроме того, многие термины имеют разный уровень абстракции:

от конкретных ролей («виртуальный консультант») до обобщённых понятий («цифровая сущность»). Расширение терминологической группы инфлюенсинга происходит за счет гибридных терминов. В понятиях «AI-инфлюенсер», «ИИ-стар» прослеживается контаминация лексических полей: технические термины присоединяются к обозначениям области человеческой деятельности (см. об этом [Пекарская, 2013]).

Очевидно, что виртуальные инфлюенсеры перестают восприниматься как исключительно технологический продукт. Эти синтетические медийные персоны, созданные с помощью цифровых технологий, позиционируются как самостоятельные субъекты коммуникации (автономная цифровая сущность, digital entity), наделяются антропоморфными чертами. В коммуникационных сообщениях подчеркивается их самодостаточность, способность к выполнению профессиональных задач. Им приписываются социальные функции реального инфлюенсера (лидера мнений, бренд-амбассадора). Это позволяет рассматривать виртуального инфлюенсера не только как продукт цифровых технологий, но и как институционализирующийся субъект медиакommunikации.

Сопоставление конститутивных признаков понятий «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер»

Для моделирования четкой дефиниции необходимо выявить конститутивные признаки, которые являются определяющими для формирования и существования объекта. Выделим значимые критерии для дифференциации понятий «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер» – это пространство коммуникации, онтологическая основа, источник нарратива, механизм влияния, взаимодействие с аудиторией, монетизация деятельности, ценностное воздействие на целевую аудиторию, коммуникационный потенциал, уязвимость (см. таблицу).

Ключевым отличием виртуального инфлюенсера является его сущность: это синтетический, алгоритмически сконструированный медиаактор. Виртуальный персонаж имитирует человеческие реакции, его влияние строится на гиперреалистичной симуляции эмоциональных связей, которая, с одной стороны, очевидна, с другой – находится как бы в «серой зоне» восприятия аудитории [Yu et al., 2024]. Пользователь сознательно идет на контакт с синтетическим персонажем, вероятно, ощущая большую безопасность этого общения. Доверие к такому персонажу само по себе парадоксально: виртуальный инфлюенсер изначально создает иллюзию реалистичности, он неискренен (как симулякр), но аудитория сознательно принимает правила игры.

Человеческое общение более спонтанно и непредсказуемо, это то, что привлекает аудиторию, с одной стороны, и ведет к рискам для бренда – с другой. Ключевое различие проявляется в авторстве сообщений: у человека-инфлюенсера – личное «Я», у виртуального – реальный субъект PR (бренд).

Фундаментальным отличием является аутентичность нарратива: личная история инфлюенсера-человека основана на реальных событиях, для виртуального персонажа копирайтеры и сценаристы создают легенду, основываясь на стратегии позиционирования бренда. Трансляция ценностей у человека представляет естественное выражение личных убеждений, адаптированных под ценности продвигаемых брендов. У виртуального инфлюенсера наблюдается обратный процесс: ценности конструируются под запросы целевой аудитории и идеологию бренда.

Таким образом, в соответствии с рассмотренными конститутивными признаками можно дать следующее определение виртуального инфлюенсера: *это созданный с помощью цифровых технологий медиаперсонаж с заданными социальной ролью и биографией, который функционирует в виртуальной среде, имитирует эмоциональное вовлечение и ведет коммуникацию с аудиторией через гиперреалистичные нарративы, при этом полностью управляется создателем и функционирует в интересах бренда.*



Конститутивные признаки понятий
 «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер»
 Constitutive features of the “influencer” and “virtual influencer” concepts

Критерий	Инфлюенсер (человек)	Виртуальный инфлюенсер
Пространство коммуникации	Реальный и виртуальный мир	Виртуальный мир
Онтологическая основа	Человек	Сгенерированный цифровой продукт (CGI/AI) с присвоенной социальной ролью
Социальные функции	Коммуникативные, имиджевые, маркетинговые	Коммуникативные, имиджевые, маркетинговые
Источник нарратива	Личный опыт, биография	Сконструированный сценарий – «биография», созданная для бренда
Механизм влияния	Персонализированный нарратив, искренность и эмпатия, вовлечение аудитории, доверие к персоне, авторитет персоны	Гиперреалистичная симуляция персонализированного нарратива, иллюзия искренности, имитация эмпатичного поведения, отображение «желаемого», вовлечение аудитории, доверие к бренду, авторитет бренда
Взаимодействие с аудиторией	Спонтанное, в любых существующих форматах	Запрограммированное, через публикацию информации – комментарии, ответы на вопросы и участие в дискуссиях
Монетизация деятельности	Доход от рекламы, интеграций, процент с продаж, получает непосредственно инфлюенсер	Доход от рекламы, интеграций, процент с продаж, получает создатель (владелец)
Ценностное воздействие	Трансляция личных убеждений, которые сопоставимы с ценностями бренда	Таргетированная трансляция: ценности бренда/алгоритма, соответствующие потребностям целевой аудитории
Коммуникационный потенциал	Постоянное творческое развитие, креативность решений	Зависит от эффективности работы создателя. Их возможности в создании новых смыслов и нарративов ограничены запрограммированным поведением.
Уязвимость	Репутационные риски (скандалы, ошибки), непредсказуемость поведения	Невозможность спонтанных ошибок из-за высокого уровня контроля. Риск сбоя программы, клонирования, взлома баз данных.

Заключение

Инфлюенсинг является социально-культурным феноменом, неразрывно связанным с развитием цифровых технологий и трансформацией медиасреды. В научных работах авторы обращают внимание на базовые операционные характеристики инфлюенсера: степень и методы воздействия на целевые аудитории, экономические аспекты его деятельности, роли в публичном пространстве, способы реализации этой роли, особые компетентность. Границы между реальным и виртуальным становятся всё менее определёнными, что находит отражение и в языке. Для точного понимания и использования терминов «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер» важно учитывать контекст, цели коммуникации и специфику платформы, на которой указанные акторы функционируют.

В результате проведенного теоретико-аналитического исследования систематизированы функциональные, семантические и медиакоммуникационные особенности употребления терминов «инфлюенсер» и «виртуальный инфлюенсер». Анализ корпуса текстовых источников показал сложную и динамичную картину формирования терминологического поля, высокую вариативность терминопотребления, отсутствие устойчивых дефиниций.

Терминология, связанная с виртуальным инфлюенсерингом, отражает не только технические аспекты создания и функционирования цифровых персонажей, их многообразные роли в медиапространстве, но и особенности их визуальной репрезентации. Автором уточнены понятийные границы терминов. Под «инфлюенсером» мы будем понимать актора, формирующего эмоциональные связи с целевыми аудиториями через персонализированное повествование о своей жизни и вовлечение в коммуникацию с целью воздействия на ценности и поведение широкой аудитории; под «виртуальным инфлюенсером» – созданного с помощью цифровых технологий медиаперсонажа с заданными социальной ролью и биографией, функционирующего в виртуальной среде, имитирующего эмоциональное вовлечение и ведущего коммуникацию с аудиторией через гиперреалистичные нарративы, при этом полностью управляемого создателем и функционирующего в интересах бренда. Таким образом, несмотря на тенденцию к максимальному сближению инфлюенсеров и виртуальных инфлюенсеров в виртуальном пространстве, в терминах сохраняется необходимая смысловая дистанция, которая позволяет избежать полной подмены реальности ее цифровым аналогом.

Очевидно, что в ближайшем будущем предстоит увидеть рождение все большего количества терминов и категорий, отражающих гибридизацию реального и виртуального; можно предположить появление новых номинаций и значений, в которых различие между реальным и цифровым будет ещё менее выраженным и очевидным. Сегодня научное сообщество начинает осмысление феномена виртуальных инфлюенсеров, их воздействие на общество и роли в коммуникационном процессе, и научная дефиниция этого явления – необходимое условие для дальнейших исследований.

Список литературы

- Ансельмо Э.Л. 2006. Киберпространство в международном законодательстве: опровергает ли развитие интернета принцип территориальности в международном праве? *Экономические стратегии*, 8(2/44): 24–31.
- Аржанова К.А., Довжик Г.В., Довжик В.Н. 2022. Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы. *Вестник университета*, 9: 65–71. DOI: [10.26425/1816-4277-2022-9-65-71](https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-9-65-71)
- Бодрийяр Ж. 2015. Симулякры и симуляции. Пер. с фр. А. Качалова. Москва, Постум, 238 с. (Baudrillard Je. 1981. *Simulacres et simulation*. Paris, 233 p.)
- Борисова И.В. 2022. Инфлюенс-маркетинг в интернет-дискурсе: прагмалингвистический аспект. *Мир науки, культуры, образования*, 5(96): 262–265. DOI: [10.24412/1991-5497-2022-596-262-265](https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-596-262-265)
- Бушев А.Б. 2023. Концепция многоосевого построения имиджа. *Этнопсихоллингвистика*, 2(13): 75–89. DOI: [10.31249/epl/2023.02.06](https://doi.org/10.31249/epl/2023.02.06)

- Виноградова К.Е. 2023. Развитие искусственного интеллекта и трансформация журналистики: новые возможности и вызовы. *Гуманитарный вектор*, 18(3): 121–130. DOI: [10.21209/1996-7853-2023-18-3-121-130](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2023-18-3-121-130)
- Дудкина А.В. 2022. Роль инфлюенсеров Instagram в формировании ценностных ориентиров российской молодежи. *Коммуникативные исследования*, 9(4): 767–781. DOI: [10.24147/2413-6182.2022.9\(4\).767-781](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2022.9(4).767-781)
- Ефанов А.А. 2021. Деконструкция образа инфлюенсера в современном медиaprостранстве. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 5: 32–46. DOI: [10.14515/monitoring.2021.5.1958](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1958)
- Ефанов А.А. 2022. Инфлюенсер как особый тип лидера общественного мнения. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*, 27(4): 767–774. DOI: [10.22363/2312-92202022-27-4-767-774](https://doi.org/10.22363/2312-92202022-27-4-767-774)
- Захаркин Р.А., Аргылов Н.А. 2021. Инфлюенсеры как медиазначимые другие: современные тренды вторичной социализации. *Власть*, 29(6): 27–37. DOI: [10.31171/vlast.v29i6.8674](https://doi.org/10.31171/vlast.v29i6.8674)
- Казяба В.В. 2019. Вербальная самопрезентация немецкоязычных инфлюенсеров в Instagram. *Научный диалог*, 9: 88–102. DOI: [10.24224/2227-1295-2019-4-88-102](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-4-88-102)
- Камарова Т.А., Тонких Н.В., Бегичева С.В. 2025. Блоггерство – хобби или профессия? Представления студенчества. *Народонаселение*, 28(2): 145–159. DOI: [10.24412/1561-7785-2025-2-145-159](https://doi.org/10.24412/1561-7785-2025-2-145-159)
- Кислицына А.А. 2019. Маркетинг влияния в современных политических кампаниях. *Общество: политика, экономика, право*, 8(73): 54–58. DOI: [10.24158/pep.2019.8.9](https://doi.org/10.24158/pep.2019.8.9)
- Козырева Н.Е., Мальцева Е.С. 2021. Influence-маркетинг как инструмент продвижения бренда в интернете. *Вестник ОрёлГИЭТ*, 3(57): 40–45. DOI: [10.36683/2076-5347-2021-3-57-40-45](https://doi.org/10.36683/2076-5347-2021-3-57-40-45)
- Кривонос А.Д. 2023. К вопросу о систематизации современной терминологии рекламы и паблик рилейшнз. *Дискурс*, 9(6): 173–183. DOI: [10.32603/2412-8562-2023-9-6-173-183](https://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-6-173-183)
- Мельник Г.С. 2024. Когнитивные подходы в использовании медиатехнологий. В кн.: Медиа в современном мире. 63-и Петербургские чтения. Сборник материалов Международного научного форума (Санкт-Петербург, 18–20 апреля 2024 г.). Под ред. А. А. Малышева. В 2 т. Т. 2. Санкт-Петербург, Медиапапир: 108–110.
- Пекарская И.В. 2013. Лексическая контаминация как принцип и орнаментальный элокутив: к проблеме соотношения понятий и типологии. *Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова*, 4: 90–98.
- Репин А.О. 2025. Сложности в определении дефиниции лидера общественного мнения в условиях современной медиасреде. *Вестник филологических наук*, 5(2): 36–42.
- Романова А., Виноградова К. 2025. Виртуальный инфлюенсер как инструмент продвижения бренда. *Студенческий: научный журнал*, 20–8(316): 41–43.
- Титова Е.В. 2010. Терминологический анализ как метод и задача исследования. *Письма в Эмиссия. Оффлайн*. URL: <http://www.emissia.org/offline/2010/1425.htm> (дата обращения: 18.06.2025).
- Шарков Ф.И., Абишева В.Т., Лучина М.А., Потапчук В.А., Рамазанова Ж.С. 2022. Новые коммуникационные тренды в образовании: цифровые технологии и искусственный интеллект. *Коммуникология*, 10(3): 67–86. DOI: [10.21453/2311-3065-2022-10-3-67-86](https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-3-67-86)
- Leggett K.L., Davies W.E. 2025. Examining a hyper-human virtual brand ambassador as a brand personification strategy. *Journal of Product & Brand Management*. DOI: [10.1108/JPBM-06-2024-5290](https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2024-5290)
- Pushparaj P., Kushwaha B.P., Prashar S. 2025. A systematic literature review of virtual influencers in marketing using bibliometric analysis. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 22: 631–662. DOI: [10.1007/s12208-025-00441-0](https://doi.org/10.1007/s12208-025-00441-0)
- Yu J., Dickinger A., Fung So K.K., Egger R. 2024. Artificial intelligence-generated virtual influencer: Examining the effects of emotional display on user engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76 (C): 103560. DOI: [10.1016/j.jretconser.2023.103560](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103560)

References

- Ansel'mo E.L. 2006. Kiberprostranstvo v mezhdunarodnom zakonodatel'stve: oprovergaet li razvitie interneta printsip territorial'nosti v mezhdunarodnom prave [Cyberspace in International Law: Does the Development of the Internet Refute the Principle of Territoriality in International Law?]. *Economic Strategies*, 8(2/44): 24–31.



- Arzhanova K.A., Dovzhik G.V., Dovzhik V.N. 2022. Influencer marketing: current trends and prospects. *Vestnik universiteta*, 9: 65–71 (in Russian). DOI: [10.26425/1816-4277-2022-9-65-71](https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-9-65-71)
- Bodriyar Z.H. 2015. Simulyakry i simulyatsii [Simulacra and Simulations]. Transl. from french A. Kachalov. Moscow, Postum, 238 p. (Baudrillard Je. 1981. Simulacres et simulation. Paris, 233 p.)
- Borisova I.V. 2022. Influence Marketing in the Internet Discourse: the Pragmalinguistic Aspect. *Mir Nauki, Kul'tury, Obrazovaniya*, 5(96): 262–265 (in Russian). DOI: [10.24412/1991-5497-2022-596-262-265](https://doi.org/10.24412/1991-5497-2022-596-262-265)
- Boushev A.B. 2023. Multiparameter theory of image making. *Ethnopsycholinguistics*, 2(13): 75–89 (in Russian). DOI: [10.31249/epl/2023.02.06](https://doi.org/10.31249/epl/2023.02.06)
- Vinogradova K.E. 2023. Development of Artificial Intelligence and the Transformation of Journalism: New Opportunities and Challenges. *Humanitarian Vector*, 18(3): 121–130 (in Russian). DOI: [10.21209/1996-7853-2023-18-3-121-130](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2023-18-3-121-130)
- Dudkina A.V. 2022. The Role of Instagram Influencers in Shaping Value Orientations of Russian Youth. *Communication Studies*, 9(4): 767–781 (in Russian). DOI: [10.24147/2413-6182.2022.9\(4\).767-781](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2022.9(4).767-781)
- Yefanov A.A. 2021. Deconstruction of an Influencer Image in the Modern Media Space. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 5: 32–46 (in Russian). DOI: [10.14515/monitoring.2021.5.1958](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1958)
- Yefanov A.A. 2022. Influencer as a special type of public opinion leader. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 27(4), 767–774 (in Russian). DOI: [10.22363/2312-92202022-27-4-767-774](https://doi.org/10.22363/2312-92202022-27-4-767-774)
- Zakharkin R.A., Argylov N.A. 2021. Influencers as Media Significant Others: Modern Trends of Secondary Socialization. *Vlast'*, 29(6): 27–37. DOI: [10.31171/vlast.v29i6.8674](https://doi.org/10.31171/vlast.v29i6.8674)
- Kaziaba V.V. 2019. Verbal Self-Representation of German-Speaking Influencers in Instagram. *Nauchnyi dialog*, 9: 88–102 (in Russian). DOI: [10.24224/2227-1295-2019-4-88-102](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-4-88-102)
- Kamarova T.A., Tonkikh N.V., Begicheva S.V. 2025. Blogging — a hobby or a profession? Students' attitudes. *Population*, 8(2): 145–159 (in Russian). DOI: [10.24412/1561-7785-2025-2-145-159](https://doi.org/10.24412/1561-7785-2025-2-145-159)
- Kislitsina A.A. 2019. Influence Marketing in Modern Political Campaigns. *Society: Politics, Economics, Law*, 8(73): 54–58 (in Russian). DOI: [10.24158/pep.2019.8.9](https://doi.org/10.24158/pep.2019.8.9)
- Kozyreva N.E., Maltseva E.S. 2021. Influence-Marketing as a Tool of Brand Promotion on the Internet. *OrelSIET bulletin*, 3(57): 40–45 (in Russian). DOI: [10.36683/2076-5347-2021-3-57-40-45](https://doi.org/10.36683/2076-5347-2021-3-57-40-45)
- Krivososov A.D. 2023. On the Systematization of Modern Terminology of Advertising and Public Relations. *Discourse*, 9(6): 173–183 (in Russian). DOI: [10.32603/2412-8562-2023-9-6-173-183](https://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-6-173-183)
- Mel'nik G.S. 2024. Kognitivnye podkhody v ispol'zovanii mediatekhnologii [Cognitive approaches to the use of media technologies]. In: *Media v sovremennom mire. 63-i Peterburgskie chteniya* [Media in the modern world. 63rd St. Petersburg readings]. Collection of materials from the International scientific forum (St. Petersburg, April 18–20, 2024). Ed. A.A. Malyshev. In 2 vols. Vol. 2. St. Petersburg, Publ. Mediapapir: 108–110.
- Pekarskaya I.V. 2013. Lexical Contamination as a Principle and Ornamental Elocution: to the Problem of Concepts and Typology Correlation. *Vestnik Khakasskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.F. Katanova*, 4: 90–98.
- Repin A.O. 2025. Difficulties in specifying the definition of the leader of public opinion in modern media. *Philological Sciences Bulletin*, 5(2): 36–42 (in Russian).
- Romanova A., Vinogradova K. 2025. Virtual Influencer as a Brand Promotion Tool. *Studencheskii: nauchnyi zhurnal*, 20–8(316): 41–43.
- Titova E.V. 2010. Terminologicheskii analiz kak metod i zadacha issledovaniya [Terminological analysis as a method and task of research]. *The Emissia. Offline Letters*. URL: <http://www.emissia.org/offline/2010/1425.htm> (accessed: June 18, 2025).
- Sharkov F.I., Abisheva V.T., Luchina M.A., Potapchuk V.A., Ramazanova Zh.S. 2022. New communication trends in education: digital technologies and artificial intelligence. *Communicology*, 10(3): 67–86 (in Russian). DOI: [10.21453/2311-3065-2022-10-3-67-86](https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-3-67-86)
- Leggett K.L., Davies W.E. 2025. Examining a hyper-human virtual brand ambassador as a brand personification strategy. *Journal of Product & Brand Management*. DOI: [10.1108/JPBM-06-2024-5290](https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2024-5290)
- Pushparaj P., Kushwaha B.P., Prashar S. 2025. A systematic literature review of virtual influencers in marketing using bibliometric analysis. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 22: 631–662. DOI: [10.1007/s12208-025-00441-0](https://doi.org/10.1007/s12208-025-00441-0)



Yu J., Dickinger A., Fung So K.K., Egger R. 2024. Artificial intelligence-generated virtual influencer: Examining the effects of emotional display on user engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76 (C): 103560. DOI: [10.1016/j.jretconser.2023.103560](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103560)

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 03.08.2025

Поступила после рецензирования 14.01.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received August 03, 2025

Revised January 14, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Виноградова Ксения Евгеньевна, кандидат политических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ksenia E. Vinogradova, Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Advertising and Public Relations, Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia.



УДК 373.3
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-47-57
EDN EPDCBB

Глобальные СМИ транснациональных корпораций (кто стоит за ведущими западными медиа)

Маркина Ю.В.

Ростовский государственный экономический университет
Россия, 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69
yulia_markina@list.ru

Аннотация. В условиях медийной глобализации транснациональные медиакорпорации и входящие в них медиа становятся ключевыми игроками в формировании глобальных политических стратегий. Процессы концентрации и монополизации СМИ требуют изучения на основе подходов, рассматривающих СМИ как феномен медиаиндустрии и как социально-политический ресурс воздействия на аудиторию. Цель исследования – обоснование важности учета структурно и экономически значимых особенностей при изучении транснациональных медиакорпораций как основного сегмента мировой информационной индустрии, оказывающего значительное влияние на глобальное информационное пространство. Показано, что актуальные проблемы независимости и разнообразия контента, создаваемого медийными транснациональными медиакорпорациями, объединение и контроль ими информационных ресурсов на глобальном уровне, а также масштабы их доминирования в медиапространстве, регулирования медийного контента и влияния на социокультурные процессы следует рассматривать исходя из показателей текущей динамики их структурно-экономического развития. Научная новизна исследования заключается в оценке влияния медийных конгломератов на формирование и особенности функционирования плюралистического информационного пространства.

Ключевые слова: медийные ТНК, монополизация СМИ, медиаэкономика, глобализация, глобальные СМИ, медиаиндустрия

Для цитирования: Маркина Ю.В. 2026. Глобальные СМИ транснациональных корпораций (кто стоит за ведущими западными медиа). *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 47–57. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-47-57 EDN EPDCBB

Global Media of Multinational Corporations (Who are Behind the Leading Western Media)

Yulia V. Markina

Rostov State University of Economics
69 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don 344002, Russian Federation
yulia_markina@list.ru

Abstract. In the context of the global media landscape, transnational media conglomerates and their affiliated outlets are emerging as significant players in shaping global political narratives. This necessitates a deeper comprehension of the processes of media consolidation and monopolization, which can be approached through the lens of both industry and socio-political perspectives on media as a phenomenon. The purpose of this research is to emphasize the importance of incorporating structural and economic aspects into the analysis of transnational corporations, given their significant position within the global information system and their major impact on the world's information landscape. The study introduces a

novel approach by examining the impact of media conglomerates on the development and operation of a pluralistic information environment. The analysis underscores the critical importance of evaluating the independence and diversity of content produced by these transnational corporations. It also explores their integration and control over global information resources, as well as their significant influence on media content regulation and socio-cultural dynamics. These assessments should be made in light of the ongoing structural and economic transformations within the media industry.

Keywords: media corporations, media monopolization, media economy, globalization, global media, media industry

For citation: Markina Yu.V. 2026. Global Media of Multinational Corporations (Who Are Behind the Leading Western Media). *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 47–57 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-47-57 EDN EPDCBB

Введение

Глобальные медиа – это мощные информационные ресурсы, воздействующие на аудиторию за пределами национальных границ и влияющие на общественное мнение по всему миру. Глобальные медиа развивались в разных странах на протяжении многих десятилетий в результате усиления экономической составляющей процессов концентрации, которые стали активно вовлекать бизнес в политическую сферу, что проявлялось в значительном влиянии крупных транснациональных компаний на финансовую систему многих стран. Экономическое влияние бизнеса даёт ему возможность формировать глобальные политические стратегии, которые могут не совпадать с национальными интересами, тем самым подрывая суверенитет государств. Медиакорпорации обладают огромным влиянием благодаря финансовым активам, технологическим инновациям и политическим связям, что делает их значимыми участниками глобальной информационной системы, лидерами на рынке производства и распространения контента. Концентрация власти в руках небольшого числа игроков приводит к контролю над информационными потоками, что может исказить объективную картину мира, а также дает возможность влиять на общественное мнение и формировать определенный политический климат. Анализ структуры медийных транснациональных корпораций (ТНК) позволяет глубже понять принципы их функционирования и воздействие на международный информационный рынок.

Различные аспекты деятельности транснациональных информационных компаний, охватывающих в глобальном масштабе страны и континенты, активно изучаются учеными разных стран. Е.Л. Варганова исследует влияние глобальной цифровой трансформации на национальные системы связи и предлагает пересмотреть теоретическую модель медиасистемы [Варганова, 2023]. В диссертационном исследовании Н.О. Юдина подчёркивается, что ТНК стремятся создать выгодные для себя политические условия в странах, где они ведут свою деятельность, а также распространяют западные (глобалистские) идеи среди политических элит и граждан принимающих государств [Юдин 2021]. Б. Родни анализирует правовое и экономическое регулирование медиакомпаний, а также то, как различные формы собственности влияют на процесс создания новостного контента [Rodney, 2019]. Исследователи Микки Ли, Дал Ен Чжин выявляют организационные структуры, бизнес-стратегии, сети стратегических альянсов и государственную политику в контексте глобальных медиа [Lee, Jin, 2017]. В исследованиях, посвященных медиаиндустрии зарубежных стран [Вороненкова, 2015; Лучинский, 2022; Мартыненко, Малаховская, 2023], подчёркивается, что медиакомпании обладают мощными ресурсами и технологиями, позволяющими им воздействовать на общественное мнение и информационное поле как на национальном, так и на международном уровне. Рассматриваются проблемы концентрации СМИ, например, вопросы взаимодействия с государственными структурами и крупными инвесторами, манипулирования

общественным мнением; дефиниции «медиахолдинг» и «медиагруппа», модели организации межрегиональных медиахолдингов в России [Карпенко, 2023; Смирнов, 2020; Молчанова, 2018]. Однако без понимания структурно и экономически важных характеристик транснациональных медиакомпаний невозможно в полной мере понять механизмы их влияния на глобальном и национальном медиарынках, а также выработать эффективные стратегии противодействия вызовам, связанным с их доминированием. При этом анализ исследований проблем влияния транснациональных медийных корпораций показал, что структура и функциональность транснациональных медийных корпораций изучены недостаточно.

Цель исследования – обосновать важность учета структурно и экономически значимых особенностей при изучении транснациональных медиакорпораций как основного сегмента мировой информационной индустрии, оказывающего значительное влияние на глобальное информационное пространство.

Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования использованы академические журналы, посвященные медиа и экономике СМИ за 2006–2025 годы, а также отчеты таких корпораций, как News Corp., ViacomCBS, Comcast Corporation (NBCUniversal), Lagardère и др. за последние 10 лет, размещенные в академических журналах, специализирующихся на медиа и экономике СМИ, и на сайтах вышеназванных корпораций.

В исследовании применяются общенаучные методы (анализ, синтез, обобщение), а также различные подходы: системный, рассматривающий глобальные СМИ как сложную систему; исторический, позволяющий рассмотреть историческую эволюцию экономической модели западных СМИ; структурно-функциональный, помогающий понять, какие функции выполняют мировые СМИ (информирующая, идеологическая, развлекательная) и анализирующий распределение ролей между участниками этого процесса – от владельцев до журналистов и общественности.

Формирование медийных ТНК

Появление транснациональных медиакорпораций связано с периодом после Второй мировой войны, когда крупные западные медиагруппы начали активно расширять своё присутствие за пределами национальных границ. Это стало возможным благодаря стремительному росту прямых иностранных инвестиций, а также глобальным экономическим, технологическим и социальным изменениям. Главными инвесторами были США, направлявшие средства в развивающиеся страны. Однако в начале 1970-х годов этот процесс замедлился, и финансовые потоки сместились в Западную Европу, а с начала 1980-х годов Англия, Германия и Канада стали активно вкладываться в экономику США.

Одним из преимуществ ТНК является их устойчивость, обусловленная в первую очередь финансовыми возможностями. При возникновении экономических кризисов в одной стране эти компании могут перенести свои операции в другие регионы, минимизируя возможные потери. Высокие прибыли и доступ к международным финансовым рынкам позволяют этим компаниям инвестировать в инновационные проекты, развивать новые технологии и вносить значительный вклад в экономическое развитие. В свою очередь, финансовые рычаги, как отмечено в работах Т. Флю, становятся механизмом более масштабного процесса глобализации, который приводит к перераспределению влияния в политической и экономической сферах между национальными институтами, такими как правительства и профсоюзы, и транснациональными медиакорпорациями в пользу последних [Flew, 2007, p. 73]. Деятельность этих корпораций способствует усилению монополизации в медиаиндустрии, что проявляется в социокультурном коммуникационном пространстве. В условиях конкуренции всё чаще происходят слияния и укрупнения медиакомпаний. Так, например, в начале 1980-х годов в США

медиаиндустрия находилась под контролем примерно полусотни крупных компаний. К концу XX века количество доминирующих игроков сократилось до десяти. В настоящее время выделяются восемь самых доходных транснациональных медиакорпораций, при этом доминирующими по-прежнему являются американские компании. Согласно статистическим данным 2025 года, это так называемая «большая восьмерка» – *Google* (США), *News Corporation* (ныне разделенная на две компании: *News Corp.* и *21st Century Fox* – США), *Warner Bros. Discovery* (ранее *WarnerMedia* и *Time Warner* – США), *Walt Disney Co.* (США), *Bertelsmann* (Германия), *Paramount Global* (ранее *Viacom* – США), *DirecTV* (США), *Comcast* (США)¹. К этой группе близки также такие компании, как *Hearst Corporation* (США), *CBS Corporation* (США), *Axel Springer* (Германия), *Yomiuri Shimbun Holdings* (Япония), *Fuji Media Holdings* (Япония) и *Mediaset* (Италия), *China Media Group* или *CMG* (Китай). Тенденция очевидна: экономика медиаиндустрии в настоящее время благоприятствует росту крупных конгломератов и транснациональных корпораций (ТНК).

За названными ТНК следуют влиятельные массмедиа, которые можно назвать «вторым эшелон» монополий. Это, например, такие авторитетные издания с многолетней историей, как *The New York Times* и *The Financial Times*, а также популярные журналы *Time* и *Economist*, телесети *CNBC*, *Bloomberg TV*, *ABC*, *Euronews* и *Al Jazeera*.

Характеризуя развитие процессов монополизации СМИ в странах Европы, отметим, что на рубеже XX–XXI веков национальный уровень концентрации СМИ европейских стран уступил место глобальному, что было обусловлено в том числе и общеевропейской интеграцией. Концентрация СМИ начала способствовать их коммерциализации, что сделало их важными платформами не только для получения выгод и прибыли, но и для продвижения своих идей и управления восприятием реальности зрителем. По мнению специалистов, коммерциализация ведет к негативным последствиям на рынке СМИ (как российских, так и зарубежных): приоритет коммерческих интересов над информационными интересами аудитории, изменяющий характер новостей и редакционного продукта; отказ от принципов независимой, объективной журналистики [Красноярова, 2006, с. 110].

В условиях дигитализации европейские медиакорпорации стали выделять больше ресурсов для производства информационных и развлекательных продуктов в сегменте цифровой среды. «Британские медиагруппы Pearson и ITV, немецкий концерн Bertelsmann, французская корпорация Vivendi и итальянская Mediaset адаптировали свои бизнес-модели и медиаконтент для различных платформ, изменив свою структуру с акцентом на интернет-отделы, чтобы производить больше развлекательных продуктов для европейских зрителей» [Вартанова, 2012, с. 14]. В процессе экономической и технологической интеграции ведущие европейские медиакомпании не только усиливают свои позиции в цифровом пространстве, но и формируют новые бизнес-подразделения, которые успешно интегрируют традиционные методы работы и инновационные подходы к медиаиндустрии. Vivendi, например, не только является лидером на рынке платного телевидения во Франции благодаря группе Canal+, но и занимает ведущие позиции в мировой индустрии видеоигр (Activision Blizzard), в музыкальной сфере (Universal Music Group), а также в области активных телекоммуникаций. В частности, компания управляет крупными операторами во Франции (SFP), Марокко (Maroc Telecom) и Бразилии (GTV). Аналогичная ситуация наблюдается и в других крупных европейских медиакомпаниях².

В русле этой тенденции на европейском медиарынке начали появляться новые медиаконгломераты, значимой особенностью которых стал диверсифицированный бизнес,

¹ The top 30 media owners in the world. Marketing-Interactive, May 2, 2017. URL: <https://www.marketing-interactive.com/the-top-30-media-owners-in-the-world> (accessed: January 18, 2026)

² Televisión Across Europe: More Channels, Less Independence. Follow-up Reports. 2009. Budapest? Open Society Institute. URL: <https://www.europeansources.info/record/television-across-europe-more-channels-less-independence/> (accessed: October 20, 2025).

когда ресурсы вкладываются в активы различных сфер экономики. Так, в первые два десятилетия XXI века радикально изменился медиарынок Франции. В 2008 году президент Франции Николя Саркози сообщил о смягчении антимонопольного законодательства и увеличении максимальной доли до 20 % для иностранных инвесторов в СМИ Франции¹, что, в свою очередь, усилило зависимость французских медиагрупп от государственных субсидий. Действия французского правительства способствовали усилению процесса монополизации и концентрации капитала, а также возникновению новых корпораций, которые получили контроль над ведущими средствами массовой информации в стране.

Новые владельцы представляли компании, деятельность которых была далека от медиаиндустрии. «В частности, группа компаний Dassault, которая занимается производством военных самолётов, виноделием, недвижимостью и строительством, стала владельцем старейшей консервативной газеты Франции Le Figaro. Семья Лагардер, которая владеет космической компанией EADS, приобрела крупнейшее французское издательство Hachette Livre, включая известный женский журнал Elle, а также 212 журналов в 45 странах. Кроме того, в группу Лагардера входят 29 радиостанций в семи странах и 100 веб-сайтов» [Bouquillion, 2005, p. 124]. Крупнейшая французская медиагруппа Lagardère владеет издательством Hachette Filipacchi (более 220 журналов в 33 странах, из них 165 международных, в том числе гляцевые женские журналы Elle, Marie Claire, Parents; мужские – Maxim, Car and Driver; новостной журнал Paris Match; серию журналов по лицензии компании Disney для детей), радиостанциями Europe 1, Europe 2 во Франции и т. д. Помимо этого, Lagardère через компании Désirade и SOGEADE контролирует 15,1 % Европейского аэрокосмического и оборонного концерна EADS².

Bouygues, начав со строительства и телекоммуникаций, приобрела значительную долю в TF1, одном из ведущих французских телеканалов. Кроме того, компания взяла под контроль девять других телеканалов и несколько интернет-ресурсов.

Бернар Арно, глава компании LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy), занимающейся производством предметов роскоши, владеет газетой Les Echos и несколькими журналами. В 2010 году Ксавье Ньель, основатель и владелец французской IT-компании Iliad, приобрёл контрольный пакет акций влиятельной качественной газеты Le Monde и тринадцати французских журналов. Таким образом, вышеперечисленные французские медиагруппы Лагардера, Дассо, Арно, Ньеля являются диверсифицированными и работают по принципу диагональной концентрации, предполагающему объединение компаний из различных отраслей экономики, не имеющих между собой производственных связей [Мартыненко, Малаховская, 2023, с. 679].

Диверсификация медиапродуктов и развитие производственных мощностей крупнейших медиаконгломератов в различных странах часто осуществляются посредством сделок слияния и поглощения (m&a – mergers and acquisitions, в российском законодательстве используется термин «присоединение»). Данные процессы предполагают объединение медиаактивов двух или более компаний, то есть консолидацию их ценностей и ресурсов в рамках единой структуры, включая создание совместных предприятий и другие формы интеграции) [Хорольский, Маркина, 2017, с. 80]. Примером подобного поглощения может служить приобретение в 2015 году британской газетной корпорацией Trinity Mirror plc конкурирующей фирмы Local World за 220 млн фунтов стерлингов. После сделки корпорация Trinity Mirror plc, ставшая мощным газетным холдингом, контролировала деятельность более 240 периодических изданий в провинции, среди которых выделяются популярные газеты Daily Mirror, Sunday Mirror, People, а также

¹ Finet F., A. Haverland. Deux ans de réformes économiques Sarkozy à la loupe // Forbes: Brand Voice. 26 Juillet 2019. URL: <http://www.lexpansion.com/economie/actualite-reformes/> (accessed: February 03, 2026)

² Vivendi annonce une offre de prise de contrôle de Lagardère par l'acquisition de la participation d'Amber Capital dans le groupe // Le Monde, 15 septembre 2021. URL: <https://www.lemonde.fr/economie/article/2021/09/15/vivendi-annonce/> (accessed: February 25, 2026)

шотландские газеты *Scottish Sunday Mail* and *Daily Record*. Ранее 83 издания принадлежали *Local World*. Холдинг *Trinity Mirror plc* унаследовала хармондсвортскую газету *Daily Mirror* после ее продажи в 1970 году концерну *Reed International*, у которого ее перекупил в 1983 году Р. Максвелл, владелец фирмы *Pergamon Holdings*, получившей в 1991 году название *Mirror Group*. *Trinity Mirror plc* стала монополистом в г. Ливерпуле, а газета *Liverpool Echo* приобрела статус самой прибыльной провинциальной газеты 1980-х гг. *Trinity Mirror plc* в 1990 г. стала ТНК, купив за 13,5 млн долларов пул газет, ядро которого составляли американская газета *Pittsburgh Pennysaver* и ряд газет Уэльса.

Одним из ключевых факторов, способствующих развитию издательской деятельности на международном медиарынке, является диверсификация рисков, связанных с функционированием на международном уровне. По мнению американского журналиста Марка Тангейта, «практически невозможно быть настоящим медиагигантом без какого-либо интернационального статуса, даже если это означает доставку газеты или журнала в несколько киосков в других странах мира. Однако намного лучше завести свои типографии во всех концах света. Еще лучше иметь региональные издания на местных языках, учитывая при этом культурные особенности аудитории» [Тангейт, 2006, с. 238].

Для крупных западных медийных компаний, столкнувшихся в 1990-е годы с общим спадом тиражей в газетно-журнальном секторе, экспансия на Восток открыла уникальные перспективы. Иностранные инвесторы не испытывали опасений по поводу политической и экономической нестабильности, низкого уровня доходов в Восточной Европе и России, а также ограниченных рекламных бюджетов [Baker, 2006, p. 58].

Такие бренды, как *CNN*, *BBC*, *MTV*, *Cosmopolitan*, *Elle*, *Nickelodeon*, *Euronews*, *National Geographic*, *Harper's Bazaar*, *Good Housekeeping*, *Popular Mechanics* стали частью российского медийного ландшафта. На рынке СМИ в России иностранные компании активно осваивали сегмент глянцевого журналов, которые не только привнесли в российскую журналистику новые форматы и темы, но и стали проводниками западной культуры и образа жизни в российском медиапространстве.

Роль глобалистских интересов в формировании информационного пространства

Одним из ключевых аспектов монополизации СМИ является их усиление и, как следствие, появление феномена медиакратии, когда власти с помощью СМИ продвигают идеи и интересы крупных корпораций. Транснациональные медиакорпорации – влиятельные игроки на мировой арене, способные продвигать информационные, политические, социокультурные нарративы. «Опасения, связанные со стремительным развитием монополизации рынка, дают возможность глобалистским СМИ, принадлежащим крупным ТНК, использовать медийные технологии в своих интересах, манипулируя, искажая принципы демократического управления» [Кин, 2015, с. 210].

Значительную часть информационной повестки дня мировых СМИ формируют именно крупные транснациональные медиакорпорации, владеющие как печатными, так и электронными СМИ. Исследователи определяют их как глобалистские СМИ. Так, например, американская корпорация *Warner Bros. Discovery* (ранее *Time Warner*) была образована в 2022 году в результате серии сделок слияния и поглощения компаний телекоммуникационного и развлекательного секторов. Конгломерату принадлежат крупнейшие мировые СМИ, такие как телеслужба новостей *CNN*, журналы *Time*, *Fortune* и *People*; студии *Warner Brothers* и *Cartoons studios*, звукозаписывающая компания *Warner Music* и различные книжные издательства. Медиаимперия Руперта Мёрдока *News Corporation* включает в себя авторитетную американскую газету *The Wall Street Journal* (включая весь медиахолдинг *Dow Jones*); телеканал *Fox News*, ставший главным каналом Республиканской партии США; британские таблоиды *The Sun*, *News of the World*, киностудию *21st Century Fox* (в 2019 году *Walt Disney Company* приобрела большую часть

активов 21st Century Fox, оставшийся вещательный бизнес вошел в состав новой организации Fox Corp); австралийский издательский дом Harper Collins Publishers, британский телеканал Sky News (до 2014 года BSkyB – British Sky Broadcasting), американский журнал The New York Post, таблоид News of the World, британскую газету The Daily Telegraph и др. В 2016 году президент США Д. Трамп, республиканец, стал первым американским лидером, с которым у Р. Мёрдока были личные связи. В 2017 году The New York Times сообщала, что Д. Трамп считал Р. Мёрдока своим доверенным лицом¹. Paramount Global (ранее Viacom CBS) включает в себя телеканалы CBS, MTV; Nickelodeon и Showtime являются крупными мировыми монополистами в области телевидения и кино.

Медиаэлиты, которые формируются в условиях господства монополистического капитализма, не столько подавляют журналистскую инициативу, сколько предпочитают контролировать её, используя методы мягкого воздействия. Владельцы глобалистских СМИ постепенно устанавливают правила игры, подразумевающие зависимость всех работников медиаиндустрии от владельцев медийных корпораций [Хорольский, Маркина, 2017, с. 82]. В качестве противодействия этим процессам можно рассматривать антимонопольное законодательство и правила, регулирующие капиталистическую систему производства, основанную на естественных рыночных принципах, таких как баланс спроса и предложения, стремление к максимальной выгоде, свободные цены, конкуренция и т. д. Однако мы видим сегодня, как СМИ коллективного Запада превращаются в информационно-коммуникативный сервис, далеко не всегда работающий в интересах гражданского общества и лишь частично учитывающий реальные запросы и ценности аудитории. Так, с 2014 года во многих европейских ведущих СМИ усилилась антироссийская риторика. Например, ведущие телеканалы Германии ARD и ZDF стали все чаще транслировать материалы с критикой в адрес России в прайм-тайм, а авторитетные издания – Die Welt и крупнейший таблоид Bild – стали чаще размещать на первых полосах материалы, посвящённые «российской агрессии». Так, журналист газеты Die Welt Ж. Шустер (J. Schuster) пишет: «Кремль громоздит ложь на лжи – будь это тайная война против Украины или против собственного населения, в России укоренились садизм, унижение и запугивание, политические убийства, атмосфера государственного мошенничества, жестокости и безжалостности...»² (перевод translate.yandex.ru). Согласно опросам немецкого исследовательского института социальных исследований и статистического анализа Forsa, более трети жителей Германии выражали опасения по поводу возможного военного конфликта с Россией³. «Немецкие СМИ начали резко критиковать Россию после событий на киевском Майдане и присоединения Крыма к РФ. Позже, как и американская пресса, немецкие издания осудили антитеррористическую операцию российских ВВС в Сирии» [Мельник, Мисонжников, 2020, с. 99].

Владельцы медийных ТНК благодаря масштабам аудитории своих СМИ и ежедневной трансляции различных идей и решений, необходимых политическим и деловым элитам, нередко оказываются более влиятельными в управлении социальными процессами, нежели бизнес-магнаты. Тщательно подобранные визуальные материалы и тексты формируют у западной аудитории желаемое элитами восприятие. Например, антироссийская риторика в СМИ коллективного Запада позволяет создать негативный имидж России и российского лидера в глазах общественности, что, в свою очередь, влияет на политические решения и отношения между странами. Антироссийская риторика в СМИ западных стран оказывает существенное влияние на общественное мнение и понимание

¹ Murdoch Family. 2023. Media Ownership Monitor Ireland 2023. URL: <https://ireland.mom-gmr.org/en/owner/individual-owners/detail/owner/owner/show/murdoch-family-2/> (accessed: December 21, 2025).

² Schuster J. 2020. Warum es so schwer ist, Moskau zu glauben. Die Welt, 21. URL: <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article214050562/Der-Fall-Nawalny-Warum-es-so-schwer-ist-Moskau-zu-glauben.html> (accessed: December 19, 2025).

³ NYT: Немцы готовятся к войне с Россией, но надеются, что это всего лишь сон // The New York Times. 3.02.2024. URL: <https://russian.rt.com/inotv/2024-02-03/NYT/> (accessed: December 23, 2025).

политического процесса, а также на развитие международных отношений [Меркурьев, 2023]. В такой ситуации США и другие западные страны используют глобалистские медиа для того, чтобы весь мир смотрел на события их глазами. «Внимание приковано к тому, что происходит в городе, а остальной мир воспринимается лишь как источник беспокойства, если суверенные страны сталкиваются с проблемами, или как место, где постоянно происходят военные конфликты, катастрофы, засухи и другие бедствия» [Уэбстер, 2004, с. 178].

Монополизация СМИ включает их в процессы медиакратизации, когда крупные медиахолдинги, транснациональные медиакорпорации, глобалистские СМИ участвуют в формировании глобальных политических стратегий. И именно медийные ТНК часто рассматриваются как инструмент медиакратии – системы, в которой медийное влияние трансформируется в политическую власть, а правительства с помощью СМИ продвигают идеи и интересы крупных корпораций, формируя повестку дня, направляя в желаемую сторону общественное мнение, социальные сюжеты и темы для обсуждения.

Информация, поступающая через средства массовой информации, часто предварительно фильтруется, и многие важные новости могут быть скрыты, искажены или представлены как незначимые. Мнения колумнистов-обозревателей известных мировых СМИ, формируя определенные взгляды на события и явления, могут быть субъективны. Поэтому критический анализ современных мировых медиа должен базироваться на понимании экономических механизмов деятельности ТНК и тех каналов влияния, которые формируются их структурными особенностями.

Повышение медийной грамотности у аудитории (в том числе и через знание структурно-экономической специфики ТНК), формирование социальной ответственности у журналистов, соблюдение этических стандартов поможет сохранить качество информации и независимость от монополизированных СМИ. Важно подчеркнуть, что в условиях глобализации крупнейшие СМИ должны стать объединяющей силой, связывающей многонациональный мир, выступать в роли независимой площадки для всех участников политического процесса и функционировать как самостоятельный социальный институт, а не превращаться в инструмент олигархических структур и политических игр.

Заключение

Интернационализация экономики сделала медийный бизнес глобализованным и коммерциализованным. В большинстве случаев структура современной медиакорпорации представляет собой вертикально интегрированные объединения, которые самостоятельно производят и распространяют свою медиапродукцию. Глобальный медиаландшафт, формирующийся в результате многочисленных слияний и поглощений, определяется крупными международными медиакорпорациями. Крупные ТНК, обладающие значительными финансовыми возможностями, оказывают существенное воздействие на конкуренцию, развитие международных отношений, внешнеэкономические связи и внешнюю политику. При этом транснационализация ведет к чрезмерной монополии в массмедиа, стратегические альянсы между медиакомпаниями сужают горизонты плюрализма и ограничивают свободу выбора.

Современные медиакратические тенденции в системе СМИ отражают наличие объективных противоречий в распределении властных полномочий в социуме. Глобалистские СМИ, принадлежащие крупнейшим мировым медийным ТНК, являются мощным инструментом формирования общественного мнения. Их влияние распространяется далеко за пределы национальных границ, продвигая новостные повестки, интересы и установки определённых кругов. В современной медиаиндустрии транснациональные корпорации представляют собой сложный и стремительно развивающийся феномен, предполагающий постоянный анализ их деятельности и

международное регулирование. Исходной позицией для этого анализа становится мониторинг динамики их структурно-экономических преобразований.

Проведенное исследование показало необходимость комплексного подхода к изучению транснациональных медиакорпораций с учетом экономических особенностей, организационной структуры и специфики их влияния на процессы формирования мирового общественного сознания.

Список литературы

- Вартанова Е.Л. 2012. Медиаиндустрии в Европе: современные вызовы. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 5: 12–35.
- Вартанова Е.Л. 2023. Теоретическая концепция медиасистемы как отражение конфликтного противостояния глобального и национального. *МедиаАльманах*, 4(117): 8–18. DOI: [10.30547/mediaalmanah.4.2023.818](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2023.818).
- Вороненкова Г.Ф. 2015. Тренд-2014: усиление концентрации в печатной периодике Германии. Медиаскоп: 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1815> (дата обращения: 12.08.2025)
- Карпенко И.И. 2023. Понятие медиахолдинга в теории и практике современной журналистики. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 42(1): 16-28. DOI [10.52575/2712-7451-2023-42-1-16-28](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2023-42-1-16-28)
- Кин Дж. 2015. Демократия и декаданс медиа. Пер. с англ. Д. Кралечкина. Москва, Издательский дом Высшей школы экономики, 308 с. (Keane Jo. 2013. *Democracy and Media Decadence*. Cambridge University Press).
- Красноярова О.В. 2006. Коммерциализация СМИ и изменения в информационной среде. *Известия Байкальского государственного университета*, 2 (47): 106–112.
- Мартыненко Е.В., Малаховская В.В. 2023. Трансформация медиасистемы Франции в начале XXI в. *Вопросы теории и практики журналистики*, 12(4): 673–689. DOI: [10.17150/2308-6203.2023.12\(4\)](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12(4)).
- Мельник Г.С., Мисонжников Б.Я. 2020. Лингвистические приёмы антироссийской пропаганды – новый тренд массмедиа Германии. *Гуманитарный вектор*, 15(5): 99–109. DOI: [10.21209/1996-7853-2020-15-5-99-109](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2020-15-5-99-109).
- Меркурьев В.В., Боброва О.В. 2023. Антироссийская риторика Запада: правовые и геополитические оценки. *Обозреватель – Observer*, 5 (400): 108–125. DOI: [10.48137/2074-2975_2023_5_108](https://doi.org/10.48137/2074-2975_2023_5_108)
- Молчанова О.И. 2018. Медиахолдинг «РБК» и анализ управления его структурой в условиях медиаконвергенции. *Вестник науки Сибири*, 4 (31): 106–115.
- Надинова Ж.К. 2019. Слияние компаний «Эй-ти энд ти» и «Тайм Уорнер» как фактор интенсификации процесса концентрации СМИ в США. *Мир науки, культуры, образования*, 6 (79): 57–573. DOI: [10.24411/1991-5497-2019-10244](https://doi.org/10.24411/1991-5497-2019-10244).
- Родионова И.А., Дирин Д.А. 2023. Крупнейшие транснациональные корпорации мира: сдвиги в страновой и секториальной принадлежности. *Географический вестник*, 1(64): 52–70. DOI: [10.17072/2079-7877-2023-1-52-71](https://doi.org/10.17072/2079-7877-2023-1-52-71)
- Смирнов С.С. 2020. Особенности развития крупнейших межрегиональных медиахолдингов России. *Меди@льманах*, 5 (100): 93–100. DOI: [10.30547/mediaalmanah.5.2020.9399](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2020.9399)
- Тангейт М. 2006. Медиагиганты: Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. Пер. с англ. Под ред. М. Савиной. Москва, Альпина Бизнес Букс, 251 с. (Tungate M. *Mediamonoliths. How great media brands thrive and survive*. London and Sterling, VA, Kogan Page).
- Уэбстер Ф. 2004. Теории информационного общества. Пер. с англ. М.В. Арапова, Н.В. Малыхиной. Под ред. Е.Л. Вартановой. Москва, Аспект-Пресс, 398 с.
- Хорольский В.В., Маркина Ю.В. 2017. Западные массмедиа в эпоху постиндустриализма и постмодернизма: политэкономический взгляд. Акценты. *Новое в массовой коммуникации*, 5–6 (148–149): 78–88.
- Юдин Н.О. 2021. Гуманитарное влияние транснациональных компаний в мировой политике в XXI веке: дисс. ... к. полит. н. М., 236 с.
- Baker С.Е. 2006. *Media Concentration and Democracy. Why Ownerships Matters*. Cambridge University Press. 256 p.
- Bouquillion Ph. 2005. La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre «coups» financiers et intégration de filières industrielles. *Réseaux*, 131(3): 111–144.

- Flew T. 2007. *Understanding Global Media*. Palgrave Macmillan, Basingstoke; New York, 272 p.
- Fuchs Ch. 2013. Capitalism or Information Society? The Fundamental Question of the Present Structure of Society. *European Journal of Social Theory*, 16 (4): 413–434.
- Lee M., Jin D.Y. 2017. *Understanding the Business of Global Media in the Digital Age*. London, Rudledzh. 278 p.
- Rodney B. 2019. How Media Ownership Matters in the U.S.: Beyond the Concentration Debate. *Sociétés Contemporaines*, 113 (2019): 71–83.

References

- Vartanova E.L. 2012. Mediaindustrii v Evrope: sovremennyye vy`zovy` [Media Industries in Europe: Modern Challeng]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 5: 12–35.
- Vartanova E.L. 2023. Teoreticheskaya koncepciya mediasistemy kak otrazhenie konfliktnogo protivostoyaniya global'nogo i nacional'nogo [Theoretical concept of the media system as a reflection of the conflictual confrontation between the global and the national]. *MediAAl'manakh*, 4 (117): 8–18. DOI: [10.30547/mediaalmanah.4.2023.818](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2023.818).
- Voronenkova G.F. 2015. Trend 2014: increased concentration in German print periodicals. *Mediascope*: 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1815> (accessed: 12.08.2025). (in Russian).
- Karpenko I.I. 2023. The concept of media holding in the theory and practice of modern journalism. *Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, 42(1): 16-28. DOI [10.52575/2712-7451-2023-42-1-16-28](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2023-42-1-16-28). (in Russian).
- Kin Dzh. 2015. Demokratiya i dekadans media [Democracy and Media Decadence]. Transl. from English D. Kralechkin. Moscow, Publ. Izdatel'skij dom Vyshej shkoly ehkonomiki, 308 p. (Keane Jo. 2013. *Democracy and Media Decadence*. Cambridge University Press). (in Russian).
- Krasnoyarova O.V. 2006. Kommercializaciya SMI i izmeneniya v informacionnoj srede [Commercialization of mass media and changes in the information environment]. *Izvestiya Bajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 2: 106–113.
- Martynenko E.V., Malakhovskaya V.V. 2023. Transformaciya mediasistemy` Francii v nachale XXI v. [Transformation of the French Media System at the Beginning of the 21st Century]. *Voprosy` teorii i praktiki zhurnalistiki*, 12(4): 673–689. DOI: [10.17150/2308-6203.2023.12\(4\).673-689](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2023.12(4).673-689)
- Mel'nik G. S., Misonzhnikov B.Ya. 2020. Lingvisticheskie priyomy` antirossijskoj propagandy` – novyy` trend massmedia Germanii. [Linguistic Methods of Anti-Russian Propaganda – a New Trend in the German Mass Media]. *Gumanitarnyy`j vektor*, 15(5): 99–109. DOI: [10.21209/1996-7853-2020-15-5-99-109](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2020-15-5-99-109)
- Merkur'ev V.V., Bobrova O.V. 2023. Antirossijskaya ritorika Zapada: pravovy`e i geopoliticheskie ocenki [The anti-Russian rhetoric of the West: legal and geopolitical assessments]. *Obozrevatel` – Observer*, 5 (400): 108–125. DOI: [10.48137/2074-2975_2023_5_108](https://doi.org/10.48137/2074-2975_2023_5_108)
- Molchanova O.I. 2018. RBC Media Holding and management analysis of its structure in the context of media convergence. *Bulletin of Siberian Science*, 4 (31): 106–112.
- Nadirova Zh.K. 2019. The merger of A.T. & T. and Time Warner companies as a factor in intensifying the process of media concentration in the United States . *The World of Science, Culture and Education*, 6 (79): 57–573. DOI: [10.24411/1991-5497-2019-10244](https://doi.org/10.24411/1991-5497-2019-10244)
- Rodionova I.A., Dirin D.A. 2023. The world's largest multinational corporations: shifts in country and sectoral affiliation. *Geographical Bulletin*, 1(64): 52–70. DOI: [10.17072/2079-7877-2023-1-52-71](https://doi.org/10.17072/2079-7877-2023-1-52-71)
- Smirnov S.S. 2020. Osobennosti razvitiya krupnejshix mezhregional'ny`x mediaxoldingov Rossii [Features of the development of the largest interregional media holdings in Russia]. *Medi@l'manax*, 5 (100): 93–100 DOI: [10.30547/mediaalmanah.5.2020.9399](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2020.9399) (in Russian).
- Tangejt M. 2006. Mediagiganty: Kak krupnejshie mediakompanii vyzhivayut na rynke i boryutsya za liderstvo [Media Giants: How the Largest Media Companies Survive in the Market and Struggle for Leadership]. Transl. from English. Ed. M. Savina. Moscow, Publ. Al'pina Biznes Buks, 251 p.
- Uehbster F. 2004. Teorii informacionnogo obshchestva [Theories of the information society]. Trans. with English M.V. Arapov, N.V. Malykhina. Ed. E.L. Vartanova. Moscow, Publ. Aspekt-Press, 398 p.
- Khorolsky V.V., Markina Yu.V. 2017. Western Media in the Epoch of Postindustrialism and Postmodernism: Political and Economic Approach. *Akcenty. Novoe v massovoj kommunikacii*, 5–6 (148–149): 78–88. (in Russian).
- Yudin N.O. 2021. The humanitarian influence of multinational companies in world politics in the 21st century: diss. ... k.polit. n. M., 236 p. (in Russian).



- Baker C.E. 2006. *Media Concentration and Democracy. Why Ownerships Matters*. Cambridge University Press. 256 p.
- Bouquillion Ph. 2005. La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre «coups» financiers et intégration de filières industrielles [The formation of cultural and communication industry clusters. Between financial “coups” and the integration of industrial sectors]. *Réseaux*, 131(3): 111–144.
- Flew T. 2007. *Understanding Global Media*. Palgrave Macmillan, Basingstoke; New York, 272 p.
- Fuchs Ch. 2013. Capitalism or Information Society? The Fundamental Question of the Present Structure of Society. *European Journal of Social Theory*, 16 (4): 413–434.
- Lee M., Jin D.Y. 2017. *Understanding the Business of Global Media in the Digital Age*. London, Rudledzh. 278 p.
- Rodney B. 2019. How Media Ownership Matters in the U.S.: Beyond the Concentration Debate. *Sociétés Contemporaines*, 113 (2019): 71–83.

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 24.09.2025

Received September 24, 2025

Поступила после рецензирования 23.02.2026

Revised February 23, 2026

Принята к публикации 10.03.2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Маркина Юлия Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и культуры речи факультета лингвистики и журналистики, Ростовский государственный экономический университет, г. Ростов-на-Дону, Россия.

Yulia V. Markina, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Russian Language and Culture of Speech, Faculty of Linguistics and Journalism, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia.



УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-58-67

EDN HRZNEG

Проблематика инклюзивности в современных медиаисследованиях

Мерinov В.Ю.

Российский государственный университет социальных технологий

Россия, 107150, г. Москва, ул. Лосиноостровская, д. 49

v.merinov@rgust.ru

Аннотация. В современном обществе и медиасреде наблюдается рост внимания к вопросам инклюзивности, что отражает глобальный гуманитарный тренд последних десятилетий. Несмотря на увеличение количества исследований, посвященных репрезентации инклюзии в СМИ, в научной литературе до сих пор отсутствует комплексная систематизация и сравнительный анализ сложившихся теоретических подходов и исследовательских парадигм в данной области. Целью исследования является устранение указанного пробела путем классификации основных направлений в изучении проблематики инклюзивности в современных медиаисследованиях и выявления их типологических различий. На основе системного и сравнительно-типологического анализа научной литературы были выделены и проанализированы три ключевые группы исследований. Установлены существенные расхождения между так называемой расширительной парадигмой, трактующей инклюзию в контексте широких социально-политических дискурсов неравенства (доминирующей в зарубежной науке), и парадигмой, фокусирующейся преимущественно на вопросах освещения в медиа проблем людей с ограниченными возможностями здоровья (преобладающей в современных российских исследованиях). Результаты способствуют структуризации научного знания о медиарепрезентации инклюзии и позволяют наметить перспективные векторы для дальнейших исследований.

Ключевые слова: медиаисследования, СМИ, интернет-СМИ, инклюзия, проблематика инклюзивности, медиаобразование, критический дискурс-анализ

Для цитирования: Мерinov В.Ю. 2026. Проблематика инклюзивности в современных медиаисследованиях. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 58–67. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-58-67 EDN HRZNEG

Inclusivity Issues in Modern Media Studies

Valery Yu. Merinov

Russian State University of Social Technologies

49 Losinoostrovskaya St., Moscow 107150, Russian Federation

v.merinov@rgust.ru

Abstract. The growing attention toward inclusivity in society and the media reflects a global humanitarian shift that has been developing in recent decades. Despite the increase in research on the media representation of inclusion, there is a lack of systematization and comparative analysis of established theoretical approaches and research paradigms in this field. This study aims to fill this gap by classifying the main trends and identifying typological differences in the study of inclusivity issues in modern media research. Based on a systematic and comparative typological analysis of scientific literature, three key groups of research have been identified and analyzed. Significant discrepancies have been found between the expansive paradigm, which considers inclusion in the context of broad socio-political discourses of inequality (predominant in foreign research works), and the paradigm focused on media coverage of people with disabilities (the one dominant in contemporary Russian academic papers). The results contribute to the structuring of scientific knowledge on the media representation of inclusion and help outline promising directions for future research.

Keywords: media studies, mass media, online media, inclusion, inclusive issues, media education, critical discourse analysis

For citation: Merinov V.Yu. 2026. Inclusivity Issues in Modern Media Studies. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 58–67 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-58-67 EDN HRZNEG

Введение

Термин «инклюзия», наряду с концептуально близкими понятиями «интеграция», «адаптация» и «социализация», прочно вошёл в современный научный и социокультурный дискурс. Этот устойчивый интерес отражает произошедший гуманистический поворот в культуре, который характеризуется ростом толерантности, признанием разнообразия в качестве социального ресурса и общей тенденцией к гуманизации общественных отношений [Сорокин, 2002; Гидденс, 2005]. Средства массовой коммуникации и социогуманитарные науки активно реагируют на формирование этой новой области социальной чувствительности. Отчасти благодаря активности гражданского общества, арт-сообщества и самих медиа, группы, маргинализированные в прошлом, получили более широкий доступ к публичной дискуссии и формам социальной поддержки [Романов, Ярская-Смирнова, 2006].

Научная мысль, в особенности в области социально-политической философии, находится на переднем крае осмысления данных процессов. Идеи социальной справедливости, равных возможностей и человеческого достоинства стали неотъемлемой частью современного культурного кода. Однако эмпирические наблюдения и анализ литературы демонстрируют, что между отечественными и зарубежными медиа, а также исследователями, их изучающими, существуют заметные расхождения в понимании и, как прямое следствие, в освещении проблематики инклюзивности [Фролова, Истомина, 2023; Fairclough, 1995]. Эти различия свидетельствуют о формировании различных, порой конкурирующих, подходов и исследовательских парадигм, критический анализ которых представляется актуальной и своевременной научной задачей.

Проведённый анализ научной литературы позволяет констатировать, что, несмотря на обширный корпус работ, посвящённых инклюзии в различных прикладных сферах (медицина, юриспруденция, педагогика, социология), исследований, специально сфокусированных на практиках её медийной репрезентации, значительно меньше. Существующие публикации в области медиаисследований зачастую носят фрагментарный, локальный характер и не дают целостной картины о сложившихся подходах, их генезисе и эволюции. Особенно ощутим пробел в компаративных работах, которые бы систематизировали и сопоставляли российский и зарубежный опыт изучения инклюзивной проблематики в медиа. Таким образом, научная проблема заключается в отсутствии обобщающей классификации и глубокого типологического анализа исследовательских направлений, изучающих отражение инклюзии в средствах массовой информации.

Целью данного исследования является систематизация и сравнительный анализ основных парадигм и подходов к изучению инклюзивной проблематики в современных медиаисследованиях.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- 1) на основе анализа массива научной литературы выявить и классифицировать основные группы исследований, связанных с тематикой инклюзии и медиа;
- 2) опираясь на работы, непосредственно посвящённые медиарепрезентации инклюзии, проанализировать и типологизировать ключевые исследовательские подходы;
- 3) провести сравнительный анализ доминирующих парадигм репрезентации инклюзивной проблематики в отечественных и зарубежных медиаисследованиях, выявив их специфику и точки расхождения.



Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужил корпус научных публикаций (статьи, монографии, диссертации) преимущественно за последние два десятилетия, затрагивающих проблематику инклюзии в контексте медиа. Для систематизации материала и решения поставленных задач был использован комплекс методов. Системный подход позволил рассмотреть исследуемую область как целостность взаимосвязанных элементов (различных научных направлений и школ). Типологический метод был применён для выделения устойчивых групп исследований на основе сформулированных критериев. Сравнительно-сопоставительный анализ использовался для выявления общих черт и различий между выделенными типами исследований, в особенности между российским и зарубежным научным контекстом. Проблемно-логический метод обеспечил последовательность развёртывания анализа от постановки проблемы к интерпретации результатов.

Критерии отбора и классификации исследований определялись, во-первых, через связь с понятием «инклюзия», понимаемым в социальном смысле как процесс включения в общество уязвимых или дискриминируемых групп, в частности, людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ); во-вторых, через наличие в работе прямого фокуса на средствах массовой информации, медийном контенте, медиатехнологиях или коммуникативных практиках.

Результаты и обсуждение

Применение указанных критериев к анализируемому массиву литературы позволило выделить три основные группы исследований, различающиеся по степени соответствия поставленным задачам.

1. Исследования, не соответствующие критериям отбора. В эту группу вошли работы, где термин «инклюзия» используется в ином значении (например, в узко лингвистическом контексте [Викторова, 2020]), или где исследуемая проблематика напрямую не связана ни с социальной инклюзией, ни с медиа). Хотя эта группа не является непосредственным предметом детального рассмотрения, она выполняет важную функцию фильтра, позволяя очертить границы исследуемого поля и отделить релевантные работы от смежных исследований.

2. Исследования социальной инклюзии вне медийного контекста. Данная обширная группа включает труды из сферы медицины и реабилитации [Гусева, 2004; Артюнина, 2005], юриспруденции, педагогики (в особенности инклюзивного образования) [Епифанцева, 2007; Близнюк, 2016], культурологии [Карпова, 2010] и, что наиболее значимо, социологии и социальной философии. Именно в рамках социологии проводится глубокая концептуальная работа по разграничению понятий «адаптация», «интеграция», «социализация» и собственно «инклюзия» [Шустова, 1999; Афонькина, 2015]. Исторически ценностный фундамент для осмысления инклюзии был заложен политической мыслью эпохи Просвещения (Дж. Локк, Ж.-Ж. Руссо и др.), а в XX-XXI вв. развит в трудах таких мыслителей, как К. Поппер, Х. Арендт, З. Бауман и др. Несмотря на свою фундаментальную важность, эти авторы, как правило, не ставили своей задачей анализ конкретной роли медиа в процессах инклюзии, что ограничивает их непосредственную релевантность для нашего исследования, ориентированного на медийный контекст.

3. Исследования инклюзивной проблематики в медийном контексте. Эта группа составляет непосредственный предмет нашего анализа. Внутри неё наблюдается отчетливая дихотомия двух доминирующих парадигм, существенно различающихся в российском и зарубежном научном дискурсе.

Первая парадигма (расширительная, социально-политическая). Данная парадигма характерна преимущественно для зарубежных исследований. Она исходит из широкой трактовки инклюзии как проблемы преодоления всех форм социального неравенства,

дискриминации и исключения (расовой, гендерной, классовой, миграционной и т.д.). Ведущим методологическим инструментом здесь выступает критический дискурс-анализ (КДА), направленный на разоблачение дискурсивных практик воспроизводства власти и доминирования в медиатекстах [Ван Дейк, 2009; 2013; 2015; Будаев, Чудинов, 2006; Ермакова, 2021 и др.]. Исследователи этой парадигмы (Н. Фэркло, Т. ван Дейк, Р. Водак и др.) занимают активную нормативную позицию, рассматривая свою работу как вклад в социальную критику и изменение несправедливых практик. Их фокус — дискурсы власти, транслируемые через СМИ, и их влияние на общественное сознание [Королева, 2024; 2025].

Вторая парадигма (специализированная, ориентированная на ОВЗ) доминирует в современных российских медиаисследованиях. Проблемное поле здесь сужено до вопросов, связанных с проблемами людей с ограниченными возможностями здоровья, их репрезентацией в медиа и использованием медиатехнологий для их социализации. В рамках этой парадигмы результаты проведенного анализа привели к выделению несколько направлений, представленных нами далее.

1. Тематический анализ медиадискурса, изучающий частотность, тональность и модели освещения темы инвалидности в федеральных и специализированных СМИ [Головина, 2013; Мазунина, 2014 и др.].

2. Критика виктимных дискурсов и стигматизирующих образов людей с ОВЗ в медиа с призывами к формированию повестки, основанной на идеях равенства и полноценного участия [Карпова, 2010; Петросян, 2011; Романов, Ярская-Смирнова, 2011; Рябова, 2011а; 2011б; Фролова, 2014; Брызгалова, Кубасов, 2015; Миронова, 2015; Шпилева, 2020; Фролова, Истомина, 2023 и др.].

3. Медиаобразовательный подход, исследующий возможности медиа и новых технологий в инклюзивном образовании и социализации людей с ОВЗ [Жилавская, Широбокова, 2013; Гулямова, 2014; Белицкая, 2015; Важенина, 2018; Воронова, Кравец, 2019; Шамсутдинова, 2019; Алмазова, Лагутина, Любимова, 2020; Сахарчук, Руднева, Баграмян, 2024; Шалагина, 2024 и др.].

4. Исследование роли СМИ в формировании инклюзивной культуры и репрезентации различных уязвимых групп (например, национальных диаспор) [Абрамовских, 2017; Пешкова, 2017; Маркина, 2016; Ширинских, 2018 и др.].

Вне отмеченных направлений тематики, то есть непосредственно социально-политической инклюзивной проблематике, взятой, как правило, в её историческом аспекте, посвящены немногие работы, в частности, «The Discourse of Education in the Publicistic Works by D. I. Fonvizin» [Merinov et al., 2021a], «Особенности моделирования социальных отношений в публицистике Д.И. Фонвизина» [Меринов, 2021б] и др. Основной фокус в указанных исследованиях был направлен на изучение легитимации «дискурса социальной сегрегации» [Меринов, 2021а] в творчестве Д.И. Фонвизина, в советской журналистике сталинского периода, в работах современных публицистов.

Таким образом, ключевое расхождение заключается в масштабе проблематики: если зарубежные исследования в рамках КДА делают акцент на системных социально-политических аспектах инклюзии/исключения, то российские работы чаще концентрируются на конкретной, хотя и чрезвычайно важной, группе — людях с ОВЗ, уделяя основное внимание контенту-анализу и практическим аспектам медиавоздействия.

Заключение

Проведённое исследование позволило систематизировать поле современных медиаисследований, связанных с инклюзивной проблематикой. Были выделены и проанализированы три основные группы работ, определена специфика исследований, непосредственно посвящённых медийному измерению инклюзии.

Главным результатом стало выявление и сопоставление двух ключевых парадигм. Первая, социально-политическая и критическая по своему характеру, доминирует в

зарубежной науке и использует широкую трактовку инклюзии как борьбы с различными формами неравенства. Вторая, специализированная и в большей степени ориентированная на контент-анализ и прикладные вопросы, преобладает в современных российских исследованиях и фокусируется преимущественно на проблемах людей с ОВЗ. Это расхождение отражает не только разные этапы академической рефлексии, но и особенности медийных и общественных дискуссий в разных национальных контекстах. Полученные результаты вносят вклад в структуризацию научного знания, выявляют «белые пятна» (например, недостаток в России исследований инклюзии в широком социально-политическом ключе) и задают векторы для дальнейших изысканий. Перспективным представляется развитие в отечественной науке критического подхода к анализу медиадискурсов инклюзии, а также проведение сравнительных кросс-культурных исследований медиарепрезентации различных уязвимых групп.

Список литературы

- Абрамовских Т.А. 2017. Роль печатных средств массовой информации в формировании инклюзивной культуры общества (на материале «Российской газеты»). *Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки*, 8(404). Вып. 107: 5–12.
- Артюнина Г.П. 2005. Основы социальной медицины. Москва, Академический проект, 572 с.
- Алмазова А.А., Лагутина А.В., Любимова М.М. 2020. Сетевые информационные технологии как способ продвижения идей, знаний и результатов научной деятельности в области логопедии. *Наука и школа*, 1: 62–67. DOI: [10.31862/1819-463X-2020-1-62-67](https://doi.org/10.31862/1819-463X-2020-1-62-67)
- Афонькина Ю.А. 2015. Социальная инклюзия лиц с инвалидностью и проблема человеческого достоинства. *Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал)*, 11 (55): 150–162. DOI: [10.12731/2218-7405-2015-11-13](https://doi.org/10.12731/2218-7405-2015-11-13)
- Белицкая О.В. 2015. Развитие педагогически ориентированного медиапространства профессиональной образовательной организации. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Саратов, 24 с.
- Близнюк О.А. 2016. Формирование понятия «Инклюзивное образование» в зарубежной педагогике в контексте развития инклюзии. *Педагогика. Вопросы теории и практики*, 4(4): 20–24. URL: <https://www.gramota.net/article/ped20160305/fulltext> (дата обращения: 29.12.2025)
- Брызгалова С.О., Кубасов А.В. 2015. Роль СМИ в формировании инклюзивной культуры в социуме (на материале интернет-публикаций). *Педагогическое образование в России*, 5: 141–145.
- Будаев Э.В., Чудинов Э.В. 2006. Дискурсивное направление в зарубежной медиалингвистике. *Известия Уральского государственного университета*, 45: 167–175.
- Важенина О.А. 2018. Массмедиа как инструмент гуманистического воспитания общества. *Учёные записки Забайкальского государственного университета. Серия: Педагогические науки*, 13(2): 29–39. DOI: [10.21209/2542-0089-2018-13-2-29-39](https://doi.org/10.21209/2542-0089-2018-13-2-29-39)
- Викторова Е.Ю. 2020. Гендерная специфика в использовании авторизирующих конструкций самоупоминания (на материале жанра TED talks). *Жанры речи*, 4(28): 287–294. DOI: [10.18500/2311-0740-2020-4-28-287-294](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-4-28-287-294)
- Воронова А.А., Кравец К.К. 2019. Формирование медиаграмотности у обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в условиях инклюзивного образования. *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*, 10: 52–64. DOI: [10.24411/2304-120X-2019-11065](https://doi.org/10.24411/2304-120X-2019-11065)
- Гулямова Н.М. 2014. Роль педагогической журналистики в продвижении инклюзивного образования в Таджикистане. *Вестник Педагогического университета*, 1(56-2): 207–211.
- Гидденс Э. 2005. Устройство общества. Очерк теории структуризации. Москва, Академический проект, 528 с.
- Головина Т.А. 2013. Отражение журналистами феномена инвалидности в СМИ. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*, 2: 137–141.
- Гусева Л.А. 2004. Технология социальной реабилитации инвалидов. *Социальное обслуживание*, 3: 33–44.
- Дейк Т.А. ван. 2009. Дискурс и доминирование. Пер. с англ. Е.А. Кожемякина. *Современный дискурс-анализ*, 1(1): 7–30. URL: <http://www.discourseanalysis.ru/ada1/st1.shtml> (дата

- обращения: 31.12.2025) (Dijk T.A. van. 2008. Introduction: Discourse and Domination. In: Dijk T.A. van. Discourse and Power. N.Y., Palgrave Macmillan: 1–26.)
- Дейк Т.А. ван. 2013. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. Е.А. Кожемякина, Е.В. Переверзева, А.М. Амадова. М., ЛИБРОКОМ, 344 с. (Dijk T.A. van. 2008. Discourse and Power. Macmillan Education UK, 308 p.)
- Дейк Т.А. ван. 2015. Язык. Познание. Коммуникация. Пер. с англ. под ред. В.И. Герасимова. Москва, URSS, ЛЕНАНД, 309 с.
- Елифанцева Т.Б. 2007. Настольная книга педагога-дефектолога. Под ред. Т.О. Елифанцева. Ростов-на-Дону, Феникс, 486 с.
- Ермакова Л.В. 2021. Дискурсивный анализ: современные подходы. Благовещенск, Издательство Амурского государственного университета, 53 с.
- Жилавская И.В., Широбокова А.А. 2013. Медиаобразовательный проект "Интернет-журналистика для глухих детей": из опыта реализации. *Образовательные технологии и общество*, 16(2): 595–603. URL: <https://sciup.org/mediaobrazovatelnyj-proekt-internet-zhurnalistika-dlja-gluhih-detej-iz-opyta-14062484> (дата обращения: 20.01.2026)
- Карпова Г.Г. 2010. Инвалиды и культурная политика: проблемы доступности. *Социологические исследования*, 10(318): 74–80.
- Королева К.Ю. 2025. Конструирование образа социально уязвимых категорий населения в российских медиа. Автореферат на соискание академической степени магистра медиакоммуникаций. Белгород, ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 20 с.
- Королева К.Ю. 2024. Социальная работа в дискурсе массмедиа: проблемы репрезентации. *Современный дискурс-анализ*, 2(35): 65–72. URL: <http://www.discourseanalysis.ru/ada35/st389.shtml> (дата обращения: 11.12.2025)
- Мазунина Н.А. 2014. Современные российские СМИ как инструмент отражения процесса социальной интеграции лиц с ограниченными возможностями здоровья. *Историческая и социально-образовательная мысль*, 4: 304–307. URL: <https://s.hist-edu.ru/index.php/hist/article/view/413> (дата обращения: 01.12.2025)
- Маркина В.М. 2016. Репрезентация других в медиа: (вос)создание стереотипов и контрстратегии изображения инаковости. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, 3: 147–158. DOI: [10.14515/monitoring.2016.3.08](https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.08)
- Меринов В.Ю. 2021а. Дискурс социальной сегрегации в художественно-публицистическом творчестве Д.И. Фонвизина. *Современный дискурс-анализ*, 1(27): 34–53. URL: <http://www.discourseanalysis.ru/ada27/st315.shtml> (дата обращения: 11.12.2025)
- Меринов В.Ю. 2021б. Особенности моделирования социальных отношений в публицистике Д.И. Фонвизина. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 40(4): 431–441. DOI: [10.52575/2712-7451-2021-40-4-431-441](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2021-40-4-431-441)
- Миронова О.С. 2015. Метод персонализации в гуманитарной повестке печатных медиа (в контексте реформы здравоохранения). *Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева*, 4(19): 20–26.
- Петросян В. А. 2011. Интеграция инвалидов в российское общество. Дис. ... докт. социол. наук. Москва, 345 с.
- Пешкова В.М. 2017. Дискурсы о «Диаспорах» в современной российской федеральной прессе. *Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены*, 1: 61–79. DOI: [10.14515/monitoring.2017.1.05](https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.1.05)
- Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. 2006. Репрезентация инвалидов в массовой культуре. В кн.: Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Политика инвалидности: социальное гражданство инвалидов в современной России. Саратов, Изд-во «Научная книга»: 140–153.
- Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. 2011. Тело и дискриминация: инвалидность, гендер и гражданство в постсоветском кино. *Неприкосновенный запас*, 2(76): 65–80.
- Рябова А.А. 2011а. Дискурс российских общественно-политических изданий по тематике инвалидности. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 4: 127–143.
- Рябова А.А. 2011б. Журналистика как инструмент социальной интеграции людей с инвалидностью. Дис. ... канд. филол. наук. Москва, 178 с.
- Сахарчук Е.С., Руднева М.Я., Баграмян Э.Р. 2024. Трансформация восприятия студентами инвалидности как результат инклюзивного образования: a posse ad esse. *Образование и наука*, 26(6): 167–198. DOI: [10.17853/1994-5639-2024-6-167-198](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2024-6-167-198)

- Сорокин П.А. 2002. Социальная аналитика. Анализ элементов взаимодействия. В кн.: Теоретическая социология: антология: в 2 ч. Пер. с англ., фр., нем., ит. Под общ. ред. С.П. Баньковской. Ч. 2. Москва, Книжный дом «Университет»: 136–155.
- Фролова Т.И. 2014. Гуманитарная повестка российских СМИ. Журналистика, человек, общество. Москва, МедиаМир, 352 с.
- Фролова Т.И., Истомина К.Д. 2023. Дискурс инвалидности в общеполитической и специализированной периодике России (на примере материалов о людях с нарушениями слуха). *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 1(48): 3–29. DOI: [10.30547/vestnik.journ.1.2023.329](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2023.329)
- Шалагина Е.В. 2024. Особенности использования ресурсов медиаобразования в условиях инклюзивной школы: представления родителей детей с ограниченными возможностями здоровья (по результатам прикладного социологического исследования). *Общество. Среда. Развитие (Terra Humana)*, 3(72): 26–33. DOI: [10.53115/19975996_2024_03_026_034](https://doi.org/10.53115/19975996_2024_03_026_034)
- Шамсутдинова Ю.Ф. 2019. Онлайн-сообщества для глухих и слабослышащих людей в популярных социальных медиа России: количественные и качественные характеристики. *Медиаскоп*, 3: 9. DOI: [10.30547/mediascope.3.2019.9](https://doi.org/10.30547/mediascope.3.2019.9)
- Ширинских Ю.Н. 2018. Печатные издания как альтернативное медийное пространство для репрезентации азербайджанской диаспоры Самарской области (на примере газет «Очаг» и «Одлар Юрду»). *Известия Самарского научного центра Российской академии наук*, 20(3(1)): 249–253.
- Шпилева Д. В. 2020. Особенности использования актуальных форматов подачи информации в инклюзивных СМИ. *Медиасреда*, 2: 76–81. DOI: [10.24411/2070-0717-2020-10214](https://doi.org/10.24411/2070-0717-2020-10214)
- Шустова Н. Е. 1999. Социальная адаптация личности. Дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 132 с.
- Merinov V. Yu., Korochenskiy A. P., Polonskiy A. V., Ushakova S. V. 2021. The Discourse of Education in the Publicistic Works by D.I. Fonvizin. *Revista EntreLinguas*, 7(8). URL: <https://periodicos.fclar.unesp.br/entrelinguas/article/view/16355/12295> (дата обращения: 31.12.2025)

References

- Abramovskih T.A. 2017. Rol' pechatnykh sredstv massovoy informatsii v formirovaniy inklyuzivnoy kul'tury obshchestva (na materiale «Rossiyskoy gazety») [The Role of Print Media in the Formation of the Inclusive Culture of the Society (based on the “Russian newspaper”)]. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology Sciences*, 8 (404). Iss. 107: 5–12 p. (in Russian).
- Artyunina G.P. 2005. *Osnovy sotsial'noi meditsiny* [Fundamentals of Social Medicine]. Moscow, Publ. Akademicheskii projekt, 572 p.
- Almazova A.A., Lagutina A.V., Lyubimova M.M. 2020. Setevyye informatsionnyye tekhnologii kak sposob prodvizheniya idey, znaniy i rezul'tatov nauchnoy deyatel'nosti v oblasti logopedii [Network Information Technologies as a Way Of Promoting Ideas, Knowledge and Research Results in the Field of Speech Therapy]. *Science and School*, 1: 62–67 p. (in Russian). DOI: [10.31862/1819-463X-2020-1-62-67](https://doi.org/10.31862/1819-463X-2020-1-62-67)
- Afonkina Yu.A. 2015. Sotsial'naya inklyuziya lits s invalidnost'yu i problema chelovecheskogo dostoinstva [Social Inclusion of People with Disabilities and the Problem of Human Dignity]. *Modern Research of Social Problems*, 11(55): 150–162 p. (in Russian). DOI: [10.12731/2218-7405-2015-11-13](https://doi.org/10.12731/2218-7405-2015-11-13)
- Belitskaya O.V. 2015. Razvitie pedagogicheskoi orientirovannogo mediaprostranstva professional'noi obrazovatel'noi organizatsii [Development of a pedagogically oriented media space of a professional educational organization]. Abstract ... Cand. Pedagog. Sciences. Saratov, 24 p.
- Bliznyuk O.A. 2016. Formirovaniye ponyatiya «Inklyuzivnoye obrazovaniye» v zarubezhnoy pedagogike v kontekste razvitiya inklyuzii [“Inclusive Education” Concept Formation in Foreign Pedagogy in the Context of Inclusion Development]. *Pedagogy. Theory & Practice*, 4(4): 20–24 p. (in Russian). URL: <https://www.gramota.net/article/ped20160305/fulltext> (accessed: 29.12.2025)
- Bryzgalova S.O., Kubasov A.V. 2015. Rol' SMI v formirovaniy inklyuzivnoy kul'tury v sotsiume (na materiale internet-publikatsiy) [The Role of Mass Media in Formation of Inclusive Culture in Society (on the Material of Internet Publications)]. *Pedagogical Education in Russia*, 5: 141–145. (in Russian).
- Budaev E.V., Chudinov E.V. 2006. Diskursivnoe napravlenie v zarubezhnoi medialingvistike [Discursive direction in foreign media linguistics]. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 45: 167–175 p. (in Russian).



- Vazhenina O.A. 2018. Massmedia kak instrument gumanisticheskogo vospitaniya obshchestva [Mass Media as a Tool of Humanistic Education in Society]. *Scholarly Notes of Transbaikal State University. Series: Pedagogical Sciences*, 13(2): 29–39 p. (in Russian). DOI: [10.21209/2542-0089-2018-13-2-29-39](https://doi.org/10.21209/2542-0089-2018-13-2-29-39)
- Viktorova E.Yu. 2020. Gendernaya spetsifika v ispol'zovanii avtorizuyushchikh konstruktsiy samoupominaniya (na materiale zhanra TED talks) [Gender Aspects in the Use of Selfmentions (based on the Genre of TED Talks)]. *Speech Genres*, 4(28): 287–294 p. (in Russian). DOI: [10.18500/2311-0740-2020-4-28-287-294](https://doi.org/10.18500/2311-0740-2020-4-28-287-294)
- Voronova A.A., Kravets K.K. 2019. Formirovaniye mediagramotnosti u obuchayushchikhsya s ogranichennymi vozmozhnostyami zdorov'ya v usloviyakh inklyuzivnogo obrazovaniya [Psychological and pedagogical conditions for the formation of media literacy among students with disabilities]. *Nauchno-metodicheskii elektronnyi zhurnal «Kontsept»*, 10: 52–64 p. (in Russian). DOI: [10.24411/2304-120X-2019-11065](https://doi.org/10.24411/2304-120X-2019-11065)
- Ganzen V.A. 1984. Sistemnye opisaniya v psikhologii [Systemic Descriptions in Psychology]. Leningrad, Publ. Izdatel'stvo Leningradskogo universiteta, 175 p.
- Gulyamova N.M. 2014. Rol' pedagogicheskoy zhurnalistiki v prodvizhenii inklyuzivnogo obrazovaniya v Tadzhikestane [Role of Teaching Journalism in Promoting Inclusive Education in Tajikistan]. *Herald of Pedagogical University*, 1(56-2): 207–211 p. (in Tajikistan).
- Giddens E. 2005. Ustroenie obshchestva. Ocherk teorii strukturatsii [The Arrangement of Society. An essay on the theory of structuration]. Moscow, Publ. Akademicheskii proekt, 528 p.
- Golovina T.A. 2013. [Otrazheniye zhurnalistami fenomena invalidnosti v SMI Journalists and media for handicapped problems]. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 2: 137–141 p. (in Russian).
- Guseva L.A. 2004. Tekhnologiya sotsial'noy reabilitatsii invalidov [Technology of social rehabilitation of disabled people]. *Sotsial'noye obsluzhivaniye*, 3: 33–44 p. (in Russian)/
- Deik T.A. van. 2009. Diskurs i dominirovanie [Discourse and Domination]. Trans. from English E.A. Kozhemyakina. *Sovremenniy diskurs-analiz*, 1(1): 7–30. (Dijk T.A. van. 2008. Introduction: Discourse and Domination. In: Dijk T.A. van. Discourse and Power. N.Y., Palgrave Macmillan: 1–26.)
- Deyk T.A. van. 2013. Diskurs i vlast': Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii [Discourse and Power: Representing Dominance in Language and Communication]. Trans. from English. E.A. Kozhemyakina, E.V. Pereverzeva, A.M. Amatova. Moscow, Publ. Knizhnyy dom «LIBROKOM», 344 p. (Dijk T.A. van. 2008. Discourse and Power. Macmillan Education UK, 308 p.)
- Deik T.A. van. 2015. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya [Language. Cognition. Communication]. Trans. from English ed. V.I. Gerasimova. Moscow, Publ. URSS, LENAND, 309 p.
- Epifantseva T.B. 2007. Nastol'naya kniga pedagoga-defektologa [Handbook for a teacher-defectologist]. Ed. T.O. Epifantsev. Rostov-on-Don, Publ. Feniks, 486 p.
- Ermakova L.V. 2021. Diskursivnyi analiz: sovremennye podkhody [Discourse Analysis: Modern Approaches]. Blagoveshchensk, Publ. Izdatel'stvo Amurskogo gosudarstvennogo universiteta, 53 p.
- Zhilavskaya I.V., Shirobokova A.A. 2013. Mediaobrazovatel'nyi proekt "Internet-zhurnalistika dlya glukhikh detei": iz opyta realizatsii [Media education project "Internet journalism for deaf children": from the implementation experience]. *Obrazovatel'nye tekhnologii i obshchestvo*, 16(2): 595–603 p. (in Russian). URL: <https://sciup.org/mediaobrazovatelnyj-proekt-internet-zhurnalistika-dlja-gluhih-detej-iz-opyta-14062484> (accessed: 20.01.2026)/
- Karpova G.G. 2010. Invalidy i kul'turnaya politika: problemy dostupnosti [Disabled people and cultural policy: problems of accessibility]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 10 (318): 74–80 p. (in Russian).
- Koroleva K.Yu. 2025. Konstruirovaniye obraza sotsial'no uyazvimykh kategoriy naseleniya v rossiyskikh media. Avtoreferat na soiskaniye akademicheskoy stepeni magistra mediakommunikatsiy. Belgorod: ID «BelGU» NIU «BelGU», 20 p.
- Koroleva K.Yu. 2024. Sotsial'naya rabota v diskurse massmedia: problemy reprezentatsii [Social Work in Mass Media Discourse: Representation Issues]. *Sovremenniy diskurs-analiz*, 2(35): 65–72 p. (in Russian). URL: <http://www.discourseanalysis.ru/ada35/st389.shtml> (accessed: 11.12.2025)
- Mazunina N.A. 2014. Sovremennyye rossiyskiye SMI kak instrument otrazheniya protsessa sotsial'noy integratsii lits s ogranichennymi vozmozhnostyami zdorov'ya [Russian Mass Media Nowadays as a Tool Reflecting Progress in Social Integration of Physically Challenged People]. *Historical and Social-Educational Idea*, 4: 304–307 p. (in Russian). URL: <https://s.hist-edu.ru/index.php/hist/article/view/413> (accessed: 01.12.2025)

- Markina V.M. 2016. Reprerentatsiya drugikh v media: (vos)sozdaniye stereotipov i kontrstrategii izobrazheniya inakovosti [The representation of the 'others' in media: (re)production of stereotypes and counter-strategies of othering]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 3: 147–158 p. (in Russian). DOI: [10.14515/monitoring.2016.3.08](https://doi.org/10.14515/monitoring.2016.3.08)
- Merinov V.Y. 2021a. Diskurs sotsial'noy segregatsii v khudozhestvenno-publitsisticheskom tvorchestve D.I. Fonvizina [Discourse of Social Segregation in Publicist Workings of D.I. Fonvisin]. *Sovremenniy diskurs-analiz*, 1(27): 34–53 p. (in Russian) URL: <http://www.discourseanalysis.ru/ada27/st315.shtml> (accessed: 11.12.2025)
- Merinov V.Y. 2021b. Osobennosti modelirovaniya sotsial'nykh otnosheniy v publitsistike D.I. Fonvizina [Features of Modeling Social Relations in D.I. Fonvisin Publicism]. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 40 (4): 431–441 p. (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2021-40-4-431-441
- Mironova O.S. 2015. Metod personalizatsii v gumanitarnoy povestke pechatnykh media (v kontekste reformy zdavookhraneniya) [Method of Personalization in the Humanitarian Media Agenda (in the Context of Healthcare Reform)]. *Vestnik of Volzhsky University named after V.N. Tatishchev*, 4(19): 20–26 p. (in Russian).
- Petrosyan V.A. 2011. Integratsiya invalidov v rossiiskoe obshchestvo [Integration of disabled people into Russian society]. Dis. ... Doct. Sociol. Sciences. Moscow, 345 p.
- Peshkova V.M. 2017. Diskursy o «Diasporakh» v sovremennoy rossiyskoy federal'noy presse [Diaspora discourses in contemporary Russian Federal press]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 1: 61–79 p. (in Russian). DOI: [10.14515/monitoring.2017.1.05](https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.1.05)
- Romanov P.V., Yarskaya-Smirnova E.R. 2006. Reprerentatsiya invalidov v massovoi kul'ture [Representation of Persons with Disabilities in Popular Culture]. In: Romanov P.V., Yarskaya-Smirnova E.R. *Politika invalidnosti: sotsial'noe grazhdanstvo invalidov v sovremennoi Rossii* [Disability Policy: Social Citizenship of Persons with Disabilities in Contemporary Russia]. Saratov, Publ. Izd-vo «Nauchnaya kniga»: 140–153 p.
- Romanov P.V., Yarskaya-Smirnova E.R. 2011. Telo i diskriminatsiya: invalidnost', gender i grazhdanstvo v postsovetском кино [Body and Discrimination: Disability, Gender, and Citizenship in Post-Soviet Cinema]. *Neprikosnovennyi zapas*, 2(76): 65–80 p. (in Russian).
- Ryabova A.A. 2011a. Diskurs rossiyskikh obshchestvenno-politicheskikh izdaniy po tematike invalidnosti [The Discourse on Disability Topics in Russian General News Publications]. *Moscow University Bulletin. Series 10: Journalism*, 4: 127–143 p. (in Russian).
- Ryabova A.A. 2011b. Zhurnalistsika kak instrument sotsial'noi integratsii lyudei s invalidnost'yu [Journalism as a tool for social integration of people with disabilities]. Abstract. ... Cand. Philol. Sciences. Moscow, 178 p.
- Sakharchuk E.S., Rudneva M.Ya., Bagramyan E.R., Sakharchuk A.L. 2024. Transformatsiya vospriyatiya studentami invalidnosti kak rezul'tat inklyuzivnogo obrazovaniya: a posse ad esse [Transformation of students' perceptions of disability as a result of inclusive education: a posse ad esse]. *The Education and Science Journal*, 26(6): 167–198 p. (in Russian). DOI: [10.17853/1994-5639-2024-6-167-198](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2024-6-167-198)
- Sorokin P.A. 2002. Sotsial'naya analitika. Analiz elementov vzaimodeistviya [Social analytics. Analysis of interaction elements]. In: *Teoreticheskaya sotsiologiya* [Theoretical sociology]: anthology: in 2 parts. Translated from English, French, German, Italian. Ed. S.P. Bankovskaya. Part 2. Moscow, Publ. Knizhnyi dom «Universitet»: 136–155 p.
- Frolova T.I. 2014. Gumanitarnaya povestka rossiyskikh SMI. Zhurnalistsika, chelovek, obshchestvo [Humanitarian Agenda of Russian Media. Journalism, Man, Society]. Moscow, Publ. MediaMir, 352 p.
- Frolova T.I., Istomina K.D. 2023. Diskurs invalidnosti v obshchepoliticheskoy i spetsializirovannoy periodike Rossii (na primere materialov o lyudyakh s narusheniyami slukha) [Disability Discourse in Russian General Interest and Specialized Periodicals (a Case Study of Materials About People With Hearing Disorders)]. *Moscow University Bulletin. Series 10: Journalism*, 1(48): 3–29 p. DOI: [10.30547/vestnik.journ.1.2023.329](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2023.329)
- Shalagina E.V. 2024. Osobennosti ispol'zovaniya resursov mediaobrazovaniya v usloviyakh inklyuzivnoy shkoly: predstavleniya roditel'ey detey s ogranichennymi vozmozhnostyami zdorov'ya (po rezul'tatam prikladnogo sotsiologicheskogo issledovaniya) [Features of the Use of Media Education in Inclusive School: Representations of Parents of Children with Disabilities (Based on the Results of Applied Sociological Research)]. *Terra Humana*, 3(72): 26–33 p. (in Russian). DOI: [10.53115/19975996_2024_03_026_034](https://doi.org/10.53115/19975996_2024_03_026_034)



- Shamsutdinova Y.F. 2019. Onlayn-soobshchestva dlya glukhikh i slaboslyshashchikh lyudey v populyarnykh sotsial'nykh media Rossii: kolichestvennyye i kachestvennyye kharakteristiki [Online Communities for Deaf and Hearing-Impaired People in Popular Social Media in Russia: Quantitative and Qualitative Characteristics]. *Mediascope* 3: 9 p. (in Russian). DOI: [10.30547/mediascope.3.2019.9](https://doi.org/10.30547/mediascope.3.2019.9)
- Shirinskikh Yu.N. 2018. Pечатnyye izdaniya kak al'ternativnoye mediynoye prostranstvo dlya reprezentatsii azerbaydzhanskoj diaspory Samarskoj oblasti (na primere gazet «Ochag» i «Odlar Yurdu») [The Printed Editions Alternative Media Space for the Representation of Azerbaijani Diaspora in Samara Region (on the Example of Newspapers «Ochag» and «Odlar Yurdu»)]. *News of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 20(3(1)): 249–253 p. (in Russian).
- Shpileva D.V. 2020. Osobennosti ispol'zovaniya aktual'nykh formatov podachi informatsii v inklyuzivnykh SMI [Features of the use of current formats of information presentation in inclusive media]. *Mediasreda*, 2: 76–81 p. (in Russian). DOI: [10.24411/2070-0717-2020-10214](https://doi.org/10.24411/2070-0717-2020-10214)
- Shustova N.E. 1999. Sotsial'naya adaptatsiya lichnosti [Social adaptation of personality]. Dis. ... Cand. Sociolog. Sciences. Saratov, 132 p.
- Merinov V.Yu., Korochenskiy A.P., Polonskiy A.V., Ushakova S.V. 2021. The Discourse of Education in the Publicistic Works by D.I. Fonvizin. *Revista EntreLinguas*, 7(8). URL: <https://periodicos.fclar.unesp.br/entrelinguas/article/view/16355/12295> (accessed: 31.12.2025).

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 24.09.2025

Поступила после рецензирования 23.02.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received September 24, 2025

Revised February 23, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Меринов Валерий Юрьевич, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций факультета социологии и журналистики, Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Valery Yu. Merinov, Candidat of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Media Communications, Faculty of Sociology and Journalism, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia.



УДК 82-92; 070.11+070:004.8
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-68-81
EDN KRNZUF

Медиаиндустрия: от дефиниции к методологии

¹ Олейников С.В., ² Мельник Г.С., ³ Ерофеева И.В.

¹ Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко
Приднестровская Молдавская Республика, 3300, г. Тирасполь, ул. 25 Октября, д. 107

² Санкт-Петербургский государственный университет
Россия, 199034, г. Санкт-Петербург, Университетская наб. д. 7/9

³ Забайкальский государственный университет
Россия, 672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, д. 30

olen_serg@inbox.ru; melnik.gs@gmail.com; erofeevaiv@zabgu.ru

Аннотация. Расширение медиасреды путем развития цифровых платформ, конвергентных технологий и новых форм медиапотребления существенно трансформирует функции медиа, профессиональные практики и модели взаимодействия производителей и потребителей медиаконтента. Несмотря на значительный массив отечественных и зарубежных исследований в области журналистики, медиасистем и медиаэкономики, в научном знании сохраняется фрагментарность в интерпретации понятийного аппарата и недостаточная разработанность целостной теоретико-методологической модели медиакоммуникационной индустрии, учитывающей её междисциплинарную природу и динамику развития. Целью исследования является концептуализация медиакоммуникационной индустрии как сложной социально-экономической системы и обоснование методологических оснований её анализа в контексте взаимодействия гуманитарных, социологических и экономико-математических подходов. В результате исследования уточнены и разведены ключевые категории медиатеории («медиа», «медиакоммуникации», «медиакоммуникационная индустрия»), выявлены закономерности функционирования медиакоммуникационной индустрии в условиях цифровой трансформации и показана продуктивность полипарадигмального подхода для анализа современных медиасистем и медиарынков. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории медиакоммуникаций и медиаэкономики, расширяют представления о медиакоммуникационной индустрии как междисциплинарном объекте научного исследования и могут быть использованы в дальнейших теоретических разработках, а также в образовательных и прикладных исследованиях в области журналистики и медиаменеджмента.

Ключевые слова: средства массовой информации, медиакоммуникации, интерпретация, массмедиа, концептосфера науки, медиапрактика

Для цитирования: Олейников С.В., Мельник Г.С., Ерофеева И.В. 2026. Медиаиндустрия: от дефиниции к методологии. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 68–81. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-68-81 EDN KRNZUF

The Media Industry: From Definition to Methodology

¹ Sergey V. Oleynikov, ² Galina S. Melnik, ³ Irina V. Erofeeva

¹ Pridnestrovian State University
107 25 Oktyabrya St., Tiraspol 3300, Pridnestrovian Moldavian Republic

² Saint Petersburg State University
7/9 Universitetskaya Emb., Saint Petersburg 199034, Russian Federation

Transbaikal State University
30 Aleksandro-Zavodskaya St., Chita 672039, Russian Federation
olen_serg@inbox.ru; melnik.gs@gmail.com; erofeevaiv@zabgu.ru

Abstract. The rapid development of mass media and media communications in the context of digitalization and the industrialization of the information and communication sphere highlights the need for a

comprehensive understanding of the media communication industry as a specific socio-economic phenomenon. The expansion of the media environment through digital platforms, convergent technologies, and new patterns of media consumption significantly transforms media functions, professional practices, and models of interaction between media content producers and audiences. Despite a substantial body of domestic and international research in journalism studies, media systems, and media economics, scholarly knowledge remains fragmented in terms of conceptual frameworks, while an integrated theoretical and methodological model of the media communication industry that accounts for its interdisciplinary nature and dynamic development is still insufficiently developed. The aim of this study is to conceptualize the media communication industry as a complex socio-economic system and to substantiate the methodological foundations for its analysis within the interaction of humanities-based, sociological, and economic-analytical approaches. The methodological framework of the study is based on comparative-historical, structural-functional, institutional, and cultural approaches, as well as elements of discourse analysis, sociological methods, and economic modeling, enabling the integration of conceptual and applied levels of analysis. The study clarifies and differentiates the key categories of media theory (“media,” “media communications,” and “media communication industry”), identifies patterns in the functioning of the media communication industry under conditions of digital transformation, and demonstrates the analytical potential of a multiparadigmatic approach for examining contemporary media systems and media markets. The results contribute to the development of media communication theory and media economics, expand the understanding of the media communication industry as an interdisciplinary object of scholarly inquiry, and may be applied in further theoretical research as well as in educational and applied studies in journalism and media management.

Keywords: mass media, media communications, interpretation, mass media, concept sphere of science, media practice

For citation: Oleynikov S.V., Melnik G.S., Erofeeva I.V. 2026. The Media Industry: From Definition to Methodology. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 68–81 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-68-81 EDN KRNZUF

Введение

Динамика развития средств массовой информации, коммуникации, массмедиа, инфокоммуникационной отрасли и, в итоге, медиакоммуникационной индустрии вследствие перманентного технико-технологического прогресса обоснованно вызывает интерес со стороны гуманитарных и общественных наук и актуализирует профессиональные дискуссии о проблемах и перспективах развития относительно нового направления «Медиакоммуникации и журналистика». Медиакоммуникации как категория социально-экономического анализа представляют собой сложный социальный феномен, допускающий различные подходы к его интерпретации [Вартанов, 2023, с. 26]. Именно индустриализация инфокоммуникативной отрасли, которая не может быть описана и объяснена только технологическим прорывом, ее межотраслевая природа и резонансное пространство, далеко выходящие за рамки научного аппарата филологических и политических наук, обусловили осознание феноменальности медиакоммуникационной индустрии и необходимость ее системного анализа в социально-экономическом контексте современности.

Понимание этих процессов требует теоретической рефлексии, инициированной ведущими научными центрами, прежде всего Московским государственным университетом имени М.В. Ломоносова, ученые которого поставили вопрос о модернизации концепции журналистики и СМИ, новых моделях СМИ, а само изучение медиасистем осуществляли на основе сравнения с западными моделями; отвечали на вызовы эпохи неопределенности и рассматривали теорию журналистики как перекресток различных научных подходов и методов [Вартанова, 2012; Дунас, 2016; Вартанова, 2018а; 2018б; 2018в; 2019а; Вартанова и др., 2019б; Dunas, Vartanov, 2020; Вартанова, Дунас, 2022; Дунас, 2022]. Результатом исследований стал выпуск отечественного словаря медийных понятий [Отечественная теория ..., 2019].

В сравнении с разными школами, в том числе Школой журналистики Колумбийского университета, Амстердамской школы исследований коммуникации и многих других, рождались смыслообразующие концепты, объясняющие функционирование российской медиаиндустрии в современных условиях [Korkonosenko, 2015].

Обращаясь к недавнему историческому прошлому, медиаэксперты отмечали приметы нового времени – *деидеологизацию* и *десемантизацию* культурных текстов, моделирование в медиа виртуальной реальности, изменение формата реципиента медиакультуры [Ханзен-Леве, 2016; Старые..., 2019]. Медийные площадки превратились в зоны экспериментирования не только с информационным продуктом, форматами, жанрами, но и с самой аудиторией. Медиапродукт стал создаваться с помощью диверсификации и конвергентных технологий, тем самым формируя новый тип медиапотребления (*lean forward*), например, в транспорте или «лежа на диване» и занимаясь неспешным чтением (*back lean*) [Мельник, 2020]. Появились новые термины, характеризующие бытование человека в цифровом медийном пространстве – *альтермодерн*, «усиливающий мобильность человека в пересечении разного рода границ и многослойность современного мира с его переплетениями и разнообразием пространственно-временных конфигураций» [Гусельцева, 2018, с. 335]; феномены метамодернизма, которыми становятся «*новая искренность* (преодолевающая идеологическую наивность модернизма, иронию и циничный скептицизм постмодернизма); *новая рациональность* (возврат к научной рациональности с учетом ее критики); *постистория* (осмысление и созидание, когда посредством иронии маркируются актуальные проблемы современности); *прагматичный неоромантизм* (предполагающий не путь от культуры полезности к культуре достоинства, а стремление продуктивно использовать две культуры); *постправда* (как принуждение субъекта к саморазвитию критического мышления).

Вполне рабочими стали определения медийных процессов, данные с позиции герменевтической науки. Так, медиасистема стала рассматриваться как «совокупность взаимосвязанных медиапредприятий в национальном или региональном информационном пространстве» [Гавра, Науменко, 2020; Мартыненко и др., 2024] и как «сложноорганизованный объект, который представляет совокупность внутренне неоднородных печатных, электронных, цифровых СМИ, взаимосвязанных типологически в единую открытую структуру, что позволяет обеспечить целостное информационное пространство, ориентированное на потребности аудитории» [Мартыненко и др., 2024].

Таким образом, понятийная рамка современной медиатеории существенно расширилась, требуя пересмотра исследовательских подходов к постсоветским медиасистемам, получившим невиданные ранее возможности передачи информации – гипертекстуальность, трансграничность, высокий интегративный потенциал, толерантность и универсальность, кроссплатформенность, интерактивность, увеличение каналов обратной связи, спонсорский контент [Newman, 2021; Chen, 2024].

Переход медиаиндустрии на «капиталистические рельсы» определил проблемно-тематические приоритеты в условиях конкурентной среды; трансформировал функции медиа, изменил их объем, сделал акцент на развлекательной функции. В научных статьях тщательно исследуются «функции журналистики», «функции СМИ», «функции медиадискурса», а также факторы их трансформации. Предлагается выделять несколько подходов (философский, культурологический, политический, психологический, социологический и филологический), позволяющих «многосторонне подойти к характеристике медиа как целостному объекту, сложному по своей структуре и функционалу, расширить понимание ролевого назначения СМИ в условиях многополярного мира и ценностного раскола» [Мельник, Мисонжников, 2020; Никитин, 2024]. Массовое перетекание СМИ на цифровые платформы привело к перестройке всех технологических этапов создания массмедийного продукта (тайминг, структура, тематическое содержание контента, персонификация) [Мартыненко и др., 2024].

Необходимо помнить, что медиакоммуникационная индустрия, представляя собой социально-экономическую систему, неразрывно объединяет основные группы субъектов, «реализующих медиакоммуникационные отношения по поводу производства, распределения, обмена и потребления медиакоммуникационного продукта, и обеспечивающую удовлетворение общественно необходимой потребности социума в данном продукте» [Вартанов, 2023, с. 130]. Введение в орбиту научного анализа такой новой дефиниции, как медиакоммуникационная индустрия требует не только описания концептосферы данного феномена, но и системной разработки собственного теоретико-методологического аппарата.

Учитывая тенденции развития медиатехнологий, необходимость их анализа на пересечении гуманитарных и экономико-математических наук, в первую очередь очертим понятийно-терминологические рамки настоящего исследования. Переход от дефиниций к методологическому уровню исследования обусловлен необходимостью выстраивания целостной картины медиакоммуникационной индустрии как предмета научного познания. Именно поэтому следующая часть работы посвящена анализу методов и подходов, позволяющих зафиксировать внутреннюю структуру и динамику данного феномена. Исходя из выявленных тенденций и противоречий в теоретическом осмыслении медиакоммуникационной индустрии, рассмотрим методологические основания, на которых строится данное исследование.

Материалы и методы исследования

Изучение медиакоммуникационной индустрии требует обращения к полипарадигмальному инструментарию, сочетающему как гуманитарные, так и количественные методы анализа. В исследовании дается критический обзор зарубежной и отечественной научной литературы, представленной в том числе в базах Academia, Scolar Google, Scopus за период 2020–2025 гг., что позволило задействовать сравнительно-исторический и структурно-функциональный подход к концептуализации понятий, связанных с медиакоммуникационной индустрией на основе культурологического анализа, выявить тенденции в изучении современного процесса медиапроизводства, а также национальное своеобразие российской школы исследований. Использование указанных методов предопределило аналитическую рамку, в пределах которой возможно соотнести концептуальный, эмпирический и прикладной уровни анализа медиакоммуникационной индустрии. Методологическая рамка позволила систематизировать подходы и предложить обобщённое видение медиакоммуникационной индустрии, отражённое в результатах анализа.

Результаты и их обсуждение

В исследовательской литературе нередко происходит пересечение понятий «массмедиа», «медиа», «медиакоммуникации», «медиаиндустрия», «медиакоммуникационная индустрия», «медиабайер», «медиаисследования», «медиакультура», «медиаобразование», «медиареальность», «медиа субъект», «медиа сфера», «медиа текст» и многие другие, вплоть до медиалингвистики и медиафилософии, что затрудняет единообразное применение категориального аппарата. Предприняты попытки проблематизации семантики и прагматики термина «медиа» на основе технологий лингвистической герменевтики, фундирующихся основополагающими для филологии вопросами [Волков, 2021].

Медиа среда является сложной многокомпонентной, самоорганизующейся системой, которая состоит из материальных и идеальных элементов, рассматривается как «коммуникативное пространство, представляющее собой сложную систему, включающую географические и ментальные места взаимодействия, субъекты коммуникации (людей и группы), медиа как средства обмена информацией, а также знания и конвенции, которые передаются между участниками» [Зорин, 2024]. В медиа среде (коммуникативном

пространстве) медиаэксперт выделяет такие элементы, как место взаимодействия (как физическая территория и/или пространство идеационного плана; субъекты взаимодействия (люди и социальные группы); медиа, позволяющие осуществлять субъектам это взаимодействие (от дословных, вербальных, до сложных символических и технических медиа); а также знания и конвенции (в том числе социальные практики, институты), которые являются одновременно и предметом социального взаимодействия, и результатом [Зорин, 2024].

Новые антропологические теории позволили по-новому посмотреть на проблему медиапотребления [Мельник, Мисонжников, 2020; Дунас, 2016, 2022]. Новая культура информационного потребления «базировалась на принципах соучастия, формирования партнерских, доверительных отношений производителя с потребителем информации» [Девяткин, 2025]. В процессе диалога участники могут меняться ролями, становясь то субъектами, то объектами информации (ее распространителями и получателями). Личный и коллективный опыт медиапотребления стал оказывать значительное влияние на аксиосферу россиян [Ерофеева и др., 2020; Сидоров, 2021; Ерофеева, Сафронова, 2022].

Поскольку, согласно Д. Маккуэйлу, медиасистема должна рассматриваться как социальный институт, интегрирующий экономические, культурные и технологические функции общества [McQuail, 2010], представляется продуктивным развести эти уровни следующим образом. Медиа следует понимать, как институционально оформленные и организационно закреплённые практики производства и распространения информации (например, печатные издания, телевидение, интернет-платформы [Косяков, Универсалюк, 2019]. Медиакоммуникации фиксируют процессы социального взаимодействия, опосредованные медийными каналами, включая формирование публичной сферы и трансляцию культурных кодов [Кастельс, 2000; Лассуэлл, 2007].

Наконец, медиакоммуникационная индустрия представляет собой экономико-социальную систему, охватывающую как институты и процессы, так и рыночные механизмы, формирующие совокупность производственных, технологических и культурных условий функционирования медиасферы [Вартанова, 2019, с. 9]. Другими словами, медиакоммуникационная индустрия – совокупность институтов и практик производства, распространения и потребления медиаконтента, включающая традиционные СМИ, цифровые платформы (социальные сети, стриминговые сервисы, агрегаторы новостей), рекламный рынок, IT-инфраструктуру, а также деятельность инфлюенсеров и блогосферу. Таким образом, индустрия охватывает не только журналистику и издательское дело, но и технологические, маркетинговые и культурные компоненты. Подобное разграничение позволяет обеспечить концептуальную ясность и связать теоретические основания с эмпирическими кейсами – от «замкнутых экосистем» национальных IT-компаний до транснациональных медиаплатформ.

Теоретические основания, заложенные отечественными и зарубежными исследователями, позволяют перейти к рассмотрению закономерностей функционирования медиакоммуникационной индустрии как особого социально-экономического образования.

Являясь свидетелями действия одного из основных законов диалектики – накопления количественных изменений и их трансформации в качественные, мы наблюдаем цифровую трансформацию общества, вовлекающую в нее все сферы общественной жизни и часто радикально, до неузнаваемости, их изменяющую. Действительно, индустриальные масштабы указанных процессов усиливают и ускоряют конвергенцию массмедиа в классическом их понимании, превращая их в качественно новое социально-экономическое явление, принципиально новые объединенные структуры, исследование которых, а также закономерностей их развития в контексте существующих практик является актуальной научной задачей. Не менее значимо переосмысление социально-экономической природы современных информационных потоков и механизмов взаимодействия между производителями и потребителями контента. Данные процессы протекают в русле

глобальной трансформации международной коммуникации, где медиапоток выступают одновременно инструментом культурной интеграции и фактором усиления экономического неравенства [Thussu, 2018].

Выраженный экономический эффект, рост дивидендов медиахолдингов и экспансия рекламной подотрасли на фоне тотального влияния медиа на аудиторию актуализируют потребность в кросс-научном анализе. Формирование самостоятельной методологии исследования медиакоммуникационной индустрии и построение моделей её внутрииндустриальных взаимодействий становится приоритетной задачей.

Отсутствие консенсусной теории, описывающей генезис и структуру формирующейся индустрии, требует интеграции междисциплинарного знания. Речь идет о синтезе концепций классической теории медиа и социологии с инструментарием экономической теории, психологии и аппаратом математического моделирования [Вартанов, 2023, с. 8]. Реализация данной теоретико-методологической задачи позволит минимизировать риски от потенциальных угроз в цифровой среде, верифицировать роль и степень влияния всех групп акторов (индивидуальных, корпоративных, общественных) на социально-экономические процессы, а также разработать систему индикативных характеристик медиакоммуникационной индустрии, необходимых для оптимизации медиаменеджмента и повышения эффективности маркетинговых стратегий в условиях цифровизации. Специфика предмета исследования обуславливает необходимость применения комплексного методологического инструментария. Многомерность и институциональная сложность медиакоммуникационной индустрии требуют реализации полипарадигмального подхода, позволяющего интегрировать классические социальные теории для анализа современных гибридных медиасистем.

В рамках данного исследования обосновано применение следующих групп методов:

1. *Сравнительно-исторический и диалектический методы.* Применяются для ретроспективного анализа эволюции медиаиндустрии и выявления причинно-следственных связей в контексте цивилизационного развития. В сочетании с деятельностным и аксиологическим подходами это позволяет рассматривать субъектов медиакоммуникаций как активных социальных акторов, детерминирующих темпы общественного и экономического прогресса.

2. *Институциональный подход.* Используется для дескриптивного и формализованного анализа роли государственных и негосударственных институтов. Метод позволяет выявить корреляцию между идеологическими доктринами и этапами трансформации медиасистем, а также определить границы политического влияния на индустрию [Олейников, 2018].

3. *Структурно-функциональный и интегральный методы.* Направлены на верификацию стабильных социальных структур и оценку их функциональной эффективности. Структурализм в данном контексте служит для описания иерархии участников медиарынка, а функционализм – для прогнозирования реакций индустрии на трансформации в системе общественно-государственных отношений [Олейников, 2018, с. 20–21].

4. *Социологический и культурологический подходы.* Позволяют исследовать детерминированность медиакоммуникаций спецификой политико-экономического ландшафта и социокультурной динамики. Особое внимание уделяется теории иерархии потребностей и моделям цифровой трансформации, объясняющим формирование гибридных профессиональных практик, в которых институциональное производство контента интегрируется с пользовательским [Steensen, Ahva, 2015]. Вместе с тем, исследователи указывают на значимость и внекультурного контекста, который «диктуется ходом цивилизационных процессов», иными словами, «вмешательством экономических, политических и коммуникативных факторов, принимающих созидательные (конструктивные) или разрушительные (деструктивные) формы» [Кондаков, 2019],

полагая, что именно в сочетании эксклюзивных и инклюзивных факторов интермедиаальности происходит становление и воспроизводство социокультурных функций старых и новых медиа в XXI в.

5. *Экономико-математические методы*. Продуктивный анализ медиакоммуникационной сферы сегодня невозможен без синтеза микро- и макроэкономического инструментария. Речь идет об интеграции неоклассических и поведенческих теорий (потребительского выбора и поведения фирмы) с макроэкономическими моделями, включая теории эндогенного роста и неравновесных рыночных структур. Базисом такого анализа выступает обширный арсенал количественных методов. Среди них особое место занимают эконометрические подходы (регрессионный, корреляционный, факторный анализ и метод главных компонент, применимый как для самостоятельных исследований, так и для создания интегральных индексов), а также инструменты оптимизации, включая математическое программирование для моделирования решений в условиях информационных манипуляций. Для описания взаимодействия субъектов рынка востребована некооперативная теория игр (модели «медиа – производство – потребление» и рекламных рынков). Наконец, для учета факторов неопределенности и прогнозирования долгосрочной динамики необходимо применение теории вероятностей, оптимального управления и аппарата дифференциальных уравнений, как детерминированных, так и стохастических.

Ключевой задачей является выработка комплексной методологии. Экономико-математические методы позволяют выявлять закономерности в распределении ресурсов, моделировать конкуренцию медиаплатформ, прогнозировать рекламные потоки. Однако их значимость проявляется именно тогда, когда они интегрируются с гуманитарным анализом. К примеру, *дискурсивный анализ* позволяет исследовать способы конструирования повестки дня в медиапространстве, культурологический подход – оценить трансформацию форматов коммуникации (от печатных газет до рилсов), выявить типичные факторы интереса среднестатистического потребителя, влияющие на эффективность медиапродукта [Ерофеева и др., 2020; Ерофеева, Сафронова, 2022], а социологические методы – понять динамику аудитории, уровень доверия к источникам и механизмы включения медиапрактик в повседневность. В сочетании с экономико-математическим моделированием это создаёт более полное понимание того, как формируется медиакоммуникационная экосистема.

К примеру, Яндекс.МедиаСервисы является показательным примером применения регрессионного и факторного анализа. С точки зрения экономики, можно выявить зависимость между расширением сервисов Яндекса (от новостных агрегаторов до стриминговых платформ) и ростом рекламных доходов [Отчёт..., 1997–2026]. Однако одних количественных показателей недостаточно: необходим и культурологический ракурс. С позиций гуманитарных наук интерес представляет трансформация практик медиапотребления, когда пользователь, оставаясь в пределах одной экосистемы, получает одновременно новости, развлечения и сервисы электронной коммерции. Таким образом, экономико-математический анализ выявляет структуру доходов и закономерности роста, а дискурсивный и социокультурный анализ – объясняет, почему аудитория готова принять такую интеграцию.

Еще одним показательным примером интеграции социологических, культурологических и экономико-математических подходов являются стремительно развивающиеся сервисы для создания и просмотра коротких видео [2022 Digital ..., 2022]. С одной стороны, факторный анализ аудитории выявляет ключевые социальные группы пользователей, их возрастные, территориальные и поведенческие особенности. С другой стороны, дискурсивный анализ помогает понять семантическую основу формирования и распространения смыслов и ценностей коротких видеоформатов, а культурологический подход показывает, каким образом эти сервисы становятся площадкой генерации новых форм креативности, транснациональной «мемной культуры» [Shifman, 2014] и даже новых

способов самоидентификации пользователей. В данном случае экономико-математическое моделирование (например, теория игр, объясняющая конкурентное взаимодействие таких сервисов) оказывается дополненным социокультурной перспективой, позволяющей понять, почему молодежная аудитория предпочитает тот или иной формат контента.

Теоретико-методологический фундамент исследования базируется на междисциплинарном синтезе общенаучных методов (анализа, синтеза, дедукции и обобщения) и принципах системного подхода. Такой когнитивный инструментарий позволяет верифицировать структурную сложность объекта и выявить ключевые векторы трансформации медиакоммуникационной индустрии в социально-экономической системе координат современного государства. Интеграция указанных подходов обеспечивает целостное видение медиаиндустрии не как изолированного феномена, а как динамического элемента государственно-правовой и общественной архитектуры.

Интеграция разных подходов позволяет избежать односторонности. Так, факторный анализ аудитории социальных сетей может выявить ключевые социальные группы пользователей, а дискурсивный анализ – показать, какие нарративы они воспроизводят. Теория игр может быть использована для моделирования конкурентного взаимодействия глобальных и локальных стриминговых сервисов, но при этом культурологический анализ помогает понять, почему зрители отдают предпочтение локальным сериалам в определённых странах [Entertainment & media..., 2021]. В данном случае экономико-математические методы позволяют оценить устойчивость подписочной модели и рассчитать оптимальные стратегии конкуренции с локальными игроками. Однако культурологический анализ выявляет феномен «сериальной культуры» как новой формы медиапотребления, а социологический подход позволяет понять, почему глобальные алгоритмы рекомендаций сочетаются с локализацией контента (производство региональных сериалов, адаптация под локальные культурные коды). Таким образом, стриминговые сервисы оказываются не только бизнес-моделью, но и культурным феноменом, что невозможно уловить исключительно количественными инструментами.

Методологический арсенал исследования дополняется группой методов эмпирического анализа, направленных на верификацию теоретических положений: *интент-* и *контент-анализ* медийных материалов и профильной нормативно-правовой базы (для выявления целевых установок акторов и векторов институциональной трансформации), а также метод анализ результатов социологических исследований и интерпретацию данных экспертных опросов (для оценки экспертным сообществом эффективности текущих моделей медиамеджмента).

Следует подчеркнуть, что методологический инструментарий не исчерпывается теоретическими подходами: современные исследования медиа строятся и на эмпирических, проектных и прикладных методах, формирующих собственную исследовательскую культуру медиаотрасли. Современная медиатеория, как подчёркивает С. Ливингстон, исходит из предпосылки всеобщей медиатизации социальных процессов, при которой любые формы взаимодействия опосредованы коммуникационными технологиями [Livingstone, 2009]. В многочисленных статьях медиаэкспертов обсуждаются процедуры и техники исследования, принципы, условия коммуникационной деятельности, определяются структура (фазы, стадии и этапы); классификация эмпирических и теоретических методов, применяемых в теории медиакоммуникаций и журналистики – кейс-анализ [Ахмедова, Недоповз, 2020], фрейм-анализ [Entman, 1993; Scheufele 1999], сентимент-анализ [Скворцова, Неренц, 2021], ивент-анализ [Ушакова, Павлова, 2000], проектный менеджмент [Шилова, 2023], а также традиционные методы – эксперимент, фокусированные интервью, опросы и др.

Кейс-стади предполагает анализ конкретных ситуаций (кейсов), взятых из профессиональной практики, и способствует быстрому принятию решений в условиях неопределённости.

Методологическая комплексность анализа особенно важна в условиях растущей политизации глобальных медиапроцессов. Именно поэтому в исследованиях, посвященных медиаиндустрии, нельзя не учитывать геополитические факторы. Состояние многополярной международной системы и глобальная информационная картина показывают рост враждебности и информационно-психологических конфликтов между странами. «Ответом данному вызову стало некоторое укрепление национальных медиасистем» [Мартыненко и др., 2024].

Таким образом, применение перечисленных методов способно обогатить журналистскую науку, теснее связать исследования с практикой, расширить возможность в постановке и решении творческих задач.

Заключение

Медиакоммуникационная индустрия представляет собой гибридное образование, где экономические закономерности и гуманитарные смыслы взаимно определяют друг друга. Её исследование возможно только при условии междисциплинарного синтеза, в котором экономико-математические модели служат инструментом анализа, а гуманитарные подходы – рамками интерпретации полученных данных в социально-культурном контексте, что позволяет определить эффективность медиапродукта в целостной парадигме медиаэкономики и культурно-исторической памяти. На постсоветскую российскую медиасистему влияют как национальные, так и глобальные тенденции. Сетевые медиа рассматриваются не только как технологическая новация, но и как явление культурологического порядка. Творческие стратегии исследуются применительно к различным типам и форматам СМИ, а медиатексты анализируются в контексте эксклюзивности, информационной и культурологической ценности, актуальности и сбалансированности. Эти параметры отражают трансформацию не только форм коммуникации, но и самих принципов медиапроизводства: от иерархической модели – к сетевой, от институционального контроля – к распределённой ответственности участников медиапроцесса. В этом контексте медиакоммуникационная индустрия выступает как поле экспериментальной интеграции технологий, смыслов и экономических моделей, где формируются новые стандарты профессиональной и культурной деятельности.

Проведённый анализ позволяет утверждать, что медиакоммуникационная индустрия представляет собой сложную, многоуровневую систему, находящуюся в постоянной динамике и требующую междисциплинарного инструментария исследования. Конвергенция гуманитарных, экономических и технологических подходов обеспечивает возможность описания не только структурных элементов, но и смысловой архитектуры индустрии, где производство и потребление медиаконтента формируют взаимозависимую экосистему. Тем самым медиакоммуникационная индустрия становится не просто отраслью, а значимым фактором социальной эволюции, пространством конструирования новых форм социальности, экономической активности и культурной идентичности.

Список источников

- Барабаш И. От культуры полезности к культуре достоинства. Человек без границ. URL: https://www.manwb.ru/articles/world_today/tolerance/dostoinstvo_asmolov/ (дата обращения: 13.10.2025).
- Отечественная теория медиа: основные понятия. 2019. Словарь. Под ред. Е.Л. Вартановой. Москва, Факультет журналистики МГУ, Издательство Московского университета, 246 с.
- Отчёт о прогрессе в области устойчивого развития группы компаний Яндекса за 2023 год. 1997–2026. Яндекс, URL: <https://esg-library.mgimo.ru/upload/iblock/a30/1970dfjzpzo66a3spu30tczo7rlg7ziw/Otchet-YAndeksa.pdf> (дата обращения: 11.11.2025).
- 2022 Digital media trends, 16th edition. Toward the metaverse. 2022. Eds. K. Edelman, P.R. Borah and D. Poddar. Deloitte Insights. URL: <https://trendsunplugged.io/wp-content/uploads/2024/09/2022-Digital-media-trends-16th-edition-Toward-the-metaverse.pdf> (accessed: 11 November, 2025).

Entertainment & media revenues rebounding strongly from pandemic slump; shift to streaming, gaming and user-generated content is transforming industry 2021. PwC. URL: <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2021/english/entertainment-and-media-revenues-rebounding-strongly-from-pandemic-slump-shift-to-streaming-gaming-and-user-generated-content-is-transforming-industry.html> (accessed: 29 October, 2025).

Newman N. 2021. Journalism, media, and technology trends and predictions 2021. Reuters Institute, 7 January, 2021.

Список литературы

- Ахмедова Э.М., Недоповз И.И. 2020. Использование технологии кейс-стади в образовательном процессе. *Мир науки, культуры, образования*, 2(81): 312–313. DOI: [10.24411/1991-5497-2020-00307](https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00307)
- Варганов С.А. 2023. Медиакоммуникационная индустрия как социально-экономическая система: механизмы функционирования, методы анализа и моделирования: в 2-х т. Дис. ... докт. социол. наук. Москва, 988 с. (1 т. – 533 с.; 2 т. – 465 с.).
- Варганова Е.Л. 2012. О необходимости модернизации концепции журналистики и СМИ. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 1: 7–26.
- Варганова Е.Л. 2018а. О теоретической актуальности понятия «медиа-система». *МедиаАльманах*, 4: 8–12. DOI: [10.30547/mediaalmanah.4.2018.812](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2018.812)
- Варганова Е.Л. 2018б. От теории прессы – к моделям СМИ: к истории возникновения сравнительного изучения медиасистем за рубежом *Коммуникации. Медиа. Дизайн*, 3(2): 5–16.
- Варганова Е.Л. 2018в. Теория медиа как перекресток научных подходов и методов. *Вопросы теории и практики журналистики*, 7(1): 165–176. DOI: [10.17150/2308-6203.2018.7\(1\).165-176](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2018.7(1).165-176)
- Варганова Е.Л. 2019а. Теория медиа: отечественный дискурс. Москва, Факультет журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, 221 с.
- Варганова Е.Л., Аникина М.Е., Вырковский А.В. и др. 2019б. От теории журналистики к теории медиа. Динамика медиаисследований в современной России. Под ред. Е.Л. Варгановой. Москва, Издательство Московского университета, Факультет журналистики Московского государственного университета. 208 с.
- Варганова Е.Л., Дунас Д.В. 2022. Российская медиа-система в начале 2020 гг.: вызовы эпохи неопределенности. *МедиаАльманах*, 6(113): 8–17. DOI: [10.30547/mediaalmanah.6.2022.817](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2022.817)
- Волков В.В. 2021. Термин и понятие «медиа»: аспекты герменевтического исследования. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика*, 21(1): 20–24. DOI: [10.18500/1817-7115-2021-21-1-20-24](https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-1-20-24)
- Гавра Д.П., Науменко К.А. 2020. Концепт «медиа-система» в современной теории массовых коммуникаций. *МедиаСкоп*, 1. DOI: [10.30547/mediascope.1.2020.5](https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2020.5)
- Гусельцева М.С. 2018. Мета-модернизм в психологии: новые методологические стратегии и изменения субъективности. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология*, 8(4): 327–340. DOI: [10.21638/11701/spbu16.2018.402](https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.402)
- Дунас Д.В. 2016. Национальное своеобразие российской школы исследований СМИ: теоретическая направленность диссертаций в период 1991–2010 гг. *Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика*, 1: 99–115.
- Дунас Д.В. 2022. Медиа и социализация: первичная, вторичная или самосоциализация? Опыт изучения медиапотребления цифровой молодежи России. *Вестник Томского государственного университета. Филология*, 78: 200–224. DOI: [10.17223/19986645/78/12](https://doi.org/10.17223/19986645/78/12)
- Девяткин Н.Р. 2025. Трансформация цифрового медиапотребления России в 2022–2025 годах: факторы и тенденции. *Вопросы медиабизнеса*, 4(2): 53–58. DOI: [10.24412/3034-1930-2025-0170](https://doi.org/10.24412/3034-1930-2025-0170)
- Ерофеева И.В., Богуславская В.В., Тепляшина А.Н., Толстокулакова Ю.В. 2020. Моделирование медиатекста. Под ред. И.В. Ерофеевой. Саратов, Ай пи Ар Медиа, 180 с.
- Ерофеева И.В., Сафронова О.В. 2022. Аксиологическая культура журналиста информационной эпохи. *Гуманитарный вектор*, 17(4): 128–137. DOI: [10.21209/1996-7853-2022-17-4-128-137](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2022-17-4-128-137)
- Зорин К.А. 2024. Медиа-среда как материально-идеационная динамическая система. *МедиаСкоп*, 1.
- Кастельс М. 2000. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. Под ред. О.И. Шкаратана. Москва, ГУ ВШЭ, 606 с. (Castells M. 1996-1998. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Vol. I-II. Oxford, Blackwell Publishers).
- Кондаков И. 2019. Русский медиаповорот: старые и новые медиа в архитектонике российской культуры. В кн.: Старые и новые медиа: формы, подходы, тенденции XXI века. Под ред. Е.В. Сальниковой. Москва, Издательские решения: 12–50.

- Косяков В.А., Универсалюк Е.А. 2019. Реферативный обзор книги Д. МакКуэйла «Теория массовой коммуникации» (1 часть). *Вопросы теории и практики журналистики*, 8(3): 524–534. DOI: [10.17150/2308-6203.2019.8\(3\).524-534](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(3).524-534)
- Лассуэлл Г.-Д. 2007. Структура и функции коммуникации в обществе. В кн.: Арапова Н.П. Информационная политика: в контексте социальной информатиологии. Под ред. В.Д. Попова, А.В. Шевченко. Москва, Российская академия государственной службы при Президенте РФ: 160–169.
- МакКуэйл Д. 2013. Журналистика и общество. Пер. с англ. М.Ю. Полевой. Москва, МедиаМир, 362 с. (McQuail D. 2013. *Journalism and Society*. SAGE, 256 p.)
- Мартыненко Е.В., Базанова А.Е., Малаховский А.К., Иванова А.А. 2024. Медиасистемы постсоветского пространства: векторы эволюции и методы исследований. *Вопросы теории и практики журналистики*, 13(4): 609–627. DOI: [10.17150/2308-6203.2024.13\(4\).609-627](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2024.13(4).609-627)
- Мельник Г.С. 2020. Новые технологии медиапроизводства: достижения и издержки. *Челябинский гуманитарий*, 4(53): 48–56. DOI: [10.24411/1999-5407-2020-10407](https://doi.org/10.24411/1999-5407-2020-10407)
- Мельник Г.С., Мисонжников Б.Я. 2020. Антропология медиaprостранства в поисках ценностных ориентиров. В кн.: Баранов Н.А., Забарин А.В., Ивашов Л.Г. и др. Глобализация: на грани реального и виртуального. Под ред. Н.А. Баранова. Санкт-Петербург, Петрополис: 170–199.
- Никитин А.А. 2024. Особенности новой трудовой функции «Управление цифровыми технологиями» в профессиональной деятельности по связям с общественностью. *Вопросы медиабизнеса*, 3(1): 25–28. DOI: [10.24412/3034-1930-2024-0020](https://doi.org/10.24412/3034-1930-2024-0020)
- Олейников С.В. 2018. Эволюция культурно-информационного пространства государств с отложенным внешнеполитическим статусом: на материале Приднестровья. Дис. ... докт. полит. наук. Санкт-Петербург, 398 с.
- Сидоров В.А. 2021. Аксиология массмедиа: проблемные поля и стратегии изучения. *Гуманитарный вектор*, 16(4): 117–125. DOI: [10.21209/1996-7853-2021-16-4-117-125](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2021-16-4-117-125)
- Неренц Д.В., Скворцова А.Н. 2021. Особенности применения метода сайнстейнмента (sciencetainment) в научно-популярной журналистике (на примере программ телеканала «Наука»). *Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология*, 10: 69–76. DOI: [10.28995/2686-7249-2021-10-69-76](https://doi.org/10.28995/2686-7249-2021-10-69-76)
- Старые и новые медиа: формы, подходы, тенденции XXI века. 2019. Под ред.: Е.В. Сальниковой. Москва, Издательские решения, 540 с.
- Ушакова Т.Н., Павлова Н.Д., Латынов В.В. и др. 2000. Слово в действии: интент-анализ политического дискурса. Под. ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. Санкт-Петербург, Алетейя, 314 с.
- Шилова Н.В. 2023. Метод проектов как инновационная педагогическая технология. *Проблемы современного педагогического образования*: 78-4: 277–280.
- Ханзен-Лёве О.А. 2016. Интермедиальность в русской культуре: от символизма к авангарду. Пер. с нем. Б.М. Скуратова, Е.Ю. Смотрицкого. Под ред. Д. Крафт, Р. Михайлова, И. Чубарова. Москва, Российский государственный гуманитарный университет, 503 с.
- Chen L. 2024. Digital Transformation and Innovation of the News Media. *International Journal of Education and Humanities*, 17(1): 154–158. DOI: [10.54097/j5w0kb62](https://doi.org/10.54097/j5w0kb62)
- Entman R.M. 1993. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4): 51–58. DOI: [10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x)
- Goffman E. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harvard University Press, 586 p.
- Korkonosenko S. 2015. Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory. *Central European Journal of Communication*, 8(2): 175–186.
- Livingstone S. 2009. On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address. *Journal of Communication*, 59(1): 1–18. DOI: [10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x)
- McQuail D. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications India Pvt Limited, 632 p.
- Scheufele D.A. 1999. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49: 103–122.
- Shifman L. 2014. *Memes in Digital Culture*. Cambridge, MA, MIT Press, 200 p.
- Steensen S., Ahva L. 2015. Theories of Journalism in a Digital Age: An exploration and introduction. *Journalism Practice*, 9(1): 1–18. DOI: [10.1080/17512786.2014.928454](https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928454)
- Thussu D.K. 2018. *International Communication: Continuity and Change*. London, Bloomsbury Publishing, 392 p.

References

- Akhmedova E.M., Nedopovz I.I. The Use of Case Study Technology in the Educational Process. *Mir Nauki, Kul'tury, Obrazovaniya*, 2(81): 312–313 (in Russian). DOI: [10.24411/1991-5497-2020-00307](https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00307)
- Vartanov S.A. 2023. The media communication industry as a socioeconomic system : mechanisms of functioning, methods of analysis and modelling: in 2 vol. Dis. ... Doct. Sociolog. Sciences. Moscow, 988 p. (1 vol. – 533 p.; 2 vol. – 465 p.) (in Russian)
- Vartanova E.L. 2012. On the Need to Update the Concepts of Journalism and Media. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 1: 7–26.
- Vartanova E.L. 2018a. O teoreticheskoi aktual'nosti ponyatiya «mediasistemA» [On the theoretical relevance of the concept of "media system"]. *MediaAl'manakh*, 4: 8–12. DOI: [10.30547/mediaalmanah.4.2018.812](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.4.2018.812)
- Vartanova E.L. 2018b. From the Theories of Press to the Models of Mass Media: Considering the History of the Genesis of Comparative Studies on Media Systems. *Communications. Media. Design*, 3(2): 5–16 (in Russian).
- Vartanova E.L. 2018c. Media Theory as a Crossroads of Scientific Approaches and Methods. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 7(1): 165–176 (in Russian). DOI: [10.17150/2308-6203.2018.7\(1\).165-176](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2018.7(1).165-176).
- Vartanova E.L. 2019a. Teoriya media: otechestvennyi diskurs [Media Theory: Domestic Discourse]. Moscow, Publ. Fakul'tet zhurnalistiki Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta im. M.V. Lomonosova, 221 p.
- Vartanova E.L., Anikina M.E., Vyrkovskij A.V. i dr. 2019b. Ot teorii zhurnalistiki k teorii media. Dinamika mediaissledovanij v sovremennoj Rossii [From Journalism Theory to Media Theory. Dynamics of Media Studies in Contemporary Russia]. Ed. E.L. Vartanova. Moscow, Publ. Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, Fakul'tet zhurnalistiki Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. 208 p.
- Vartanova E.L., Dunas D.V. 2022. Rossiiskaya mediasistema v nachale 2020 gg.: vyzovy ehpokhi neopredelennosti [The Russian Media System in the Early 2020s: Challenges of the Era of Uncertainty]. *Medi@l'manakh*, 6(113): 8–17. DOI: [10.30547/mediaalmanah.6.2022.817](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2022.817)
- Volkov V.V. 2021. The term and concept of 'media': The aspects of hermeneutics of research. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philology. Journalism*, 21(1): 20–24 (in Russian). DOI: [10.18500/1817-7115-2021-21-1-20-24](https://doi.org/10.18500/1817-7115-2021-21-1-20-24)
- Gavra D.P., Naumenko X.A. 2020. Concept of Media System in the Contemporary Mass Communication Theory. *Mediascope*, 1. DOI: [10.30547/mediascope.1.2020.5](https://doi.org/10.30547/mediascope.1.2020.5)
- Guseltseva M.S. 2018. Metamodernism in psychology: New methodological strategies and changes of subjectivity. *Vestnik of Saint Petersburg University. Psychology*, 8(4): 327–340 (in Russian). DOI: [10.21638/11701/spbu16.2018.402](https://doi.org/10.21638/11701/spbu16.2018.402)
- Dunas D.V. 2016. The National Originality of Russian School of Research: the Theories in Dissertation Papers in 1991–2010. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika*, 1: 99–115.
- Dunas D.V. 2022. Media and socialization: Primary, secondary, or self-socialization? Experience in studying media consumption of “digital youth” in Russia. *Tomsk State University Journal of Philology*, 78: 200–224 (in Russian). DOI: [10.17223/19986645/78/12](https://doi.org/10.17223/19986645/78/12)
- Devyatkin N.R. 2025. Transformation of Russia's Digital Media Consumption in 2022–2025: Factors and Trends. *Issues of Media Business*, 4(2): 53–58 (in Russian). DOI: [10.24412/3034-1930-2025-0170](https://doi.org/10.24412/3034-1930-2025-0170)
- Erofeeva I.V., Boguslavskaya V.V., Teplyashina A.N., Tolstokulakova Yu.V. 2020. Modelirovanie mediateksta [Media Text Modeling]. Ed. I.V. Erofeeva. Saratov, Publ. Ai pi Ar Media, 180 p.
- Erofeeva I.V., Safronova O.V. 2022. Axiological Culture of a Journalist in the Digital. *Humanitarian Vector*, 17(4):128–137 (in Russian). DOI: [10.21209/1996-7853-2022-17-4-128-137](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2022-17-4-128-137)
- Zorin K. 2024. Media environment as a material and ideational dynamic system. *Mediascope*, 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2843>
- Kastel's M. 2000. Informatsionnaya ehpokha: ehkonomika, obshchestvo i kul'tura [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Transl. from Engl. Ed. O.I. Shkaratan. Moscow, Publ. GU VSHEH, 606 p. (Castells M. 1996-1998. The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I-II. Oxford, Blackwell Publishers)
- Kondakov I. 2019. Russkii mediapovorot: starye i novye media v arkhitektonike rossiiskoi kul'tury [Russian Media Turn: Old and New Media in the Architectonics of Russian Culture]. In: Starye i novye media:

- formy, podkhody, tendentsii XXI veka [Old and New Media: Forms, Approaches, and Trends of the 21st Century]. Ed. E.V. Sal'nikova. Moscow, Publ. Izdatel'skie resheniya: 12–50.
- Kosyakov V.A., Universalyuk E.A. 2019. Summary of the Book by D. MacQuail “Theory of Mass Communication” (Part 1). *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 8(3): 524–534 (in Russian). DOI: [10.17150/2308-6203.2019.8\(3\).524-534](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(3).524-534)
- Lassuehl G.-D. 2007. Struktura i funktsii kommunikatsii v obshchestve [The Structure and Functions of Communication in Society]. In: Arapova N.P. Informatsionnaya politika: v kontekste sotsial'noi informatsiologii [Information Policy: in the Context of Social Informatology]. Eds. V.D. Popov, A.V. Shevchenko. Moscow, Publ. Rossiiskaya akademiya gosudarstvennoi sluzhby pri Prezidente RF: 160–169.
- MaKKuehil D. 2013. Zhurnalistika i obshchestvo [Journalism and Society]. Transl. from Engl. by M.Yu. Polevoy. Moscow, Publ. MediAMir, 362 p. (McQuail D. 2013. *Journalism and Society*. SAGE, 256 p.)
- Martynenko E.V., Bazanova A.E., Malakhovsky A.K., Ivanova A.A. 2024. Media Systems of the Post-Soviet Space: Evolution Vectors and Research Methods. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 13(4): 609–627 (in Russian). DOI: [10.17150/2308-6203.2024.13\(4\).609-627](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2024.13(4).609-627)
- Melnik G.S. 2020. New Technologies of Media Production: Achievements and Costs. *Chelyabinskii gumanitarii*, 4(53): 48–56. DOI: [10.24411/1999-5407-2020-10407](https://doi.org/10.24411/1999-5407-2020-10407)
- Mel'nik G.S., Misonzhnikov B.YA. 2020. Antropologiya mediaprostranstva v poiskakh tsennostnykh orientirov [Anthropology of the Media Space in Search of Value Guidelines]. In: Baranov N.A., Zabarin A.V., Ivashov L.G. et al. Globalization: on the edge real and virtual. Ed. N.A. Baranov. St. Petersburg, Publ. Petropolis: 170–199.
- Nerents D.V., Skvortsova A.N. 2021. The using features of the sciencetainment method in popular science journalism (on the examples of the programs of the TV channel ‘Science’). *RSUH Bulletin. Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies Series*, 10: 69–76 (in Russian). DOI: [10.28995/2686-7249-2021-10-69-76](https://doi.org/10.28995/2686-7249-2021-10-69-76)
- Nikitin A.A. 2024. Features of the New Labor Function «Digital Technology Management» in Professional Public Relations Activities. *Issues of Media Business*, 3(1): 25–28 (in Russian). DOI: [10.24412/3034-1930-2024-0020](https://doi.org/10.24412/3034-1930-2024-0020)
- Olejnikov S.V. 2018. Ehvolyuciya kul'turno-informacionnogo prostranstva gosudarstv s otlozhennym vneshnepoliticheskim statusom: na materiale Pridnestrov'ya [Evolution of the cultural and information space of states with deferred foreign policy status: based on the case of Transnistria]. Dis. ... Doct. Political Sciences. St. Petersburg, 398 p.
- Sidorov V.A. 2021. Axiology of Mass Media: Problem Fields and Study Strategies. *Humanitarian Vector*, 16(4): 117–125 (in Russian). DOI: [10.21209/1996-7853-2021-16-4-117-125](https://doi.org/10.21209/1996-7853-2021-16-4-117-125)
- Starye i novye media: formy, podkhody, tendentsii XXI veka [Old and New Media: Forms, Approaches, and Trends of the 21st Century]. 2019. Ed.: E.V. Sal'nikova. Moscow, Publ. Izdatel'skie resheniya, 540 p.
- Ushakova T.N., Pavlova N.D., Latynov V.V. i dr. 2000. Slovo v dejstvii: intent-analiz politicheskogo diskursa [Word in Action: Intent Analysis of Political Discourse]. Eds. T.N. Ushakova, N.D. Pavlova. St. Petersburg, Publ. Aletejya, 314 p.
- Shilova N.V. 2023. Metod proektov kak innovacionnaya pedagogicheskaya tekhnologiya [Project Method as an Innovative Pedagogical Technology]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 78-4: 277–280.
- Hanzen-Lyove O.A. 2016. Intermedial'nost' v russkoj kul'ture: ot simvolizma k avangardu [Intermediality in Russian Culture: From Symbolism to Avant-garde]. Transl. from German B.M. Skuratova, E.Yu. Smotrickogo. Eds. D. Kraft, R. Mikhajlov, I. Chubarov. Moscow, Publ. Rossijskij gosudarstvennyj gumanitarnyj universitet, 503 p.
- Chen L. 2024. Digital Transformation and Innovation of the News Media. *International Journal of Education and Humanities*, 17(1): 154–158. DOI: [10.54097/j5w0kb62](https://doi.org/10.54097/j5w0kb62)
- Entman R.M. 1993. Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4): 51–58. DOI: [10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x)
- Goffman E. 1974. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Harvard University Press, 586 p.
- Korkonosenko S. 2015. Global De-Westernization Trend in Media Studies and Russian Journalism Theory. *Central European Journal of Communication*, 8(2): 175–186.



- Livingstone S. 2009. On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address. *Journal of Communication*, 59(1): 1–18. DOI: [10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x)
- McQuail D. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage Publications India Pvt Limited, 632 p.
- Scheufele D.A. 1999. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49: 103-122.
- Shifman L. 2014. *Memes in Digital Culture*. Cambridge, MA, MIT Press, 200 p.
- Steensen S., Ahva L. 2015. Theories of Journalism in a Digital Age: An exploration and introduction. *Journalism Practice*, 9(1): 1–18. DOI: [10.1080/17512786.2014.928454](https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928454)
- Thussu D.K. 2018. *International Communication: Continuity and Change*. London, Bloomsbury Publishing, 392 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 12.11.2025

Received November 12, 2025

Поступила после рецензирования 22.01.2026

Revised January 22, 2026

Принята к публикации 10.03.2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Олейников Сергей Викторович, профессор кафедры журналистики, Приднестровский государственный университет, г. Тирасполь, Приднестровская Молдавская Республика.

Sergey V. Oleynikov, Professor, Department of Journalism, Pridnestrovian State University, Tiraspol, Pridnestrovian Moldavian Republic.

Мельник Галина Сергеевна, профессор кафедры цифровых медиакоммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия.

Galina S. Melnik, Professor, Department of Digital Media Communications, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

Ерофеева Ирина Викторовна, профессор кафедры журналистики и связей с общественностью, Забайкальский государственный университет, г. Чита, Россия.

Irina V. Erofeeva, Professor, Department of Journalism and Public Relations, Transbaikal State University, Chita, Russia.



УДК 070.16; 790.034
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-82-91
EDN LOYDSV

Нелинейность в современных компьютерных играх: от технологии к теории

Полонский А.В., Ляхова И.Н.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85
andrey.polonskiy@gmail.com; lyakhova_i@bsuedu.ru

Аннотация. Одной из популярных форм новых медиа являются компьютерные игры, погружающие игрока в мир виртуальной реальности. Интерактивная природа компьютерной игры обуславливает ее нелинейную структуру, обеспечивающую игроку право принятия решения в ситуации выбора. Несмотря на большое количество публикаций, посвященных изучению компьютерных игр, системные и многогранные исследования феномена нелинейности в гуманитарной науке практически отсутствуют. Цель данного исследования – выявить особенности нелинейности как одного из основных принципов компьютерной игры, определить способы её реализации в структуре игрового опыта. Авторами проведен анализ научной литературы, а также геймплея, механик и нарратива компьютерных игр с нелинейными элементами. Показано, что нелинейность нарратива связана с наличием сюжетных развилки и большого количества концовок, возможностью выбора диалоговых реплик. Нелинейность геймплея заключается в выборе игроком собственной стратегии прохождения, наличии альтернативных игровых механик, открытости игрового мира и индивидуальными постановками целей при прохождении игры. Исследование позволило выявить амбивалентный характер нелинейности в компьютерных играх, связанный с неповторимым опытом каждого игрока и ограничениями программного кода. Результаты исследования открывают новое теоретическое направление в изучении феномена нелинейности в компьютерных играх.

Ключевые слова: современное общество, новые медиа, социальный институт, компьютерные игры, нелинейность, геймплей, механики, нарратив

Для цитирования: Полонский А.В., Ляхова И.Н. 2026. Нелинейность в современных компьютерных играх: от технологии к теории. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 82–91. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-82-91 EDN LOYDSV

Nonlinearity in Modern Computer Games: from Technology to Theory

Andrey V. Polonskiy, Irina N. Lyakhova

Belgorod State National Research University
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russian Federation
andrey.polonskiy@gmail.com; lyakhova_i@bsuedu.ru

Abstract. Computer games, which immerse players in virtual reality, are a popular form of new media. The interactive nature of computer games determines their nonlinear structure, providing the player with the right to make decisions in a choice-making situation. Despite the large number of publications devoted to the study of computer games, systematic and comprehensive studies of the phenomenon of nonlinearity in the humanities are virtually absent. The purpose of this study is to identify and analyze nonlinearity as a constructive principle of computer games and determine methods for its implementation. An analysis of the scientific literature, as well as the gameplay, mechanics, and narrative of computer games with nonlinear elements, revealed the main methods for implementing nonlinearity. Nonlinear narrative is associated with

the presence of plot branches and a large number of endings, as well as the ability to choose dialogue lines. Nonlinear gameplay involves the player's choice of strategy, the presence of alternative game mechanics, the openness of the game world, and individual goal setting during gameplay. The study revealed the ambivalent nature of nonlinearity in computer games, linked to the unique experience of each player and the limitations of the program code. The results of the study open a new theoretical direction in the study of nonlinearity in computer games.

Keywords: modern society, new media, social institution, computer games, nonlinearity, gameplay, mechanics, narrative

For citation: Polonskiy A.V., Lyakhova I.N. 2026. Nonlinearity in Modern Computer Games: from Technology to Theory. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 82–91 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-82-91 EDN LOYDSV

Введение

Набирающий силу процесс цифровизации, стремительное развитие новых медиа (интерактивных цифровых информационно-коммуникационных ресурсов в интернет-среде), которые активно внедряются во все сферы жизни и деятельности современного человека, определяя характер его социальных переживаний, опыт социальной мысли и нравственности, является одной из самых актуальных и требующих своего осмысления проблем. Новые медиа как цифровая форма духовной деятельности общества, оказавшегося перед лицом коммуникационно-технологических вызовов эпохи (в форме «компьютеризации, цифровизации и миниатюризации коммуникационных устройств» [Montgomery, 2018]), обрели статус ключевого социального института, оказывающего качественное влияние на человека, формирование его картины мира, его культурные практики (профессиональные и повседневные) и образ жизни – как общественной, так и личной. Одной из форм новых медиа являются компьютерные игры как интерактивные мультимедийные программы, технологически, программно и содержательно обеспеченные цифровые ресурсы, погружающие игрока в мир виртуальной реальности и ставящие его перед необходимостью принятия значимого решения как возможности выбора, от которого зависит движение сюжета, а именно последовательность событий, ситуаций, действий и поступков, а также включенность тех или иных персонажей, их роли и сменяемость, разрешение моральных дилемм.

Компьютерные игры – одна из популярных форм досуга, искусства, обучения и спорта, социальный и культурный потенциал которых до сих пор системно не осмыслен. Эта междисциплинарная сфера исследований, оставаясь одной из самых проблемных и многоаспектных, актуальна как для науки, так и для общественной мысли. Исследования в области компьютерных игр нацелены на изучение медиа, которые «аккуратным образом проявляют сложную динамику между продуктом технической деятельности и его эффектом» [Сосна, Федорова, 2014, с. 8], и механизмов формирования массового сознания и идентичности современного человека, который, «все плотнее окружаемый цифровым медиaprостранством, и как профессионал, и как потребитель, и как гражданин, и как член разнообразных сообществ... становится критически зависимым от медиа» [Вартанова 2015, с. 8].

Сегодня компьютерные игры выступают в качестве не только одной из форм досуга, но и устойчивого транслятора когнитивных, нравственных и эстетических смыслов культуры, являясь либо средством обеспечения «глубокого и вовлечённого освоения культурного наследия, где знание превращается в активный опыт» [Рапота, Новикова, 2025, с. 318], опыт мысли и творчества, либо средством искажения сознания, лишения человека перспектив интеллектуального и нравственного роста. Компьютерные игры способны оказывать качественное влияние на личность человека, его мировосприятие и мироощущение, менять его ценностные представления. На мировых и российских площадках распространения цифровых товаров (Steam, Epic Games, VK Play) представлены

сотни тысяч компьютерных игр. Разнообразие современных видеоигр, охватывающих множество жанров и нарративных форм, формирует необходимость их гуманитарного осмысления [Кириченко, 2024, с. 378].

Видеоигры являются одним из важнейших типов новых медиа, которые требуют к себе постоянного исследовательского внимания, панорамного видения эмпирического материала и актуального, вписанного в обстоятельства текущей жизни аналитико-критического комментария. Одним из конструктивных принципов компьютерных видеоигр является нелинейность. Нелинейность в компьютерных играх рассматривается в гуманитарных исследованиях [Fabricatore, 2007; Гаврилов, 2017; Кутлалиев, 2012; Сафаров, 2025] как многомерный феномен, проявляющийся в разных элементах игровой структуры, в частности в нарративе и геймплее. Феномен нелинейности в видеоиграх заключается в интерактивной природе компьютерных игр, включающей в себя множество аспектов: свободу выбора и многовариантность развития сценария, взаимодействие виртуального мира и игрока, системы ценностей. Несмотря на большое количество публикаций, затрагивающих отдельные аспекты компьютерных игр, междисциплинарные комплексные исследования нелинейности как основополагающего принципа компьютерной игры практически отсутствуют.

Цель исследования – выявить особенности нелинейности как одного из основных принципов компьютерной игры, определить способы её реализации в структуре игрового опыта.

Материалы и методы исследования

Основой теоретического исследования выступили релевантные теме фундаментальные научные публикации зарубежных и российских медиаисследователей [Jenkins, 2002; Fabricatore, 2007; Полонский, 2014; Манович, 2018; Карпенко, Лобановская, 2019; Хэйзинга, 2019; Кириченко, 2024]. Компьютерные игры являются сложным и многоаспектным феноменом современной массовой культуры, поэтому исследование предполагает использование не только общенаучных, но и междисциплинарных методов, таких как нарративный анализ, формальный анализ, сравнительный анализ, аксиологический анализ. Методологическим ядром выступил описательный метод.

Нелинейность и интерактивность как характеристики компьютерных игр

Любая компьютерная игра интерактивна по своей природе, как и любое медиа, предполагающее запуск и работу на электронном носителе [Манович, 2018, с. 91]. Интерактивность в игре заключается не только в активной обработке информации, но и в существенном вкладе в развитие самого медиапродукта [Klimmt, Hartmann, 2005, с. 133]. Нелинейность в игре неразрывно связана с интерактивностью, поскольку предполагает какое-либо влияние игрока на функционирование игрового мира и его персонажей. Но если интерактивность связана с активным взаимодействием, то нелинейность в первую очередь возникает в ситуации множественного выбора, предоставляемого игроку сценарием.

Выбор в игре может быть предоставлен в разных вариациях и элементах игры: выбор персонажа, выбор сюжетного ответвления, выбор оружия, выбор уровня, выбор игровой механики для преодоления препятствия. Однако выбор, который не дает влиять на игру, по большей мере оказывается бессмысленным. В пример дизайнер Д. Шелл (Je. Schell) приводит наличие в гоночной игре большого количества разных машин, имеющих при этом одинаковые характеристики езды [Schell, 2008, р. 210]. Выбор диалоговых реплик главного героя/героини в игре *Genshin Impact (2020)* часто предоставляется игроку, но не изменяет сюжетные линии и не влияет на становление персонажа. Таким образом, для того чтобы нелинейность в игре реализовывалась как одна из форм интерактивности, выбор должен приводить к различным вариантам последствий.

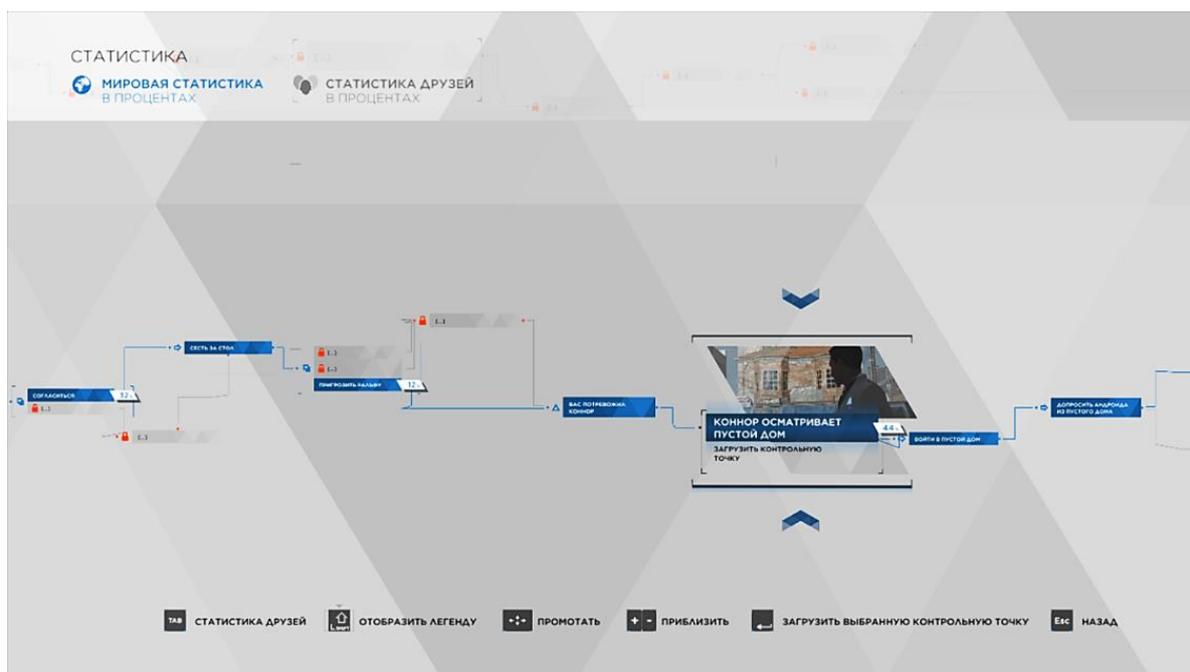
Нелинейность и нарратив

Рассмотрим некоторые подходы к осмыслению нелинейности в компьютерных играх. В научном сообществе в качестве примера введения нелинейности в нарратив чаще рассматриваются игры, в которых сюжетная составляющая считается одной из основополагающих – обычно это игры жанра «интерактивное кино», визуальные новеллы. «Виртуальный нарратив компьютерной игры способствует погружению в виртуальную реальность и в первую очередь объясняет игроку историю этого мира, рассказывает ему, какой глобальной цели он должен достичь» [Самойлова, Шаев, 2016, с. 172]. Исследователи рассматривают виртуальную реальность видеоигры как специфический нарратив, и осмысливают его в основном через сюжетные линии, разделяя их на линейные (прямые) и нелинейные (древовидные) [Самойлова, Шаев, 2015].

Линейные сюжеты имеют четкую последовательность, предопределённую разработчиком: они не предполагают вариативности прохождения, не имеют, как правило, больше одной концовки и заключены в жесткие хронологические рамки. Одним из примеров игры с линейным сюжетом выступает культовая *Mafia II (2010)*, в которой история главного героя Вито Скалетта четко предопределена. Саму же игру можно сравнить с романной структурой, несмотря на относительную свободу действий в игровом мире (которая не влияет на прогрессию вне сюжетных рамок), – с помощью кат-сцен (эпизодов, в которых игрок не может влиять на происходящие события), повествование проходит через экспозицию, завязку, развитие и кульминацию. Такой же сюжетной структуры придерживается и *Rise of the Tomb Raider (2015)*, несмотря на открытый мир, который можно исследовать и искать в нем необходимые ресурсы. Однако, как отмечают исследователи, многие современные сюжетные игры имеют нелинейную структуру [Самойлова, Шаев, 2015; Белов, Кузнецов, 2025].

Под нелинейным сюжетом исследователи понимают «наличие либо одного сюжета и нескольких его ответвлений, либо наличие совершенно разных сюжетов, которые зависят от действия игрока или от типа выбранного им персонажа» [Самойлова, Шаев 2015, с. 2034]. Т.Х. Кутлалиев техниками введения нелинейности в сюжеты компьютерных игр называет развилку (выбор одного из нескольких вариантов событий); нелинейность, основанную на ключевых сценах (между сюжетными событиями игрок получает относительную свободу действий); множество сюжетных линий; автономно развивающийся сюжет и нелинейность, основанную на сочетании системы правил и случайности [Кутлалиев, 2012]. В качестве примера видеоигры жанра «интерактивное кино», имеющей нелинейный сюжет, укажем *Detroit: Become Human (2018)*. В игре существуют три основные сюжетные истории, пересекающиеся между собой, при этом каждая история содержит лестницы выбора, влияющие на развитие сюжета, персонажей и взаимоотношения между героями. Выбор, который игрок совершает на протяжении игрового процесса, может привести к большому количеству промежуточных исходов и разных концовок. Игра имеет более 100 вариантов развития последних сцен. После прохождения игрок может посмотреть развилки сюжета и сравнить свой выбор с мировой статистикой и статистикой выбора друзей (см. рисунок). Эмоции, которые игра может стимулировать посредством предоставления игроку морального выбора, усиливаются, если выбор приводит к неизменяемым последствиям. Для создания ситуации морального выбора игры нередко актуализируют оппозиции базовых, общечеловеческих ценностей, таких как жизнь и смерть, семья и одиночество, любовь и ненависть, дружба и предательство. Так, например, в игре с последствиями *Heavy Rain (2010)* эмоциональный эффект от выбора усиливается историей главного героя, находящегося в депрессии после трагических событий в семье и вынужденного идти на риск ради спасения близких людей.

Среди культовых игр с нелинейным сюжетом можно выделить также *Heavy Rain (2010)* и *Beyond: Two Souls (2013)*, *Dragon Age: Origins (2011)*, серию *The Witcher (2007–2015)*.



Лестница выбора после пройденной главы, *Detroit: Become Human* (2018)
The choice ladder after completing a chapter, *Detroit: Become Human* (2018)

Ряд исследователей утверждает, что считать игрока соавтором сюжета в компьютерных играх жанра «интерактивное кино» нельзя: сюжетные повороты и действия персонажей регулируются заранее заданным сценарием, и, если определённый сюжетный поворот запрограммирован в эпизоде, отменить его будет нельзя независимо от реализованных выборов игрока [Фоменко, 2025]. Однако, в отличие от других форм медиа, нарратив в игре сосредоточен не только на повествовании как на последовательности фактов и событий в сюжетном воплощении, но и представляет собой более сложную структуру – от кат-сцен до описания предметов и музыкального сопровождения, то есть всего, что обеспечивает игроку полное погружение в игровой процесс. Г. Дженкинс замечает, что гейм-дизайнера следует рассматривать скорее не как рассказчика, а как «нарративного архитектора». По мнению автора, не все игры имеют нарративные устремления и могут быть скорее абстрактной, опытной формой. В качестве примера приводится *Tetris* (1985), *Snood* (1996) [Jenkins, 2002]. Нелинейность нарратива повышает вовлеченность игрока [Сафаров, 2025, с. 79], а также обеспечивает игру таким качеством, как реиграбельность – возможность пройти игру несколько раз, не теряя интереса к ней. Рассматривая нарративную составляющую компьютерной ролевой игры *Disco Elysium* (2019), в большей степени построенной на диалогах с разными вариантами ответов, М.В. Шибаетов замечает, что «общение с персонажами и знакомство с историей создаёт уникальное пространство для агентивности, где каждый волен действовать и выбирать стратегию игры» [Шибаетов, 2022, с. 39].

С точки зрения структуры нарратива особенно интересны игры, составляющие основу современного киберспорта – *Counter-Strike 2* (2023), *Valorant* (2020), *Dota 2* (2013), *League of Legends* (2009), представленные в жанрах МОВА (многопользовательских онлайн боевых арен), или многопользовательских шутеров. Основа вымышленных миров (лор) формируется в них через описания героев, предметов, фраз персонажей. По мотивам игры *League of Legends* (2009) был даже снят сериал «Аркейн» (2021–2024). Однако нарратив киберспортивных игр выходит за рамки привычного повествования, поскольку история каждого матча генерируется каждый раз заново благодаря совместным действиям игроков.

Нелинейность в механиках и геймплее

Сложности с определением геймплейной нелинейности связаны в том числе с неустойчивым определением самого понятия «геймплей» и его структуры. Так, И.С. Кудряшов отмечает, что «нечеткость понятия *геймплей* является значительной проблемой для *game studies*, ведь в задачи этой междисциплинарной области исследования входит описание функций и структур видеоигр» [Кудряшов, 2020, с. 428]. Исследователь рассматривает подходы теоретиков *game studies* к употреблению этого понятия, замечая, что геймплей получает разные акценты при рассмотрении его на разных уровнях [Кудряшов, 2020, с. 438]. Так, например, структурно геймплей можно представить как набор игровых механик, которые чередуются в ходе взаимодействия игрока с элементами игры [Акчелов и др., 2016]. С точки зрения этого подхода к определению геймплея нелинейность может быть связана с возможностью выбора разных игровых механик в рамках игровой сессии или прохождения уровня. Так, если игра предоставляет возможность прохождения одного и того же препятствия с помощью игровых механик прыжка, выстрела или уворота, она будет нелинейна в сравнении с игрой, которая предоставляет только одну механику для прохождения препятствия. Например, *Phasmophobia (2020)* не предполагает механику прыжка, из-за чего многие мелкие препятствия становятся непреодолимыми (например, порог без ступеней или бревна вокруг костра). В игре же *Shadow the Tomb Raider (2018)* предполагается выбор преодоления многих препятствий с помощью прыжка, обхода или ползка. В играх от одного разработчика NoYoverse механики и система боя будут разными. Так, в *Genshin Impact (2020)* реализуется бой в реальном времени, где удары можно комбинировать, переключаться между героями и уклоняться. В игре же *Honkai: Star Rail (2023)* боевые механики завязаны на пошаговой системе, где нет возможности прямого переключения контроля и уклонения от ударов врагов. При этом в отношении разных элементов игровой сессии многие игры могут предлагать как нелинейность в выборе механик, так и отсутствие выбора.

Многие исследователи связывают геймплей с особенностями игрока – его предпочтениями и способностями. Так, Л. Эрми и Ф. Майрэ (L. Ermi, F. Mäyrä) ссылаются на утверждение К. Кроуфорда о том, что геймплей происходит из сочетания темпа и когнитивных усилий, заложенных в игре [Ermi, Mäyrä, 2005, p. 2]. К. Фабрикаторе (C. Fabricatore) замечает, что, исходя из подхода, ориентированного на игрока, геймплей будет определяться как набор действий, которые «могут совершаться игроком в ходе игрового опыта, а также другими элементами, принадлежащими виртуальному миру в ответ на действия игрока, и/или как автономные курсы действий, которые способствуют оживлению виртуального мира» [Fabricatore, 2007]. Следовательно, нелинейность в геймплее может проистекать из способности игрока и игрового мира совершать действия, несущие за собой определённые последствия. Подход, включающий в определение геймплея участие игрока как субъекта, расширяет и само понимание нелинейности. В.В. Гаврилов связывает геймплейную нелинейность с возможностями игрового мира и способностью постановки разных целей: «нелинейность геймплея компьютерной игры будет заключаться в своеобразной пространственной открытости игрового мира и одновременной возможности управлять множественными целями» [Гаврилов, 2017, с. 68].

Нелинейность в игре будет амбивалентна по своей природе: любая игровая сессия индивидуальна, потому что опыт игрока неповторим; в то же время любая игра ограничена архитектурой кода. «Коммуникация, возникающая между игровыми элементами и игроком, позволяет создавать множество вариаций игровых пространств, зависящих не только от структуры игры, но и от действий определённого игрока и его впечатлений» [Ляхова, 2023, с. 379], но при этом даже системы процедурной генерации, позволяющие создавать игровой контент при помощи алгоритмов самостоятельно или совместно с игроками, как, например, в *No Man's Sky (2016)*, ограничены заранее заданными разработчиками свойствами.

Нелинейность в компьютерных играх задается принятием игроком значимого решения в ситуации свободы выбора, которую в процессе игровой сессии создают разные структурные элементы игры. Приведенное определение можно рассматривать как попытку охарактеризовать феномен нелинейности в компьютерных играх с учетом междисциплинарного характера современных гуманитарных и дизайнерских исследований медиа.

Заключение

Таким образом, нелинейность – конструктивный принцип компьютерной игры, который связан с необходимостью принимать решения в ситуации свободного выбора, предоставляемого игроку в процессе игровой сессии разными структурными элементами игры, такими как нарратив, геймплей и игровые механики. Нелинейность как одна из основополагающих характеристик компьютерных игр не только влияет на интерес и вовлеченность аудитории, но и предоставляет качественный опыт, в котором игрок оказывается в ситуациях сложного нравственного выбора и несёт ответственность за совершенные действия в рамках игровой сессии. Нелинейность нарратива выражается в особенностях повествования, включающих в себя наличие нескольких сюжетных линий и концовок, возникновение сюжетных развилки, выбор диалоговых реплик. Нелинейность геймплея и игровых механик связана со способностью игрока и игрового мира совершать действия, которые влекут за собой влияющие на ход игры события, в том числе меняющие построение внутриигрового пространства.

Вклад авторов заключается в формировании более глубокого понимания сущности нелинейности в компьютерных играх и их роли в современной культуре.

Список литературы

- Акчелов Е.О., Галанина Е.В., Никитина К.С. 2016. Геймификация в образовании: новый подход к оценке геймплея. *Современные наукоемкие технологии*, 12–1: 103–114.
- Белов С.И., Кузнецов И.И. 2025. Будущее как игра, альтернативная реальность воображения, развлечения: возможности проективного подхода в исследовании сознания российской молодежи. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 27(2): 192–200. DOI: [10.22363/2313-1438-2025-27-2-192-200](https://doi.org/10.22363/2313-1438-2025-27-2-192-200)
- Варганова Е.Л. 2015. "Человек медийный" как результат социального развития? *Меди@льманах*, 5(70): 8–10.
- Гаврилов В.В. 2017. Специфика нелинейного сюжетопостроения в компьютерно-игровом пространстве. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 8–1 (74): 67–69.
- Карпенко И.И., Лобановская Е.Ю. 2019. Геймификация в интернет-СМИ в контексте медиаконвергенции. В кн.: *Современные СМИ в контексте информационных технологий. Сборник научных трудов 5-ой Всероссийской научно-практической конференции* (Санкт-Петербург, 26 октября 2019 г.). Под ред. Н.Б. Лезуновой, С.И. Шелонаева, Н.Н. Козновой. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна: 39–43.
- Кириченко В.В. 2024. Из чего сделаны компьютерные игры? *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 6(3): 376–289. DOI: [10.46539/gmd.v6i3.510](https://doi.org/10.46539/gmd.v6i3.510)
- Кудряшов И.С. 2020. Геймплей: перевод, определение и анализ структуры. *Критика и семиотика*, 2: 427–440. DOI: [10.25205/2307-1737-2020-2-427-440](https://doi.org/10.25205/2307-1737-2020-2-427-440)
- Кутлалиев Т.Х. 2012. Способы введения нелинейности в сюжеты компьютерных игр. *Вестник Российский государственный гуманитарный университет. Серия: Культурология. Искусствоведение. Музеология*, 11(91): 87–95.
- Ляхова И.Н. 2023. Специфика организации игрового пространства в видеоиграх жанра «Выживание в открытом мире». В кн.: *Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей. Материалы Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых исследователей, аспирантов и студентов* (Белгород, 12–14 апреля 2023 г.). Под ред. Е.А. Кожемякиа, А.В. Полонского, С.В. Крюковой, А.В. Белоедовой. Белгород, Общество с ограниченной ответственностью "Космос": 375–379.

- Манович Л. 2018. Язык новых медиа. Перевод Д. Кульчицкой. Москва, Ад Маргинем Пресс, 400 с. (Manovich L. 2002. The language of new media. The MIT Press)
- Полонский А.В. 2014. К вопросу о массмедийности и ее параметрах. *Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология*, 1: 171–183.
- Рапота Д.А., Новикова Э.Г. 2025. Славянский культурный код в трансмедийной метавселенной «Ведьмак». *Русин*, 25(79): 304–322. DOI: [10.17223/18572685/79/15](https://doi.org/10.17223/18572685/79/15)
- Самойлова Е.О., Шаев Ю.М. 2015. Виртуальная реальность как нарратив: линейность и нелинейность. *Фундаментальные исследования*, 2–9: 2033–2035.
- Самойлова Е.О., Шаев Ю.М. 2016. Компьютерные игры как виртуальный нарратив. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*, 2(64): 171–173.
- Сафаров А.М. 2025. Влияние нелинейного нарратива на вовлечённость игрока: интерактивные драмы «LIFE IS STRANGE» и «HEAVY RAIN». *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*, 11–2(110): 73–79. DOI: [10.24412/2500-1000-2025-11-2-73-79](https://doi.org/10.24412/2500-1000-2025-11-2-73-79)
- Сосна Н., Федорова К. 2014. Введение. В кн.: Медиа: между магией и технологией. Под ред. Н. Сосна, К. Федоровой. Москва, Екатеринбург, Независимый альянс, Кабинетный ученый: 2–18.
- Фоменко Р.А. 2025. Иллюзия соавторства в интерактивном кино. *Человек и культура*, 5: 113–121. DOI: [10.25136/2409-8744.2025.5.76248](https://doi.org/10.25136/2409-8744.2025.5.76248)
- Хёйзинга Й. 2019. Homo ludens: Человек играющий. Перевод с нидерландского Д. Сильвестрова. Санкт-Петербург, Азбука, 400 с. (Huizinga Jo. 1938. Homo ludens. Non-Fiction)
- Шибяев М.В. 2022. Disco Elysium: морфология полифонического нарратива. *Артикульт*, 3(47): 25–41. DOI: [10.28995/2227_6165_2022_3_25_41](https://doi.org/10.28995/2227_6165_2022_3_25_41)
- Ermi L., Mäyrä F. 2005. Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion. In: DiGRA 2005: Changing Views: Worlds in Play, 2005 International Conference. URL: <https://summit.sfu.ca/item/260> (accessed: December 12, 2025).
- Fabricatore C. 2007. Gameplay and Game Mechanics: A Key to Quality in Videogames. In ENLACES (MINEDUC Chile)-OECD Expert meeting on videogames and education.
- Jenkins H. 2002. Game Design as Narrative Architecture. *Computer*, 44. URL: https://www.researchgate.net/publication/238654339_Game_Design_as_Narrative_Architecture (accessed: December 12, 2025).
- Klimmt C., Hartmann T. 2006. Effectance, self-efficacy, and the motivation to play video games. Chapter 10. In: *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences*. Eds. P. Vorderer, Je. Bryant. 133–145.
- Montgomery M. 2018. *Language, Media and Culture: The Key Concepts*. London, Routledge, 180 p. DOI: 10.4324/9781351018821
- Schell Je. 2008. *The Art of Game Design: A book of lenses*. CRC press, 512 p. DOI: [10.1201/9780080919171](https://doi.org/10.1201/9780080919171)

References

- Akchelov E.O., Galanina E.V., Nikitina K.S. 2016. Gamification in Education: the New Approach to Evaluate Gameplay. *Modern High Technologies*, 12–1: 103–114 (in Russian).
- Belov S.I., Kuznetsov I.I. 2025. Future as a game, alternative reality of imagination, entertainment: Capabilities of a projective approach in the study of the consciousness of Russian youth. *RUDN Journal of Political Science*, 27(2): 192–200 (in Russian). DOI: [10.22363/2313-1438-2025-27-2-192-200](https://doi.org/10.22363/2313-1438-2025-27-2-192-200)
- Vartanova E.L. 2015. "Chelovek medijnyj" kak rezul'tat social'nogo razvitiya ["Media Man" as a Result of Social Development]? *Medi@l'manakh*, 5(70): 8–10.
- Gavrilov V.V. 2017. Specificity of Non-Linear Story Development in the Computer Game Space. *Philological sciences. Issues of theory and practice*, 8–1 (74): 67–69 (in Russian).
- Karpenko I.I., Lobanovskaya E.Yu. 2019. Gamification in online media in the context of media convergence. In: *Sovremennye SMI v kontekste informacionnykh tekhnologij [Modern Media in the Context of Information Technology]*. Collection of Scientific Papers of the 5th All-Russian Scientific and Practical Conference (St. Petersburg, October 26, 2019). Eds. N.B. Lezunova, S.I. Shelonaev, N.N. Koznova. St. Petersburg, Publ. Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet promyshlennykh tekhnologij i dizajna: 39–43.



- Kirichenko V.V. 2024. What Stuff Games are Made of? *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 6(3): 376–289 (in Russian). DOI: [10.46539/gmd.v6i3.510](https://doi.org/10.46539/gmd.v6i3.510)
- Kudryashov I.S. 2020. A Gameplay: Translation, Definition and Analyses of Structure. *Critique and Semiotics*, 2: 427–440 (in Russian). DOI: [10.25205/2307-1737-2020-2-427-440](https://doi.org/10.25205/2307-1737-2020-2-427-440)
- Kutlaliyev T.K. 2012. The methods of introducing non-linearity in the plot of computer games. *RGGU Bulletin. Series: Cultural Studies. Art Studies. Museology*, 11(91): 87–95 (in Russian).
- Lyakhova I.N. 2023. The Specificity of the Organization of Roving Space in the Video Games of the Genre «Survival in the Open World». In: *Zhurnalistika, massovye kommunikacii i media: vzglyad molodykh issledovatelej [Journalism, Mass Communications, and Media: A Young Researcher's Perspective]*. Proceedings of the All-Russian (with International Participation) Scientific and Practical Conference of Young Researchers, Postgraduates, and Students (Belgorod, April 12–14, 2023). Eds. E.A. Kozhemyakin, A.V. Polonsky, S.V. Kryukova, A.V. Beloedova. Belgorod, Publ. Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu "Kosmos": 375–379.
- Manovich L. 2018. *Yazyk novykh media [The language of new media]*. Transl. D. Kul'chickaja. Moscow, Publ. Ad Marginem Press, 400 p. (Manovich L. 2002. *The language of new media*. The MIT Press)
- Polonskiy A.V. 2014. On the Problem of Massmediability and its Parameters. *Herald of Tver state university. Series: Philology*, 1: 1: 171–183 (in Russian).
- Rapota D.A., Novikova E.G. 2025. The Slavic cultural code in the transmedia metaverse of The Witcher. *Rusin*, 25(79): 304–322 (in Russian). DOI: [10.17223/18572685/79/15](https://doi.org/10.17223/18572685/79/15)
- Samoylova E.O., Shaev Yu.M. 2015. Virtual Reality as a Narrative: Linear and Nonlinear. *Fundamental'nye issledovaniya*, 2–9: 2033–2035.
- Samoilova E.O., Shaev Yu.M. 2016. Computer Games as Virtual Narrative. *Historical, philosophical, political and law sciences, culturology and study of art. Issues of theory and practice*, 2(64): 171–173 (in Russian).
- Safarov A.M. The Influence of a Non-Linear Narrative on Player Engagement: Interactive Dramas "Life Is Strange" And "Heavy Rain". *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 11–2(110): 73–79 (in Russian). DOI: [10.24412/2500-1000-2025-11-2-73-79](https://doi.org/10.24412/2500-1000-2025-11-2-73-79)
- Sosna N., Fedorova K. 2014. Vvedenie [Introduction]. In: *Media: mezhdru magiej i tekhnologiej [Media: Between Magic and Technology]*. Ed. N. Sosna, K. Fedorova. Moscow, Yekaterinburg, Publ. Nezavisimyj al'yans, Kabinetnyj uchenyj: 2–18.
- Fomenko R.A. 2025. Illyuziya soavtorstva v interaktivnom kino [The Illusion of Co-authorship in Interactive Cinema]. *Chelovek i kul'tura*, 5: 113–121. DOI: [10.25136/2409-8744.2025.5.76248](https://doi.org/10.25136/2409-8744.2025.5.76248)
- Hyojzinga J. 2019. Homo ludens: Chelovek igrayushchij [Homo ludens: Man at Play]. Transl. from Dutch D. Sil'vestrov. St. Petersburg, Publ. Azbuka, 400 p. (Huizinga Jo. 1938. *Homo ludens*. Non-Fiction)
- Shibaev M.V. 2022. Disco Elysium: the morphology of polyphonic narrative. *Articult*, 3(47): 25–41 (in Russian). DOI: [10.28995/2227_6165_2022_3_25_41](https://doi.org/10.28995/2227_6165_2022_3_25_41)
- Ermi L., Mäyrä F. 2005. Fundamental Components of the Gameplay Experience: Analysing Immersion. In: *DiGRA 2005: Changing Views: Worlds in Play, 2005 International Conference*. URL: <https://summit.sfu.ca/item/260> (accessed: December 12, 2025).
- Fabricatore C. 2007. *Gameplay and Game Mechanics: A Key to Quality in Videogames*. ENLACES (MINEDUC Chile)-OECD Expert meeting on videogames and education.
- Jenkins H. 2002. Game Design as Narrative Architecture. *Computer*, 44. URL: https://www.researchgate.net/publication/238654339_Game_Design_as_Narrative_Architecture (accessed: December 12, 2025).
- Klimmt C., Hartmann T. 2006. Effectance, self-efficacy, and the motivation to play video games. Chapter 10. In: *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences*. Eds. P. Vorderer, Je. Bryant. 133–145.
- Montgomery M. 2018. *Language, Media and Culture: The Key Concepts*. London, Routledge, 180 p. DOI: [10.4324/9781351018821](https://doi.org/10.4324/9781351018821)
- Schell Je. 2008. *The Art of Game Design: A book of lenses*. CRC press, 512 p. DOI: [10.1201/9780080919171](https://doi.org/10.1201/9780080919171)

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 28.12.2025
Поступила после рецензирования 23.02.2026
Принята к публикации 10.03.2026

Received December 28, 2025
Revised February 23, 2026
Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Полонский Андрей Васильевич, профессор кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Ляхова Ирина Николаевна, ассистент кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Andrey V. Polonskiy, Professor of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Irina N. Lyakhova, Assistant of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

УДК 070.449

DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-92-102

EDN MAEDFX

Медиаобраз А.С. Пушкина в интернет-версиях научно-популярных СМИ (2022–2025 гг.)

Семенова М.Г.

Псковский государственный университет

Россия, 180000, г. Псков, пл. Ленина, д. 2

m.g.sem@rambler.ru

Аннотация. Образы деятелей отечественной культуры в современном цифровом пространстве влияют на систему ценностей общества. Анализ универсальных СМИ и блогов, которому посвящено большинство научных трудов по данной проблеме, не позволяет в достаточной степени охарактеризовать формируемый журналистами в цифровой среде медиаобраз А.С. Пушкина. Настоящее исследование призвано методами анализа документов и контент-анализа на материале публикаций с сайтов качественной прессы – журналов «Наука и жизнь» и «Вокруг света» – восполнить данный пробел. Сделан вывод, что научно-популярные издания, направленные на массовую аудиторию, в современных условиях развития медиарынка сетевых СМИ по-разному трансформируют редакционную политику, что влияет на содержание репрезентируемого образа А.С. Пушкина. Доказано, что интернет-ресурсы специализированных журналов формируют образ национального русского поэта как абсолютного художника, центральной фигуры русской культуры, выступающей для россиян и объединяющим началом, и моральным камертоном.

Ключевые слова: А.С. Пушкин, качественная пресса, пушкинский миф, репрезентация образа, сайты СМИ

Финансирование: исследование выполнено в Псковском государственном университете при финансовой поддержке Российского научного фонда (грант № 24-28-01648 «Пушкинский миф в условиях цифровизации культуры», <https://rscf.ru/project/24-28-01648/>).

Для цитирования: Семенова М.Г. 2026. Медиаобраз А.С. Пушкина в интернет-версиях научно-популярных СМИ (2022–2025 гг.). *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 92–102. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-92-102 EDN MAEDFX

The Media Image of A.S. Pushkin in Online Versions of Popular Science Media (2022–2025)

Maria G. Semenova

Pskov State University

2 Lenin Sq., Pskov 180000, Russian Federation

m.g.sem@rambler.ru

Abstract. The study of the facets of A.S. Pushkin's media image and the reflection of the Pushkin myth in modern online media in the context of the 225th anniversary is highly significant, as the images of Russian cultural figures shape the public's value system in the modern digital space. The analysis of universal media and blogs does not provide a sufficient characterization of the media image of one of Russia's national symbols that is created by journalists in the digital environment. This study aims to fill this gap by using document analysis and content analysis methods on publications from high-quality press websites, such as the "Nauka i Zhizn" and "Vokrug Sveta" magazines. It is concluded that popular science media aimed at a mass audience transform their editorial policies in different ways in current conditions of the media market

development, which affects the ways of representing the image of A.S. Pushkin. Contrary to the claims of researchers that the mythologized image of Alexander Pushkin in modern media emphasizes his reputation as a rake, a troublemaker, and a passionate individual, and that the media does not take into account other, more traditional aspects of the poet's image, it has been proven that online resources of specialized magazines do not only disseminate fakes about the writer's life and work, but rather shape images of a national Russian poet, an absolute artist, and a central figure of Russian culture who serves as a unifying force and a moral compass for Russians.

Keywords: A.S. Pushkin, high-quality press, Pushkin myth, image representation, media sites

Funding: The research was carried out at Pskov State University with the financial support of the Russian Science Foundation (grant No. 24-28-01648 "The Pushkin Myth in the context of cultural digitalization", <https://rscf.ru/project/24-28-01648/>).

For citation: Semenova M.G. 2026. The Media Image of A.S. Pushkin in Online Versions of Popular Science Media (2022–2025). *Issues in Journalism Education, Linguistics*, 45(1): 92–102 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-92-102 EDN MAEDFX

Введение

Отмечая тенденцию медиатизации социума и культурной памяти России, исследователи характеризуют современные массмедиа и производимый ими цифровой контент как «перекресток культур» [Солдаткина, 2021], содержащий «элемент национальной идентичности» [Олешко, 2020, с. 16]. Закономерно, что одним из следствий данного процесса стал феномен мифологизации деятелей, оставивших след в истории русской культуры, их образы «в медиатизированном пространстве коммуникации обретают новое рождение» [Лебедева, 2024, с. 96]. Актуальность анализа медиаобраза А.С. Пушкина обусловлена потребностью в переосмыслении аксиологической составляющей национальной культуры, воспринятой и продуцируемой массмедиа. Образ классика, являющийся и самостоятельным мифом, и элементом мифа о русском национальном характере, вновь выступает центром притяжения общественной мысли.

Основой для изучения медиаобраза А.С. Пушкина стали научные труды о пушкинском мифе как важном элементе отечественной культуры [Муравьева, 1999; Загидуллина, 2002; Сараскина, 2018 и др.]. За рубежом также изучают рецепции Пушкина: в последние годы к этой теме обращались в контексте осмысления наследия И.А. Бродского [Andrew, Hodgson и др., 2024], а также рассматривая «байроническое ученичество» Пушкина [Wang, 2022, р. 74], анализируя влияние идей Сократа на его творчество и литературную репутацию [DeBlasio, 2022, р. 291]. Неослабевающий интерес СМИ и медиа к фигуре А.С. Пушкина зафиксирован целым рядом исследователей [Королькова, 2022; Абрамова, Архангельская, 2023; Сегал, Мищенко, 2023; Савинова, 2024; Мотеюнайте, 2025 и др.]. Анализ образа поэта, сформированный в медиасреде в юбилейном 2024 году, оценивается исследователями как «культурная вакханалия» [Юхнова, 2024, с. 260], [Борхсениус, 2021; Давыдов, 2022]; авторы выявили и изучили феномен инфодемии, который привел к росту фейков в медиа, связанных, в частности, и с творческой биографией отечественных классиков, в том числе А.С. Пушкина [Шуйская, 2025, с. 222]. Отмечаемый рост числа научно-популярных журналов, способных противостоять вышеназванным тенденциям, направленность данного типа изданий «на реализацию просветительской функции журналистики» [Прусакова, 2022, с. 188] нивелируется «незначительным» местом этого вида периодики «в информационной повестке дня» [Долгова, 2022, с. 25]. Благодаря «двойственной природе популяризаторского медиадискурса, который существует как производная одновременно от научной коммуникации и массовой медиакommunikации» [Савельев, 2024, с. 389], авторитетные научно-популярные СМИ избрали две стратегии развития: а) следовать принципам редакционной политики, сформированным до коммерциализации СМИ, начавшейся в 1990-е годы, и б) конкурировать за внимание аудитории, монетизируя контент.

С одной стороны, заслугой «популяризаторов науки» считают использование преимуществ Сети и умение включать «в массмедийное сообщение развлекательный компонент» [Долгова, 2022, с. 27], инфотейнмент, в том числе благодаря возможностям «воздействующего заголовка и его кликбейт-разновидности» [Долгова, 2022, с. 22]. С другой стороны, признано, что сама «цифровизация медиaprостранства» способствует «популяризации научного знания» [Лободенко, Давлетшина, 2021, с. 262], поэтому «существует объективная потребность в масштабном изучении научно-популярной журналистики как направления, активно осваивающего различные каналы дистрибуции медиаконтента» [Лободенко, Давлетшина, 2021, с. 273].

Существование двух противоположных направлений развития научно-популярных медиа влияют на репрезентацию образа А.С. Пушкина, и настоящее исследование – первая попытка проанализировать его медиаобраз в интернет-версиях научно-популярных СМИ, относящихся к разным медиамоделям.

Материалы и методы исследования

Материалом исследования послужили репрезентативные издания, выходящие в печатной и интернет-версии, – журналы «Наука и жизнь» и «Вокруг света». Обращение к таким специализированным СМИ типа «для всех не обо всём» [Реснянская, 2000, с. 4] позволяет изучить специфику репрезентации образа А.С. Пушкина и выявить грани пушкинского мифа, распространяемые в интернет-среде качественными, а не массовыми СМИ, в то время как имеющиеся исследования обращены преимущественно к универсальным медиа [Королькова, 2022; Абрамова, Архангельская, 2023; Савинова, 2024; Юхнова, 2024; Шуйская, 2025]. Журнал «Наука и жизнь», считавшийся «ведущим научно-популярным журналом в советской России» [Рогачева, 2023, с. 113] и входящий в типологическую группу «советская научно-популярная классика, которая пытается выжить в современных условиях» [Суворова, 2013, с. 128], недостаточно привлекает «аудиторию, которая привыкла к современным дизайнам и мультиплатформенности» [Рогачева, 2023, с. 96]. Вместе с тем, позиционируя «себя как семейное издание», «Наука и жизнь» подчеркивает консервативность своей редакционной политики как «знак качества» [Демченко, Мальцев, 2021, с. 175]. Издание «Вокруг света», периодически входящее в список наиболее цитируемых журналов в социальных медиа¹ и научно-популярных СМИ в целом², напротив, благодаря переосмыслению принципов редакционной политики, признано лидером категории «успешные журнальные бизнес-проекты» [Суворова, 2013, с. 128].

Методом анализа документов и контент-анализа текстов в двух изданиях, воплощающих собой противоположные стратегии популяризации научного знания, выявлены частотность, контекст и оценочность упоминаний образа А.С. Пушкина, признаки мифологем пушкинского мифа в публикациях СМИ с 1 января 2022 года до 30 июня 2025 года – в преддверии и в период празднования 225-летия поэта. Всего было выявлено и изучено 177 текстов: из перечня обнаруженных при первичном поиске (342 текста) исключены публикации из архива редакции, материалы с упоминанием топонимов и названий учреждений в честь классика.

Результаты и обсуждение

В сетевой версии журнала «Наука и жизнь» за исследуемый период опубликованы 12 текстов, включающих слово «Пушкин». Установка издания на научно-просветительское воздействие определяет тип авторов – как правило, это ученые (чаще филологи). Так, например, объясняя причины нарушения или изменения литературной нормы в

¹ Топ-10 самых цитируемых журналов – март 2024. URL: <https://web.archive.org/web/20240426141002/https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/13032/> (дата обращения: 14.05.2025)

² Федеральные СМИ: сентябрь 2021 // Медиалогия. URL: <https://clck.ru/3Rq22F> (дата обращения: 14.05.2025)

современной речи, филологи обращаются к литературному опыту А.С. Пушкина как основоположника современного русского литературного языка, знатока русских традиций и русского характера. Лингвисты отмечают чуткость писателя к родной речи («*Без грамматической ошибки я русской речи не люблю...*» – с лёгкой иронией отмечал А.С. Пушкин. <...> *У наших ошибок есть своя логика, и во многих случаях можно попытаться её выявить*»¹), приводят цитаты как точку отсчета развития литературной нормы («*Ещё у Пушкина – «и тотчас помиримся» («Пирующие студенты»), «и внуки нас похоронят» («Медный всадник»)*»², тем самым транслируя распространенное суждение о поэте как о родоначальнике современного русского литературного языка. Понимание поэтом национальных обычаев позволяет ссылаться на него в научно-просветительском СМИ как на авторитет. Сравните цитирование в качестве документального свидетельства путевых заметок А.С. Пушкина, имеющих фактологическую основу («*Турецкие пленники <...> жаловались на пищу <...> Они никак не могли привыкнуть к русскому чёрному хлебу. Это напомнило мне слова моего приятеля Шереметева по возвращении его из Парижа: "Худо, брат, жить в Париже: есть нечего; чёрного хлеба не допросишься!"*»³).

Перед читателями «Науки и жизни» поэт чаще предстает не более известным другом выдающихся соотечественников (к примеру, генерала Н.Н. Раевского⁴), но известнейшим русским классиком наряду с Н.В. Гоголем, Л.Н. Толстым⁵ и фигурой мировой величины – одного масштаба с Гомером, Данте, Гюго, Ламартином, Шекспиром, Байроном⁶.

Авторов издания интересует и психология Пушкина: размышления ученых о принципе работы полушарий головного мозга проиллюстрированы строками из «Евгения Онегина» и подытожены выводом о мастерстве владения словом, которое активизирует мышление читателя и расширяет возможности интерпретации («<...> *едва поставив перед нами эти роковые вопросы, Пушкин моментально уводит нас в сторону, не давая времени задуматься, домыслить всё то, что он не успел или не захотел досказать. <...> А в результате возникает то неопределённое, не прорисовываемое до конца, что образует ткань художественного произведения, в которой одновременно присутствуют, не отменяя друг друга, и то, и это, и ещё множество других разнообразных потенций. Но ведь это как раз и есть специфический объект образного мышления, которое владеет нами во всё время чтения пушкинского романа*». ⁷ Умение дать явлению имя позволяет обращаться к пушкинским определениям, формулировкам как к эталонным, более того, в аналогиях, которые приводят авторы текста, проступает образ мыслителя, философа («*Дмитрий Иванович Менделеев никогда не ограничивался только сферой кабинетной науки <...> он выделял нравственное самосознание, то, что Пушкин называл «самостоянием человека»*»⁸).

Эти стороны образа поэта в 2024 году закономерно актуализировались к его 225-летию. Подобно другим СМИ, редакция «Науки и жизни» обращается к Пушкину-юбилею, автору великих произведений, адресованных многонациональному российскому

¹ Лебедев А. 2024. Логика одной ошибки. *Наука и жизнь*. URL: <https://clck.ru/3RqNXT> (дата обращения: 12.07.2025).

² Там же.

³ Сокольский И., Замятина Н. 2022. Шедевр русской кухни. *Наука и жизнь*. URL: <https://clck.ru/3RqNer> (дата обращения: 12.07.2025).

⁴ Лескова Н. 2024. Флора субтропической Колхиды. *Наука и жизнь*. URL: <https://clck.ru/3RqNnX> (дата обращения: 12.07.2025).

⁵ С 27 марта в Толстовском центре на Пятницкой открыта выставка «Толстой Вас любит – это большое счастье». 2024. *Наука и жизнь*. URL: <http://nkj.ru/info/50115/> (дата обращения: 12.07.2025).

⁶ Щербинина Ю. 2023. Библиофутурология: от фонотеки до книгофильма. *Наука и жизнь*. URL: <https://clck.ru/3RqNqV> (дата обращения: 12.07.2025).

⁷ Туманов В. 2023. Новый взгляд на природу художественного мышления. *Наука и жизнь*. URL: <https://clck.ru/3RqP44> (дата обращения: 12.07.2025).

⁸ Гачева А. 2024. Менделеев из Тобольска. Взгляд в будущее. *Наука и жизнь*. URL: <https://clck.ru/3RqNyD> (дата обращения: 12.07.2025).

народу, который отдает ему дань уважения¹. Однако в научно-популярном издании выбор фамилии писателя словом 2024 года лингвист Э. Еникеева комментирует, не только констатируя его нетривиальный характер (впервые победило имя собственное), но и раскрывая то, как он характеризует мышление граждан, – наряду со страхами и надеждами («пандемия», «самоизоляция»), наши современники придают важное значение «вечным ценностям культуры», символом которых и признается Пушкин².

Авторы научно-популярного издания, отвечая на запрос своей целевой аудитории, упоминают Пушкина и его творчество преимущественно для апелляции к авторитету, поиска более точной, ёмкой формулировки. Обобщая названные аспекты медиаобраза поэта, отметим, что журнал обращается к мифу о русском национальном поэте [Муравьева, 1999, с. 116], мифу об «абсолютном художнике», «центральной фигуре русской культуры» [Муравьева, 1999, с. 122], к представлению о том, что «Пушкин – первый и лучший поэт в российской словесности, выразивший в своём творчестве суть национальной духовности и явившийся высшим объединяющим началом» [Загидуллина, 2002, с. 9–10].

На сайте журнала «Вокруг света» за исследуемый период обнаружено 165 текстов с упоминанием А.С. Пушкина; методом сплошной выборки публикации распределены на группы и проанализированы содержательно. Из 165 публикаций с упоминанием писателя непосредственно посвящены самому А.С. Пушкину, темам литературы, языка, культуры 44 текста. Высокая частотность упоминаний имени писателя в журнале (55 текстов относятся к информационным жанрам, 94 – к аналитическим, 8 – к художественно-публицистическим, 8 – к тестам) связана с установкой СМИ на создание культурного фона описываемого факта, явления, а также контакта с читателем-эрудитом. Претерпевшее изменения в редакционной политике в середине 2010-х годов, издание, реализуя коммерчески эффективную в Сети медиамодель, пошло по пути универсализации контента и ориентируется не только на ядро целевой аудитории – поклонников истории мировых путешествий, сферы науки и образования, но и на массовую аудиторию. Контексты, в которых упоминается А.С. Пушкин, в целом подтверждают данный тезис. Так, в 19 текстах поэт – знакомый, родственник, друг тех, кто сделался известным благодаря его творчеству или личной связи с ним – от княгини Н.П. Голицыной³ до кавалерист-девицы Н.А. Дуровой⁴ (как писала о феномене пушкинской известности А.А. Ахматова, «он победил и время и пространство» [Ахматова, 1989, с. 9]). В 24 публикациях образ писателя соотносится с явлением, событием, человеком, ставшими известными благодаря поэту. Как показал анализ этой группы текстов информационных и аналитических жанров (всего 43 текста), Пушкин становится обязательной эпизодической фигурой публикации на любую тему, если можно обнаружить его связь с ней. Вместе с тем отмеченное умение дать явлению имя, крылатое определение позволяют обращаться к пушкинским формулировкам как к эталонным. Круг тем для обращения к этой стороне образа Пушкина предсказуемо широк⁵.

Образ Пушкина как крупнейшего поэта России⁶ (3 текста) соседствует в издании с образом хранителя национальных основ, связующего звена между прошлым и настоящим⁷.

¹ Московский фестиваль «Книги России» на Красной площади. 2024. *Наука и жизнь*. URL: <https://www.nkj.ru/info/50444/> (дата обращения: 12.07.2025).

² Еникеева Э. Слово года: Пушкин или квадробер? 2024. *Наука и жизнь*. URL: <https://www.nkj.ru/open/52668/> (дата обращения: 12.07.2025).

³ Гусарова Е. 2022. Не только в столицах... *Вокруг света*. URL: <https://clck.ru/3Rq24o> (дата обращения: 12.07.2025).

⁴ Металлурги и демиурги: 6 инженеров, прославивших промышленный Урал. 2022. *Вокруг света*. URL: <https://clck.ru/3Rq2FF> (дата обращения: 12.07.2025).

⁵ Мясников А. 2024. Живительная влага: как и почему появляется роса. *Вокруг света*. URL: clck.ru/3RqBEj (дата обращения: 12.07.2025).

⁶ Например, 7 игривых фраз Василия Жуковского, которых не ждали от автора гимна Российской империи. 2023. *Вокруг света*. URL: <https://clck.ru/3RqBSw> (дата обращения: 12.07.2025).

⁷ Фестиваль «Традиция» пройдет в девятый раз. 2024. *Вокруг света*. URL: <https://clck.ru/3RqBVB> (дата обращения: 12.07.2025).

Вместе с тем писатель – мифотворец, мистификатор¹ (2 текста), гений-чудак в одном ряду с классиками мировой литературы². Логически вытекает из примеров упоминание роли А.С. Пушкина как одного из создателей русской литературы, первого в ряду классиков, мыслителей, историков (15 текстов). Пушкин – символ русской литературы, гений, становится образцом при сравнении выдающихся деятелей культуры России и других стран: в этом ряду оказываются П.И. Чайковский, *«российский Пушкин в мире классической музыки»*³, *«финский Пушкин»* – поэт Йохан Рунеберг⁴ и *«великий татарский поэт Габдулла Тукай»*⁵. Еще одна грань образа Пушкина – посредника между мировой культурой и Россией – раскрывается сразу в нескольких текстах издания⁶.

Легендарная фигура для потомков, А.С. Пушкин на страницах электронной версии журнала «Вокруг света», с одной стороны, предстает в одном ряду с причисленным к лику святых князем Александром Невским, императором-реформатором Александром II, немецким естествоиспытателем А. фон Гумбольдтом⁷, с другой, – в аналитических и художественно-публицистических текстах – служит мерилom личностных качеств человека (среди *«дорогих сердцу вещей»* Ф.И. Шаляпина бюст поэта стоял рядом с портретом отца и фотографией учителя по вокалу⁸; интеллигентность советского футболиста Г.А. Федосова подчеркнута чтением наизусть *«Пушкина, Блока и Есенина. <...> Гумилева и Мандельштама»*⁹). Как воплощение идеального художника писатель изображен в воспоминаниях режиссера К.Б. Минца о скептической реакции зрителей на эксцентричность поэта Д. Хармса: *«Пушкину незачем было взбираться на шкаф, чтобы читать свои стихи!»*¹⁰. Неисчерпаемость пушкинского гения авторы стремятся описать сопоставлением с числом пи, к расчету которого можно лишь приблизиться, что выступает отголоском мифа «жил бы Пушкин доле» [Сараскина, 2002, с. 151]: *«Выписывая цифру за цифрой, мы рано или поздно наткнулись бы на <...> стихи, которые не успел написать Пушкин»*¹¹. Наконец, призывом к совести становится обращение к цитате из книги Норы Галь об ответственности за язык, который *«создавали, шлифовали и оттачивали»* для потомков А.С. Пушкин и И.С. Тургенев¹².

¹ Открытия, аресты, коронация: 16 громких событий июля, которые вошли в отечественную историю. 2024. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBWj> (дата обращения: 12.07.2025).

² Чекушина Е. 2022. Блажь замечательных людей.... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBYU> (дата обращения: 12.07.2025).

³ Полякова О. 2023. Наше всё от музыки... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBbZ> (дата обращения: 12.07.2025).

⁴ Веретенников В. 2023. Эталон гусара... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBfM> (дата обращения: 12.07.2025).

⁵ Путеводитель по Казани: лучшая прогулка по Старо-Татарской слободе. 2023. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBh5> (дата обращения: 12.07.2025).

⁶ Кто такой Гораций? 2022. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBKD> (дата обращения: 12.07.2025); Веретенников В. 2024. Военное невезение, технические новшества и генеральская дуэль: 11 фактов об осаде Порт-Артура, которые вас удивят. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBnB> (дата обращения: 12.07.2025); О дорогих сердцу местах от Калининграда до Владивостока рассказал в стихах президент LG Electronics в России и СНГ. 2025. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBpM> (дата обращения: 12.07.2025).

⁷ Исаева Т. 2023. Топ-10 самых красивых имен в мире – и что они значат. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBt7> (дата обращения: 12.07.2025).

⁸ Баринова О. 2023. Дом с историей... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBv2> (дата обращения: 12.07.2025).

⁹ Погосян Н. 2024. «Я видел солнце»... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBxZ> (дата обращения: 12.07.2025).

¹⁰ Веретенников В. 2024. «Откровенный до цинизма сумбур»... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqBzW> (дата обращения: 12.07.2025).

¹¹ Правда ли, что в числе пи что-то зашифровано? 2023. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqC3Z> (дата обращения: 12.07.2025).

¹² 10 фраз Норы Галь, которые должен знать каждый, кто говорит и пишет по-русски. 2023. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqC5N> (дата обращения: 12.07.2025).

Наравне с интересом к Пушкину – символу, идеальному художнику, нравственному ориентиру, связующему звену между разными временами и культурами, авторы «Вокруг света» в аналитических и художественно-публицистических материалах представляют и обытовленный, вписанный в повседневность образ классика. К примеру, миф о Пушкине – хорошем семьянине как один из аспектов мифа «Пушкин – хороший человек» [Муравьева, 1999, с. 132] реализуется в истории о его младшем брате Льве, которого поэту «*пришлось <...> спасти <...> от угрозы попасть за решетку*»¹. Столь же по-человечески близкий образ создает и описание памятника, сопровождающее рассказ о туристическом Владикавказе: «*Мы привыкли видеть поэта в одухотворенной позе, а тут дремлющий и усталый Пушкин просто едет в бричке, запряженной двумя волами*»².

Следующая группа текстов вследствие упомянутой выше установки на универсализацию контента ориентирована не на ядро целевой аудитории, а на массовую аудиторию. Закономерно, что в них Пушкин предстает в ипостаси любовника, импульсивного молодого человека, настигнутого «безответной любовью лицеиста», «без памяти» назначающего свидание К.А. Карамзиной³, или жертвы «роковой» А.И. Истоминой⁴. Здесь упоминается и миф о «равнодушной», «слишком простой» для великого поэта»⁵ красавице Н.Н. Гончаровой (как следование мысли М.И. Цветаевой). Установка издания на занимательный контент позволяет в интерактивных форматах играть с аудиторией: в этих материалах (13 текстов) Пушкин – человек с нестандартным мышлением, окруженный мифами. Приведенные примеры выполняют не собственно культурно-просветительскую, но рекреационную функцию как неотъемлемую часть СМИ с признаками лайфстайл-тематики. И отходя от строгой установки на научный интерес и рациональную аргументацию, издание использует в ряде текстов с упоминанием Пушкина стратегии массового СМИ, например, привлекая внимание заголовками с эмоциональной окраской [Беляева, 2023, с. 962], в некоторых из них используя «скрытый (неявный)» кликбейт, который вызывает не только «живой интерес, удивление, недоумение, возмущение и т.п.», но и ожидание иного содержания [Лутовинова, 2023, с. 57]. Манипулятивные приемы в заголовках побуждают к переходу по ссылке: среди них обнаруживаем синонимы «с более ярким коннотативным значением, чем слова, которые стоило бы употребить» [Лутовинова, 2023, с. 61] (заявленные как провокационные цитаты не являются таковыми⁶, скорее, отражают устаревшие стереотипы); «подстраивание заголовка под типичные ассоциации» [Лутовинова, 2023, с. 66], обращение «к жизни знаменитостей» [Лутовинова, 2023, с. 58]: заголовок «*Видели отчаянье Пушкина и страсти Маяковского...*»⁷ наводит на мысль о классике, хотя речь идет о его брате; «преувеличение» [Лутовинова, 2023, с. 64] (указание на силу влияния строк Пушкина на женщин⁸). В этих публикациях Пушкин предстает скандалистом, дамским угодником.

¹ Барина О. 2022. Видели отчаянье Пушкина и страсти Маяковского... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqCVD> (дата обращения: 12.07.2025).

² Матвеева-Мельник М. 2022. Игроки в нарды и сонный Пушкин в бричке... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqCR8> (дата обращения: 12.07.2025).

³ Патракова А. 2022. 10 красавиц-жен великих писателей, которыми залюбуется каждый. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqCSi> (дата обращения: 12.07.2025).

⁴ Барина О. 2024. Роковая балерина... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqCcR> (дата обращения: 12.07.2025).

⁵ Патракова А. 2022. 10 красавиц-жен великих писателей, которыми залюбуется каждый. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqChJ> (дата обращения: 12.07.2025).

⁶ 7 скандальных фраз Пушкина о любви, которые предпочитают не знать. 2023. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqCj4> (дата обращения: 12.07.2025). 7 сомнительных цитат Пушкина о дамах. 2024. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqCnD> (дата обращения: 12.07.2025).

⁷ Барина О. 2022. Видели отчаянье Пушкина и страсти Маяковского... Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqWHj> (дата обращения: 12.07.2025).

⁸ 10 лучших поздравлений с 8 марта от русских поэтов, которые впечатлят любую женщину. 2024. Вокруг света. URL: <https://clck.ru/3RqCu4> (дата обращения: 12.07.2025).

Диапазон смысловых оттенков мифа, которые транслируют авторы и герои публикаций интернет-версии журнала «Вокруг света», наиболее широк, что объясняется принципами редакционной политики издания и ожиданиями разных сегментов его аудитории. Упоминание Пушкина позволяет приблизить любой объект изображения, анализа, и его образы варьируются от скандалиста, любителя застолий и порывистого любовника, ориентированных на массовую аудиторию, – до классика, строки которого актуальны для россиян и сегодня, связывающего Россию с мировой культурой гения, воплощения национальной совести и эталона творца – в аналитических и художественно-публицистических текстах, ориентированных на ядро целевой аудитории научно-просветительского медиапроекта.

Заключение

Анализ репрезентации образа А.С. Пушкина в публикациях научно-популярных журналов, развивающихся в интернет-пространстве по противоположным медиамоделям, показал, что, ориентируясь на разные сегменты ~~евонж~~ целевых аудиторий, они всё же обращаются к общим мифологемам в структуре «пушкинского мифа». Медиаобраз Пушкина характеризуется следующими чертами: он наиболее узнаваемый русский классик, который цитируется в качестве образцового носителя русской речи, писатель мировой величины, посредник между мировой культурой и Россией, мыслитель, родоначальник современного русского литературного языка.

В интернет-версиях консервативного, продолжающего традиции советской научно-просветительской журналистики журнала «Наука и жизнь» часто упоминается А.С. Пушкин, его творчество в функции обращения к авторитету в вопросах литературной нормы, а также по любому поводу, допускающему обращение к биографии или творчеству поэта. Если «Наука и жизнь» нацелен на более узкую проблематику, что определяет и контекст обращений к образу Пушкина и его творчеству, авторы журнала «Вокруг света», стремясь поддерживать массовый интерес к своему электронному ресурсу, рассматривают максимально широкий круг тем. Коммерчески эффективная, позволяющая конкурировать с иными сетевыми ресурсами модель журнала «Вокруг света» формирует широкий диапазон транслируемых оценок писателя. Ипостась более известного друга выдающихся соотечественников, лишь однажды обнаруженная в контенте журнала «Наука и жизнь», на сайте «Вокруг света» используется часто наряду с обращением к знаменитым пушкинским цитатам, определениям. В издании «Вокруг света» упоминание писателя служит фоном для обсуждения максимально широкого круга вопросов и установления контакта с читателем-эрудитом. Приближая образ классика к читателю, журнал транслирует мифологеми «Пушкин – хороший человек» [Муравьева, 1999, с. 132], «жил бы Пушкин доле» [Сараскина, 2002, с. 151], создает образ мифотворца, мистификатора, гения-чудака. Отходя от строгой установки на научное просвещение, издание использует в заголовках текстов рекреационного характера образ поэта как скандалиста, дамского угодника. Вместе с тем, в аналитических и художественно-публицистических) материалах авторы издания обращаются к ядру целевой аудитории, не только транслируя те же грани медиаобраза писателя и пушкинского мифа, что и журнал «Наука и жизнь», но и формируя образ идеального художника, гуманиста, служащего мерилom личностных качеств человека.

Результаты исследования позволяют утверждать, что обращение к прецедентным текстам А.С. Пушкина, акцент на таких аспектах пушкинского мифологизированного образа, как «страстный молодой человек», «смутьян», «повеса», а также производство и тиражирование фейков о его личности далеко не исчерпывают репрезентации образа классика в современных СМИ. Вкладом в науку можно считать вывод о том, что современная качественная пресса научно-популярной направленности популяризирует в интернет-пространстве такие качества А.С. Пушкина, которые создают образ русского национального поэта, абсолютного художника, центральной фигуры русской культуры, объединяющей нацию, служащей для наших современников моральным камертоном.



Список литературы

- Абрамова В.И., Архангельская Ю.В. 2023. Пушкинский миф в фольклоре Рунета: биографический аспект. *Ученые записки Новгородского государственного университета*, 4(49): 357–361. DOI: [10.34680/2411-7951.2023.4\(49\)](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.4(49))
- Ахматова А.А. 1989. Слово о Пушкине. В кн.: Ахматова А.А. О Пушкине. Москва, Книга: 7–9.
- Беляева В.Э. 2023. Специфика качественной и бульварной прессы в эпоху размывания границ средств массовой информации. *Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология*, 33(4): 960–965. DOI: [10.35634/2412-9534-2023-33-4-960-965](https://doi.org/10.35634/2412-9534-2023-33-4-960-965)
- Борхсениус А.В. 2021. Инфодемия: понятие, социальные и политические последствия, методы борьбы. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление*, 8(1): 52–58. DOI: [10.22363/2312-8313-2021-8-1-52-58](https://doi.org/10.22363/2312-8313-2021-8-1-52-58)
- Давыдов С.Г. 2022. Инфодемия и ее исследования глазами молодых социологов. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 4(170): 343–353. DOI: [10.14515/monitoring.2022.4.2264](https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2264)
- Демченко П.Н., Мальцев И.В. 2021. Медиатизация как фактор повышения интереса к современным научно-популярным СМИ (на примере журналов «Наука и жизнь» и «Популярная механика»). *Научный диалог*, 3: 171–189. DOI: [10.24224/2227-1295-2021-3-171-189](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-3-171-189)
- Долгова Н.В. 2022. Специфика воздействующих заголовков в материалах российских научно-популярных сайтов. *Русская филология и национальная культура*, 1(2): 22–34. URL: <https://filolog-rgu.ru/wp-content/uploads/st3-2022.pdf>
- Загидуллина М.В. 2002. Классические литературные феномены как историко-функциональная проблема (творчество А.С. Пушкина в рецептивном аспекте). Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург. 24 с.
- Королькова А.В. 2022. Афористика А.С. Пушкина в современном медиапространстве. В кн.: Языковая политика и вопросы гуманитарного образования : сб. науч. ст. по материалам VI Междунар. науч.- практ. конф. (г. Пенза, 25–26 марта 2022 г.). Под ред. Г.И. Канакиной; И.Г. Родионовой. Пенза, Изд-во ПГУ: 408–412.
- Лебедева М.Л. 2024. Медиатизация литературного текста в информационном обществе. *Мультикультурные исследования*, 1 (18): 96–104.
- Лободенко Л.К., Давлетшина Е.В. 2021. Развитие научно-популярной журналистики в условиях кросс-медиа. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика*. 26(2): 262–275.
- Лутовинова О.В. 2023. Манипулятивные приемы в кликбейтных заголовках интернет-СМИ. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, 2: 55–69.
- Мотеюнайте И.В. 2025. Пушкин в анимации и пушкинский миф. *Вестник Московского университета. Серия 9. Филология*, 1: 58–69.
- Муравьева О.С. 1999. Образ Пушкина: исторические метаморфозы. В кн.: Легенды и мифы о Пушкине : Сб. статей. Под ред. М.Н. Виротайнен. СПб., Академический проект: 113–133.
- Олешко В.Ф., Олешко Е.В. 2020. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. Екатеринбург, Изд-во Урал. Ун-та, 470 с.
- Прусакова О.П. 2022. Современные исторические научно-популярные журналы: их функции и особенности. *E-Scio*, 8(71): 188–194.
- Реснянская Л.Л. 2000. Общероссийские газетные издания. *Вестник МГУ. Сер. Журналистика*, 4: 3–14.
- Рогачева А.И. 2023. Популяризация науки в современной российской журналистике. Дис. ... канд. филол. наук. М., 184 с.
- Савельев А.С. 2024. Фактуры научно-популярного медиадискурса. *Ученые записки НовГУ*, 3(54): 389–395.
- Савинова О.Н. 2024. О классике, культурной преемственности и языке современных СМИ. В кн.: Болдинские чтения 2024. Отв. ред. И.С. Юхнова. Нижний Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского: 253–259.
- Сараскина Л.И. 2018. Пушкинский миф в русской культуре: легенды, анекдоты, клише. *Художественная культура*, 4(26): 128–161.
- Солдаткина Я.В. 2021. Литература в сети Интернет и основные направления развития медиакультуры: доцифровой текст и его сетевые трансформации. *Наука и школа*, 1: 29–38.
- Суворова С.П. 2013. Предметно-функциональные особенности современных российских научно-популярных журналов. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, 6: 127–133.

- Шуйская Ю.В. 2025. Квантитативный метод выявления фейков в СМИ, связанных с псевдопроизведениями писателей. В кн.: Россия в мире: проблемы и перспективы развития международного сотрудничества в гуманитарной и социальной сфере : материалы XIX Международной научно-практической конференции (Москва – Пенза, 28–29 апреля 2025 г.). Отв. ред. Д.Н. Жаткин, Т.С. Круглова. Москва – Пенза: 221–224.
- Юхнова И.С. 2024. Пушкин как объект современного мифотворчества. В кн.: Болдинские чтения 2024. Отв. ред. И.С. Юхнова. Нижний Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского: 259–264.
- Alyssa DeBlasio. 2022. Socrates as Symbol: Alexander Herzen, Merab Mamardashvili, and Alexander Pushkin. In: *Socrates in Russia*. Leiden, Brill: 281–299.
- Emily Wang. 2022. Russia's Radical Byron: Reexamining the "Decembrist Pushkin" Available to Purchase. *Comparative Literature*, 74(1): 73–98.
- Joe Andrew, Katharine Hodgson, Robert Reid, and Alexandra Smith. *Joseph Brodsky and Modern Russian Culture*. 2024. Leiden and Boston, Publ. Brill, 247 p.

References

- Abramova V.I., Arkhangel'skaya Yu.V. 2023. The Pushkin's myth in the Russian internet folklore: biographical aspect. *Memoirs of NovSU*, 4(49): 357–361 (in Russian). DOI: [10.34680/2411-7951.2023.4\(49\).357-361](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2023.4(49).357-361)
- Ahmatova A.A. 1989. Slovo o Pushkine [A Word about Pushkin]. In: Ahmatova A.A. O Pushkine [About Pushkin]. Moscow, Publ. Kniga: 7–9.
- Belyaeva V.E. 2023. Specific Features of Quality Press and Yellow Press in the Era of Media Blurring. *Bulletin of Udmurt University. Series History and Philology*, 33(4): 960–965 (in Russian). DOI: [10.35634/2412-9534-2023-33-4-960-965](https://doi.org/10.35634/2412-9534-2023-33-4-960-965)
- Borkhsenius A.V. 2021. Infodemia: Concept, Social and Political Consequences, Methods of Managing. *RUDN Journal of Public Administration*. 8(1): 52–58 (in Russian).
- Davydov S.G. 2022. Infodemic and its Research through the Eyes of Young Sociologists. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 4(170): 343–353 (in Russian). DOI: [10.14515/monitoring.2022.4.2264](https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.4.2264)
- Demchenko P.N., Maltsev I. V. 2021. Mediatization as a Factor in Increasing Interest in Modern Popular Science Media ("Science and Life" and "Popular Mechanics"). *Nauchnyi dialog*, 3: 171–189 (in Russian). DOI: [10.24224/2227-1295-2021-3-171-189](https://doi.org/10.24224/2227-1295-2021-3-171-189)
- Dolgova N.V. 2022. Specifics of appealing headlines on russian popular science websites. *Russian Philology and National Culture*, 1(2): 22–34 (in Russian). URL: <https://filolog-rgu.ru/wp-content/uploads/st3-2022.pdf>
- Zagidullina M.V. 2002. Klassicheskie literaturnye fenomeny kak istoriko-funkcional'naya problema (tvorchestvo A.S. Pushkina v receptivnom aspekte) [Classical literary phenomena as a historical-functional problem (the work of A.S. Pushkin in the receptive aspect)]. Abstract dis. ... Cand. Philol. Sciences. Ekaterinburg. 24 p.
- Korol'kova A.V. 2022. Aforistika A.S. Pushkina v sovremennom mediaprostranstve [The aphorism of A.S. Pushkin in the modern media space]. In: *Yazykovaya politika i voprosy gumanitarnogo obrazovaniya* [Language policy and issues of humanitarian education]. Collection of scientific articles based on the materials of the VI International Scientific-practical conference, March 25–26, 2022, Penza, Publ. Izd-vo PGU: 408–412.
- Lebedeva M.L. 2024. Mediatizatsiya literaturnogo teksta v informatsionnom obshchestve. [Mediatization of Literary Text in the Information Society]. *Multicultural Studies*, 1 (18): 96–104.
- Lobodenko L.K., Davletshina E.V. 2021. Razvitie nauchno-populyarnoi zhurnalistiki v usloviyakh kross-media [The development of popular science journalism in the context of cross-media]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika*. 26(2): 262–275.
- Lutovinova O.V. 2023. Manipulyativnye priemy v klikbeitnykh zagolovkakh internet-SMI [Manipulative Techniques in Clickbait Headlines of Online Media]. *Actual Problems of Philology and Pedagogical Linguistics*, 2: 55–69.
- Moteyunaite I.V. 2025. Pushkin v animatsii i pushkinskii mif [Pushkin in animation and the Pushkin myth]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya*, 1: 58–69.
- Murav'eva O.S. 1999. Obraz Pushkina: istoricheskie metamorfozy [The image of Pushkin: historical metamorphoses]. In: *Legendy i mify o Pushkine : Sb. statei* [Legends and Myths about Pushkin : Collection of articles]. Pod red. M.N. Virolainen. SPb., Publ. Akademicheskii proekt: 113–133.

- Oleshko V.F., Oleshko E.V. 2020. SMI kak mediator kommunikativno-kul'turnoi pamyati [Media as a Mediator of Communicative and Cultural Memory]. Yekaterinburg, Ural University Press, 470 p.
- Prusakova O.P. 2022. Sovremennye istoricheskie nauchno-populyarnye zhurnaly: ikh funktsii i osobennosti [Modern historical popular science journals: their functions and features]. *E-Scio*, 8(71): 188–194.
- Resnyanskaya L.L. 2000. Obshcherossiiskie gazetnye izdaniya [All-Russian newspaper publications]. *Vestnik MGU. Ser. Zhurnalistika*, 4: 3–14.
- Rogacheva A.I. 2023. Populyarizatsiya nauki v sovremennoi rossiiskoi zhurnalistike [Popularization of science in modern Russian journalism]. Abstract dis. ... cand. philol. sciences. M., 184 p.
- Savel'ev A.S. 2024. Faktury nauchno-populyarnogo mediadiskursa [The textures of popular science media discourse]. *Uchenye zapiski NovGU*, 3(54): 389–395.
- Savinova O.N. 2024. O klassike, kul'turnoi preemstvennosti i yazyke sovremennykh SMI [About classics, cultural continuity and the language of modern media]. In: Boldinskie chteniya 2024 [Boldinsky Readings 2024]. Collection of materials of the international scientific conference, September 9-13, 2023, Boldina-Nizhny Novgorod, Publ. NNGU im. N.I. Lobachevskogo: 253–259.
- Saraskina L.I. 2018. Pushkinskii mif v russkoi kul'ture: legendy, anekdoty, klishe [The Pushkin myth in Russian culture: legends, anecdotes, clichés]. *Khudozhestvennaya kul'tura*, 4(26): 128–161.
- Soldatkina Ya.V. 2021. Literatura v seti Internet i osnovnye napravleniya razvitiya mediakul'tury: dotsifrovoy tekst i ego setevye transformatsii [Literature on the Internet and the Main Directions of Media Culture Development: Pre-Digital Text and Its Network Transformations]. *Science and School*, 1: 29–38.
- Suvorova S.P. 2013. Predmetno-funktional'nye osobennosti sovremennykh rossiiskikh nauchno-populyarnykh zhurnalov [Subject-functional features of modern Russian popular science journals]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 6: 127–133.
- Shuiskaya YU.V. 2025. Kvantitativnyi metod vyyavleniya feikov v SMI, svyazannykh s psevdoproizvedeniyami pisatelei [A quantitative method of detecting fakes in the media related to the pseudo-works of writers]. In: Rossiya v mire: problemy i perspektivy razvitiya mezhdunarodnogo sotrudnichestva v gumanitarnoi i sotsial'noi sfere [Russia in the World: problems and prospects for the development of international cooperation in the humanitarian and social spheres]. Proceedings of the XIX International Scientific and Practical Conference, April 28–29, 2025, Moskva – Penza: Publ. Penza State Technological University, 221–224.
- Yukhnova I.S. 2024. Pushkin kak ob'ekt sovremennogo mifotvorchestva [Pushkin as an object of modern myth-making]. In: Boldinskie chteniya 2024 [Boldinsky Readings 2024]. Collection of materials of the international scientific conference, September 9-13, 2023, Boldina-Nizhny Novgorod, Publ. NNGU im. N.I. Lobachevskogo: 259–264.
- Alyssa DeBlasio. Sokrat kak simvol: Aleksandr Gertsen, Merab Mamardashvili i Aleksandr Pushkin [Socrates as Symbol: Alexander Herzen, Merab Mamardashvili, and Alexander Pushkin]. 2022. In: *Socrates in Russia*. Leiden, Publ. Brill: 281–299.
- Emily Wang. 2022. Russia's Radical Byron: Reexamining the “Decembrist Pushkin” Available to Purchase. *Comparative Literature*, 74(1): 73–98.
- Joe Andrew, Katharine Hodgson, Robert Reid, and Alexandra Smith. Iosif Brodskii i sovremennaya rossiiskaya kul'tura [Joseph Brodsky and Modern Russian Culture]. 2024. Leiden and Boston, Publ. Brill, 247 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 25.07.2025

Поступила после рецензирования 23.02.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received July 25, 2025

Revised February 23, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Семенова Мария Геннадьевна, старший преподаватель кафедры филологии, коммуникаций и русского языка как иностранного, Псковский государственный университет, г. Псков, Россия.

Maria G. Semenova, Senior Lecturer at the Department of Philology, Communications and Russian as a Foreign Language, Pskov State University, Pskov, Russia.



УДК 070 (070.11)
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-103-116
EDN NNTZHW

Среда репрезентации аниме и манги в Рунете: функционально-структурная характеристика

Стебихова Ю.Е., Ушакова С.В.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85
stebikhova@bsuedu.ru; S.Ushakova@bsuedu.ru

Аннотация. Мир комиксов как область изучения массовой культуры (comics studies) включает в качестве одного из ее направлений активно развивающийся сегмент аниме- и манга-индустрии. Изучение среды репрезентации типологически однородного контента способствует пониманию тенденций и механизмов развития медиасреды в целом и решения разнообразных задач межкультурного взаимодействия. Тем не менее вопросы медиатизации контента за счет конкретных возможностей цифровой среды применительно к аниме и манга не рассматривались. Цель исследования – выявить функционально-структурные особенности среды репрезентации аниме и манга в российских цифровых медиа через изучение взаимосвязи их технологического потенциала и способов репрезентации контента, принципиально ориентированных на интерактивность. Установлены процессный характер среды репрезентации субкультуры аниме и манги в Рунете, ее обусловленность техническими возможностями платформ размещения контента и задачами продвижения. Общая структура характеризуется как комплекс ресурсов, включающий видеохостинги, социальные сети, онлайн-кинотеатры, специализированные информационные площадки, мессенджеры и др., объединяемые межплатформенными связями; наблюдается также и внутреннее иерархическое структурирование специализированных ресурсов. Форматно-жанровые характеристики контента одновременно являются и характеристиками самой среды, предопределяясь ею и в совокупности определяя ее. Полученные результаты могут быть использованы в структурно-функциональных исследованиях медиасреды, особенностей межкультурного взаимодействия в рамках изучения массовой культуры стран Азии, а также при изучении динамики и структуры медиапотребления.

Ключевые слова: медиакультура, массовая культура, аниме, манга, среда репрезентации контента, медиапотребление, интерактивность, структура медиасреды, comics studies

Для цитирования: Стебихова Ю.Е., Ушакова С.В. 2026. Среда репрезентации аниме и манги в Рунете: функционально-структурная характеристика. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 103–116. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-103-116 EDN NNTZHW

Anime and Manga Representation Environment on the RuNet: Functional and Structural Characteristics

Yulia E. Stebikhova, Svetlana V. Ushakova

Belgorod State National Research University
85 Pobeda St., Belgorod 308015, Russian Federation
stebikhova@bsuedu.ru, S.Ushakova@bsuedu.ru

Abstract. The world of comics, as a field of popular culture studies, includes the rapidly growing anime and manga industries among its branches. However, despite the growing relevance of media studies and media representation, issues of content mediatization through the specific capabilities of the digital

environment have not been addressed in this area of popular culture. The aim of this study is to identify the structural and functional characteristics of the anime and manga representation environment in Russian digital media through the relationship between their technological potential and content representation methods, which are fundamentally focused on interactivity. The process-based nature of the anime and manga subculture representation environment on the RuNet has been established, as well as its dependence on the technical capabilities of content hosting platforms and promotional objectives. The overall structure is characterized as a complex of resources, including video hosting sites, social networks, online cinemas, specialized information platforms, instant messengers, and others, united by interplatform connections. An internal hierarchical structuring of specialized resources is also observed. The format and genre features of the content characterize the environment, being predetermined by it, and define this environment at the same time. The results can be used in structural and functional studies of the media environment, specificities of intercultural interaction within the study of Asia's popular culture, as well as in exploring the dynamics and structure of media consumption.

Keywords: anime, manga, comics studies, content representation environment, media culture, popular culture, media consumption, interactivity, media environment structure

For citation: Stebikhova Yu.E., Ushakova S.V. 2026. Anime and Manga Representation Environment on the RuNet: Functional and Structural Characteristics. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 103–116 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-103-116 EDN NNTZHW

Введение

Процесс формирования новой цивилизационной формы существования человечества – медиакультуры, охватывающий все стороны текущей действительности, стимулирует исследователей к осмыслению как глобальных трендов медиатизации всех сфер общественной жизни, так и к изучению частных аспектов этого процесса, конкретизирующему непосредственные содержательные, коммуникативные, социально-психологические, технологические особенности жизни «человека медийного» [Вартанова, 2015]. Как подчеркивает И.В. Чельшева, «...в настоящее время средства массовой коммуникации представляют собой не только социально-экономическую или технико-технологическую структуру, но и мощный культурный и социокультурный процесс, включающий в себя синтетические медиаискусства, культурные образы и символы, связанные с духовностью, ценностями, моралью и т. п.» [Чельшева, 2016, с. 5], а «роль медиаинститутов как социально-культурных структур состоит в производстве, воспроизводстве и распределении не только знаний, но и культурного опыта, традиций, ценностей» [Чельшева, 2016, с. 12].

Одним из активно развивающихся содержательных кластеров, связанных с расширением социокультурного и эмоционально-психологического опыта (прежде всего для молодых поколений), являются пересекающиеся субкультуры азиатского происхождения аниме и манги (в корейской и китайской традиции – манхва и маньхуа). Своеобразие аниме и манги обусловлено качествами, отличающими их от западной анимационной продукции, – прежде всего разнообразным содержанием (в том числе экзистенциальным), культивируемой сериальностью, особой визуальной структурой и композицией, специфическими нарративом и стилистикой, многослойной семиотикой, что делает их особенно привлекательными для аудитории на фоне других видов мультипликации и комиксов [Дорошина, 2022; *Understanding Korean ...*, 2023; Хоровский, 2024]. Как феномен массовой культуры аниме и манга являются частью мира комиксов, отражающих тенденцию к визуальным способам коммуникации, и характеризуются не столько элементарной развлекательностью, сколько высокой содержательной и структурной сложностью; они способны воздействовать на эмоции, ценности и картину мира аудитории и исследуются в рамках семиотических и культурологических парадигм [Манга..., 2018; Афанасов, 2020; Стебихова, 2025; Юшин, 2025]. Привлекательность аниме

и манги обусловлена, как утверждают исследователи, не только интересом к оригинальным культурным кодам и самобытной эстетике Японии, но и глобальным масштабом их распространения как продукта медиаиндустрии, что придает им трансграничный характер [Олешкевич, Шубина, 2021].

Высокий воздействующий потенциал рассматриваемой масскультурной продукции формируется не только за счет ее содержательных и функционально-рекреационных возможностей, но и за счет медиатизации, то есть за счет использования эффективных стратегий коммуникации и создания специфической среды ее репрезентации, способствующей знакомству с актуальными трендами в массовой и гик-культуре и обеспечивающей пользователям доступность контента и возможность его быстрого потребления. В случае с аниме и мангой играет роль и их визуальная природа, естественным образом соотносящаяся с возможностями цифровой среды.

Изучение проблем медиарепрезентации и медиасреды расширяется [Кириллова, 2005; Макеенко, Вырковский, 2021; Тестов, Володина, 2021; Вартанова, 2023; Тестов, 2025]. Исследователи подчеркивают, что следует ограничивать понятие среды распространения и бытования конкретного медиаконтента от более широкого понятия медиарепрезентации, включающего и содержательные аспекты дискурса. Так, А.И. Донцов и И.А. Асланов, осуществляя анализ термина «репрезентация», понимают его, во-первых, как результат операционализации, то есть как «допуск информации в публичную сферу» [Донцов, Асланов, 2022, URL], ее непосредственное включение в медиaprостранство и, во-вторых, как «выбор языка коммуникации» [Донцов, Асланов, 2022, URL], то есть той оптики, которая выявляет или скрывает какие-либо характеристики, свойства, оценки фактов, ситуаций, процессов и т. п. В первом случае «понимание термина предполагает рассмотрение процесса создания журналистских материалов: как журналисты отбирают информацию, какими эпистемологическими практиками они пользуются, к каким экспертам они обращаются и т. д.» [Донцов, Асланов, 2022, URL]. Такое понимание соотносится с более широким подходом В.А. Возчикова, выделяющего наряду с медиаторческим, социальным и коммуникативным аспектами современной медиакультуры не менее значимый технический аспект, «обеспечивающий материализацию и распространение медиаконтента во времени и пространстве» [Возчиков, 2007, с. 19], – именно этот аспект является исходным при формировании среды бытования медиа.

Интерес могут представлять и данные, отражающие особенности медиапотребления в этом сегменте, поскольку в формировании среды репрезентации манги и аниме участвуют не только профессионалы медиаиндустрии и медиарынка, но и непосредственно сами пользователи, формирующие значительную часть контента. Как отмечают исследователи, «потенциал влияния неинституционализированных производителей развлекательно-познавательного контента как участников социально-политического процесса, с одной стороны, недооценен, а с другой – недоисследован. При этом результаты ... показывают, что вероятность превращения производителей "легкого" контента в акторов социально-политических процессов существует, и она вовсе не так мала: аудитория готова прислушиваться к посылам инфлюенсеров. Представляется, что исследования такого рода ... должны проводиться регулярно как в научных целях, так и для прогнозирования состояния общества» [Макеенко, Вырковский, 2021, с. 30].

Вопрос о том, какие возможности цифровой среды обеспечивают высокий потенциал медиатизации конкретного продукта, применительно к данному сегменту массовой культуры практически не рассматривался, но именно изучение среды помогает представить как имеющийся технический потенциал, так и стратегии (собственно коммуникативные и маркетинговые) и механизмы продвижения медиапродуктов уникальной типологической группы, а также отметить связанные с этим продуктом тенденции медиапотребления. Выявление форматов и стратегий, которые применяются на разных площадках и, собственно, эту среду формируют, способствует поискам ответа на вопрос о

наличии\отсутствии системности, инфраструктуры в репрезентации масскультурной продукции и тех способов, которыми она осуществляется.

Изучение среды репрезентации типологически однородного контента способствует пониманию тенденций и механизмов развития медиасреды в целом, что повышает возможности социального проектирования, решения разнообразных задач межкультурного взаимодействия, а также наполняет конкретным содержанием диалектический по своему характеру тезис «среда определяет информацию, которая определяет восприятие, а восприятие определяет информацию, которая определяет среду» [Тестов, Володина 2021].

Цель исследования – выявить структурно-функциональные особенности среды репрезентации рассматриваемой медиапродукции в пространстве российских новых медиа.

Материалы и методы исследования

Эмпирической базой послужили наиболее репрезентативные ресурсы Рунета, аккумулирующие контент, посвященный субкультуре аниме и манги (манхвы, маньхуа) и демонстрирующие убедительные количественные показатели их востребованности массовой аудиторией – онлайн-кинотеатры, видеохостинг YouTube, специализированные информационные площадки (порталы, сайты), медиаресурсы сообществ в социальной сети «ВКонтакте», платформы «Я.Музыка», мессенджера Telegram. Концептуально методология исследования опирается на теорию среды, разрабатываемую Д.Ф. Тестовым и А.В. Володиной и опирающуюся на концепцию аффордансов, предложенную в 1979 году когнитивным психологом Дж. Гибсоном и осмысляемую в наше время Э. Ритвельдом и Ю. Киверстейном [Тестов, Володина, 2021; Ритвельд, Киверстейн, 2024; Тестов 2025], понимаемых как набор возможностей взаимодействия среды и субъекта, порождаемых конкретной средой, предполагающей «взаимообусловленность и соответствие среды, информационных паттернов и восприятия» [Тестов, Володина, 2021].

Для отбора эмпирического материала применялся структурный анализ, позволяющий выявить релевантные элементы организации конкретных медиаресурсов как элементов среды, а также описательный метод, позволяющий выявить специфику того или иного ресурса и представленного в нем контента. Для определения охвата и вовлеченности аудитории конкретных ресурсов применялись элементы количественно-статистического метода.

Результаты и обсуждение

Первые русскоязычные ресурсы, посвященные аниме и манге, появились в Интернете в 1990-е годы и представляли собой электронные энциклопедии, домашние странички, сайты-шрайны (посвященные конкретным персонажам или произведениям); они создавались и поддерживались пользователями-любителями, формировавшими контент прежде всего на основе зарубежных (в основном англоязычных) источников [Тарасюк, 2025]. В настоящее время актуален вопрос о системном характере медиаресурсов Рунета, посвященных аниме и манге, то есть своеобразной инфраструктуре, обеспечивающей основные интересы и потребности аудитории за счет типологически различных веб-ресурсов, которые объединяются в группы, в комплексе формирующие среду репрезентации, что и является предметом исследования.

Медиатизация сферы аниме в её современном состоянии не только отражает интересы массовой аудитории, но и служит рыночному и культурному (как фактор «мягкой силы») продвижению, а также используется для маркетингового анализа форм репрезентации медиапродукции, развивает давно используемую в индустрии массмедиа стратегию организации обратной связи для определения целевой аудитории, перспектив сериализации или же, наоборот, завершения конкретного произведения, например, на основе анализа использования «подарочных анкет» в печатных изданиях или анализа продаж; в электронных изданиях – за счет количества «лайков» [Адилбаева, 2025].

1. Онлайн-кинотеатры и видеохостинг YouTube.

В сложившейся за последнее десятилетие системе онлайн-кинотеатров манга и аниме имеют свою нишу. В этой группе выделяется «Кинопоиск» – интернет-сервис, посвященный кинематографу, завоевавший авторитет в том числе и как рекомендательный сервис с широким спектром экспертных материалов, в 2018 году «Кинопоиск» получил также статус онлайн-кинотеатра. Оставаясь тематическим интернет-сервисом, «Кинопоиск» также размещает разножанровый контент (новости, репортажи, рецензии, рекомендации и др.), посвященный искусству кино и конкретной медиапродукции. Этот ресурс входит в топ-25 наиболее посещаемых площадок Рунета (16-е место): общее количество визитов с настольных ПК и мобильных устройств в месяц составляет 212,1 млн¹.

Аниме-продукция, лицензированная в России, представлена в онлайн-кинотеатре «Кинопоиска» с 2019 года на отдельной вкладке «Аниме», в настоящее время включающей значительное количество аниме-сериалов и полнометражных фильмов. Для фанатов и пользователей, интересующихся аниме, в разделе «Медиа» разработан специальный медиапроект «Все про аниме». Отметим в качестве примера, имеющего типичную содержательную структуру, публикацию рекомендательного характера «*Что смотреть в 2026 году: 15 самых ожидаемых аниме*» (опубликована 20.01.2026), где автор, Евгений Белоусов, представляет обзор новинок и продолжений аниме-сериалов, выходящих в 2026 году. В публикации представлен краткий обзор сюжета тайтлов, информация о дате выхода, авторе оригинала (манги), выпускающей студии, охарактеризована визуальная составляющая самих проектов, а также даны ссылки на страницы размещения произведений на платформе «Кинопоиска»².

Установку на интерактивное взаимодействие как непереносимое условие продуктивности цифровой среды демонстрирует финальный сезон получившего мировую популярность аниме *Attack on Titan* (год выхода – 2022). Произведение вошло в топ-10 месяца на «Кинопоиске» и оставалось в нем на первом месте в течение всего сезона. Данный тайтл входит на платформе в различные подборки, к примеру в «Популярные сериалы», где занял 39-ю позицию из 1000. На сайте «Кинопоиска» аниме имеет оценку 8,7, а количество пользователей, поставивших оценки тайтлу, – 923 282. Помимо этого, у «Атаки Титанов» на сайте размещено 126 рецензий, значительная часть которых подготовлена пользователями-зрителями (из них 79,37 % – положительные, 13,49 % – нейтральные и 7,14 % – отрицательные³).

Интерактивность во многом стимулируется постоянно обновляющимися рейтингами. В рейтинге «250 лучших сериалов» на сервисе «Кинопоиск», который составляется по результатам голосования посетителей платформы, на февраль 2026 года присутствовали 18 аниме-сериалов (в настоящее время ресурсы «Кинопоиска» составляют более 100 тайтлов, библиотека пополняется, а также анонсируются новые и добавляются и покупаются лицензии на культовые аниме ранних выпусков; помимо этого, у пользователей имеется возможность расширения доступа за счет отдельной подписки с «Амедиаплатформой»). В топ-20 списка вошли «Дандадан» (17-е место с оценкой 7,6, количество голосов – 90 406 и «Человек-бензопила» (19-е место с оценкой 7,6, количество голосов – 125 846)⁴.

В соответствии со стратегиями современных интернет-сервисов такого типа, направленных на расширение среды присутствия, «Кинопоиск» выходит за пределы

¹ Kinopoisk.Ru Анализ сайта за январь 2026. 2026. Similarweb. URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/kinopoisk.ru/#overview> (дата обращения: 30.01.2026).

² Белоусов Е. 2026. Что смотреть в 2026 году: 15 самых ожидаемых аниме». КиноПоиск, 20 января 2026. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4012270/> (дата обращения: 26.01.2026).

³ Рецензии / Атака титанов, 2013–2023. 2003–2026. КиноПоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/series/749374/> (дата обращения: 05.03.2026).

⁴ 250 лучших сериалов. 2003-2026. КиноПоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/lists/movies/series-top250/> (дата обращения: 05.03.2026)

собственно Рунета и имеет свой официальный канал на видеохостинге YouTube, насчитывающий более 1,54 млн подписчиков. Видеохостинг YouTube проводит целенаправленную политику монетизации ресурсов за счет продвижения контента на основе алгоритмов и повышения вовлеченности пользователей, соответственно, доступные медиаметрические данные репрезентативны как показатели вовлеченности аудитории. Показатели вовлеченности пользователей рассчитываются из анализа соотношения количества просмотров, лайков и комментариев.

Канал включает просветительский контент по теории и истории кино; выпуски, анализирующие творчество культовых режиссеров; выпуски, посвященные новинкам проката и культовым кинопроизведениям, в том числе видеоэссе, посвященные аниме. Так, видеоэссе «Как мрачное фэнтези-аниме "Берсерк" стало культовым» посвящено аниме, созданному по фэнтези-манге Кэнтаро Миуры (год выхода – 1997). Типичная содержательная структура ролика познавательно-аналитической направленности включает характеристику вселенной «Берсерка», ее главного героя, реминисценции произведений мировой культуры, актуальный контент на основе данного тайтла; рассматривается также влияние произведения на другие продукты массовой культуры, в частности на индустрию современных сериалов в «темной» эстетике и на отдельные игры в жанре Soulslike (данный жанр характеризуется высокой сложностью, мрачным сеттингом, акцентом на изучение мира и боевой системой, требующей точного расчёта времени) – к примеру, в ролике упоминается влияние аниме на серию игр Dark Souls Хидэтака Миядзаки. Авторы видеоэссе делают вывод о неугасающей популярности аниме и манги «Берсерк», опираясь в том числе и на контент, публикуемый фанатской аудиторией на его основе.

Видеоэссе на платформе набрало 557,3 тыс. просмотров, 25 тыс. лайков и 1,4 тыс. комментариев. Результат расчета уровня вовлеченности аудитории в просмотр данного ролика – 4,81 %, что является высоким показателем и отражает лояльность аудитории или высокую популярность контента, стимулирующего активную реакцию на ролик.

Потенциал вовлечения аудитории демонстрирует также ролик «Как "Стальной Алхимик" переворачивает каноны аниме», посвященный появлению и особенностям сюжета культового аниме: менее чем за 4 дня он набрал 195 тыс. просмотров, 15 тыс. лайков и около 1 тыс. комментариев.

На видеохостинге YouTube, помимо канала «Кинопоиск», функционирует значительное количество других каналов, посвященных аниме и азиатским комиксам, что свидетельствует о сформировавшемся аниме-комьюнити. Контент каналов включает дайджесты новостей аниме-индустрии, анализ нарративов, комментарии, тексты ознакомительного характера, а также информацию о выпускающих студиях и дополнительную информацию, связанную с произведениями, а также предполагаемые или известные даты выхода. Широко используемые в видеоблогах ролики выходят как в горизонтальном, так и в вертикальном (YouTube Shorts) форматах.

Среднее количество просмотров горизонтальных форматов на популярных каналах может варьироваться от 40–50 тыс. до 200 тыс., однако встречаются ролики, набравшие свыше 400 тыс. просмотров.

Расширение индустрии аниме в целом и стратегий вовлечения аудитории в частности проявляется, например, в феномене косплея как субкультуры, направленной не только на воссоздание внешнего облика персонажей (как правило, за счет собственного творчества), но и на погружение в их внутренний мир. Отражение этого опыта на видеохостинге – также важный элемент среды репрезентации аниме. Так, посвященный косплею контент соотносится с нормой показателя вовлеченности для этого видеохостинга – от 2 до 4 %. Характеристика уровня вовлеченности дополняется показателями глубины вовлечения – отношения просмотров к количеству подписчиков, в ряде случаев глубина вовлечения может варьироваться в диапазоне от 3 до 25 %. Такие данные свидетельствуют о том, что видео уже выходит за пределы ядра аудитории и активно рекомендуется новым зрителям,

либо же (в случае более высоких показателей) о том, что алгоритмы YouTube квалифицируют контент как вирусный и демонстрируют его далее массовой аудитории.

На видеохостинге имеются также каналы, содержащие преимущественно аналитические обзоры как востребованный аудиторией жанр, в котором авторы выполняют функцию интерпретатора: на основе анализа просмотренных аниме они формулируют развернутое мнение относительно их нарративной структуры, визуального ряда и режиссерских решений. Выводы, как правило, носят характер субъективной, но аргументированной оценки, базирующейся на зрительской рефлексии, что позволяет рассматривать их как представителей экспертного сообщества фанатов (фан-экспертов).

2. Специализированные информационные площадки.

В сегменте Рунета рассматриваемой тематики следует выделить сайты и порталы разной функциональной направленности, рассматриваемые как информационные площадки, агрегирующие разные типы контента. Так, AnimeLib позволяет осуществлять просмотр конкретных произведений, MangaLib и ReManga агрегируют контент для чтения, имеются также универсальные многофункциональные площадки, где одновременно осуществляется информирование о новых произведениях, предоставляется возможность знакомства с популярными и актуальными произведениями, содержится разнообразная сопутствующая информация по интересующей тематике, а также стимулируется интерактивность, как, например, голосование за любимого героя в конкурсе между пользователями и т. п. В качестве примера охарактеризуем портал DTF¹, представляющий собой площадку, на которой одновременно размещаются новости, рецензии, публикации различного характера об аниме и манге, также предполагающий взаимодействие пользователей. Контент структурируется по категориям и тематическим сообществам. Основные категории – «популярное», где, соответственно, размещаются произведения, имеющие популярность в тот или иной период, и «новое», где пользователи могут ознакомиться с последними публикациями, посвященными различным аспектам аниме. Портал не предполагает трансляцию консолидированной позиции, это позволяет привлекать аудиторию с разным (порой диаметрально противоположным) отношением к одной и той же медиапродукции. Важной особенностью портала является формирование контента редакцией совместно с пользователями, которые имеют возможность на различных подсайтах DTF давать оценки конкретным произведениям, участвовать в обсуждениях и дискуссиях, комментировать.

Тематика аниме на площадке представлена более чем 15 тыс. публикаций, более чем 55 тыс. комментариев, а также сообществами в социальных сетях на 267 подсайтах-аналогах. Самый популярный подсайт, посвященный аниме-культуре, – «Аниме» – насчитывает более 456 тыс. пользователей. Это позволяет утверждать, что площадки такого типа обладают широким функционалом и являются насыщенной средой коммуникации: они удовлетворяют познавательные потребности, создают возможность для взаимодействия по интересам, а также позволяют пользователям проявлять субъектность через трансляцию новостей, выражение оценок и мнений в отзывах, рецензиях и обзорах.

3. Интернет-ресурсы для ознакомительного чтения.

В российском интернет-пространстве для поклонников аниме-культуры и тех, кто готов познакомиться с ней, функционируют ресурсы, агрегирующие любительские, некоммерческие переводы манги (а также других ее азиатских разновидностей – манхв, манхуа). Такой способ распространения азиатских комиксов не является официальным и называется «сканлейт» (от англ. scan – сканировать и translate – переводить). Сканлейтом занимаются в основном энтузиасты без установления отношений с правообладателями [Проханов, 2013]. Наиболее известный ресурс подобной направленности – сайт Mangalib²,

¹ DTF. Платформа для обсуждения игр, кино, разработки и технологий. 1999–2026. URL: <https://dtf.ru/> (дата обращения: 15.11.2025)

² MangaLIB. Русскоязычная онлайн-платформа и приложение для чтения азиатских комиксов. URL: <https://mangalib.me/> (дата обращения: 16.11.2025).

являющийся платформой для команд любительского («фанатского») перевода, которые размещают на ней свои варианты переведенных глав известных и малоизвестных произведений.

Структура Mangalib включает также несколько подсайтов, где публикуются переводы ранобэ, корейских и китайских новелл. Структура ресурса позволяет осуществлять поиск по названиям интересующих тайтлов, выбирать работы из каталогов манги, манхв, манхуа, OEL-манги (оригинальной англоязычной манги), руманги (произведений, созданных русскоязычными авторами) и западных комиксов. Основная страница сайта имеет ленту обновлений, отражающую выход новых глав в том или ином произведении; здесь же формируются список популярных произведений и топ активных пользователей недели. Активные пользователи на площадке (читатели новых глав, посетители сайта и участники любительских переводов) могут повышать свой уровень насмотренности и начитанности, включаться в обсуждения и тем самым выделяться среди менее активных.

Таким образом, для удержания аудитории на платформе используются принципы геймификации, обеспечивающие интерактивность. Помимо этого, пользователи имеют возможность привязывать свой аккаунт к социальным сетям, взаимодействовать с командами переводчиков в сообществах, а переходя по ссылкам, участвовать в комментировании (как на форуме, так и непосредственно под самими произведениями), участвовать в обсуждении и оценивать контент по десятибалльной шкале. Пользователи могут включаться в модерирование сайта для составления рекомендаций под информацией о произведениях, голосуя в списке предлагаемых работ, похожих на размещенные ранее.

Читатели при выборе произведения на платформе могут получить информацию справочно-атрибутивного характера, важную для поиска конкретного произведения и понимания его статуса в цифровой среде. Нами выявлены 17 позиций, по которым атрибутируется рассматриваемый контент.

Отметим те из них, которые свойственны именно цифровой среде и создают дополнительные возможности для пользователей:

- статус (анонс, онгоинг, приостановленный выход, завершение);
- информация о тайтле (аннотация);
- теги, характеризующие произведения;
- динамика развития произведения (информация о новых главах с возможностью доступа к ним)
- темы обсуждений на форуме, связанные с произведением;
- комментарии пользователей, группируемые по категориям (все, положительные, отрицательные, нейтральные);
- информация о командах, занимающихся переводом произведения;
- оценка конкретного произведения на платформе.

Отмеченные позиции влияют на принятие пользовательских решений и через гиперссылки обеспечивают целенаправленный и быстрый поиск¹.

В структуру MangaLib входит также подсайт AnimeLib, на котором размещены уже вышедшие аниме, аниме-онгоинги (т. е. выходящие в текущий момент) и анонсы готовящихся к выпуску новинок². Структура каждого из подсайтов MangaLib включает опции «Каталог», «Поиск», «Форум», «Новости», «Вопросы и ответы»; помимо этого, на главных страницах размещаются списки произведений с обложками (обложка имеет собственную ценность и семиотику), гиперссылками на новинки; имеется также раздел «Сейчас читают», отражающий динамику востребованности произведений и включающий

¹ MangaLIB. Русскоязычная онлайн-платформа и приложение для чтения азиатских комиксов. URL: <https://mangalib.me/> (дата обращения: 16.11.2025).

² AnimeLIB. Сайт платформы MangaLIB для просмотра аниме. URL: <https://v5.animelib.org/ru/?section=home-updates> (дата обращения: 17.11.2025).

три категории – новинки, произведения, набирающие популярность, и популярное. Это позволяет формировать рейтинг по итогам дня, недели или месяца и получать топ-3 популярных произведений в каждой из названных категорий, что влияет как на медиапотребление, так и на продвижение контента.

Цифровые технологии делают видимой и доступной текущую информацию о состоянии конкретного содержательного сегмента на ресурсе с точки зрения его востребованности, поскольку с главной страницы портала можно перейти к блоку последних обновлений глав, новостям, актуальным темам форума, отзывам, коллекциям (подборкам произведений по заданным самими пользователями параметрам). Каждая коллекция содержит информацию о количестве произведений и количестве просмотров); имеет опцию классификации произведений по категориям; кроме того, пользователи могут оценивать качество коллекции, оставлять комментарии, добавлять коллекцию в избранное, оставить негативный отзыв о ней; формируется также и топ активных пользователей недели (имеются в виду активные пользователи платформы) и новинок. Отмеченные возможности являются неотъемлемыми свойствами среды распространения контента, реализующими потенциал интерактивности и обеспечивающими такое качество медиасреды, как процессность.

Медиаметрические данные MangaLib репрезентативны и в плане анализа медиапотребления, что также включается в характеристику среды. Так, манхва (корейская разновидность манги) Solo Leveling («Поднятие уровня в одиночку»), опубликованная командой фанатского перевода, имеет оценку 9,51, за что проголосовало 194 тыс. человек. У 1,2 млн пользователей она находится в списках читаемых либо запланированных для чтения. Также популярная манхва Omniscient Reader («Всеведущий читатель») издательства Naver имеет оценку 9,79 по результатам голосования 73,6 тыс. человек и находится в списках у 727,7 тыс. человек¹.

Особенностью текущего положения дел является активное размещение на платформе лицензионных произведений, из-за чего часть контента становится недоступной для бесплатного чтения; при этом появилась функция платного раннего доступа к новым главам произведений и введена возможность оформления премиум-подписки, которая позволяет читать произведения с отключенной рекламой, дает возможность более детальной персонализации профиля и позволяет использовать стикеры при комментировании. Данная тенденция обусловлена таким общим свойством цифровой медиасреды, как возможность монетизации, с одной стороны, а с другой – развитием этики цифровых медиа, предполагающей соблюдение авторских прав.

Это затронуло и медиаэкономический статус платформы. Так, в 2025 году совладелец сервиса самиздата «Литнет» приобрел 30 % доли в ООО «Мангалиб» (юридическом центре сервиса Mangalib) и сообщил, что ключевой задачей считает превращение портала в устойчивый бизнес и ведет переговоры о покупке прав на контент с крупными российскими и зарубежными издательствами, включая холдинг «Эксмо-АСТ» и компании из Китая, Кореи и Японии². Отмеченные показатели, а также интерес других компаний свидетельствуют о сформированности среды, отражающей популярность манги и других восточноазиатских комиксов в стилистике аниме как предмета медиапотребления и обеспечивающей стабильный и востребованный функционал.

Помимо Mangalib, подобный контент, в том числе русскоязычный, публикуют также сервисы «Литрес», «Яндекс Книги», «Строки» и др. Имеется и ряд сервисов, которые публикуют неофициальный, любительский перевод по типу Mangalib.

¹ MangaLIB. Русскоязычная онлайн-платформа и приложение для чтения азиатских комиксов. Официальный сайт. URL: <https://mangalib.me/> (дата обращения: 17.11.2025).

² Петрова Е. 2025. «Совладелец «Литнета» приобрел 30% портала Mangalib и стал его гендиректором». Реальное время, 12 июня 2025. URL: <https://realnoevremya.ru/news/338218-sovladelec-litneta-priobrel-30-portala-mangalib> (дата обращения: 14.11.2025).

4. Сообщества и стикеры в социальной сети «ВКонтакте»

Социальные сети как основная среда современной массовой коммуникации включаются в распространение контента и коммуникацию по исследуемой тематике. В настоящее время многие сообщества, посвященные аниме и манге, локализуются во «ВКонтакте», самой популярной отечественной социальной сети. В этой зоне Рунета также наблюдается взаимопроникновение сообществ из других сегментов – например, имеющая свое сообщество во «ВКонтакте» платформа MangaLib. При этом основную аудиторию группы составляют пользователи самого сервиса, а количество подписчиков сообщества насчитывает 612,3 тыс. В сообществе публикуются как новости платформы, так и информация о выходящих переводах, различные развлекательные посты, предлагаемые аудиторией, а также мемы, основанные на аниме-контенте и использующие в качестве визуально-смыслового каркаса образы и идеи из конкретных произведений. Особенностью этой универсальной площадки является размещение контента не только в специализированных сообществах, но и на иных ресурсах сети, в частности в пабликах, агрегирующих мемы, как, например, паблик «8 из 10-ти», в котором представлены не только мемы на основе фраз из аниме, но и изображения, выполненные в аниме-стилистике.

Во «ВКонтакте» в соответствии с его структурой существует большое количество сообществ, которые администрируются командами переводчиков, публикующих информацию о переводах манги (манхв, маньхуа). Так, например, в сообществе «Монархия Рефлай|Перевод манхвы» (256,2 тыс. подписчиков) размещаются анонсы произведений, планируемых к переводу, график выхода глав, сами главы из произведений и иная актуальная для пользователей информация¹.

Имманентно присущая социальной сети как среде коммуникации возможность монетизации ресурсов проявляется, в частности, в функционировании магазина стикеров, где пользователи за определенную плату (в отдельных случаях – за выполнение челленджей, различных заданий, то есть за активность) могут приобрести стикерпаки с персонажами разных медиапродуктов и сами стикеры в наборах. При этом значительная часть наборов стикеров, предлагаемых «ВКонтакте», использует символические образы из манги (манхв, маньхуа). Часто встречаются наборы, полностью выполненные в стилистике аниме: так, в разделе «Популярные» в магазине стикеров более 160 наборов выполнены в стилистике азиатских комиксов (например, стикерпаки «Сиерин», «Чич», «Юоко», «Янь», «Лесная парочка», «Момо», «Ко», «Рейра», «Лорд Эллиот», «Блинец», «Ра», «Утошка», «Рейко», «Астерия», «Кумико», «Янь» и др.).

Подкасты и каналы их распространения

Значимым сегментом среды репрезентации рассматриваемого контента являются подкасты (цифровой аудиоконтент, размещаемый на разнообразных онлайн-платформах), внимание которых к субкультуре аниме и манги подтверждает её востребованность. В ряду таких продуктов рассмотрим подкаст «Бака! Подкаст об аниме» (яп. 馬鹿, ばか, バカ; *baka* – яп. «дурак», часто употребляемое в аниме и манге и, соответственно, популярное у фанатов аниме), который размещен на платформе «Я.Музыка» (на данный момент состоялось 107 выпусков). Количество слушателей превышает 18,8 тыс.²

Контент, представляемый ведущими, содержит обзоры вышедших аниме, а также специальные эпизоды, в которых приглашенные гости обсуждают новые аниме, и рубрику «Врата аниме», вводящую в терминологию (понятийную сферу) японской анимации и в практику погружения в аниме-культуру.

Помимо непосредственно подкастов, авторы выходят в другой сегмент медиа – ведут канал в мессенджере Telegram (количество слушателей – более 6,1 тыс.), размещая

¹ Монархия Рефлай/Перевод манхвы. 2017–2026. ВКонтакте. URL: <https://vk.com/reflymonarchy> (дата обращения: 25.11.2025).

² Бака! Подкаст об аниме. Яндекс.Музыка. URL: https://music.yandex.ru/album/16989745?ysclid=mmehborfy16884_73704 (дата обращения: 02.12.2025)

информацию, не вошедшую в подкасты, а также анонсы, опросы аудитории и посты, посвященные специфике аниме-культуры, в частности использованию манипулятивных тактик в структуре и семиотике аниме – таких, например, как определенная цветовая гамма (в аниме и манга активно используется символика цвета), обеспечивающая нужный эмоциональный отклик аудитории ¹.

Размещаемые на разных площадках, подкасты как формат привлекают естественностью и индивидуальным характером речевого поведения, эмоциональностью, субъективной оценочностью, что проявляется и в публикациях на канале (см., например, «Социофобушки» ², «Выбираем романтику сезона» ³).

Заключение

Представленный анализ основных сегментов Рунета как среды репрезентации субкультуры аниме и манги позволил выявить ее основные функционально-содержательные особенности, создающие коммуникативно-информационные и познавательные возможности для аудитории.

Установлено, что среда репрезентации субкультуры аниме и манги в отечественном сегменте Интернета как объект изучения структурируется в соответствии с задачами и техническими возможностями платформ размещения контента. Эту среду в целом можно рассматривать как своеобразную мегаструктуру, включающую комплекс ресурсов с разными технологиями репрезентации контента и разными коммуникативными стратегиями: онлайн-кинотеатры, относительно автономные специализированные информационные площадки, социальные сети, каналы, являющиеся элементами крупных экосистем, а также присутствующие в российской медиасреде видеохостинги и мессенджеры. Специализированные ресурсы могут иметь внутреннюю иерархическую структуру, складывающуюся из соподчиненных элементов, ориентированных на частные коммуникативные запросы аудитории. Помимо этого, «мегаструктурность» проявляется в межплатформенных связях относительно автономных структурных единиц, что отражается в параллельной представленности одного ресурса как минимум на двух площадках (онлайн-кинотеатр – видеохостинг; информационные площадки – социальные сети; подкастинг на «Я.Музыке» – мессенджер Telegram). Очевидно, что теоретически единая цифровая природа этих ресурсов может обеспечить их взаимопроникновение любой степени глубины и объема, но это взаимопроникновение также может и ограничиваться внешними или внутренними факторами.

Принципиально значимым свойством является порождаемая цифровой природой всех элементов этой среды возможность взаимодействия (интерактивность) пользователей, что подтверждает процессный характер цифровой медиасреды, обеспечивающей реализацию познавательных и рекреационных интенций пользователей и создающей новые возможности для них (познания иных культурных традиций, удовлетворения эмоционально-психологических потребностей, опыт перевода, рецензирования, комментирования и т. д.).

Форматно-жанровые особенности репрезентации контента становятся характеристиками самой среды: они ею определяются и в совокупности её же и определяют. Цифровая природа этой среды позволяет также осуществлять медиаметрику, создающую, в свою очередь, возможности для анализа медиапотребления (как в коммерческом, так и в социально-культурном аспектах), коррекции контента, коммуникативных и маркетинговых стратегий. Присущая цифровой медиасреде способность к монетизации рассматривается

¹ Бака! Подкаст об аниме. Telegram. URL: <https://t.me/podcastbaka/984> (дата обращения: 02.12.2025)

² Социофобушки. 2023. Бака! Подкаст об аниме. Telegram, 18 января 2023 г. URL: <https://t.me/podcastbaka/956> (дата обращения: 02.12.2025).

³ Выбираем романтику сезона. 2023. Бака! Подкаст об аниме. Telegram, 1 февраля 2023 г. URL: <https://t.me/podcastbaka/994> (дата обращения: 02.12.2025).

как амбивалентное свойство, служащее как ее развитию и совершенствованию, так и решению маркетинговых задач аниме- и манга-индустрии, но одновременно создающее риск снижения доступности ресурсов для различных категорий пользователей.

Список литературы

- Адильбаева М. 2025. Мир девичьих грёз: интервью с редактором издательства «Сёгакукан» Ямати Ясуко. Пер. с японского М. Адильбаевой. В кн.: Мир комиксов. Связь комикса с кинематографом, лингвистикой и сатирой. Вып. 9. Сборник по материалам выступлений IX Международной конференции «Мир комиксов» (Москва, 29–30 марта 2024 г.). Под ред. Ю.А. Магера. Москва; Екатеринбург, Фабрика комиксов, Кабинетный ученый: 345–364.
- Афанасов Н.Б. 2020. Японская популярная культура и диджимодернизм. *Омский научный вестник. Серия: Общество. История. Современность*. 5(4): 48–56. DOI: [10.25206/2542-0488-2020-5-4-48-56](https://doi.org/10.25206/2542-0488-2020-5-4-48-56)
- Вартанова Е.Л. 2015. «Человек медийный» как результат социального развития? *Меди@льманах*, 5(70): 8–19.
- Вартанова Е.Л. 2023. Термин «медиапрезентация»: к актуализации теоретического фундамента. *МедиаАльманах*, 5(118): 8–13. DOI: [10.30547/mediaalmanah.5.2023.813](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2023.813)
- Возчиков В.А. 2007. Философия образования и медиакультура информационного общества. Автореф. ... докт. филос. наук. Санкт-Петербург, 39 с.
- Донцов А.И., Асланов И.А. 2022. Термин «репрезентация» в дискурсе медиаисследователей: попытка концептуализации термина. *Медиаскоп*, 2. DOI: [10.30547/mediascope.2.2022.1](https://doi.org/10.30547/mediascope.2.2022.1)
- Дорошина Е.Б. 2022. Аниме-индустрия как контекст исследований медиаконтента. В кн.: Traditional and modern culture: history, actual situation, prospects. Materials of the XII international scientific conference (Prague, September 20–21, 2022). Prague, Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»: 36–37.
- Кириллова Н.Б. 2005. Медиасреда российской модернизации. Москва, Академический Проект, 400 с.
- Макеенко М.И., Вырковский А.В. 2021. Онлайн-производители развлекательного контента как участники социально-политических процессов. *МедиаАльманах*, 6: 24–31. DOI: [10.30547/mediaalmanah.6.2021.2431](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2021.2431)
- Манга в Японии и России. 2018. Вып. 2. Под ред. Ю.А. Магера. Екатеринбург, Фабрика комиксов; Москва, Фабрика комиксов, 440 с.
- Олешкевич К.И., Шубина Г.Р. 2021. Феномен аниме и манга в современной массовой культуре. *Молодой ученый*. 18–4(360): 284–286. URL: <https://moluch.ru/archive/360/80423> (дата обращения: 10.12.2025)
- Проханов Д.М. 2013. Медиакоммуникационные особенности японских комиксов манга. Автореф. ... канд. филол. наук. Москва, 19 с.
- Ритвельд Э., Киверстейн Ю. 2024. Богатый ландшафт аффордансов. *Социология власти*, 36(2): 170–206. DOI: [10.22394/2074-0492-2024-2-170-206](https://doi.org/10.22394/2074-0492-2024-2-170-206)
- Стебихова Ю.Е. 2025. Семиотический потенциал комикса (манга, манхва и маньхуа). В кн.: Мир комиксов. Связь комикса с кинематографом, лингвистикой и сатирой. Вып. 9. Сборник по материалам выступлений IX Международной конференции «Мир комиксов» (Москва, 29–30 марта 2024 г.). Под ред. Ю.А. Магера. Москва; Екатеринбург, Фабрика комиксов, Кабинетный ученый: 275–285.
- Тарасюк Ю.Б. 2025. Проблема определения термина «сёдзё» в ранних отечественных веб-источниках по аниме и манге. В кн.: Мир комиксов. Связь комикса с кинематографом, лингвистикой и сатирой. Вып. 9. Сборник по материалам выступлений IX Международной конференции «Мир комиксов» (Москва, 29–30 марта 2024 г.). Под ред. Ю.А. Магера. Москва; Екатеринбург, Фабрика комиксов, Кабинетный ученый: 286–309.
- Тестов Д.Ф. 2025. Представление среды: некоторые аспекты проблемы. *Философский журнал*, 18(3): 111–127. DOI: [10.21146/2072-0726-2025-18-3-111-127](https://doi.org/10.21146/2072-0726-2025-18-3-111-127)
- Тестов Д.Ф., Володина А.В. 2021. К теории среды: постоптимальность и прагматика проектирования аффордансов. *Полилог*, 5(3). DOI: [10.18254/S258770110017301-3](https://doi.org/10.18254/S258770110017301-3)
- Хоровский С.Д. 2024. Использование нарративной структуры кисётэнкэцу в манга-сериале. В кн.: Мир комиксов. Женские комиксы, маньхуа, нарратив. Вып. 8. Сборник по материалам выступлений VIII Международной конференции «Мир комиксов» (Москва, 3–4 марта 2023 г.). Под ред. Ю.А. Магера. Москва; Екатеринбург, Фабрика комиксов, Кабинетный ученый: 326–334.



- Чельшева И.В. 2016. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек. Москва, Информация для всех, 178 с.
- Юшин Н.И. 2025. Семиотика манги в контексте визуальной культуры. *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 4(126): 99–107. DOI: [10.24412/1997-0803-2025-4126-99-107](https://doi.org/10.24412/1997-0803-2025-4126-99-107)
- Understanding Korean Webtoon Culture: Transmedia Storytelling, Digital Platforms, and Genres (review). 2023. *Seoul Journal of Korean Studies*. 36(2): 686–689. DOI: [10.1353/seo.2023.a916940](https://doi.org/10.1353/seo.2023.a916940)

References

- Adil'baeva M. 2025. Mir devich'ikh gryoz: interv'y u s redaktorom izdatel'stva "Syogakukan" Yamati Yasuko [The world of girlish dreams: an interview with the editor of the publishing house "Shogakukan" Yamati Yasuko]. Transl. from Japanese M. Adil'baeva. In: *The World of Comics. Connection of comics with cinema, linguistics, and satire*. Vol. 9. Collection of materials from presentations at 9th Russian Comics Conference «The World of Comics» (Moscow, March 29–30, 2024). Ed. Yu. Magera. Moscow; Ekaterinburg, Publ. Fabrika komiksov, Kabinetnyj uchenyj: 345–364.
- Afanasov N.B. 2020. Japanese Popular Culture and Digimodernism. *Omsk Scientific Bulletin. Series: Society. History. Modernity*, 5(4): 48–56 (in Russia). DOI: [10.25206/2542-0488-2020-5-4-48-56](https://doi.org/10.25206/2542-0488-2020-5-4-48-56)
- Vartanova E.L. 2015. «Chelovek medijnyj» kak rezul'tat social'nogo razvitiya ["Media Man" as a Result of Social Development]? *Medi@l'manakh*, 5(70): 8–19.
- Vartanova E.L. 2023. Termin «mediarepresentaciya»: k aktualizacii teoreticheskogo fundamenta [The term "media representation": towards updating the theoretical foundation]. *MediAAI'manakh*, 5(118): 8–13. DOI: [10.30547/mediaalmanah.5.2023.813](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2023.813)
- Vozchikov V.A. 2007. Filosofiya obrazovaniya i mediakul'tura informacionnogo obshchestva [Philosophy of Education and Media Culture of the Information Society]. Abstract ... *Doct. Philos. Sciences*. St. Petersburg, 39 p.
- Dontsov A., Aslanov I. 2022. Term 'representation' in the discourse of media researchers: attempt of conceptualization of the term. *Mediascope*, 2 (in Russia). DOI: [10.30547/mediascope.2.2022.1](https://doi.org/10.30547/mediascope.2.2022.1)
- Doroshina E.B. 2022. Anime-industriya kak kontekst issledovanij mediakontenta [The anime industry as a context for media content research]. In: *Traditional and modern culture: history, actual situation, prospects*. Proceedings of the XII international scientific conference (Prague, September 20–21, 2022). Prague, Publ. Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»: 36–37.
- Kirillova N.B. 2005. Mediasreda rossijskoj modernizacii [Media environment of Russian modernization]. Moscow, Publ. Akademicheskij Proekt, 400 p.
- Makeenko M.I., Vyrkovskij A.V. 2021. Onlajn-proizvoditeli razvlekatel'nogo kontenta kak uchastniki social'no-politicheskikh processov [Online producers of entertainment content as participants in socio-political processes]. *MediAAI'manakh*, 6: 24–31. DOI: [10.30547/mediaalmanah.6.2021.2431](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.6.2021.2431)
- Manga in Japan and Russia. 2018. Vol. 2. Ed. Yu.A. Magera. Ekaterinburg, Publ. Fabrika komiksov; Moscow, Publ. Fabrika komiksov, 440 p. (in Russia)
- Oleshkevich K.I., Shubina G.R. The phenomenon of anime and manga in modern popular culture. *Young Scientist*, 18–4(360): 284–286 (in Russia). URL: <https://moluch.ru/archive/360/80423> (accessed: December 10, 2025)
- Prohanov D.M. 2013. Mediakommunikacionnye osobennosti yaponskikh komiksov manga [Media communication features of Japanese manga comics]. Abstract. ... *Cand. Philol. Sciences*. Moscow, 19 p.
- Rietveld E., Kiverstein J. 2024. A Rich Landscape of Affordances. *Sociology of Power*, 36(2): 170–206 (in Russia). DOI: [10.22394/2074-0492-2024-2-170-206](https://doi.org/10.22394/2074-0492-2024-2-170-206)
- Stebikhova Yu.E. 2025. Semioticheskij potencial komiksa (manga, manhva i man'khua) [Semiotic potential of comics (manga, manhwa and manhua)]. In: *The World of Comics. Connection of comics with cinema, linguistics, and satire*. Vol. 9. Collection of materials from presentations at 9th Russian Comics Conference «The World of Comics» (Moscow, March 29–30, 2024). Ed. Yu. Magera. Moscow; Ekaterinburg, Publ. Fabrika komiksov, Kabinetnyj uchenyj: 275–285.
- Tarasyuk Yu.B. 2025. Problema opredeleniya termina «syodzYO» v rannikh otechestvennykh veb-istochnikakh po anime i mange [The problem of defining the term “shoujo” in early domestic web sources on anime and manga]. In: *The World of Comics. Connection of comics with cinema,*

- linguistics, and satire. Vol. 9. Collection of materials from presentations at 9th Russian Comics Conference «The World of Comics» (Moscow, March 29–30, 2024). Ed. Yu. Magera. Moscow; Ekaterinburg, Publ. Fabrika komiksov, Kabinetnyj uchenyj: 286–309.
- Testov D.F. 2025. The representation of the environment: some aspects of the problem. *Philosophy Journal*, 18(3): 111–127 (in Russian). DOI: [10.21146/2072-0726-2025-18-3-111-127](https://doi.org/10.21146/2072-0726-2025-18-3-111-127)
- Testov D., Volodina A. 2021. Toward Environment Theory: Post-Optimality and the Pragmatics of Affordance Design. *Polylogos*, 5(3) (in Russian). DOI: [10.18254/S258770110017301-3](https://doi.org/10.18254/S258770110017301-3)
- Horovskij S.D. 2024. Ispol'zovanie narrativnoj struktury kisyotehnkehcu v manga-seriale [The use of kishōtenketsu narrative structure in a manga series]. In: *The World of Comics. Female Comics, Manhwa, Narrative*. Vol. 8. Collection of materials from presentations at 8th Russian Comics Conference «The World of Comics» (Moscow, March 3–4, 2023). Ed. Yu.A. Magera. Moscow; Ekaterinburg, Publ. Fabrika komiksov, Kabinetnyj uchenyj: 326–334.
- Chelysheva I.V. 2016. Sociokul'turnoe pole media: real'nost', kommunikaciya, chelovek [Sociocultural field of media: reality, communication, man]. Moscow, Publ. Informaciya dlya vsekh, 178 p.
- Iushin N.I. 2025. Semiotics of Manga in the Context of Visual Culture. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*, 4(126): 99–107 (in Russian). DOI: [10.24412/1997-0803-2025-4126-99-107](https://doi.org/10.24412/1997-0803-2025-4126-99-107)
- Understanding Korean Webtoon Culture: Transmedia Storytelling, Digital Platforms, and Genres (review). 2023. *Seoul Journal of Korean Studies*. 36(2): 686–689. DOI: [10.1353/seo.2023.a916940](https://doi.org/10.1353/seo.2023.a916940)

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 26.12.2025

Поступила после рецензирования 05.03.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received December 26, 2025

Revised March 5, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Стебихова Юлия Евгеньевна, ассистент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Ушакова Светлана Викторовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Yulia E. Stebikhova, Assistant of the Department of Communications, Advertising and Public Relations, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Svetlana V. Ushakova, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Journalism, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.



УДК 32.019.5
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-117-126
EDN OJMFL

Этическая ответственность государственных средств массовой информации в освещении кризисных ситуаций

Чжоу Ш.

Санкт-Петербургский государственный университет
Россия, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9,
st097863@student.spbu.ru

Аннотация. В условиях общества риска возрастает роль СМИ в формировании общественного восприятия кризисов. Особое значение имеет деятельность государственной прессы как института, находящегося в зоне пересечения публичной коммуникации и государственных интересов. Целью работы является выявление проблемных аспектов этической ответственности государственных СМИ на примере освещения аварии в Керченском проливе в 2024 году. Анализ проведен на основе публикаций интернет-портала «Российская газета». Теоретической основой исследования стали концепции У. Бека, Э. Хермана и Н. Хомски, а также теория социальной ответственности прессы. В качестве методов использованы дискурсивный и контент-анализ, сравнительно-правовой подход. Установлено, что в освещении инцидента проявилась тенденция к стабилизации общественного мнения за счет полноты и объективности информации, смещения акцентов и минимизации критического подхода. Результаты позволяют уточнить особенности медийного поведения в кризисных ситуациях и свидетельствуют о необходимости усиления профессионально-этической ответственности СМИ.

Ключевые слова: кризисная журналистика, общество риска, этика СМИ, социальная ответственность, государственные СМИ, управление кризисом

Для цитирования: Чжоу Ш. 2026. Этическая ответственность государственных средств массовой информации в освещении кризисных ситуаций. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 117–126. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-117-126 EDN OJMFL

Ethical Responsibility of the State Media in Covering Crisis Situations

Zhou Shengnan

Saint Petersburg State University,
7–9 Universitetskaya Emb., Saint Petersburg 199034, Russian Federation
st097863@student.spbu.ru

Abstract. In the context of a growing number of crises in the risk society, the role of mass media in shaping public perception and contributing to social resilience becomes increasingly significant. Special attention is paid to the specifics of the state press as an institution located in the area of intersection of public communication and state interests. This study aims to investigate issues of journalistic responsibility of state media through a case study of media coverage of the oil spill in the Kerch Strait. The analysis is based on publications on the Internet portal of Rossiyskaya Gazeta. The analysis is grounded in the theoretical contributions of U. Beck, E. Herman, N. Chomsky, and the theory of social responsibility of the press. A combination of discourse analysis, content analysis, and a comparative legal approach was applied to

articles published in Rossiyskaya Gazeta. The research identified three key ethical violations: ideologization, absence of critical framing, and manipulation of focus. The results enhance our understanding of media behavior during crises and highlight the importance of reinforcing ethical standards to ensure public trust and informed civic engagement.

Keywords: crisis journalism, risk society, media ethics, social responsibility, state media, crisis management

For citation: Zhou Sh. 2026. Ethical Responsibility of the State Media in Covering Crisis Situations. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 117–126 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-117-126 EDN OJMFL

Введение

В условиях глобальных трансформаций, вызванных последствиями третьей и текущими результатами четвертой промышленных революций, современное общество сталкивается с увеличивающимся числом кризисных ситуаций. Эти вызовы обозначаются как проявления «общества риска», где кризисность становится нормой [Бек, 2000]. В таких условиях роль СМИ расширяется: они не только информируют, но и становятся медиаторами между государством и обществом. Однако цифровизация медиаиндустрии и экономическое давление обостряют дилемму между правом на свободу слова и необходимостью соблюдать нормы профессиональной этики.

Кризисные ситуации – это общественные события, которые происходят внезапно, крайне необычны и вызывают серьезную озабоченность [Басова, 2022]. При этом экстренная информация всегда имеет особый характер: негативные события кажутся людям более очевидными и убедительными, чем позитивные [Мельник, Михайлов, 2013]. Во время чрезвычайных ситуаций люди склонны воспринимать информацию о катастрофе как непосредственную угрозу. Этическое измерение журналистики в условиях кризисов представляет собой ключевой аспект анализа взаимодействия СМИ и общества. Этика медиа, в частности в чрезвычайных ситуациях, опирается на несколько фундаментальных теоретических подходов. Одним из них является теория социальной ответственности прессы Р. Хатчинса, согласно которой журналистика должна служить общественным интересам, способствуя формированию осознанной, информированной и морально устойчивой аудитории¹. В современных условиях это требует от СМИ соблюдения баланса между правом общества на информацию и необходимостью минимизировать вред от публикации в критически значимые моменты.

Дополнительные векторы этического анализа предоставляет концепция «этики ответственности», восходящая к трудам М. Вебера [1990] и развиваемая в современных теориях, в частности Г. Йонасом [2004]. Она подчеркивает необходимость предварительного морального суждения о последствиях журналистской деятельности. Однако современные медиа, действующие в условиях коммерциализации и ускоренного новостного цикла, нередко игнорируют такую рефлексивную оценку, что повышает риски моральной неопределенности и подрыва доверия аудитории.

Причины этических сбоев в освещении кризисов имеют комплексный характер. Во-первых, они обусловлены несовершенством нормативно-правового регулирования и проблемами институциональной подотчетности в медиаиндустрии. Недостаточная сила этических кодексов, слабая правовая база для социальных сетей и отсутствие санкций за нарушения способствуют асимметрии между действиями и их последствиями. Журналисты, действуя в таких условиях, нередко оказываются вне поля действенной ответственности.

¹ Свободная и ответственная пресса: общий доклад о средствах массовой коммуникации. 2005. Пер. Н. Е. Евдокимовой. Москва, ВК, 129 с.

Во-вторых, этические проблемы усугубляются конфликтом между понятием интереса и моральной ответственностью. Стремление к экономической выгоде, участие в коммерческих активностях или создание провокационного контента ради привлечения аудитории ведут к подмене социальной функции журналистики рыночными приоритетами. Подобное искажение приводит к распространению фейковой информации, сенсационализму и вульгаризации публичного дискурса, подрывая не только профессиональные стандарты, но и общественное благо.

Наконец, важнейшим фактором остаётся дефицит внутренней этической культуры у отдельных представителей журналистского сообщества. Этическое поведение невозможно навязать исключительно извне – оно должно быть интернализировано как часть профессиональной идентичности. В условиях жесткой конкуренции на медиарынке журналисты сталкиваются с давлением, которое ведет к компромиссным решениям. Таким образом, развитая этика ответственности возможна только при одновременном формировании устойчивой профессиональной культуры, правовой среды и сознательной внутренней дисциплины работников СМИ.

В условиях глобализации и стремительного развития информационных технологий существенно расширяется взаимодействие между обществом, организациями и государствами. Современные кризисные события, даже локального масштаба, способны оказывать трансграничное влияние, что в научной литературе обозначается как «эффект бабочки». В дополнение к нему исследователи предлагают концепты «эффекта пульсации», «эффекта перелива» и «эскалации кризисов», подчеркивая системную взаимосвязанность рисков в глобальном обществе [Агаян и др., 2016]. Эти феномены свидетельствуют о том, что в контексте общества риска распределение уязвимостей носит всеобщий и, в определённой степени, равномерный характер: любой субъект – индивидуальный, институциональный или государственный – может стать как жертвой, так и источником последующего кризиса.

С ростом количества кризисов возрастает и степень обуславливающих их причинно-следственных связей. Кризисные явления все чаще приобретают многослойный характер, когда за отдельными событиями проявляются системные проблемы институционального и управленческого характера. В связи с этим укрепление механизмов государственного управления и координации становится как задачей обеспечения общественного блага, так и условием поддержания легитимности и авторитета власти [Chun et al., 2020].

Вместе с тем ограниченность человеческих возможностей не позволяет с уверенностью определить ни вероятность, ни форму будущего кризиса. Стремление минимизировать потери побуждает общество и государство к выработке инструментов мониторинга, реагирования и регулирования. В условиях современного общества, где пересекаются интересы различных акторов – от частных лиц до транснациональных структур – задача совместного управления кризисами приобретает особую значимость, а поиск механизмов координации, основанных на открытости, ответственности и системности, становится ключевым условием устойчивого функционирования современных сообществ в условиях нарастающей турбулентности.

В этих условиях средства массовой информации начинают играть особую роль: они становятся не только каналом передачи информации, но и важнейшим элементом инфраструктуры антикризисного управления. СМИ выполняют функции раннего оповещения, интерпретации происходящего, мобилизации общественного ресурса и формирования коллективной реакции. Однако их воздействие не является нейтральным: способы освещения кризиса, выбор источников, нарративы и интонация прямо влияют на восприятие возникающих угроз, доверие к государственным институтам и готовность общества к солидарным действиям. В ситуации конкуренции за интерпретацию кризисной реальности журналистика может либо способствовать конструктивному диалогу и преодолению последствий, либо усугублять напряженность, легитимизируя и воспроизводя структурные дисбалансы [Park, 2022; Nguyen, Phung, 2023]. Таким образом, СМИ

становятся не только инструментом коммуникации, но и субъектом, влияющим на формирование кризисной повестки и стратегии её разрешения.

Государственные интересы в кризисной ситуации, как правило, ориентированы на обеспечение стабильности, предотвращение панических настроений и сохранение легитимности власти. Это обуславливает тенденцию к контролю над информационными потоками и ограничению свободы прессы. В условиях кризиса государство активно использует СМИ как инструмент мобилизации, пропаганды и легитимации собственных действий. В результате возникают два основных типа давления: прямое – через цензуру, законы и нормативные акты – и косвенное – через экономическое влияние (господдержка медиахолдингов, реклама, распределение ресурсов).

Как показали исследования Э. Хермана и Н. Хомского [Herman, Chomsky, 1988], СМИ могут становиться механизмом «производства согласия», когда редакционная политика адаптируется под интересы политических и экономических элит. Эта модель особенно ярко проявляется в периоды кризисов, когда потребность в консолидации общественного мнения становится приоритетной задачей государства.

Ситуация усугубляется в странах, где внедряется концепт информационного суверенитета: государство рассматривает информационное пространство как сферу национальной безопасности, подлежащую строгому контролю. В таких случаях любые попытки независимого освещения могут трактоваться как угроза национальным интересам. Это может приводить к формированию закрытой медиасреды, в которой свобода слова подменяется лояльностью, а журналистика – идеологией.

Классическая теория социальной ответственности СМИ, закреплённая в докладе Р. Хатчинса¹ и в работах У. Шрамма и др. [Сиберт и др. 1998], подчёркивает важность сбалансированного подхода между свободой прессы и социальной ответственностью. Кризисные ситуации и их представленность в медиа характеризуются взаимозависимостью и комплексностью. Эти отношения охватывают не только технические и организационные аспекты, но и глубоко проникают в сферы морали, культуры, этики, а также их эмоционального и когнитивного восприятия общественностью: формируется особое пространство, где пересекаются ценности подлинности, социальной ответственности и свободы слова, влияя как на осмысление происходящего, так и на общественную стабильность [Reveilhas, Boomgaarden, 2025]. В контексте кризисных событий на СМИ возлагается особая ответственность – оперативно, объективно и всесторонне освещать происходящее, способствуя формированию рациональной общественной реакции. Однако в условиях информационной перегрузки, конкуренции за внимание аудитории и политико-экономического давления средства массовой информации нередко отступают от этических стандартов. Игнорирование моральной ответственности приводит к утрате доверия к СМИ, в том числе государственных, и искажению коллективного восприятия рисков, что в конечном итоге влияет на социальную устойчивость.

Для более глубокого понимания взаимообусловленности этих процессов целесообразно обратиться к конкретным примерам проявления этических и политических противоречий медийной деятельности, один из которых – освещение экологической катастрофы, связанной с разливом мазута в Керченском проливе в декабре 2024 г. В рамках настоящего исследования объектом анализа выступает именно государственная пресса как особый тип медиасубъекта, обладающий институциональной связью с органами власти и нормативной функцией легитимации официального дискурса. Таким образом, исследование ориентировано не на обобщённую оценку состояния современных медиа, а на анализ институционально обусловленных этических практик государственной прессы в конкретной кризисной ситуации. В связи с этим *целью исследования* является выявление проблемных аспектов этической ответственности в освещении кризисных ситуаций в государственной прессе на основе анализа материалов «Российской газеты».

¹ Свободная и ответственная пресса: общий доклад о средствах массовой коммуникации. 2005. Пер. Н.Е. Евдокимовой. Москва, ВК, 129 с.

Материалы и методы исследования

Объект исследования – медийная репрезентация ситуации, возникшей в результате разлива мазута после крушения танкеров в акватории Керченского пролива 15 декабря 2024 г., представляющая угрозу экологии Черного моря. В данной работе были проанализированы публикации на интернет-портале «Российской газеты», посвященные этой ситуации. Издание выпускается ежедневно и принадлежит правительству Российской Федерации, что позволяет выявить особенности взаимодействия медиа и государства в условиях чрезвычайной ситуации (ЧС). Временные рамки отбора публикаций – период с 15 декабря по 22 декабря 2024 г., то есть первая неделя после возникновения ЧС. Данный период был выбран для отслеживания реакции медиа в наиболее острую фазу ЧС. Всего было отобрано 37 публикаций, касающихся ситуации с разливом мазута в Керченском проливе¹.

В качестве концептуальной рамки исследования медийного освещения катастрофы были использованы модель «производства согласия» Э. Хермана и Н. Хомского [Herman, Chomsky, 1988], а также концепция «общества риска» У. Бека [Бек, 2000]. Выбор концепции У. Бека в качестве теоретической рамки обусловлен необходимостью осмыслить экологическую катастрофу как системный вызов современности, последствия которого трудно прогнозируемы и глобальны. Модель «производства согласия» Э. Хермана и Н. Хомского, в свою очередь, позволяет критически оценить роль государственного СМИ в формировании восприятия ЧС и их последствий. Для анализа публикаций применялся также контент-анализ.

Результаты исследования и их обсуждение

В ходе анализа указанного эмпирического материала были выявлены устойчивые паттерны информационного освещения. В 29 из 37 публикаций (78,4%) в качестве основных источников информации цитируются представители государственных структур, прежде всего МЧС (26 упоминаний, 70,3%) и Росморречфлота (5 упоминаний, 13,5%). Их заявления задают тон повествованию: *«Ситуация полностью контролируется профильными федеральными министерствами и службами»*² или *«Сейчас идет спасательная операция: к танкерам отправили два буксира и два вертолета»*³. При этом упоминания независимых экологов или научных экспертов зафиксированы в 3 материалах (8,1%), их оценки, как правило, сводятся к общим комментариям без детального анализа долгосрочных последствий катастрофы. Но и при их привлечении акцент смещается на исторический опыт ликвидации, а не на критический анализ: *«Поскольку сейчас в Керченском проливе схожие условия, то есть надежда, что и ситуация будет развиваться по тому же сценарию»*.⁴ Экологическая проблематика прямо или косвенно присутствует в 32 публикациях (86,5%), в большинстве случаев (21 публикация, 56,8%) она сопровождается формулами успокоительно-мобилизационного дискурса, такими как *«ситуация под контролем»* или *«оперативная реакция служб»*. Транслировавшиеся в этот период нарративы подчеркивают активность властей: *«На месте развернули оперативный штаб... Проводится операция по ликвидации последствий. Задействованы силы служб*

¹ Российская газета. 2024. URL: <https://rg.ru/search?text=%25D1%2580%25D0%25B0%25D0%25B7%25D0%25BB%25D0%25B8%25D0%25B2%2520%25D0%25BC%25D0%25B0%25D0%25B7%25D1%2583%25D1%2582%25D0%25B0&sort=date&datefrom=1734210000&dateto=1734814800> (дата обращения: 21.04.2025)

² Крымова Ю. 2024. Аксенов: На берегах Крыма выбросов мазута не обнаружено. Российская газета, 16 декабря 2024 г. URL: <https://rg.ru/2024/12/16/reg-ufo/aksenov-na-beregah-kryma-vybrossov-mazuta-ne-obnaruzheno.html> (дата обращения: 18.03.2025).

³ Селиванова А.Н. 2024. Росморречфлот рассказал о спасательной операции после крушения танкеров у Керчи. Российская газета, 15 декабря 2024 г. URL: <https://rg.ru/2024/12/15/dva-tankera-s-29-liudmi-razrushilis-u-kerchi-nefteprodukty-razlilis-v-more.html> (дата обращения: 18.03.2025).

⁴ Крымова Ю. 2024. Биолог Алемов: В Керченском проливе повторилась катастрофа 2007 года. Российская газета, 16 декабря 2024 г. URL: <https://rg.ru/2024/12/16/reg-ufo/uchenye-v-kerchenskom-prolive-povtorilas-katastrofa-2007-goda-s-takim-zhe-sudnom.html> (дата обращения: 18.03.2025).

спасения и МЧС»¹. Факты конкретного ущерба (объёма разлива, протяжённости загрязнения, гибели животных) фиксируются в 24 публикациях (64,9), что в целом противоречит идее информационной открытости: «Из двух танкеров... вылилось около 3 тысяч тонн мазута»² или «На Кубани обнаружили 11 дельфинов, погибших из-за разлива мазута»,³ однако обсуждение системных причин катастрофы (износ судов, регуляторные провалы, ответственность судовладельцев) представлено лишь в 4 публикациях (10,8%), содержащих критику: «Предварительно известно, что два однотипных судна были построены в 1969 и 1973 годах»⁴; «Где ответственность тех, кто разрешил эксплуатировать изношенные судна и санкционировал их выход в море в условиях сильнейшего шторма?»⁵.

На основе проведенного контент-анализа выделен ряд общих черт, присущих рассматриваемым публикациям (см. таблицу).

Анализ публикаций о разливе мазута в Керченском проливе
(на примере «Российской газеты»)
Analysis of Publications on the Oil Spill in the Kerch Strait (Based on Rossiyskaya Gazeta)

Критерий	Наблюдения по публикациям
Тональность	Все статьи выдержаны в официально-нейтральной тональности. Отсутствует критика в адрес властей или судоходных компаний. Акцент на спасательных операциях.
Фокус внимания	Чаще всего – действия спасателей, подробности от свидетелей происшествия, статистические данные и технические подробности.
Упоминание официальных лиц	Часто цитируются представители Росморречфлота, МЧС и ведомств. Комментарии экологов или пострадавших не представлены.
Экологическая повестка	Тема экологического ущерба не является основной: упоминания о разливе мазута встречаются, оценка масштаба экологического ущерба не выражена.
Ответственность / причины	Указания на ошибки капитанов или компании-собственника отсутствуют. Формулировки нейтральные: «волнение на море», «шторм», «непредвиденные обстоятельства».
Используемые фразы	«Ситуация под контролем», «героизм спасателей», «оперативная реакция служб».
Содержательно-смысловые лакуны	Упоминания об экономических последствиях, ущербе для рыболовства, о реакции международных организаций не представлены.
Подтекст	Публикации стремятся сместить акцент с излишне драматического восприятия ЧС, поддерживая образ государства как эффективного кризисного менеджера.

¹ Сухарев М. 2024. В Анапе ввели режим ЧС из-за выброшенного на пляжи мазута. Российская газета, 17 декабря 2024 г. URL: <https://rg.ru/2024/12/17/reg-ufo/v-anape-vveli-rezhim-chs-iz-za-vybroshennogo-na-plyazhi-mazuta.html?ysclid=mn0jch4d8n392780082> (дата обращения: 18.03.2025).

² Сухарев М. 2024. На Кубани из потерпевших крушение танкеров вылилось 3 тысячи тонн мазута. Российская газета, 16 декабря 2024 г. URL: <https://rg.ru/2024/12/16/reg-ufo/na-kubani-iz-poterpevshih-krushenie-tankerov-vylilos-3-tysiachi-tonn-mazuta.html> (дата обращения: 18.03.2025).

³ Ершов А. 2024. На Кубани обнаружили 11 дельфинов, погибших из-за разлива мазута. Российская газета, 22 декабря 2024 г. URL: <https://rg.ru/2024/12/22/reg-ufo/na-kubani-obnaruzhili-11-pogibshih-iz-za-razliva-mazuta-delfinov.html?ysclid=mn0jikod72450023101> (дата обращения: 18.03.2025).

⁴ Крымова Ю. 2024. Два танкера потерпели крушение в Керченском проливе во время шторма // Российская газета. 15 дек. URL: <https://rg.ru/2024/12/15/razlomilo-kak-spichku.html> (дата обращения: 18.03.2025).

⁵ Павловская Т., Юркова А. 2024. Как проходит ликвидация последствий разлива нефтепродуктов в Керченском проливе // Российская газета, 22 декабря 2024 г. URL: <https://rg.ru/2024/12/22/chernoe-more.html?ysclid=mn0jmvlig0886074451> (дата обращения: 18.03.2025).

В текстах «Российской газеты» прослеживается модель нарратива, в котором СМИ выступают как канал легитимации действий государства, а не как независимый наблюдатель. Так, медианарратив о крушении танкеров строится преимущественно вокруг оперативных действий государственных служб, минимизируя экспертную критику и фокусируясь прежде всего на ликвидации последствий; при этом анализ причин и вопросы распределения ответственности представлены эпизодически. Критический экологический дискурс, несмотря на очевидную значимость темы, практически не представлен, фокус смещается на технические подробности и спасательные операции. Таким образом, в условиях кризиса СМИ выполняют задачу стабилизации общественного мнения, жертвуя при этом полнотой и объективностью информации. Полученные результаты позволяют говорить о специфических особенностях реализации принципов журналистской этики в практике государственной прессы в условиях кризисной ситуации.

Согласно модели «производства согласия», оптика медиа, связанных с институтами власти, крупными корпорациями и т.п., влияет на степень объективности освещения событий посредством пяти фильтров: структуры собственности, экономического давления, зависимости от элитных источников, контроля альтернативных позиций и идеологической фильтрации.

Все пять фильтров проявляются в анализируемом кейсе.

Во-первых, сама структура собственности «Российской газеты» предполагает подотчетность редакционной политики государству, что исключает независимость и критическую дистанцию по отношению к действиям властей.

Во-вторых, зависимость издания от государственного финансирования замещает свойственный изданиям с другим учредителем коммерческий фильтр рекламы, обеспечивая устойчивую модель редакционной лояльности.

Третьим важным элементом выступает выбор источников информации: все публикации в анализируемый период опираются прежде всего на представителей Росморречфлота, МЧС и официальные пресс-релизы, в то время как голоса экологов, местных жителей или независимых экспертов представлены в незначительном объеме.

Четвертый фильтр – контроль над критикой – проявляется в избегании вопросов ответственности, обсуждения причин инцидента, а также возможного ущерба для природы и экономики региона. Преобладающие нарративы о героизме спасателей и быстрой реакции ведомств, ответственных за ситуацию, переключают внимание с критических аспектов ситуации, что позволяет смирить восприятие катастрофы как системной проблемы.

Пятый фильтр – идеологическая рамка – закрепляет картину кризиса как случая, подтверждающего эффективность государства. Публикации акцентируют внимание на устойчивости системы, дисциплине задействованных служб и их ответственности, снижая восприятие инцидента как экологической и социальной угрозы.

С точки зрения теории «общества риска» У. Бека, данная ситуация демонстрирует, как техногенные катастрофы становятся частью повседневной реальности, подчеркивая уязвимость современных социальных систем перед глобальными угрозами. Разлив нефтепродуктов в Керченском проливе – это не изолированное событие, а проявление структурного риска, заложенного в логике индустриального развития, транспортной глобализации и экологической нестабильности.

Между тем, основная особенность «общества риска» заключается не только в распространенности подобных катастроф, но и в том, как общество воспринимает и обрабатывает информацию о них. Согласно У. Беку, современное общество характеризуется рефлексивностью: риски не только возникают, но и становятся предметом публичного осмысления. В рассмотренном случае эта рефлексивность не проявляется вследствие того, что государственные СМИ не инициируют общественную дискуссию, не стимулируют обсуждение системных причин происшествия и не представляют мнения, альтернативные официальной линии.



Таким образом, СМИ не выполняют своей функции как института рефлексивной модернизации, о которой писал У. Бек. Напротив, они становятся частью механизма неполного информирования о рисках, замещая анализ эмоциональной мобилизацией. Это снижает возможности общества к адаптации и институциональному обучению, усиливая незащищенность и, возможно, усугубляя последствия будущих кризисов. Так, случай освещения разлива мазута в Керченском проливе иллюстрирует, как медиа, функционируя в условиях структурной зависимости от государства, формируют упрощенную и одностороннюю картину кризисного события, что, в свою очередь, не в полной мере способствует восприятию реальных масштабов происшествия общественностью и зрелому гражданскому обсуждению, замещая журналистское расследование риторикой управляемой стабильности.

Проведенный анализ освещения экологической катастрофы в Керченском проливе отражает проблемы, связанные с отступлениями от принципов этической ответственности в журналистике. Выявленные тенденции отражают неполную реализацию социальной ответственности в рамках институционального дискурса государственной прессы. В связи с этим представляется актуальной задача разработки конкретных стратегических направлений, способствующих укреплению этической подотчетности СМИ в кризисных ситуациях.

Стратегии повышения ответственности СМИ в кризисных ситуациях

Повышение уровня этической ответственности средств массовой информации в условиях кризисов предполагает комплексный подход, сочетающий институциональные, нормативные и культурные меры. Ниже представлены ключевые направления, основанные на теоретических источниках и результатах анализа.

1. Нормативное закрепление принципа перспективной ответственности. В соответствии с концепцией Г. Йонаса [Йонас, 2004], журналистская деятельность должна быть подчинена этике «предусмотрения последствий» и учитывать не только сиюминутный эффект, но и долгосрочные риски публикаций, что, в свою очередь, может привести к пересмотру профессиональных кодексов с включением категорий рефлексивной оценки и моральной дальновидности в кризисных ситуациях.

2. Развитие институтов общественного медиаконтроля. Поддержка независимых наблюдательных и аналитических платформ, экспертных советов и профессиональных ассоциаций способна усилить подотчетность СМИ обществу. Особенно важно участие гражданского общества в создании системы «этического аудита» медийных практик, включая мониторинг дезинформации и манипулятивных нарративов [Варганова, 2020].

3. Институционализация профессионального медиаобразования и этической подготовки журналистов. На всех этапах – от университетского образования до профессиональной самореализации – необходимо формирование у журналистов способности к этической рефлексии, пониманию дилемм, а также выработке внутренней профессиональной идентичности, ориентированной на общественное благо.

4. Создание правовых механизмов для оценки ущерба от дезинформации. Важно разрабатывать процедуры установления связи между медийным поведением и возможными последствиями в кризисные периоды. Это предполагает не только юридические санкции, но и инструменты компенсации общественного вреда – через опровержения, публичные обсуждения, восстановление доверия.

5. Продвижение культуры медиаэтики в цифровой среде. Современные вызовы требуют выработки стандартов цифровой журналистики, особенно в условиях платформенного распространения, в том числе разработку универсальных принципов верификации.

Заключение

Проведенное исследование продемонстрировало, что в условиях роста глобальных рисков и кризисных ситуаций средства массовой информации занимают центральное место в формировании общественного восприятия угроз и выработке коллективной реакции на

них. Однако анализ кейса освещения разлива мазута в Керченском проливе показал, что средства массовой информации, зависимые от учредителя, не в полной мере реализуют принципы объективности, социальной ответственности и этической рефлексии.

В этих условиях становится особенно важным формирование новой культуры ответственности СМИ, основанной на принципах предварительной моральной оценки, долгосрочного прогнозирования последствий публикаций и приоритета общественного интереса над краткосрочными выгодами. Реализация предложенных в статье стратегий – от развития механизмов общественного контроля до институционализации медиаэтики – должна способствовать не только укреплению доверия общества к СМИ, но и повышению их возможностей конструктивного участия в преодолении кризисов.

Таким образом, одним из ключевых условий повышения устойчивости современного общества к вызовам эпохи риска является формирование ответственной и этически зрелой медиасреды, которая обеспечивается системным решением проблем на основе принципов социальной ответственности, развития институтов общественного медиаконтроля, повышения ценности этико-правовой культуры в профессиональном медиасообществе и институтах.

Список литературы

- Агаян Г.М., Григорян А.А., Шикин Е.В. 2016. Кризисы: комплексный управленческий анализ. *Государственное управление. Электронный вестник*, 57: 69–114.
- Басова Ю.Ю. 2022. Гносеологическая характеристика понятия «чрезвычайная ситуация». *Ученые записки Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского. Юридические науки*, 8(74)(3): 7–16.
- Бек У. 2000. Общество риска: на пути к другому модерну. Пер. с нем. В. Седельника, Н. Фёдоровой. Москва, Прогресс-Традиция, 384 с.
- Вартанова Е.Л. 2020. Развивая понимание медиа: от технологий к социальному пространству. *Медиаальманах*, 5(100): 12–24. DOI: [10.30547/mediaalmanah.5.2020.1224](https://doi.org/10.30547/mediaalmanah.5.2020.1224)
- Вебер М. 1990. Политика как призвание и профессия. В кн.: Вебер М. Избранные произведения. Пер. с нем. под ред. Ю.Н. Давыдова. Москва, Прогресс: 644–706. (Weber M. 1980. *Politik als Beruf*. In: Weber M. *Gesammelte Politische Schriften*. Tübingen: 505–560.)
- Запевалина О.В. 2011. Формирование медиакультуры в информационном обществе. *Вестник Бурятского государственного университета*, 1: 45–50.
- Йонас Г. 2004. Принцип ответственности: Опыт этики для технологической цивилизации; Наука как персональный опыт. Пер. И.И. Маханькова. Москва, Айрис-пресс, 479 с.
- Ломако О.М. 2018. Мировое общество риска в политической философии Ульриха Бека: логика и ирония. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 18(3): 265–269. DOI: [10.18500/1819-7671-2018-18-3-265-269](https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-3-265-269)
- Мельник Г.С., Михайлов С.А. 2013. Соккрытие информации как отсутствие культуры безопасности. *Гуманитарный вектор. Серия: История, политология*, 3(35): 145–153.
- Сиберт Ф.С., Шрамм У., Питерсон Т. 1998. Четыре теории прессы: представления о том, какой должна быть пресса и чем ей следует заниматься в авторитарной и либертарианской теориях и в концепциях социальной ответственности и советского коммунизма. Пер. с англ. Под ред. Я.Н. Засурского. Москва, Национальный институт прессы, Вагриус, 223 с.
- Chun J., Oh J.-H., Kim C.-K. 2020. Oil Spill Response Policies to Bridge the Perception Gap between the Government and the Public: A Social Big Data Analysis. *Journal of Marine Science and Engineering*, 8(5): 335. DOI: [10.3390/jmse8050335](https://doi.org/10.3390/jmse8050335)
- Herman E., Chomsky N. 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books, New York, 407 p.
- Nguyen D.V.P., Phung T.-B. 2023. Media Credibility and Re-use Intention for Information Seeking in Crisis: A Case of Cross-Platform Media Complementary Effect in Covid-19 Pandemic in Vietnam. *SAGE Open*, 13(4). DOI: [10.1177/21582440231205169](https://doi.org/10.1177/21582440231205169)
- Park Y.-E. 2022. Developing a COVID-19 Crisis Management Strategy Using News Media and Social Media in Big Data Analytics. *Social Science Computer Review*, 40(6): 1358–1375.
- Reveilhac M., Boomgaarden H. 2025. News media and citizens' trust toward authorities in times of crisis. *The International Journal of Press/Politics*, 0(0). DOI: [10.1177/19401612251317266](https://doi.org/10.1177/19401612251317266)



References

- Agayan G.M., Grigoryan A.A., Shikin E.V. 2016. Crisis Management: A Complex Analysis. *Public Administration. E-journal (Russia)*, 57: 69–114.
- Basova J.J. 2022. Gnoseological characteristics the concept of «emergency». *Scientific notes of V.I. Vernadsky crimean federal university. Juridical science*, 8(74)(3): 7–16 (in Russia).
- Bek U. 2000. Obshchestvo riska: na puti k drugomu modern [Risk Society: Towards Another Modernity]. Translated from German by V. Sedelnik and N. Fedorova. Moscow, Publ. Progress-Traditsiya, 384 p.
- Vartanova E.L. 2020. A Development of Understanding Media: from Technologies to Social Space. *Medi@l'manakh*, 5(100): 12–24 (in Russia). DOI:[10.30547/medialmanah.5.2020.1224](https://doi.org/10.30547/medialmanah.5.2020.1224)
- Veber M. 1990. Politika kak prizvanie i professiya [Politics as a Vocation and Profession]. In: Veber M. Izbrannye proizvedeniya [Selected Works]. Translated from German. Ed. Yu.N. Davydov. Moscow, Publ. Progress: 644–706. (Weber M. 1980. Politik als Beruf. In: Weber M. Gesammelte Politische Schriften. Tübingen: 505–560.)
- Zapevalina O.V. 2011. Formation of Media Culture in Information-Oriented Society. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 1: 45–50.
- Jonas G. 2004. Printsip otvetstvennosti: Opyt ehiki dlya tekhnologicheskoi tsivilizatsii; Nauka kak personal'nyi opyt [The Principle of Responsibility: An Ethical Experience for a Technological Civilization; Science as Personal Experience]. Trans. I.I. Makhan'kov. Moscow, Publ. Airis-press, 479 p.
- Lomako O.M. 2018. World Risk Society in Ulrich Beck's Political Philosophy: Logic and Irony. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 18(3): 265–269 (in Russia). DOI: [10.18500/1819-7671-2018-18-3-265-269](https://doi.org/10.18500/1819-7671-2018-18-3-265-269)
- Mel'nik G.S., Mikhailov S.A. 2013. Concealment of information as a lack of safety culture. *Humanitarian Vector. Series: History, Political Sciences*, 3(35): 145–153 (in Russia).
- Sibert F.S., Shramm U., Piterson T. 1998. Four theories of the press. Translated from English. Ed. Ya.N. Zasursky. Moscow, Publ. Natsional'nyi institut pressy, Vagrius, 223 p.
- Chun J., Oh J.-H., Kim C.-K. 2020. Oil Spill Response Policies to Bridge the Perception Gap between the Government and the Public: A Social Big Data Analysis. *Journal of Marine Science and Engineering*, 8(5): 335. DOI: [10.3390/jmse8050335](https://doi.org/10.3390/jmse8050335)
- Herman E., Chomsky N. 1988. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books, New York, 407 p.
- Nguyen D.V.P., Phung T.-B. 2023. Media Credibility and Re-use Intention for Information Seeking in Crisis: A Case of Cross-Platform Media Complementary Effect in Covid-19 Pandemic in Vietnam. *SAGE Open*, 13(4). DOI: [10.1177/21582440231205169](https://doi.org/10.1177/21582440231205169)
- Park Y.-E. 2022. Developing a COVID-19 Crisis Management Strategy Using News Media and Social Media in Big Data Analytics. *Social Science Computer Review*, 40(6): 1358–1375.
- Reveilhac M., Boomgaarden H. 2025. News media and citizens' trust toward authorities in times of crisis. *The International Journal of Press/Politics*, 0(0). DOI: [10.1177/19401612251317266](https://doi.org/10.1177/19401612251317266)

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 07.05.2025

Поступила после рецензирования 23.02.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received May 7, 2025

Revised February 23, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Чжоу Шэннань, аспирант кафедры цифровых медиакоммуникаций института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Zhou Shengnan, Graduate Student at the Department of Digital Media Communications, Institute of "Higher School of Journalism and Mass Communications", Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

ПЕДАГОГИКА PEDAGOGICS

УДК 37.014.543:371.124:811.111
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-127-139
EDN QQMFDX

Модель адаптации индийского опыта подготовки учителей английского языка в российской системе образования

Беловецкая Л.Э.

Северодонецкий технологический институт (филиал) ЛГУ им. В. Даля
293401, Луганская Народная Республика, г. Северодонецк, пр-кт Советский, д. 59а
linabelovetskaia@yandex.ru

Аннотация. Современная модернизация педагогического образования в России актуализирует поиск эффективных моделей подготовки учителей, в том числе через анализ опыта стран БРИКС, успешно решающих задачи масштабирования образовательных инициатив в условиях значительного разнообразия. Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка рекомендаций по адаптации индийского опыта для модернизации российской системы подготовки учителей английского языка. В результате исследования выявлены конкурентные преимущества каждой системы: российская модель демонстрирует системность, фундаментальность и стабильность, а индийская – гибкость, вариативность, усиленный практический компонент, а также независимую аттестацию учителей (ТЕТ/СТЕТ) и многоуровневую систему карьерного роста (NPST). Научная новизна заключается в разработке концептуальной модели адаптации ключевых элементов индийской системы профессиональной подготовки учителей английского языка. Обоснованы системные риски прямого заимствования, связанные с различиями в парадигмах управления и культурно-историческом контексте. Результаты исследования могут быть использованы при проектировании программ модернизации педагогического образования.

Ключевые слова: подготовка учителей английского языка, сравнительная педагогика, Российская Федерация, Индия, ТЕТ, СТЕТ, NPST, БРИКС

Для цитирования: Беловецкая Л.Э. 2026. Модель адаптации индийского опыта подготовки учителей английского языка в российской системе образования. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 127–139. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-127-139 EDN QQMFDX

A Model for Adapting the Indian Experience of English Language Teacher Training in the Russian Educational System

Lina E. Belovetskaia

Severodonetsk Technological Institute (branch) of Vladimir Dahl Lugansk State University
59a Sovetsky Ave., Severodonetsk 293401, Lugansk People's Republic, Russian Federation
linabelovetskaia@yandex.ru

Abstract. The current modernization of teacher education in Russia highlights the need to find effective teacher training models, including through analyzing the experience of BRICS countries, which successfully scale educational initiatives amid significant diversity. The aim of the article is to provide a theoretical substantiation and develop recommendations for adapting the Indian experience to modernize



the Russian system of English language teacher training. The results of the study identify the competitive advantages of each system: the Russian model demonstrates systematicity, fundamental rigor, and stability, while the Indian one offers flexibility, variability, an enhanced practical component, as well as independent teacher certification (TET/CTET) and a multi-level career progression system (NPST). The scientific novelty lies in the development of a conceptual model for adapting key elements of the Indian system of professional English language teacher training. The study substantiates the systemic risks of direct borrowing, associated with differences in governance paradigms and cultural-historical context. The findings can be used in the design of programs for the modernization of pedagogical education.

Keywords: teacher education, English language teacher training, comparative pedagogy, Russian Federation, India, TET, CTET, NPST, BRICS

For citation: Belovetskaia L.E. 2026. A Model for Adapting the Indian Experience of English Language Teacher Training in the Russian Educational System. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 127–139 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-127-139 EDN QQMFDX

Введение

Современный этап модернизации российского педагогического образования характеризуется поиском новых моделей и механизмов, способных повысить качество подготовки учителей и ответить на вызовы глобальной образовательной повестки. В условиях усиления фокуса на новом образовательном суверенитете России [О некоторых..., 2023] особую актуальность приобретает анализ не только англо- и евроцентричных систем образования, но и опыта стран БРИКС, которые демонстрируют успешные практики в масштабировании образовательных инициатив в условиях значительного социально-культурного и экономического разнообразия [Губина, 2023; Шилова, 2024].

В Российской Федерации с 2023 года начался процесс модернизации системы аттестации педагогических работников. Новый Порядок проведения аттестации [Об утверждении Порядка..., 2023]. В рамках реализации нового порядка проведения аттестации с 2023 года в ряде регионов стартовала пилотная апробация Единых федеральных оценочных материалов (ЕФОМ). Полноценное внедрение ЕФОМ в штатный режим запланировано на период действия указанного документа в соответствии с дорожными картами Министерства просвещения РФ. Это открывает перспективы для содержательного обогащения формирующейся российской модели аттестации учителей за счёт адаптации лучших зарубежных практик.

Актуальность данного направления подтверждается выводом современных исследователей о том, что в российской системе существует объективный разрыв между требованиями к учителю и содержанием его подготовки. Как справедливо отмечает В.А. Гончарова, «проведенный анализ позволяет выявить факт опережения требований образовательно-педагогической системы в предметной области «Иностранный язык» относительно официально декларируемых целей и содержания профессионально-педагогической подготовки современных учителей английского языка» [Гончарова, 2023, с. 76]. В этом контексте внимание исследователей привлекает индийская система подготовки педагогических кадров: появился ряд работ, посвящённых анализу школьных учебных программ по английскому языку [Хмызов, 2025а; 2025б; 2025в]. Эти исследования показывают, что индийская система вырабатывает механизмы адаптации содержания образования к лингвистическому и культурному разнообразию страны. Кроме того, индийская модель представляет интерес благодаря сочетанию централизованных реформ (NEP 2020, NPST) и гибкости на местах, что позволяет ей решать проблему неравенства между штатами и типами учебных заведений [Jamal, Lal, 2021]. Хотя эффективность массовой подготовки

учителей в Индии остаётся дискуссионной [Suar et al., 2025], «в Индии успешно функционируют несколько университетов, предоставляющих качественное образование, которое является конкурентоспособным во всем мире» [Аксютенкова, 2023, с. 22].

Обращение к индийскому опыту обусловлено и наличием в индийской системе институтов, которые отсутствуют или находятся в стадии становления в России. В частности, Индия обладает многолетней практикой проведения независимого квалификационного экзамена для учителей (ТЕТ/СТЕТ), а также реализует Национальную структуру профессиональных стандартов для учителей (NPST), включающую многоуровневую систему карьерного роста и чёткие дескрипторы компетенций [National Professional Standards..., 2021]. Эти механизмы представляют интерес для России, где с 2023 года вводятся новые квалификационные категории («педагог-методист», «педагог-наставник») и апробируются Единые федеральные оценочные материалы (ЕФОМ) [Об утверждении Порядка..., 2023]. При этом речь не идет о том, чтобы «копировать» индийскую систему – целесообразно выявить её ключевые элементы, которые могут быть адаптированы для решения сходных задач в российском контексте.

Вместе с тем сфера образовательного сотрудничества и сравнительного анализа систем подготовки учителей в России и Индии остаётся на периферии научного анализа.

Таким образом, до настоящего времени отсутствует комплексное исследование, которое выявляло бы потенциал адаптации ключевых индийских образовательных практик (ТЕТ/СТЕТ, NPST) к российской системе педагогического образования.

Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка научно-методических рекомендаций по селективной адаптации ключевых элементов индийской системы подготовки учителей английского языка для модернизации российского педагогического образования.

Для достижения поставленной цели в работе решается ряд взаимосвязанных задач:

1. Проведение сравнительного анализа структурно-содержательных моделей педагогического образования в России и Индии с акцентом на выявление дефицитов российской системы и конкурентных преимуществ индийской.

2. Анализ инновационного потенциала индийских институтов – независимой аттестации учителей (ТЕТ/СТЕТ) и многоуровневой системы карьерного роста (NPST) – для создания в России объективных механизмов оценки выпускников и гибких траекторий профессионального развития.

3. Выявление системных рисков и барьеров, связанных с прямым заимствованием индийского опыта в российский контекст, с учетом различий в парадигмах управления и культурно-исторических особенностях.

4. Разработка концептуальной модели адаптации элементов индийской системы, включая внедрение независимого экзамена, национальной системы роста учителей.

5. Определение перспектив международного академического сотрудничества с университетами Индии и стран БРИКС как стратегического направления для обмена лучшими практиками и разработки сопоставимых механизмов признания квалификаций.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу исследования составил системный подход, позволивший рассмотреть российскую и индийскую системы подготовки учителей как целостные образовательные системы. В рамках системного подхода применялся компаративный анализ для выявления общих тенденций и фундаментальных различий двух моделей по заранее определенным критериям: структура программ, баланс компонентов, механизмы аттестации и карьерного роста.



Метод теоретического моделирования был применен на заключительном этапе исследования для синтеза полученных данных и разработки концептуальной модели адаптации индийского опыта.

Данный метод включал следующие процедуры:

- 1) определение элементов индийской системы, подлежащих адаптации (ТЕТ/СТЕТ, NPST);
- 2) определение совместимости этих элементов с российской образовательной парадигмой;
- 3) проектирование архитектуры модели, включающей целевые блоки и механизмы реализации;
- 4) разработку содержательного наполнения каждого блока модели.

Эмпирическую базу исследования составили стратегические программы и нормативно-правовые документы обеих стран: Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» [Федеральный закон..., 2012]; Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования по направлению подготовки 44.03.05 «Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)» [Об утверждении ..., 2018]; Профессиональный стандарт «Педагог» [Об утверждении ..., 2013]; Указ Президента РФ № 343 «О некоторых вопросах совершенствования системы высшего образования» [О некоторых ..., 2023]; Приказ Минпросвещения РФ от 24.03.2023 № 196 «Об утверждении Порядка проведения аттестации педагогических работников...» [Об утверждении Порядка..., 2023]; National Education Policy (NEP) 2020 [National Education ..., 2020]; нормативные акты National Council for Teacher Education (NCTE) [National Council ..., 2025] и University Grants Commission (UGC) [University Grants ..., 2025]. Кроме того, были проанализированы документы, регламентирующие проведение независимой аттестации учителей в Индии: Teacher Eligibility Test (TET) –Квалификационный тест для учителей [Teacher Eligibility..., 2021]; Central Teacher Eligibility Test (CTET) – Центральный квалификационный тест для учителей [Central Teacher..., 2023].

Результаты исследования

Сравнительный анализ моделей подготовки учителей в России и Индии (см. таблицу) показал, что каждая из моделей имеет как сильные, так и слабые стороны. Российская модель при всех своих преимуществах, таких как системность и фундаментальность, сталкивается с проблемой реализации единых стандартов в условиях значительного регионального неравенства в ресурсном и кадровом обеспечении. Это создает противоречие между декларируемым единством образовательного пространства и реальным разрывом в качестве подготовки между ведущими и периферийными вузами. Индийская модель, в свою очередь, демонстрирует преимущества в гибкости и вариативности образовательных программ и траекторий подготовки учителей, однако эти преимущества существуют на фоне глубоких внутренних проблем.

Так, многочисленные исследования указывают на критически низкий уровень подготовки в массовых педагогических колледжах Индии. Как отмечают Suar et al., будущие учителя английского языка демонстрируют крайне низкие результаты по итогам обучения, сталкиваясь с такими проблемами, как чрезмерная зависимость от устаревших методов, слабая интеграция ИКТ и недостаточная квалификация преподавателей [Suar et al., 2025, p. 24]. Это ставит вопрос о качестве массовой педагогической подготовки как необходимой основе для реализации вариативности образовательных траекторий. Амбициозные реформы NEP-2020, направленные на консолидацию и модернизацию разрозненной системы подготовки кадров [Bhat, 2024], сталкиваются с вызовами масштаба и разнообразия индийского образовательного пространства, бюрократии и социального расслоения.

Сильные стороны моделей подготовки учителей английского языка в России и Индии
Strengths of English Language Teacher Training Models in Russia and India

Критерий сравнения	Российская модель	Индийская модель	РФ может заимствовать
1. Структурная модель и управление	Единое образовательное пространство. Централизованная, стандартизированная 5-летняя интегрированная модель обеспечивает единое нормативное ядро и предсказуемость содержания подготовки по всей стране	Гибкость и вариативность. Сосуществование моделей («3+2» 4 года ИТЕР) позволяет учитывать разные потребности абитуриентов и вузов, быстро тестировать и внедрять инновации (как в случае с NEP-2020)	использование элементов гибкости индийской модели для создания индивидуальных образовательных траекторий в рамках требований ФГОС
2. Содержательный баланс	Фундаментальность и сбалансированность. Жесткие требования ФГОС гарантируют глубокую филологическую подготовку и обязательный объем психолого-педагогических знаний, формируя универсального специалиста	Практико-ориентированность педагогического компонента. Программы В.Еd./ИТЕР в лучших вузах сфокусированы на формировании конкретных навыков преподавания	акцент на прикладные методики и навыки в рамках педагогических дисциплин, усиление связи теории с практикой на уровне содержания курсов
3. Практический компонент	Системная регламентация. Объем и время практики четко прописаны в ФГОС	Глубокая интеграция и рефлексивность в лучших практиках. Практика часто включает систему наставничества, проектные задания и ведение дневников, способствует более осмысленному формированию профессиональных умений	опыт организации интенсивной, рефлексивной и менторской практики, выходя за рамки формального выполнения нормативов
4. Аттестация и контроль качества выпускников	Доверие к вузу. Диплом государственного образца является подтверждением квалификации, упрощает трудоустройство и основано на доверии к системе государственной аккредитации	Объективный национальный стандарт качества. Независимый экзамен ТЕТ/СТЕТ служит внешним и объективным фильтром, выравнивающим требования к выпускникам всех вузов и стимулирующим их к постоянному развитию	Введение дополнительного, независимого от выпускающего вуза, профессионального экзамена (по образцу ТЕТ) как механизма объективной проверки компетенций и стимула для повышения качества подготовки



Обсуждение результатов

Представленные критерии сравнения в индийской модели подготовки учителей английского языка отражают переходное состояние индийской системы в контексте реформ NEP-2020. Это означает, что такие характеристики, как гибкость и практико-ориентированность, динамично развиваются под влиянием новых образовательных стандартов. Показательным примером служат изменения в учебных планах ведущих индийских университетов. Так, EFLU (The English and Foreign Languages University) традиционно включает педагогические элементы в структуру филологического образования. В свою очередь, новые интегрированные программы бакалавриата, например, в Университете Калькутты [University of Calcutta..., 2024], демонстрируют целенаправленное внедрение практико-ориентированных и педагогических компонентов в содержание филологической подготовки. В частности, программа Калькутты теперь содержит курсы по выбору (Skill Enhancement Courses), такие как Academic Writing and Composition, Creative Writing, Media and Communication Skills, а также обязательную летнюю стажировку (Internship/Apprenticeship). Эти элементы способствуют формированию прикладных навыков, востребованных, в том числе, в педагогической деятельности [University of Calcutta..., 2024]. Это свидетельствует о том, что преимущества индийской модели подготовки учителей английского языка (см. таблицу) – гибкость и практико-ориентированность – являются не статичной характеристикой, а активным вектором развития, реализуемым через обновление учебных планов в ведущих университетах.

Проведенный сравнительный анализ позволяет утверждать, что мы имеем дело с двумя принципиально разными образовательными парадигмами, сильные стороны которых являются следствием их целевых установок и контекста. Российская модель педагогического образования представляет собой структурированную систему, ориентированную на подготовку специалиста для общеобразовательной школы. Ее преимущества – глубина и системность психолого-педагогической и методической подготовки, а также формирование устойчивой профессиональной идентичности учителя через мощный, интегрированный блок практик.

Напротив, индийские программы BA English, особенно в интерпретации EFLU [The English and Foreign Languages University (EFLU) Handbook, 2024], олицетворяют модель гибкого, широкого гуманитарного образования, где педагогика является лишь одной из многих возможных карьерных траекторий. Эта гибкость является ответом на колоссальное лингвистическое и социокультурное разнообразие страны, а также на статус английского языка как языка администрации и социального лифта. Именно это позволяет индийской модели образования реагировать на различные требования рынка труда, готовя выпускников, способных применять филологические знания в самых разных контекстах – от цифровых медиа до исследовательской деятельности. Однако преимущества индийской системы, такие как гибкость и практико-ориентированность, существенно нивелируются ее глубокими системными проблемами [Suar et al., 2025; Bhat, 2024].

Таким образом, индийская модель представляет собой сложный и неоднородный феномен. С одной стороны, она демонстрирует отдельные передовые институты и принципы (гибкость, вариативность, независимая аттестация), а с другой – сталкивается с глубокими системными вызовами, приводящими к критически низкому уровню подготовки.

Следовательно, для России представляет интерес селективная адаптация ключевых институтов индийской системы (TET/CTET, NPST), которые могут быть встроены в более стабильную и системную российскую среду для компенсации её собственных дефицитов.

Концептуальная модель адаптации элементов индийской системы профессиональной подготовки учителей в России

На основе проведённого компаративного анализа и с применением метода теоретического моделирования была разработана концептуальная модель селективной адаптации ключевых институтов индийской системы подготовки учителей (независимой аттестации TET/CTET и национальной системы карьерного роста NPST).

Модель включает следующие ключевые блоки:

1. Адаптация принципов независимой аттестации (TET/CTET) в систему ЕФОМ.

Предлагается усилить стандарт компетенций, унифицировать и масштабировать ЕФОМ, интегрировать его с системой карьерного роста и усилить педагогическую составляющую оценки.

2. Внедрение гибких образовательных траекторий.

Рекомендуется законодательно закрепить в структуре ФГОС вариативную часть (15–20 %) для модулей по выбору студентов («Цифровая педагогика», «Преподавание в поликультурной среде»), а также интегрировать краткосрочные интенсивные практики в нешкольных профессиональных контекстах.

3. Развитие национальной системы учительского роста (НСУР) по образцу NPST.

Ключевыми элементами для адаптации являются: четырёхуровневая система карьерного роста с чёткими дескрипторами компетенций, детализированные «карты компетенций» и процессуальная модель оценки, основанная на сборе доказательств мастерства.

В качестве альтернативы многосоставной модели ЕФОМ может быть рассмотрен опыт Индии, где используется стандартизированное письменное тестирование (TET/CTET). Данный подход предлагает следующие решения проблем, выявленных в ходе пилотной апробации ЕФОМ: избыточной ресурсоёмкости видеозаписи урока, сложности объективной оценки «постановочных» занятий, а также высокой нагрузки на педагогов и аттестационные комиссии.

Вместо ресурсоёмкого видеурока целесообразно ввести углублённое тестирование психолого-педагогических и методических компетенций через расширенный раздел, аналогичный индийскому блоку Child Development and Pedagogy (в российской версии – «Возрастная психология и педагогика»). Это позволит оценить реальные знания учителя, а не его способности к «постановочной» демонстрации. Для снижения нагрузки на педагогов и аттестационную систему в целом следует объединить предметный, методический и психолого-педагогический блоки в единый стандартизированный экзамен по образцу CTET. Дифференциация оценки может быть достигнута через внедрение двухуровневой системы сертификации: базовый уровень – для учителей начальной школы; продвинутый уровень – для преподавателей средней и старшей школы.

Ключевым условием объективности является централизация процедуры проведения экзамена в специальных центрах тестирования по аналогии с ЕГЭ.

Таким образом, предлагается не отказ от независимой оценки, а оптимизация её формы через переход к строгой, прозрачной и содержательно-насыщенной письменной модели, апробированной в условиях, схожих с российскими по масштабу и разнообразию. Таким образом, предлагаемая модель, синтезирующая наиболее эффективные элементы индийской системы (масштабируемость и стандартизация) и глубину российской научно-методической школы (профессиограмма) [Бердичевский и др., 2021], может стать основой для построения в России эффективной системы обеспечения качества педагогических кадров.

Перспективным направлением модернизации отечественной системы образования представляется адаптация принципа горизонтального карьерного роста, успешно



реализуемого в Индии в рамках Национальной структуры профессиональных стандартов для учителей (NPST) [National Professional..., 2021]. Ключевой особенностью данной модели является создание альтернативных траекторий профессионального развития, не связанных с переходом на административные должности, что позволит удерживать в школах высококвалифицированных педагогов-практиков. NPST представляет собой четырехуровневую систему карьерного роста, утвержденную в рамках Национальной политики в области образования (NEP) 2020. Каждый из четырех уровней – «Молодой специалист» (Level 1), «Опытный учитель» (Level 2), «Учитель высшей квалификации» (Level 3) и «Учитель лидер» (Level 4) – имеет строгие дескрипторы компетенций и требования к минимальному стажу (например, для перехода на уровень 2 требуется не менее 5 лет опыта). [National Professional..., 2021; Беловецкая, 2025б, с. 5]. Критерии оценки включают педагогическое мастерство, лидерство в методической работе, наставничество, исследовательскую деятельность и вклад в развитие школы. Переход на следующий уровень сопровождается существенным повышением заработной платы, что создает прямую материальную мотивацию для горизонтального роста.

На текущий момент в России уже сделан важный шаг в направлении горизонтального роста: с 2023 года официально введены квалификационные категории «педагог-методист» и «педагог-наставник». Однако их внедрение сталкивается с рядом вызовов, таких как размытость критериев присвоения квалификации, отсутствие единой системы профессиональных траекторий и наличие рисков формального подхода, когда новые роли сводятся к выполнению разрозненных функций без целостного видения карьерного роста [Об утверждении Порядка..., 2023].

Опыт Индии в рамках Национального стандарта профессиональной компетенции учителей (NPST) демонстрирует, как можно выстроить целостную, прозрачную и мотивирующую систему.

Предлагаем для адаптации в российской системе подготовки учителей английского языка следующие ключевые элементы:

1. Четырехуровневую систему карьерного роста (начинающий → опытный → эксперт → учитель-лидер) с четкими и измеримыми дескрипторами компетенций для каждого уровня.
2. Детализированные «карты компетенций», охватывающие не только методическую работу и наставничество (как в текущих российских критериях), но и профессиональные ценности, предметные знания, педагогическую практику и непрерывное профессиональное обучение.
3. Процессуальную модель оценки, основанную на сборе доказательств мастерства (портфолио, отзывы наставников, результаты учащихся) и регулярной профессиональной рефлексии, а не на разовой аттестационной процедуре.

Таким образом, стратегическая задача заключается не в простой имплементации нового элемента, а в том, чтобы использовать NPST как содержательный образец для системной доработки и глубинной проработки отечественной модели. Это позволит перейти от системы разрозненных квалификаций к созданию единой системы профессионального роста учителя, где уровень квалификации, сложность педагогических задач и уровень оплаты труда находятся в прямой и прозрачной взаимосвязи.

Крайне важным представляется и пример Индии в развитии механизмов кооперации между академическим сообществом и государством. В этой связи показательна оценка Л. Р. Радченко, которая отмечает, что «для Российской Федерации и ее системы высшего профессионального образования чрезвычайно важным является опыт Индии в вопросах взаимодействия правительства и ученых страны в решении проблем модернизации высшего профессионального образования» [Радченко, 2020, с. 338].

Синтез системных преимуществ российской модели и гибкости индийского подхода открывает перспективы для модернизации системы обеспечения качества педагогических кадров в России. Вместе с тем заимствование индийского опыта требует взвешенного

подхода. Его применение ограничено рядом специфических особенностей и рисков, присущих индийской системе подготовки учителей иностранных языков [Беловецкая, 2025а, с. 178].

1. Управленческо-административные риски:

1) конфликт парадигм управления. Индийская система, особенно в рамках реформ NEP-2020, тяготеет к децентрализации, гибкости и вариативности. Российская система образования исторически основана на централизованном, иерархическом управлении и единых образовательных стандартах (ФГОС). Попытка внедрения гибких, вариативных моделей может войти в противоречие с действующими нормативами, регламентирующими содержание и структуру программ, что потребует масштабной перестройки всей системы лицензирования и аккредитации;

2) риск бюрократизации и формализации. При внедрении такого комплексного инструмента, как независимый экзамен (аналог ТЕТ), возникает угроза создания еще одного громоздкого бюрократического аппарата по его проведению и сертификации, что увеличит нагрузку на педагогов и вузы без существенного повышения качества;

3) проблема координации между ведомствами. Успешное функционирование системы, аналогичной NPST, требует тесной координации между Министерством просвещения (отвечающим за школьное образование и карьерный рост учителей), Министерством науки и высшего образования (отвечающим за подготовку кадров) и региональными органами власти. Отсутствие четких механизмов такого взаимодействия может привести к рассогласованности требований к выпускникам педвузов и учителям в школах.

2. Культурно-исторические и социокультурные барьеры:

1) различный статус английского языка. В Индии английский язык является языком администрации, высшего образования и социального лифта, что создает мощную естественную мотивацию для его изучения и преподавания. В России английский остается иностранным языком, и его восприятие как практического навыка, а не как необходимости жизнеустройства, формирует иную мотивационную среду как для учащихся, так и для педагогов. Это может снизить эффективность механизмов, успешных в индийском контексте;

2) традиции педагогического образования. Российская система с ее глубокой теоретической и психолого-педагогической подготовкой формирует особую профессиональную идентичность учителя-предметника. Резкий поворот в сторону узкопрактических навыков (по образцу некоторых индийских программ) может быть воспринят академическим сообществом как угроза фундаментальности образования и привести к сопротивлению инновациям;

3) социальный статус учителя. Несмотря на меры поддержки, социальный статус и уровень оплаты труда учителя в России остаются на недостаточном уровне. Внедрение многоуровневой системы карьерного роста (NPST) без гарантированного значительного финансового стимулирования на каждом уровне может не привести к желаемому результату, так как не будет сопровождаться материальным стимулом для профессионального развития.

3. Экономические и инфраструктурные барьеры:

1) финансовая затратность. Создание и поддержание общенациональной системы независимой аттестации, аналогичной ТЕТ/СТЕТ, включающих разработку, проведение экзаменов в компьютерной форме по всей стране и обеспечение безопасности, требует значительных и постоянных финансовых вложений;

2) неравенство регионов. Российская система образования характеризуется значительным разрывом между возможностями столичных/крупных городов и сельских/отдаленных регионов. Данный вызов является общим для крупных федеративных государств, в том числе Индии, борющейся с неравенством образовательных результатов



между разными штатами и типами учебных заведений. Внедрение единого жесткого стандарта экзамена без учета этого неравенства может привести к тому, что выпускники педвузов из регионов окажутся в заведомо невыгодном положении, а значит, к усугублению кадрового дисбаланса;

3) кадровый дефицит. Внедрение системы наставничества и горизонтального роста (по модели NPST) требует наличия в школах достаточного количества высококвалифицированных педагогов-методистов, готовых выполнять эти функции. Их дефицит, особенно в сельской местности, может стать критическим барьером.

Стратегическим направлением, позволяющим минимизировать риски прямого заимствования и обеспечить взаимовыгодный обмен, является развитие международного академического сотрудничества в рамках БРИКС.

Перспективные формы кооперации включают:

1. Разработку и реализацию совместных магистерских программ и программ повышения квалификации по педагогическому образованию, интегрирующих фундаментальность российской подготовки и практико-ориентированность индийских моделей. Это позволит создать когорту специалистов, понимающих особенности обеих систем.

2. Проведение сравнительных исследований и создание совместных научных лабораторий для разработки сопоставимых дескрипторов профессиональных компетенций учителя. Это станет основой для взаимного признания квалификаций и облегчит академическую мобильность.

3. Создание сетевого университета БРИКС по педагогическим наукам как платформы для апробации гибридных образовательных моделей, обмена лучшими практиками и выработки общих принципов обеспечения качества педагогического образования.

Такой подход трансформирует заимствование из одностороннего процесса в диалог, способствуя созданию гибких, интернационально-ориентированных стандартов подготовки учителей.

Заключение

Проведенное исследование позволило в полной мере достичь поставленной цели – теоретически обосновать и разработать научно-методические рекомендации по селективной адаптации опыта Индии для модернизации системы подготовки учителей английского языка в России.

Сравнительный анализ структурно-содержательных моделей подготовки учителей английского языка подтвердил дихотомию двух подходов: преимущество российской модели – в ее системности, фундаментальности и стабильности, индийской модели – в ее гибкости, практико-ориентированности и наличии эффективных институтов независимой аттестации (TET/CTET) и карьерного роста (NPST). Ключевым преимуществом индийского подхода является не столько наличие этих отдельных элементов, сколько их интеграция в целостную цепочку «вуз → TET/CTET → допуск к профессии → NPST», в которой независимая аттестация выступает не финальной точкой, а связующим звеном, интегрирующим подготовку и последующую карьеру. Это открывает перспективу для построения в России более тесно связанной и мотивирующей системы профессионального становления педагога.

Выявление системных рисков и барьеров показало, что прямое заимствование невозможно из-за фундаментальных различий в парадигмах управления, культурно-историческом контексте и экономико-инфраструктурных условиях. Это обуславливает необходимость не механического копирования, а творческой адаптации принципов.

Разработанная концептуальная модель адаптации и конкретные рекомендации, такие как усиление практико-ориентированности, развитие вариативности в рамках ФГОС, обогащение формирующейся системы ЕФОМ за счет стандартизации и привязки к карьерному росту, направлены на компенсацию дефицитов российской системы при

сохранении ее ключевых преимуществ. В качестве стратегического направления определено развитие сотрудничества в сфере образования в рамках БРИКС, что позволит минимизировать риски некритичного заимствования. Развитие совместных образовательных программ и сравнительных исследований позволит трансформировать одностороннее заимствование в диалог, нацеленный на выработку сопоставимых стандартов.

Таким образом, синтез системной глубины российской модели с гибкостью и практической направленностью индийского опыта открывает путь для построения в России более эффективной системы обеспечения качества педагогических кадров. Реализация предложенных рекомендаций требует поэтапного, пилотного внедрения изменений при обязательном учете культурно-исторических особенностей и сложившейся профессиональной идентичности российского учителя английского языка.

Список источников

- О некоторых вопросах совершенствования системы высшего образования. 2023. Указ Президента РФ от 12.05.2023 № 343 (ред. от 22.01.2026). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_446951/?ysclid=mmcdb5dy91602966448 (дата обращения: 15.09.2025).
- Об утверждении Порядка проведения аттестации педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность. 2023. Приказ Министерства просвещения РФ от 24.03.2023 № 196. Зарегистрировано в Минюсте России 02.06.2023 № 73696. URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=449829> (дата обращения: 11.09.2025).
- Об утверждении профессионального стандарта "Педагог" (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель). 2013. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 18 октября 2013 г. № 544н с изм. от 5 августа 2016 г. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155553/2ff7a8c72de3994f30496a0ccbb1ddafdaddf518/?ysclid=mmcc7biuci993553284 (дата обращения: 05.09.2025).
- Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)". 2018. Приказ Минобрнауки России от 22.02.2018 № 125 (ред. от 27.02.2023). Зарегистрировано в Минюсте России 15.03.2018 № 50358. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_293562/?ysclid=mmccxak9jv635237357 (дата обращения: 18.09.2025)
- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации». 2012. Принят Государственной Думой 21.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). Одобрен Советом Федерации 26.12.2012. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 05.09.2025)
- Central Teacher Eligibility Test (CTET). 2023. Government of India. URL: <https://ctet.nic.in/introduction/> (accessed: September 18, 2025)
- Handbook of Undergraduate Programmes 2024-2025. 2024. The English and Foreign Languages University (EFLU). Hyderabad, Shillong, Lucknow, Author. URL: <https://www.efluniversity.ac.in/Handbook%20of%20Undergraduate%20Programmes%202024-2025-Final.pdf> (accessed: September 11, 2025)
- National Council for Teacher Education (NCTE). 2025. Government of India. URL: <https://dse.education.gov.in/en/ncte> (accessed: September 15, 2025)
- National Education Policy, 2020. URL: <https://www.education.gov.in/en/nep/about-nep> (accessed: September 02, 2025)
- National Professional Standards for Teachers. 2023. NPST Guiding Document. URL: <https://ncte.gov.in/Website/PDF/NPST/NPST-Book.pdf> (accessed: September 10, 2025)
- University of Calcutta Four Year Undergraduate Syllabus for English. 2024. URL: <https://www.caluniv.ac.in/ccf-ug/files/English-CSR-54.pdf> (accessed: September 18, 2025)
- University Grants Commission (UGC). 2025. Official Website. URL: <https://www.ugc.ac.uk/index.php?lang=en> (accessed: September 18, 2025)
- Teacher Eligibility Test (TET) under the Right to Education Act. 2021. Government of India. URL: https://www.education.gov.in/sites/upload_files/mhrd/files/upload_document/RTE_TET.pdf (accessed: September 18, 2025)



Список литературы

- Аксютенкова Л.Г. 2023. Высшее образование в Индии: новая национальная политика в области образования. *Проблемы современного педагогического образования*, 80–1: 20–22.
- Беловецкая Л.Э. 2025а. Система профессиональной подготовки учителей иностранных языков в университетах Индии: риски и проблемы функционирования. *Вестник Томского государственного педагогического университета*, 5(241): 175–183. DOI: [10.23951/1609-624X2025-5-175-183](https://doi.org/10.23951/1609-624X2025-5-175-183)
- Беловецкая Л.Э. 2025б. Требования к современному педагогу в Индии в контексте национального профессионального образовательного стандарта. *Непрерывное образование: XXI век*, 13(2). DOI: [10.15393/j5.art.2025.10591](https://doi.org/10.15393/j5.art.2025.10591)
- Бердичевский А.Л., Тарева Е.Г., Языкова Н.В. 2021. Профессиограмма современного учителя иностранного языка. Москва, ФЛИНТА, 48 с.
- Губина М.А. 2023. Реформа школьного образования в Индии 2020 г.: экономические предпосылки и задачи. *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Экономика, 31(4): 760–778. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2023-31-4-760-778>
- Гончарова В.А. 2023. Профессионально-педагогическая подготовка современного учителя иностранного языка: соответствуют ли цели ожиданиям? *Рема. Rhema*, 3: 65–79. DOI: [10.31862/2500.2953-2023-3-65-79](https://doi.org/10.31862/2500.2953-2023-3-65-79)
- Радченко Л.Р. 2020. Становление и развитие высшего образования в Индии. Дис. ... докт. пед. наук. Ульяновск, 480 с.
- Шилова Е. С. 2024. Экспорт российского образования в странах БРИКС: тенденции и перспективы в современных условиях. *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта*. Серия: Естественные и медицинские науки, 1: 7–26. DOI: [10.5922/gikbfu-2024-1-1](https://doi.org/10.5922/gikbfu-2024-1-1).
- Хмызов М.В. 2025а. Особенности учебных программ по английскому языку в школах с обучением на родном языке Индии. *Отечественная и зарубежная педагогика*, 1(2(104)): 95–105. DOI: [10.24412/2224-0772-2025-104-95-105](https://doi.org/10.24412/2224-0772-2025-104-95-105)
- Хмызов М.В. 2025б. Педагогические подходы к процессу обучения английскому языку в школах Индии. *Современное педагогическое образование*, 3: 50–55.
- Хмызов М.В. 2025в. Школьные учебные программы по английскому языку в Индии: сущность, тенденции, особенности. *Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета*, 17(1): 101–110. DOI: [10.29039/2949-1258/2025-1/101-110](https://doi.org/10.29039/2949-1258/2025-1/101-110)
- Bhat I.A. 2024. National Education Policy 2020: A potential revolution in Indian education. *The Academic*, 2(6): 709–724.
- Jamal A., Lal D. 2021. Development of teacher education in India: An elaborative study. *Awadh International Journal of Information Technology and Education*, 10(2): 23–30.
- Kumar A. 2022. Teacher education reforms in post-independence India. *Journal of Indian Education*, 48 (3): 34–50.
- Suar G.B., Behera R.R., Rout R.K., Patra S., Panda P., Sethi P. 2025. English language and pedagogical competency of prospective English teachers: insights and challenges from teacher education institutes in Odisha, India. *Frontiers in Education*, 10. DOI: [10.3389/feduc.2025.1517466](https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1517466)

References

- Aksyutenkova L.G. 2023. Vysshee obrazovanie v Indii: novaya natsional'naya politika v oblasti obrazovaniya [Higher Education in India: New National Policy in the Field of Education]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 80–1: 20–22.
- Belovetskaia L.E. 2025a. The system of professional training of foreign language teachers in Indian universities: risks and problems of functioning. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 5(241): 175–183 (in Russian). DOI: [10.23951/1609-624X2025-5-175-183](https://doi.org/10.23951/1609-624X2025-5-175-183)
- Belovetskaia L.E. 2025b. Requirements for modern teachers in India within the framework of the national professional standard for educators. *Lifelong education: the 21st century*, 13(2) (in Russian). DOI: [10.15393/j5.art.2025.10591](https://doi.org/10.15393/j5.art.2025.10591)
- Berdichevskii A.L., Tareva E.G., Yazykova N.V. 2021. Professiogramma sovremennogo uchitelya inostrannogo yazyka [Professionogram of a modern foreign language teacher]. Moscow, Publ. FLINTA, 48 p.
- Gubina M.A. 2023. Reforma shkol'nogo obrazovaniya v Indii 2020 g.: ekonomicheskie predposylki i zadachi [Indian school education reform 2020: Economic prerequisites and objectives]. *Vestnik*

- Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika [RUDN Journal of Economics], 31(4), 760–778. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2023-31-4-760-778>
- Goncharova V. 2023. Professional and pedagogical training of teachers of foreign languages: Do the goals meet the expectations? *Rhema*, 3: 64–79 (in Russian). DOI: [10.31862/2500-2953-2023-3-64-79](https://doi.org/10.31862/2500-2953-2023-3-64-79)
- Radchenko L.R. 2020. Stanovlenie i razvitie vysshego obrazovaniya v Indii [Radchenko L.R. 2020. Formation and development of higher education in India.]. Dis. ... Doct. Pedagog. Sciences. Ulyanovsk, 480 p.
- Hmyzov M.V. 2025a. Features of English language curricula in schools with instruction in the native language of India. *Domestic and Foreign Pedagogy*, 1(2(104)): 95–105 (in Russian). DOI: [10.24412/2224-0772-2025-104-95-105](https://doi.org/10.24412/2224-0772-2025-104-95-105)
- Hmyzov M.V. 2025b. Pedagogicheskie podkhody k processu obucheniya anglijskomu yazyku v shkolakh Indii [Pedagogical approaches to the process of teaching English in Indian schools]. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie*, 3: 50–55.
- Khmyzov M.V. 2025c. English Language School syllabi in India: essence, features. *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University*, 17(1): 101–110. DOI: [10.29039/2949-1258/2025-1/101-110](https://doi.org/10.29039/2949-1258/2025-1/101-110).
- Bhat I.A. 2024. National Education Policy 2020: A potential revolution in Indian education. *The Academic*, 2(6): 709–724.
- Jamal A., Lal D. 2021. Development of teacher education in India: An elaborative study. *Awadh International Journal of Information Technology and Education*, 10(2): 23–30.
- Kumar A. 2022. Teacher education reforms in post-independence India. *Journal of Indian Education*, 48 (3): 34–50.
- Shilova E.S. 2024. Eksport rossiyskogo obrazovaniya v stranakh BRIKS: tendentsii i perspektivy v sovremennykh usloviyakh [Export of Russian education to BRICS countries: Trends and prospects in current circumstances]. *Vestnik Baltiyskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Estestvennye i meditsinskie nauki [Vestnik of Immanuel Kant Baltic Federal University. Series: Natural and Medical Sciences]*, 1: 7–26. <https://doi.org/10.5922/gikbfu-2024-1-1>
- Suar G.B., Behera R.R., Rout R.K., Patra S., Panda P., Sethi P. 2025. English language and pedagogical competency of prospective English teachers: insights and challenges from teacher education institutes in Odisha, India. *Frontiers in Education*, 10. DOI: [10.3389/feduc.2025.1517466](https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1517466)

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 29.09.2025

Поступила после рецензирования 2.03.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received September 29, 2025

Revised March 2, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Беловецкая Лина Эдуардовна, кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой социально-гуманитарных наук, Северодонецкий технологический институт (филиал) Луганского государственного университета имени Владимира Даля, г. Северодонецк, Луганская Народная Республика, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Lina E. Belovetskaia, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Social and Humanitarian Sciences, Severodonetsk Technological Institute (branch) of Vladimir Dahl Lugansk State University Severodonetsk, Lugansk People's Republic, Russia.



УДК 81-23

DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-140-152

EDN QTNCFA

Metacognitive Skills and Metacognition as Part of Academic Success Achievement in Foreign Languages Learning

¹ Olga D. Vishnyakova, ² Elena S. Markova, ³ Natalia A. Akhrenova, ⁴ Olga N. Prokhorova

¹ Lomonosov Moscow State University

1 Leninskiye Gory, Moscow 119234, Russian Federation

² Higher School of Economics

20 Myasnitskaya St., Moscow 101000, Russian Federation

³ Peoples' Friendship University of Russia

6 Miklukho-Maklay St., Moscow 117198, Russian Federation

⁴ Belgorod State National Research University

85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russian Federation

ol-vish@mail.ru; es.markova@mail.ru; nakhrenova@mail.ru; prokhorova@bsuedu.ru

Abstract. In recent years, metacognition and the development of metacognitive skills have garnered substantial attention across various fields, including psychology, education, and linguistics. These skills, which encompass an awareness of one's own cognitive processes, play a crucial role in enhancing learning and academic performance. Metacognition, as defined by J.H. Flavell, involves both knowledge and control over one's cognitive functions, enabling individuals to navigate their strengths and weaknesses as learners. The present study aims to investigate the relationship between metacognitive skills and academic achievement, emphasizing how these competencies contribute to successful learning outcomes. It seeks to understand the mechanisms through which metacognitive awareness can be cultivated and leveraged to improve academic performance among students. A complex-methods approach was adopted, combining quantitative measures of academic success with qualitative interviews to assess students' metacognitive abilities. A sample of students from various academic disciplines participated in the research, providing insights into their metacognitive strategies and their correlation with academic results. The findings reveal a significant positive correlation between enhanced metacognitive skills and academic success, indicating that students who are more aware of their thinking processes tend to perform better academically. Additionally, qualitative data uncovered specific metacognitive strategies that successful students employ, such as self-regulation and reflective practices. The study concludes that fostering metacognitive awareness and skills is essential for academic success. Educational institutions should prioritize the integration of metacognitive training within their curricula to enhance student-learning outcomes and empower learners to take control of their cognitive processes.

Keywords: metacognition; metacognitive skills; academic success; education; cognitive processes; learning outcomes; self-regulation learning; reflective practices; student performance; educational strategies

For citation: Vishnyakova O.D., Markova E.S., Ahrenova N.A., Prokhorova O.N. 2026. Metacognitive Skills and Metacognition as Part of Academic Success Achievement in Foreign Languages Learning. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 140–152. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-140-152 EDN QTNCFA

Метапознавательные навыки и метапознание как часть академической успеваемости в изучении иностранных языков

¹ Вишнякова О.Д., ² Маркова Е.С., ³ Ахренова Н.А., ⁴ Прохорова О.Н.

¹ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Россия, 119234, Москва, Ленинские горы, д. 1

² Высшая школа экономики
Россия, 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

³ Российский университет дружбы народов
Россия, 117198, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

⁴ Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, 308015, Белгород, ул. Победы, д. 85

ol-vish@mail.ru; es.markova@mail.ru; nakhrenova@mail.ru; prokhorova@bsuedu.ru

Аннотация. Метапознание метапознавательные навыки, которые включают осознание собственных когнитивных процессов, играют важную роль в улучшении обучения и академической успеваемости. Цель исследования – выявление взаимосвязи между метакогнитивными навыками и академической успеваемостью и определение того, как эти компетенции способствуют успешным результатам обучения. В процессе исследования были изучены механизмы, с помощью которых метакогнитивное осознание может быть развито и использовано для улучшения академической успеваемости студентов. Был применен комплексный подход, сочетающий количественные показатели академической успеваемости с качественными (интервью), для оценки метакогнитивных способностей студентов. Результаты исследования показывают значительную положительную корреляцию между улучшенными метакогнитивными навыками и академической успеваемостью, что указывает на то, что студенты, которые более осознанно подходят к своим мыслительным процессам, как правило, демонстрируют лучшие академические результаты. Кроме того, качественные данные выявили конкретные метакогнитивные стратегии, которые используют успешные студенты, такие как саморегуляция и рефлексивные практики. Образовательным учреждениям следует уделять приоритетное внимание интеграции метакогнитивного обучения по своим учебным программам, чтобы улучшить результаты обучения студентов и дать им возможность контролировать свои когнитивные процессы.

Ключевые слова: метапознание; метакогнитивные навыки; академическая успеваемость; образование; когнитивные процессы; результаты обучения; саморегулирующееся обучение; рефлексивные практики; успеваемость студентов; образовательные стратегии

Для цитирования: Vishnyakova O.D., Markova E.S., Ahrenova N.A., Prokhorova O.N. 2026. Metacognitive Skills and Metacognition as Part of Academic Success Achievement in Foreign Languages Learning. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 140–152. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-140-152 EDN QTNCFA

Introduction

Metacognition, developing and improving metacognitive skills in recent years have become the strata of interest for psychologists, educators, linguists etc. There has been held extensive research on identification of methods of assessing of metacognitive skills and their formation in connection with academic success [Zulkipli, 2009; Rahman et al., 2010; Karpov, 2017; Verbitskiy, Kofeynikova, 2017; Dennis, Somerville, 2023; Knitsel, 2023]. The role of these skills is hard to overestimate as they are going beyond the original thinking process, which has already been carefully studied by the representatives of the above-mentioned branches of science. Metacognition is the ability to understand how we think and turn this process into controllable, qualified and qualitative one.

According to J.H. Flavell metacognition is “knowledge about cognition and control of cognition...awareness and understanding of one's own thought processes and knowing your



strengths and weaknesses as a learner, but beyond this, it involves the ability to control one's own thinking", a process now known as self-regulation [Flavel, 1976; 1979]. Thus, the basic psychopedagogical aim of any learning process is to help students improve their thinking skills, metacognition and self-regulated learning, not just in a narrowly focused area but across the curriculum and even beyond it, with a view to preparing them for the world beyond education. For even long after students have forgotten the detailed knowledge they were taught at schools and universities, their refined and widely applicable ability to think and think about their thinking should help them perform better in a job or profession and help them solve everyday problems in their personal life, leading to a happier person with a greater sense of well-being.

Perkins suggests singling out four types of metacognition: tacit, aware, strategic and reflective [Perkins, 1992], thus presenting the following groups of learners in question:

1. Tacit learners are unaware of their metacognitive knowledge but might do metacognition implicitly.
2. Aware students consciously know about some of the kinds of thinking that they do, but their thinking is not necessarily deliberate or planned.
3. Strategic learners organize their thinking by using (for example) problem solving, grouping and classifying, evidence seeking, decision making, and so on.
4. Reflective learners are not only strategic, but also reflect upon their learning whilst it is happening, considering the success or otherwise of any strategies used and then revising them as appropriate.

People are not generally born with these skills, but they can be formed in the process of learning and development. Much depends on the cognitive styles of students [Dhieb-Henia, 2003; Ben-David, Orion, 2013; Volkova, Gusev, 2016; Vishnyakova et al., 2020; Vishnyakova et al., 2023; Markova E.S. et al., 2024]. Depending on learning and cognitive styles there are plenty of ways of either improving metacognitive skills or fostering them that further will lead to self-regulated learning process, e.g.: dialogue and think-aloud while brainstorming, questioning (answering and asking questions), summarizing, modelling, predictions, visualization and diagrams, mnemonics, self-assessment and peer-assessment [Chekun, Grigorayn, 2023] decision making etc. [Dignath, Büttner, 2008]. Under self-regulated learning (SRL) following the ideas of Zimmerman & Schunk's cyclical model we understand this notion as the ability to understand and consequently manage thinking, leading to more effective learning [Zimmerman, 2001; 2008; 2011]. This can be considered the strategic active outcome of metacognition, i.e. the application of metacognitive awareness to action in the real world, but obviously requires motivation to drive it.

When metacognitive skills are highly developed students turn into self-regulated learners, they tend to believe that intelligence is acquired and can be changed and attribute their successes or failures to factors within their control (e.g., effort expended on a task or effective use of strategies), not to innate ability. This view is quite opposite to the fixed views of intelligence.

This is proved by the authors who have been exploring the way of fostering metacognitive skills when teaching different subjects to learners of different ages: mathematics [Dawson, 2016; Gurat, Medula, 2016; Vula et al., 2017], translation and interpreting [Vershina, Kocheva, 2022], text analysis and metacognition strategies in text-based activities [Makhova, Zanina, 2024].

As the hypothesis of the research, we put forward the idea that having passed through accurately planned and structured learning process students develop their metacognitive skills to such an extent that they can do self-reflection and critically self-assess the degree of development of some important skills that are connected with metacognition and make learning successful.

The purpose of the research is to find out which skills are considered by Russian and Chinese students as metacognitive thus helpful to be successful in studying and future career. The key objectives are to find out the degree to which cultural and educational influences metacognitive skills development, how cognitive and metacognitive skills interplay, single out the peculiarities of metacognitive training and skill development, establish some specific traits of self-regulated learning for Russian and Chinese students, state once again the importance of metacognition for interaction in the modern world.

Methods

As part of the project, it was decided to conduct a survey among Russian and Chinese university students majoring in Linguistics to determine their attitudes towards the skills that influence academic success. A total of 185 students participated in the survey: 85 students (undergraduate and graduate levels) from Russian universities and 100 students (undergraduate level) from universities in China.

At the first stage, the students were asked to make a list of all the skills that they think are necessary for successful learning. Then all the materials received were combined into a common list and distributed according to the corresponding categories. In the end, it was decided to include 64 items in the survey and divide them into subgroups. This resulted in five thematic subgroups of skills and three forms of assessment. Thematically, the skills were grouped into the following subgroups:

1. general/meta-meta-subject skills, which are necessary for the study of any disciplines and applicable in any professional sphere;

2. personal skills/qualities;

3. subject and research skills;

4. cognitive skills;

5. metacognitive skills.

The first subgroup includes such skills as problem-solving, time management, analytical and logical thinking, planning and goal-setting, etc. The second subgroup includes personal skills such as group work skills, stress management and risk taking skills, self-assessment and self-reflection skills, etc. The third subgroup includes subject skills - receptive and productive types of speech activity, as well as skills necessary for research and scientific work. The fourth subgroup includes cognitive skills, skills related to memory, attention, critical thinking. The fifth subgroup consists of metacognitive skills, skills of planning one's activity, tracking the process of completing a task, and skills of evaluating the results of performance.

All skills were further divided into three blocks with different approaches to assessment: how important these skills are for academic success, how students assess the personal level of these skills, and how often they use/apply these skills in the learning process. The distribution of skills into three blocks allowed all skills to be connected by horizontal links, which created a unified framework, and all skills identified in the survey presented a single holistic picture for reflection in terms of metacognitive/metacognitive processes.

Results

Turning to the analysis of empirical data obtained as a result of the survey, we would like to note that, in principle, all students assess the importance of these skills in approximately the same way, the difference is in the self-assessment of the level of personal development of some skills and the degree of practical use/application of these skills in the learning process. For example, 78 % of Russian students and 44 % of Chinese students rate the importance of (1) problem-solving skills as 4 and 5 points (on a 5-point scale), while 5% and 11% of Chinese students rate them as 2 points respectively. 44% and 34% of Russian students and 27% and 15% of Chinese students rate their ability to find and define problems at 4 and 5 points. It is interesting to note that the ability (2) to reason logically/analytically was rated as unimportant by about 13% of students each, while their ability to analyze information was rated as 4 and 5 by 42% and 45% of Russian students, 24% and 13% of Chinese students.

(3) The ability to take notes seems to be important for students in the learning process, and this is confirmed by the survey statistics. Russian and Chinese students gave the following scores respectively: 5 points – 32% and 27%, 4 points – 28% and 27%, 3 points – 32% and 26%. However, 9% and 19% of respondents identified these skills as unimportant. At the same time, the indicators of the frequency of using these skills in preparing oral and written tasks are defined as follows:



‘always use’ – 26% of Russian students and 15% of Chinese students; “often use” – 31% and 25%; “sometimes” – 25% and 33%; “rarely” – 15% and 23%; “never use” – 4% each.

(4) The importance of memory is not disputed: 78% of Chinese students and 90% of Russian students rated its importance as positive. 45% of Chinese and 71% of Russian students rated their ability to retain and reproduce information as 4 and 5. This is also confirmed by the data on the assessment of their own skills in using different types of memory: 70% of Chinese students and 85% of Russian students assessed their skills positively (3–5 points).

(5) Ability to set goals 78% of respondents evaluated positively. 75% of respondents evaluated positively (6) the ability to develop a plan to achieve their goals. The assessment of the ability (7) to track one's progress in achieving the set goals was somewhat divergent. Seventy per cent of Russian students rate this skill highly, while 44% of Chinese students rate this skill at 5 points. At the same time, 9 per cent of Russian students and 19 per cent of Chinese students indicated that this skill is practically absent. The frequency of using these skills in preparation for oral and written assignments was distributed as follows: ‘I always set clear goals’ – 20% and 7% of Russian and Chinese students respectively, “sometimes” – 30% and 47%, “rarely or never” – 12% and 24%.

Outcome 1

The second thematic subgroup is represented by personal skills, such as (1) the ability to independently organize their learning process, (2) the ability to work in a group, (3) the ability to manage their behaviour in stressful situations, (4) the ability of self-reflection and (5) self-assessment, (6) the ability to take risks.

Table 1

Survey results for the personality skills subgroup
 Результаты опроса для подгруппы личностных навыков

Mark	Organize their learning process independently		Group work		Manage their behavior in stressful situations		Self-reflexion		Self-assessment		Risk taking	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1-2	1,7	30	9	12	26	20	5	12	6	8	8,5	24
3	17,3	35	20	36	33	25	28	25	30	40	36	34
4-5	81	36	70	52	41	55	67	63	64	52	55,5	42

The first horizontal line lists some personal skills, while the second horizontal line shows respondents from the Russian Federation (1) and respondents from the PRC (2). The first vertical column shows the scores used by respondents to assess the importance of these skills (from 1 – completely unimportant, to 5 – maximally important). The other vertical columns indicate the respondents' answers in per cent.

As it can be seen from the given data, the opinions of the first and the second groups of respondents diverge in assessing the importance of the skills of self-organization of the learning process, the ability to work in a group and the ability to take risks. Respondents of the first group evaluate these skills higher in importance. The skills of managing one's behavior in stressful situations, self-reflection and self-assessment skills are assessed by both groups of respondents approximately equally in importance. In terms of the frequency of use of self-reflection and self-assessment skills, the respondents of both groups rated them almost equally: ‘always use’ – 21%

of Group 1 and 19% of Group 2, ‘often’ – 29% and 26% respectively, ‘sometimes’ – 36% and 44%, ‘rarely’ – 7.5% and 11%, and ‘never’ – 2.5% (Group 1).

It is worth noting that all the skills of this subgroup were marked by all respondents as unimportant in importance to a greater or lesser extent. There are significant differences in the assessment of skills of self-organization of the learning process (1.7% of respondents of the first group and 30% of respondents of the second group rated them 1–2 points) and skills of taking risks (8.5% and 24% respectively).

Outcome 2

The third subgroup of skills included subject skills and research skills. This category in our respondents includes language skills and speaking skills, as well as some research skills such as understanding and interpreting a text, finding scientific sources, conducting research, writing articles, etc.

Table 2

Survey results for the subset of subject and research skills
 Результаты опроса для подгруппы предметных и исследовательских навыков

Mark	Listening		Reading		Speaking		Writing		Finding Scientific Sources		Comprehension and interpretation of text	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1-2	6	45	5	30	8	50	6	45	9	51	5	23
3	13	40	16	45	19	34	18	40	30	32	20	40
4-5	81	15	79	25	73	26	76	15	61	17	75	37

The first horizontal line lists some skills of this subgroup, while the second horizontal line shows respondents from the Russian Federation (1) and respondents from the PRC (2). The first vertical column shows the scores used by respondents to assess the importance of these skills (from 1 – completely unimportant, to 5 – maximally important). The other vertical columns indicate the respondents' answers in per cent.

The majority of respondents of the first group (more than 70%) assessed subject skills as important (4–5 points), while respondents of the second group assessed the same skills as of average importance (3 points). At the same time, the respondents of both the first and the second groups do not divide receptive and productive speech skills by importance. As for research skills, the participants of both groups rated them as of average importance (3 points) in approximately equal proportion. However, 61 per cent and 75 per cent of respondents in the first group considered these same skills to be the most important (4–5 points), compared to 17 per cent and 37 per cent of respondents in the second group. At the same time, there are respondents in both groups who, to a greater or lesser extent, rate these skills as unimportant (1–2 points).

In terms of assessing their ability to use these skills in their work, 42% and 20% of respondents in both groups respectively can ‘always’ organize their thoughts when speaking or writing. However, only 20% and 7% of respondents can plan what they will write or what they will talk about.



Outcome 3

The fourth subgroup includes cognitive skills relevant to concepts such as attention, memory, problem-solving, and critical thinking. Symmetrically, some of these skills were analyzed in the first and second subgroup.

Table 3

Survey results for the subgroup of cognitive skills
 Результаты опроса для подгруппы когнитивных навыков

Mark	Focusing on the problem and holding attention		Use different types of memory		Identify problems and find solutions		Find arguments to support arguments		Evaluate the weight of an argument		Draw valid conclusions	
	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1-2	19	19	11	31	3	24	5	20	6	23	2	21
3	13	35	32	39	17	32	19	38	14	36	43	39
4-5	68	46	57	30	80	44	76	42	80	41	45	40

The above-mentioned skills in the assessment of satisfactory (3 points) practically do not diverge in both groups. These skills (1-2 points) are mainly considered ‘unimportant’ by the respondents of the second group. The ability to draw reasonable conclusions is assessed as ‘important’ (4-5 points) equally by respondents of both groups. However, the other skills of this subgroup are rated as ‘important’ (4-5 points) mainly by the respondents of the first group.

The fifth subgroup includes metacognitive skills related to the stages of planning, monitoring and evaluating one's own activities. Partial assessment of these skills by the respondents is given above when analyzing the skills of other subgroups. Here we would like to emphasize that the importance of metacognitive/metacognitive skills is noted by 50% and 44% of both groups of respondents. However, only 50% and 35% of respondents from the first and second groups can transfer these skills and use them when studying other disciplines and performing tasks in a variety of situations, respectively.

After the survey, some of the students participated in the pilot training. The final test, conducted at the end of the experimental training, showed an improvement in the results of the participants (at the same time it should be noted that a detailed description of the practical results of the experimental training is beyond the limits of the research under consideration). In the final survey, all participants came to the conclusion that academic success should depend on the level of development of metacognitive/metacognitive skills. Students also agreed that they had not previously given due importance to the skills of planning and monitoring their activities. As a result, the majority of students demonstrated their intention to continue developing and improving metacognitive/metacognitive skills.

Discussion

The survey results show that both Russian and Chinese students generally agree on the importance of most skills, which the respondents classified as metacognitive, for academic

success, particularly in areas such as problem-solving, memory, goal-setting, and metacognitive skills. This suggests a universal recognition of these skills as foundational for academic achievement.

While the importance of skills is similarly rated, there are notable differences in self-assessment and the frequency of skill application. Russian students tend to rate their personal competence in the skills in question higher than Chinese students, who often rate themselves lower despite acknowledging the skills' importance.

Russian students are more confident in their problem-solving and analytical abilities, with 44% and 34% rating themselves highly (4-5 points) compared to 27% and 15% of Chinese students.

Both groups recognize the importance of note-taking, but Russian students report using these skills more frequently (26% "always use" vs. 15% for Chinese students). This may indicate that Russian students are more accustomed to active learning strategies that involve summarization and organization of information.

Memory is highly valued by both groups, but Russian students according to their opinion are more confident in their ability to retain and reproduce information (71% rate themselves 4-5 points vs. 45% of Chinese students). This could reflect differences in teaching methods, which require to place greater emphasis on memorization and recall.

Both groups value goal-setting and planning, but Russian students are more likely to set clear goals and track their progress (20% "always set clear goals" vs. 7% for Chinese students). This suggests different approaches to complete academic tasks. Russian students place higher importance on self-organization, group work, and risk-taking skills compared to Chinese students.

For example, 81% of Russian students rated self-organization as important (4-5 points), compared to only 36% of Chinese students. This may reflect cultural differences in the opposition individualism-collectivism, with Russian students valuing independence and initiative more highly. Both groups recognize the importance of metacognitive skills (planning, monitoring, and evaluating one's activities), with 50% and 44% of Russian and Chinese students, respectively, acknowledging their significance.

However, only 50% of Russian students and 35% of Chinese students feel confident in applying these skills across different disciplines and tasks. This suggests a gap between recognizing the importance of metacognitive skills and effectively implementing them.

The survey highlights the need for targeted training in metacognitive and cognitive skills.

It follows that educational programs should consider cultural differences in skill perception and application. For example, Chinese students may benefit from more structured training in self-organization, goal-setting, and independent problem-solving.

The pilot training showed that students improved their metacognitive skills, indicating that explicit instruction in planning, monitoring, and evaluating one's work can enhance academic success. The study included 185 students, which is a relatively small sample. Future research could expand the sample size and include students from other disciplines to generalize the findings.

The survey results align with and provide empirical support for existing views on metacognition and the development of self-regulated learning (SRL). The results of the analytical observation of how the findings corroborate established theories and concepts in these areas are presented below (Table 4).

The survey results generally confirm existing theories on metacognition and SRL, particularly the importance of these skills for academic success and the potential for improvement through targeted training. The findings also add nuance to the existing theories by highlighting cultural and contextual factors that influence the development and application of metacognitive and self-regulatory skills. This underscores the need for culturally adaptive approaches to teaching and learning.



Table 4

Analysis of how the findings corroborate established theories and concepts
 Сравнение результатов опроса с устоявшимися теориями и понятиями

Metacognitive skills application areas	Existing Views	Survey Findings
Metacognition and its importance	Metacognition, which involves awareness and regulation of one's own thinking processes, is widely recognized as a critical factor in academic success. It includes skills such as planning, monitoring, and evaluating one's learning activities.	The survey confirms that students recognize the importance of metacognitive skills, with 50% of Russian students and 44% of Chinese students acknowledging their significance. This aligns with the established view that metacognition is a key component of effective learning.
Self-regulated learning (SRL)	SRL involves the ability to set goals, plan, monitor progress, and adapt strategies to achieve learning objectives. It is closely linked to metacognition, as effective self-regulation requires metacognitive awareness and control.	The survey highlights that students value goal-setting and planning (78% and 75% positive ratings, respectively) but struggle with tracking progress and applying these skills consistently. For example, only 20% of Russian students and 7% of Chinese students reported always setting clear goals, and even fewer consistently tracked their progress.
Metacognitive training and skill development	Research shows that metacognitive skills can be developed through explicit training, leading to improved academic performance and self-regulation.	The pilot training conducted as part of the study demonstrated that students improved their metacognitive skills, as evidenced by the final test results. This supports the view that targeted interventions can enhance metacognition and SRL.
Cognitive and metacognitive skills interplay	Cognitive skills (e.g., memory, attention, problem-solving) and metacognitive skills are interdependent. Effective learning requires both the ability to process information and the ability to regulate and reflect on one's learning processes.	The survey grouped skills into cognitive and metacognitive categories, and the results show that students recognize the importance of both. For example, memory was highly valued by both groups, and metacognitive skills like planning and monitoring were also acknowledged as important. However, the lower self-assessment scores for metacognitive skills compared to cognitive skills suggest that students may find metacognitive regulation more challenging to develop and apply.
Cultural and educational influences	Cultural and educational contexts play a significant role in shaping students' approaches to learning and their development of metacognitive and self-regulatory skills.	The differences between Russian and Chinese students reflect the influence of cultural and educational systems. For example, Russian students' higher confidence in independent problem-solving and self-organization may stem from an educational system that emphasizes individual responsibility and critical thinking. In contrast, Chinese students' lower self-assessment scores may reflect a more collective and exam-oriented educational culture that places less emphasis on independent learning strategies.

Conclusion

The survey reveals that while Russian and Chinese linguistics students share similar views on the importance of skills for academic success, there are significant differences in self-assessment and skill application. Russian students tend to be more confident in their abilities, particularly in problem-solving, memory, and self-organization, while Chinese students often rate themselves lower despite recognizing the importance of these skills. Both groups acknowledge the critical role of metacognitive skills but struggle with their practical application. These findings underscore the need for tailored educational interventions to bridge the gap between skill recognition and implementation, with a particular focus on metacognitive training. Additionally, cultural and educational differences should be considered when designing curricula to support students' academic and professional development.

The survey provides strong evidence supporting existing views on metacognition and self-regulated learning. It confirms that metacognitive skills are essential for academic success and that students can improve these skills through explicit training. However, the findings also highlight the challenges students face in applying these skills and the influence of cultural and educational contexts. This suggests that while the theoretical foundations of metacognition and SRL are well-established, practical implementations must consider individual and cultural differences to be effective. The study reinforces the need for educational programs to incorporate metacognitive training and foster self-regulated learning skills, particularly in diverse and multicultural settings.

Acknowledgements

Sincere thanks to Professor Li Yajun, Doctor of Pedagogical Sciences, at Harbin Normal University (Harbin, Heilongjiang Province, People's Republic of China) for conducting the experiment with the students for this paper.

Благодарность

Выражаем искреннюю благодарность профессору Ли Яцзюню, доктору педагогических наук, Харбинский педагогический университет (Харбин, провинция Хэйлунцзян, Китайская Народная Республика,) за проведение эксперимента со студентами для проведения данного исследования.

References

- Arianto F., Hanif M. 2024. Evaluating metacognitive strategies and self-regulated learning to predict primary school students' self-efficacy and problem-solving skills in science learning. *Journal of Pedagogical Research*, 8(3): 301–319. DOI: [10.33902/JPR.202428575](https://doi.org/10.33902/JPR.202428575)
- Ben-David A., Orion N. 2013. Teachers' Voices on Integrating Metacognition into Science Education. *International Journal of Science Education*, 35(18): 3161–3193.
- Chekun O.A., Grigorayn A.E. 2023. Development of students' metacognitive skills in online learning of a professional foreign language. *Pedagogy and Psychology of Education*, 1: 137–149 (in Russian).
- Dawson T. 2016. Metacognition and Learning in Adulthood. South Park Terrace, Northampton.
- Dhieb-Henia N. 2003. Evaluating the effectiveness of metacognitive strategy training for reading research articles in an ESP context. *English for Specific Purposes*, 22: 387–417.
- Dignath C., Büttner G. 2008. Components of fostering self-regulated learning among students. A meta-analysis on intervention studies at primary and secondary school level. *Metacognition Learning*, 3(3): 231–264. DOI: [10.1007/s11409-008-9029-x](https://doi.org/10.1007/s11409-008-9029-x)
- Flavell J.H. 1976. MC aspects of problem-solving. Chapter 12. In: *The Nature of Intelligence*. Ed. L.B. Resnick. Hillsdale, NJ, Erlbaum Assoc: 231–235.
- Flavell J.H. 1979. Metacognition and cognitive monitoring: A new area of cognitive-developmental inquiry. *American Psychologist*, 34(10): 906–911. DOI: [10.1037/0003-066X.34.10.906](https://doi.org/10.1037/0003-066X.34.10.906)
- Gurat M.G., Medula Jr.C.T. 2016. Metacognitive Strategy Knowledge Use through Mathematical Problem Solving amongst Pre-service Teachers. *American Journal of Educational Research*, 4(2): 170–189.
- Dennis J.L., Somerville M.P. 2023. Supporting thinking about thinking: examining the metacognition theory-practice gap in higher education. *Higher Education*, 86: 99–117.



- Karlen Y. 2016. Differences in students' metacognitive strategy knowledge, motivation, and strategy use: A typology of self-regulated learners. *The Journal of Educational Research*, 109(3): 253–265.
- Karpov A.A. 2017. Osnovy sovremennoj metakognitivnoj psikhologii [Fundamentals of Modern Metacognitive Psychology]. Yaroslavl, Publ. Yaroslavskij gosudarstvennyj universitet im. P.G. Demidova, 151 p.
- Kintsel A.E. 2023. Teaching Metacognitive Skills and Methods of Assessing Their Formation in Connection with Academic Success. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Social'no-gumanitarnye issledovaniya i tekhnologii*, 12(3): 79–85. DOI: [10.12737/2306-1731-2023-12-3-79-85](https://doi.org/10.12737/2306-1731-2023-12-3-79-85)
- Makhova V.V., Zanina O.N. 2024. Metacognitive strategies in text-based activities (for legal texts). *Development of education*, 7(1): 53–60 (in Russian). DOI: [10.31483/r-108836](https://doi.org/10.31483/r-108836)
- Markova E.S., Shirokikh A.Yu., Aleksandrova A.Ye. 2024. Critical thinking as the basis of language teachers' professional development: Experimental analysis. *Pedagogy and Psychology of Education*, 3: 174–193 (in Russian). DOI: [10.31862/2500-297X-2024-3-174-193](https://doi.org/10.31862/2500-297X-2024-3-174-193)
- Mehrak R., Maral K. 2012. Metacognitive strategies awareness and success in learning English as a foreign language: an overview. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 31: 73–81.
- Perkins D. 1992. Smart schools: Better thinking and learning for every child. New York, NY, Free Press.
- Rahman S., Yasin R.M., Ariffin S.R., Hayati N., Yusoff S. 2010. Metacognitive Skill and the Development of Metacognition in the Classroom. In: Proceedings of the 8th WSEAS International Conference on Education and Educational Technology: 347–351.
- Savenkov A.I., Karpova S.I., Postavnev V.M. i dr. 2024. Kognitivnoe i metakognitivnoe razvitie lichnosti v sovremennoj obrazovatel'noj srede [Cognitive and metacognitive development of personality in the modern educational environment]. Moscow, Publ. Pero, 187 p.
- Verbitsky A., Kofechnikova Yu. 2017. The problem of the formation of meta-cognitions of students in context education. *Pedagogy and Psychology of Education*, 4. 118–130 (in Russian).
- Vershina T.S., Kocheva O.L. 2022. An integrated approach to the formation of metacognitive skills in professional retraining programs for translators. *Pedagogical Journal*, 12 (6A-2): 821–830.
- Vishnyakova O.D., Markova E.S., Leonov T.V. 2023. The Role of Prior Knowledge in Formative Assessment for Linguistic Competence Development. *Professional Discourse & Communication*, 5(4): 68–78 (in Russian). DOI: [10.24833/2687-0126-2023-5-4-68-78](https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-4-68-78)
- Vishnyakova O., Minyar-Belouchcheva A., Sergienko P., Vishnyakov E. 2020. Harmonizing different cognitive styles through reading. In: Proceedings of the 5th Internationale Conference on Studies in Humanities and Social Sciences (Belgrade, 24-28 June 2020). Eds. T.V. Petkova, V.S. Chukov. Belgrade, Center for Open Access in Science: 17–30. DOI: [10.32591/coas.e-conf.05.02017v](https://doi.org/10.32591/coas.e-conf.05.02017v)
- Volkova N.N., Gusev A.N. 2016. Cognitive styles: Controversial issues and research problems. *National Psychological Journal*, 2(22): 28–37 (in Russian). DOI: [10.11621/npj.2016.0203](https://doi.org/10.11621/npj.2016.0203)
- Vula E., Avdyli R., Berisha V., Saqipi B., Elezi Sh. 2017. The impact of metacognitive strategies and self-regulating processes of solving math word problems. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 10(1): 49–59. DOI: [10.26822/iejee.2017131886](https://doi.org/10.26822/iejee.2017131886)
- Zimmerman B.J. 2001. Theories of self-regulated learning and academic achievement: An overview and analysis. Chapter. In: Self-regulated learning and academic achievement. Eds. B.J. Zimmerman, D.H. Schunk. New York, Lawrence Erlbaum Associates: 1–38.
- Zimmerman B.J. 2008. Goal setting: A key proactive source of academic self-regulation. Chapter. In: Motivation and self-regulated learning. Theory, research and applications. Eds. D.H. Schunk, B.J. Zimmerman. New York, Lawrence Erlbaum Associates: 267–295.
- Zimmerman B.J. 2011. Motivational sources and outcomes of self-regulated learning and performance. Chapter 4. In: Handbook of self-regulation of learning and performance. Eds. B.J. Zimmerman, D.H. Schunk. New York, Routledge: 49–64.
- Zulkiply N. 2009. Metacognition and its relationship with students' academic performance. *The International Journal of Learning*, 15(11): 97–106.

Список литературы

- Arianto F., Hanif M. 2024. Evaluating metacognitive strategies and self-regulated learning to predict primary school students' self-efficacy and problem-solving skills in science learning. *Journal of Pedagogical Research*, 8(3): 301–319. DOI: [10.33902/JPR.202428575](https://doi.org/10.33902/JPR.202428575)
- Ben-David A., Orion N. 2013. Teachers' Voices on Integrating Metacognition into Science Education. *International Journal of Science Education*, 35(18): 3161–3193.

- Чекун О.А., Григорян А.Э. 2023. Развитие метакогнитивных умений студентов в процессе онлайн-обучения профессиональному иностранному языку. *Педагогика и психология образования*, 1: 137–149. DOI: [10.31862/2500-297X-2023-1-137-149](https://doi.org/10.31862/2500-297X-2023-1-137-149)
- Dawson T. 2016. *Metacognition and Learning in Adulthood*. South Park Terrace, Northampton.
- Dhieb-Henia N. 2003. Evaluating the effectiveness of metacognitive strategy training for reading research articles in an ESP context. *English for Specific Purposes*, 22: 387–417.
- Dignath C., Büttner G. 2008. Components of fostering self-regulated learning among students. A meta-analysis on intervention studies at primary and secondary school level. *Metacognition Learning*, 3(3): 231–264. DOI: [10.1007/s11409-008-9029-x](https://doi.org/10.1007/s11409-008-9029-x)
- Flavell J.H. 1976. MC aspects of problem-solving. Chapter 12. In: *The Nature of Intelligence*. Ed. L.B. Resnick. Hillsdale, NJ, Erlbaum Assoc: 231–235.
- Flavell J.H. 1979. Metacognition and cognitive monitoring: A new area of cognitive-developmental inquiry. *American Psychologist*, 34(10): 906–911. DOI: [10.1037/0003-066X.34.10.906](https://doi.org/10.1037/0003-066X.34.10.906)
- Gurat M.G., Medula Jr.C.T. 2016. Metacognitive Strategy Knowledge Use through Mathematical Problem Solving amongst Pre-service Teachers. *American Journal of Educational Research*, 4(2): 170–189. DOI: [10.12691/education-4-2-5](https://doi.org/10.12691/education-4-2-5)
- Dennis J.L., Somerville M.P. 2023. Supporting thinking about thinking: examining the metacognition theory-practice gap in higher education. *Higher Education*, 86: 99–117. DOI: [10.1007/s10734-022-00904-x](https://doi.org/10.1007/s10734-022-00904-x)
- Karlen Y. 2016. Differences in students' metacognitive strategy knowledge, motivation, and strategy use: A typology of self-regulated learners. *The Journal of Educational Research*, 109(3): 253–265. DOI: [10.1080/00220671.2014.942895](https://doi.org/10.1080/00220671.2014.942895)
- Карпов А.А. 2017. Основы современной метакогнитивной психологии. Ярославль, Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, 151 с.
- Кинцель А.Е. 2023. Обучение метакогнитивным навыкам и методы оценки их сформированности в связи с академической успешностью. *Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии*, 12(3): 79–85.
- Махова В.В., Занина О.Н. 2024. Метакогнитивные стратегии в текстовой деятельности (на примере англоязычных научных текстов). *Развитие образования*, 7(1): 53–60. DOI: [10.31483/r-108836](https://doi.org/10.31483/r-108836)
- Маркова Е.С., Широких А.Ю., Александрова А.Е. 2024. Критическое мышление как отправная точка профессионального развития педагогов-лингвистов: экспериментальный анализ. *Педагогика и психология образования*, 3: 174–193. DOI: [10.31862/2500-297X-2024-3-174-193](https://doi.org/10.31862/2500-297X-2024-3-174-193)
- Mehrak R., Maral K. 2012. Metacognitive strategies awareness and success in learning English as a foreign language: an overview. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 31: 73–81.
- Perkins D. 1992. *Smart schools: Better thinking and learning for every child*. New York, NY, Free Press.
- Rahman S., Yasin R.M., Ariffin S.R., Hayati N., Yusoff S. 2010. Metacognitive Skill and the Development of Metacognition in the Classroom. In: *Proceedings of the 8th WSEAS International Conference on Education and Educational Technology*: 347–351.
- Савенков А.И., Карпова С.И., Поставнев В.М. и др. 2024. Когнитивное и метакогнитивное развитие личности в современной образовательной среде. Москва, Перо, 187 с.
- Verbitsky A., Kofeinkova Yu. 2017. The problem of the formation of meta-cognitions of students in context education. *Pedagogy and Psychology of Education*, 4: 118–130.
- Вершинина Т.С., Кочева О.Л. 2022. Комплексный подход к формированию метакогнитивных навыков на программах профессиональной переподготовки переводчиков. *Педагогический журнал*, 12(6А–2): 821–830. DOI: [10.34670/AR.2022.50.82.093](https://doi.org/10.34670/AR.2022.50.82.093)
- Vishnyakova O.D., Markova E.S., Leonov T.V. 2023. The Role of Prior Knowledge in Formative Assessment for Linguistic Competence Development. *Professional Discourse & Communication*, 5(4): 68–78. DOI: [10.24833/2687-0126-2023-5-4-68-78](https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-4-68-78)
- Vishnyakova O., Minyar-Beloroucheva A., Sergienko P., Vishnyakov E. 2020. Harmonizing different cognitive styles through reading. In: *Proceedings of the 5th Internationale Conference on Studies in Humanities and Social Sciences (Belgrade, 24–28 June 2020)*. Eds. T.V. Petkova, V.S. Chukov. Belgrade, Center for Open Access in Science: 17–30. DOI: [10.32591/coas.e-conf.05.02017v](https://doi.org/10.32591/coas.e-conf.05.02017v)
- Волкова Н.Н., Гусев А.Н. 2016. Когнитивные стили: дискуссионные вопросы и проблемы изучения. *Национальный психологический журнал*, 2(22): 28–37. DOI: [10.11621/npj.2016.0203](https://doi.org/10.11621/npj.2016.0203)
- Vula E., Avdyli R., Berisha V., Saqipi B., Elezi Sh. 2017. The impact of metacognitive strategies and self-regulating processes of solving math word problems. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 10(1): 49–59. DOI: [10.26822/iejee.2017131886](https://doi.org/10.26822/iejee.2017131886)



- Zimmerman B.J. 2001. Theories of self-regulated learning and academic achievement: An overview and analysis. Chapter. In: Self-regulated learning and academic achievement. Eds. B.J. Zimmerman, D.H. Schunk. New York, Lawrence Erlbaum Associates: 1–38.
- Zimmerman B.J. 2008. Goal setting: A key proactive source of academic self-regulation. Chapter. In: Motivation and self-regulated learning. Theory, research and applications. Eds. D.H. Schunk, B.J. Zimmerman. New York, Lawrence Erlbaum Associates: 267–295.
- Zimmerman B.J. 2011. Motivational sources and outcomes of self-regulated learning and performance. Chapter 4. In: Handbook of self-regulation of learning and performance. Eds. B.J. Zimmerman, D.H. Schunk. New York, Routledge: 49–64.
- Zulkiply N. 2009. Metacognition and its relationship with students' academic performance. *The International Journal of Learning*, 15(11): 97–106.

Disclosure Statement. Basic language checks, including grammar and clarity improvements, were performed using Grammarly GO. All ideas, analyses, and writing were entirely of our own.

Заявление о раскрытии информации. Базовая проверка языка, включая грамматику и улучшение ясности изложения, была выполнена с помощью Grammarly GO. Все идеи, анализ и текст полностью авторские.

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 11.02.2026

Поступила после рецензирования 04.03.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received February 11, 2026

Revised March 04, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Вишнякова Ольга Дмитриевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английского языкознания филологического факультета, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия.

Маркова Елена Сергеевна, кандидат педагогических наук, доцент; доцент, эксперт Школы иностранных языков, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

Ахренова Наталья Александровна, доктор филологических наук, профессор, доцент кафедры теории и практики иностранных языков Института иностранных языков, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия.

Прохорова Ольга Николаевна, доктор филологических наук, профессор, директор Института межкультурной коммуникации и международных отношений, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Olga D. Vishnyakova, Doctor of Philological Sciences, Professor, Professor at the Department of English Linguistics, Faculty of Philology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

Elena S. Markova, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor; Associate Professor and Expert at the School of Foreign Languages, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia.

Natalia A. Akhrenova, Doctor of Philological Sciences, Professor, Associate Professor of the Department of Theory and Practice of Foreign Languages, Institute of Foreign Languages, Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia.

Olga N. Prokhorova, Doctor of Philological Sciences, Professor, Director of the Institute of Intercultural Communication and International Relations, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

УДК 37
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-153-159
EDN RTHDQZ

Наглядность в начальном образовании: исторический обзор и современные аспекты визуализации

Позднякова К.А., Шумилина Н.Г.

Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева
Россия, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95
madamlalori@gmail.com; shumilina-nadusha@yandex.ru

Аннотация. Цифровизация общества и трансформация когнитивных особенностей современных детей обуславливают переход классического принципа наглядности в феномен визуализации в начальном образовании. Цель исследования заключается в теоретическом обосновании перехода от классической наглядности к цифровой визуализации и разработке практических установок по сбалансированному применению визуальных средств, направленных на повышение эффективности усвоения знаний и развитие когнитивных способностей младших школьников. В работе представлен историко-педагогический анализ развития средств наглядности от античности до цифровой эпохи. Обоснована значимость визуальных инструментов в начальной школе с учётом наглядно-образного мышления детей младшего школьного возраста. Раскрыт дидактический потенциал трёх типов реализации наглядности: иллюстративного, развивающего и созидательного. Особое внимание уделено рискам избыточной цифровизации и научно обоснованным критериям сбалансированного применения визуальных средств, обеспечивающим сохранение деятельностного и культурологического компонентов обучения.

Ключевые слова: визуализация, принцип наглядности, развивающее обучение, начальная школа, когнитивное развитие, педагогические технологии

Для цитирования: Позднякова К.А., Шумилина Н.Г. 2026. Наглядность в начальном образовании: исторический обзор и современные аспекты визуализации. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 153–159. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-153-159 EDN RTHDQZ

Visualization in Primary Education: A Historical Review and Modern Aspects of Visualization

Kristina A. Pozdnyakova, Nadezhda G. Shumilina

Orel State University
95 Komsomolskaya St., Orel 302026, Russian Federation
salahova-gyuzel@mail.ru; shadrina2007@mail.ru

Abstract. The digitalization of society and the transformation of the cognitive characteristics of modern children are driving the transition from the classical principle of visualization to the phenomenon of visualization in primary education. The aim of the study is to provide a theoretical justification for the transition from classical visualization to digital one and to develop practical guidelines for the balanced use of visual aids aimed at increasing the efficiency of knowledge acquisition and the development of cognitive abilities in primary school students. This paper presents a historical and pedagogical analysis of the development of visual aids from antiquity to the digital age. The importance of visual tools in primary school is substantiated, taking into account the visual-figurative thinking of young school-age children. The authors reveal the didactic potential of three types of visual aids: illustrative, developmental, and creative.



Particular attention is paid to the risks of excessive digitalization and scientifically substantiated criteria for the balanced use of visual aids, ensuring the preservation of the activity-based and cultural components of learning.

Keywords: visualization, principle of clarity, developmental learning, primary school, cognitive development, pedagogical technologies

For citation: Pozdnyakova K.A., Shumilina N.G. 2026. Visualization in Primary Education: A Historical Review and Modern Aspects of Visualization. *Issues of Journalism, Pedagogy, Linguistics*, 45(1): 153–159 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-153-159 EDN RTHDQZ

Введение

В условиях стремительной цифровизации социокультурного пространства трансформируются ключевые компоненты образовательного процесса в начальной школе – от целей обучения и профессиональной терминологии до методик преподавания. Особую значимость в этом контексте приобретает феномен визуализации, ставший закономерным этапом эволюции классического принципа наглядности. Если исторически наглядность опиралась преимущественно на реальные предметы, иллюстрации и схемы, то современная визуализация системно интегрирует цифровые инструменты и мультимедийные ресурсы (анимации, интерактивные приложения, инфографику), что открывает новые возможности для формирования базовых понятий, развития логического мышления и поддержания познавательного интереса младших школьников. При этом сохраняется фундаментальная психолого-педагогическая закономерность: мышление детей 6–10 лет носит наглядно-образный характер, поэтому визуальные средства не просто облегчают восприятие информации, но создают естественную среду познания, соответствующую возрастным особенностям их когнитивного развития.

Теоретический фундамент принципа наглядности закладывался в течение столетий: от античных философских концепций до классических дидактических систем Я.А. Коменского [1982], И.Г. Песталоцци [1981] и К.Д. Ушинского [2012]. В работах Л.С. Выготского [1999], П.Я. Гальперина [1985] и В.В. Давыдова [1996] была аргументирована определяющая роль зрительных образов в генезисе мыслительных операций и формировании метапредметных компетенций. Современные исследования (Е.М. Сергейчик [2021], А.Е. Чернов [2022], С.В. Иванова [2020], И.В. Роберт [2021], М.А. Чошанов [2011]) фиксируют качественный переход к этапу «цифровой визуализации», однако системное осмысление этого феномена в начальном образовании остаётся неполным. В частности, недостаточно изучены риски избыточной цифровизации (снижение деятельностного компонента, утрата культурологической составляющей), не в полной мере разработаны критерии отбора визуальных средств с учётом возрастных особенностей учащихся 1–4 классов, а также механизмы баланса между инновационными технологиями и традиционными методами обучения. Кроме того, важно пересмотреть подходы к отбору визуального контента: он должен строго соответствовать психофизиологии младших школьников.

Цель исследования заключается в теоретическом обосновании перехода от классической наглядности к цифровой визуализации и разработке практических установок по сбалансированному применению визуальных средств, направленных на повышение эффективности усвоения знаний и развитие когнитивных способностей младших школьников.

Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования выступили фундаментальные труды классиков педагогической мысли, начиная с античности и заканчивая современными публикациями, которые позволяют проследить эволюцию принципа наглядности. Нормативно-

методические документы и учебно-методические комплексы для начальной школы позволили изучить практику применения различных визуальных средств, включая иллюстрации, схемы, инфографику, анимации и интерактивные приложения.

Методы исследования включали: историко-педагогический анализ – позволил проследить генезис и этапы развития принципа наглядности, сопоставить его трактовки в различных исторических периодах; анализ и синтез – использовались для систематизации научных представлений о визуализации как новом этапе реализации наглядности, уточнения типологии (иллюстративный, развивающий и созидательный типы) и выявления их дидактического потенциала; сравнительно-сопоставительный метод – для соотнесения традиционных и цифровых форм наглядности, выявления преемственности и новаций в их применении в начальной школе; контент-анализ учебно-методических материалов и цифровых ресурсов – позволил определить спектр визуальных средств, используемых в обучении младших школьников, и оценить их соответствие возрастным особенностям учащихся 1–4 классов; метод критического анализа источников – использовался для выявления противоречий и рисков, связанных с избыточной цифровизацией наглядности; метод моделирования – позволил разработать научно обоснованные рекомендации по сбалансированному применению визуализации, сочетающие цифровые инструменты с традиционными методами обучения и учитывающие активную позицию учащегося.

Генезис и современная трансформация принципа наглядности в начальном общем образовании

Визуализация – уникальный феномен современной образовательной системы и одно из наиболее заметных социокультурных явлений, которое особенно востребовано в начальном образовании. Яркое, наглядное визуальное сопровождение теоретической части обучения перестало быть новшеством и прочно вошло в повседневную практику начальной школы: зрительная коммуникация на уроке стала устойчивым трендом последних лет. Для младших школьников, мышление которых носит преимущественно наглядно-образный характер, визуальные средства не просто облегчают восприятие, а создают естественную среду познания, соответствующую возрастным особенностям их когнитивного развития [Прудникова, 2021].

Идея наглядности занимала видное место в истории и педагогики. Основы сенсорного познания закладывались ещё в античной философии (Аристотель [1976], Платон [1999], Сенека [1977]), где подчёркивалась связь между чувственным восприятием и формированием образа мира. Дальнейшее развитие идеи наглядности получили в эпоху Возрождения в рамках философии гуманизма. Педагогическая мысль этого периода (Э. Роттердамский [2001], Т. Мор [1978]) акцентировала внимание на эстетических и познавательных возможностях изобразительного искусства в процессе обучения. Эпоха характеризовалась интенсивным приращением научного знания в области естествознания и эмпирического наблюдения за природными явлениями. Систематизация данных воззрений нашла отражение в «Великой дидактике» Я.А. Коменского [1982]. Сформулированное им «золотое правило» гласит: «... всё, что только можно, предоставлять для восприятия чувствами, а именно: видимое – для восприятия зрением, слышимое – слухом, запахи – обонянием, что можно вкушать – вкусом, доступное осязанию – путём осязания». На данном историческом этапе была обоснована концептуальная идея, получившая развитие в последующие периоды: наглядность является гносеологическим фундаментом для развития мыслительных операций обучающихся.

Следующим этапом, в рамках которого дидактический принцип наглядности обрёл качественно новые характеристики, стала эпоха Просвещения. Дж. Локк [1988] и Ж.-Ж. Руссо [1981] рассматривали наглядность как эффективный инструмент всестороннего развития личности и формирования социально значимых качеств индивида.



Анализируя педагогический потенциал данного принципа, мыслители акцентировали внимание на активизации когнитивных процессов: эмпирического наблюдения, анализа и логического мышления. В эпоху Просвещения произошла существенная трансформация требований к человеку как субъекту образовательного процесса, а также пересмотр условий, необходимых для его становления. В качестве приоритетных целей воспитания выдвигались способность индивида к преодолению жизненных трудностей и достижение успеха в условиях неопределённости, вне зависимости от исходных ресурсных возможностей личности.

В XIX веке вектор педагогических исследований сместился с изолированного развития когнитивных способностей к идее всестороннего формирования личности и раскрытия её индивидуального потенциала. В данный период психология конституируется как самостоятельная наука, что во многом предопределило углубление теоретического базиса принципа наглядности. Его усложнение с целью стимулирования мыслительных операций легло в основу трудов таких выдающихся педагогов-мыслителей, как И.Г. Песталоцци [1981], Ф.А.В. Дистервег [1956], К.Д. Ушинский [2012] и др. Примечательно, что именно И.Г. Песталоцци [1981] первым предпринял попытку дать психологическое обоснование дидактической значимости наглядности. Оригинальную трактовку данного принципа в контексте апперцепции предложил также И.Ф. Герbart [1940]. Учёными был разработан широкий спектр авторских методик и учебных пособий, позволивших детально проработать различные аспекты визуального обучения. К рубежу XIX–XX веков в социально-культурном пространстве оформился запрос на признание уникальности детской личности, что обусловило популярность концепций «свободного воспитания» и педоцентризма, оказавших существенное влияние на дальнейшую эволюцию наглядных методов.

Таким образом, принцип наглядности, эволюционировавший на протяжении столетий, трансформировался в многогранный феномен визуализации. Последний характеризуется приоритетным использованием инфографики, интеллектуальных карт и мультимедийных моделей для репрезентации учебных данных. Особую актуальность данный процесс приобретает в начальной школе, где происходит формирование базовых когнитивных структур и дескриптивных навыков обучающихся.

В современной педагогической науке выделяются три ключевых вектора реализации принципа наглядности:

1. Иллюстративный – ориентирован на усиление перцепции через прямое восприятие наглядного образа.
2. Развивающий – рассматривает наглядность как инструмент комплексного формирования личностных качеств.
3. Созидательный – выступает средством стимуляции самореализации, исследовательской активности и творческого познания окружающего мира [Аранова, Гасанова, 2020].

Несмотря на дидактический потенциал, стремительное развитие цифрового инструментария порождает риск нивелирования собственно педагогического компонента. В ряде случаев технологические возможности визуализации доминируют над образовательными целями, что является сущностным отличием современного этапа от классических периодов развития дидактики.

К негативным аспектам избыточной цифровизации следует отнести редукцию деятельностного компонента обучения, особенно в ситуациях, требующих самостоятельного конструирования и вербализации визуальных образов [Чернов, 2022]. Превалирование готовых технических решений может снижать когнитивную ценность учебного материала. Возникающее противоречие заключается в том, что визуализация как продукт современной культуры зачастую девальвирует культурологическую составляющую образовательного процесса [Сергейчик, 2021]. Признавая преимущество

визуализации и традиционной наглядности, необходимо интегрировать весь спектр методических возможностей, не ограничиваясь исключительно экранными образами.

Для сохранения дидактической устойчивости образовательной среды и обеспечения качественного формирования компетенций авторами предложен ряд концептуальных установок: соблюдение методического баланса: конвергенция цифровых инструментов с традиционными формами работы (например, сочетание интерактивного моделирования с выполнением заданий в бумажных рабочих тетрадях); активизация субъектной позиции учащегося: переход от пассивного созерцания к процессам самостоятельного создания, интерпретации и обсуждения визуального контента; соблюдение принципа возрастной адекватности: в 1–2 классах приоритет отдаётся предметной наглядности и конкретным изображениям; в 3–4 классах – постепенное внедрение абстрактных моделей (схем, графиков, инфографики) для стимулирования перехода к логическим операциям.

Заключение

Проведённое исследование позволило систематизировать современные подходы к реализации принципа наглядности в начальном общем образовании. Подтверждено, что современная визуализация является закономерным этапом эволюции классического принципа наглядности, адаптированным к императивам цифровой трансформации. Историко-педагогический генезис данной идеи – от античных трактатов до дидактических систем Я.А. Коменского, И.Г. Песталоцци и К.Д. Ушинского – свидетельствует о сохранении её фундаментального статуса. В условиях цифровизации визуализация трансформировалась из вспомогательного приема в системообразующий элемент учебного процесса, релевантный наглядно-образному характеру мышления младших школьников.

Уточнена типология реализации принципа наглядности в современной начальной школе, включающая три взаимодополняющих вектора:

- 1) иллюстративный, направленный на интенсификацию перцепции через прямое восприятие образа;
- 2) развивающий, ориентированный на формирование когнитивных операций и личностных качеств;
- 3) созидательный, стимулирующий исследовательскую активность и творческую самореализацию учащихся.

Выявлены системные риски, сопряжённые с деструктивным влиянием избыточной цифровизации: редукция деятельностного компонента обучения (пассивность субъекта познания), нивелирование культурологической составляющей и подмена педагогического целеполагания демонстрацией технических эффектов.

Для минимизации указанных рисков определён ряд педагогических условий, обеспечивающих эффективность визуализации:

1. Соблюдение методического баланса: системная интеграция цифровых инструментов с традиционными формами работы (например, использование интерактивного моделирования параллельно с ведением бумажных рабочих тетрадей).
2. Активизация субъектной позиции обучающегося: переход от рецептивного восприятия к самостоятельному конструированию и вербализации визуального контента.
3. Возрастная дифференциация: последовательный переход от предметной наглядности в 1–2 классах к абстрактному моделированию (схемам, графикам, инфографике) в 3–4 классах.

Настоящая работа сфокусирована преимущественно на отечественной педагогической традиции. Ограничением исследования является его теоретический характер, что определяет вектор дальнейших изысканий, связанных с экспериментальной проверкой предложенных условий на базе различных учебно-методических комплексов.

Таким образом, визуализация в начальной школе выступает не только техническим обновлением дидактики, но и эффективным инструментом достижения фундаментальных образовательных целей в цифровую эпоху.



Список литературы

- Аранова С.В. 2020. Формирование культуры визуализации учебной информации у учащихся: позиционный анализ. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 5(148): 43–48.
- Гасанова А.М. 2020. Педагогический потенциал наглядных средств обучения в развитии личности младших школьников. *Проблемы современного педагогического образования*, 67–4: 88–91.
- Выготский Л.С. 2024. Мышление и речь. Москва, АСТ, 576 с.
- Гальперин П.Я. 1985. Методы обучения и умственное развитие ребёнка. Москва, Издательство Московского государственного университета, 45 с.
- Гусейнов А.З., Турчин Г.Д. 2007. Развитие принципа наглядности в истории педагогики. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 7(1): 64–67.
- Давыдов В.В. 1996. Теория развивающего обучения. Москва, Образовательно-Производственный Центр «ИНТОР», 541 с.
- Исаев Л.Н. 2001. К.Д. Ушинский – основатель русской дидактической и методической школы. Автореф. дис. ... докт. пед. наук. Пятигорск, 28 с.
- Кокорева В.В., Вендина А.А. 2020. Графические модели как средство визуализации текстовых задач в начальной школе. *Kant*, 3(36): 284–289. DOI: [10.24923/2222-243X.2020-36.54](https://doi.org/10.24923/2222-243X.2020-36.54)
- Позднякова К.А., Юркина Э.А. 2021. Анализ проблем внедрения и широкого распространения цифровой образовательной среды в образовательных организациях Российской Федерации. *Ученые записки Орловского государственного университета*, 3(92): 274–276.
- Прудникова Т.И. 2021. Применение средств наглядности на уроках в начальной школе. *Проблемы современного педагогического образования*, 72–1: 244–246.
- Сергейчик Е.М. 2021. Визуализация образования: от книги к видео. *Журнал интегративных исследований культуры*, 3(2): 153–162. DOI: [33910/2687-1262-2021-3-2-153-162](https://doi.org/33910/2687-1262-2021-3-2-153-162)
- Хузина Л.Х., Нуриева А.Р. 2022. Средства наглядного обучения и их использования на уроках по предмету «окружающий мир» в начальной школе. *Вестник науки*, 3(2(47)): 21–25.
- Чернов А.Е. 2010. Принцип наглядности и его состояние в свете современных компьютерных технологий. *Наука и школа*, 1: 55–57.
- Юркина Э.А., Позднякова К.А. 2022. Роль проектной деятельности в учебном процессе современного школьника. В кн.: Современное общее образование: проблемы, инновации, перспективы. Материалы международной научно-практической конференции (г. Орёл, 25 февраля 2022 г.). Под ред. Т.М. Бакуровой и др. Орёл, Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева: 356–360.

References

- Aranova S.V. 2020. Development of the culture of the visualization of teaching information of students: positional analysis. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 5(148): 43–48.
- Gasanova A.M. 2020. Pedagogicheskii potentsial naglyadnykh sredstv obucheniya v razvitii lichnosti mladshikh shkol'nikov [The Pedagogical Potential of Visual Aids in the Personality Development of Primary School Students]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 67–4: 88–91.
- Vygotskij L.S. 2024. Myshlenie i rech' [Thinking and Speech]. Moscow, Publ. AST, 576 p.
- Gal'perin P.Ya. 1985. Metody obucheniya i umstvennoe razvitie rebyonka [Methods of Teaching and the Mental Development of the Child]. Moscow, Publ. Izda-tel'stvo Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta, 45 p.
- Guseinov A.Z., Turchin G.D. 2007. Development of Descriptive Principle in the History of Pedagogics. *Izvestiya of Saratov university. New series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 7(1): 64–67 (in Russia).
- Davydov V.V. 1996. Teoriya razvivayushchego obucheniya [Theory of developmental learning]. Moscow, Publ. Obrazovatel'no-Proizvodstvennyj Centr «INTOR», 541 p.
- Isaev L.N. 2001. K.D. Ushinskij – osnovatel' russkoj didakticheskoy i metodicheskoy shkoly [K.D. Ushinsky – the founder of the Russian didactic and methodological school]. Abstract dis. ... Doct. Ped. Sciences. Pyatigorsk, 28 p.

- Kokoreva V.V., Vendina A.A. 2020. Graphic models as a means of visualization text tasks in elementary school. *Kant*, 3(36): 284–289 (in Russia). DOI: [10.24923/2222-243X.2020-36.54](https://doi.org/10.24923/2222-243X.2020-36.54)
- Pozdnyakova K.A., Yurkina E.A. 2021. Analysis of the Problems of Implementation and Widespread Dissemination of the Digital Educational Environment in Educational Institutions of the Russian Federation. *Scientific Notes of Orel State University*, 3(92): 274–276 (in Russia).
- Prudnikova T.I. 2021. Primenenie sredstv naglyadnosti na urokakh v nachal'noj shkole [Using visual aids in primary school lessons]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 72–1: 244–246.
- Sergeychik E.M. 2021. Visualization of education: From books to videos. *Journal of Integrative Cultural Studies*, 3(2): 153–162 (in Russia). DOI: [33910/2687-1262-2021-3-2-153-162](https://doi.org/33910/2687-1262-2021-3-2-153-162)
- Khuzina L.Kh., Nuriyeva A.R. 2022. Means of Visual Teaching and Their Use in Lessons on the Subject "The World Around Us" in Primary School. *Vestnik nauki*, 3(2(47)): 21–25.
- Chernov A.Ye. 2010. Development of a Principle of Visibility and its State in the Light of Modern Computer Technologies. *Science and school*, 1: 55–57 (in Russia).
- Yurkina E.A., Pozdnyakova K.A. 2022. The Role of Project Activity in the Educational Process of Modern Schoolchildren. In: *Sovremennoe obshchee obrazovanie: problemy, innovacii, perspektivy* [Modern General Education: Problems, Innovations, Prospects]. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Oryol, February 25, 2022). Ed. T.M. Bakurova i dr. Oryol, Publ. Orlovskij gosudarstvennyj universitet imeni I.S. Turgeneva: 356–360.

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 11.02.2026

Поступила после рецензирования 04.03.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received February 11, 2026

Revised March 04, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Позднякова Кристина Андреевна, ассистент кафедры теории и методики начального общего образования, Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, г. Орёл, Россия.

Шумилина Надежда Геннадьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики начального общего образования, Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, г. Орёл, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Kristina A. Pozdnyakova, Assistant of the Department of Theory and Methods of Primary General Education, Orel State University, Orel, Russia.

Nadezhda G. Shumilina, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Theory and Methods of Primary General Education, Orel State University, Orel, Russia.



УДК 37.02
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-160-172
EDN VITKWH

Ценностно-смысловой компонент профессиональной подготовки будущих сотрудников полиции

Хисматулина Н.В.

Санкт-Петербургский университет МВД России
Россия, 198206, Санкт-Петербург, ул. Лётчика Пилютова, д. 1
khisnatalya@yandex.ru

Аннотация. В условиях многокомпонентности профессиональной деятельности правоохранителей, требующей высокой степени ответственности, особую важность приобретает подготовка специалистов, осознающих гуманитарную миссию своей профессии. При этом анализ современного состояния профессионального образования будущих сотрудников полиции выявляет проблему недостаточной сформированности у них ценностно-смысловой ориентации, что выражается в редукции понимания службы как деятельности по решению узковедомственных задач вне контекста служения обществу. Недостаточная разработанность в научном знании вопросов реализации ценностно-смыслового компонента в системе высшего образования МВД России обуславливает необходимость целенаправленного исследования требуемых педагогических условий. Цель исследования – обосновать эффективность и выявить педагогические условия реализации ценностно-смыслового компонента профессиональной подготовки будущих сотрудников полиции. В работе интерпретируется концепция метапредметности в высшем образовании как целостное постижение профессии, выходящее за рамки освоения разрозненных дисциплин. Раскрываются теоретические основы гуманитарно-антропологического подхода; подчеркивается важность развития self-компетенции как способности проявлять заботу о других вследствие глубокой внутренней работы по обретению самости – самостроительства в себе человека и профессионала. Для оценки эффективности реализации педагогического замысла представлены результаты апробации разработанного учебника по английскому языку, обогащенного метапредметными элементами. Диагностика выявила положительную динамику в развитии профессионального самоотношения курсантов экспериментальной группы, что подтверждает значимость развития ценностно-смысловой метапредметной компетенции в подготовке специалистов, ориентированных на служение государству и обществу.

Ключевые слова: сущность метапредметности, ценности и смыслы профессии, профессия полицейского, профессия служения, профессиональная подготовка, высшее образование, профессиональное самоотношение, гуманитарно-антропологический подход, self-компетенция

Для цитирования: Хисматулина Н.В. 2026. Ценностно-смысловой компонент профессиональной подготовки будущих сотрудников полиции. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 160–172. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-160-172 EDN VITKWH

A Value-Meaning Component in Professional Training of Future Police Officers

Natalya V. Khismatulina

Saint Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia
1 Letchik Pilyutov St., Saint Petersburg 198206, Russian Federation
khisnatalya@yandex.ru

Abstract. In the context of the multifaceted nature of law enforcers' work, requiring a high degree of responsibility, it is particularly important to train specialists who understand the humanitarian mission of their profession. At the same time, an analysis of the current state of professional police training reveals a

problem related to an insufficiently developed value-meaning orientation – as a result, the trainees' understanding of professional activity is reduced to solving narrowly specialised tasks out of the context of serving society. The lack of academic research concerning the implementation of the value-meaning component within the higher education system of the Ministry of Internal Affairs of Russia highlights the need for systematic study of relevant pedagogical conditions. The aim of the research is to substantiate the effectiveness of and identify the pedagogical conditions for implementing the value-meaning component of the meta-subject idea of the professional police training. The author focuses on the concept of meta-subject idea in higher education, interpreting it as a holistic mastering of the future profession that transcends learning separate disciplines. The article reveals the theoretical foundations of the humanitarian-anthropological approach; it emphasises the importance of developing self-competence as the ability of caring for others as a result of deep inner work on self-shaping as a person and a professional. To evaluate the implementation of the pedagogical concept, the author presents the results of testing the English language textbook designed with meta-subject elements. The diagnostic assessment revealed positive dynamics in the development of professional self-attitude in cadets of the experimental group, confirming the importance of developing value-meaning meta-subject competence in training specialists devoted to their profession and focused on serving the state and society.

Keywords: meta-subject idea, professional values and meanings, profession of a police officer, profession for serving people, professional training, higher education, professional self-attitude, humanitarian-anthropological approach, self-competence

For citation: Khismatulina N.V. 2026. A Value-Meaning Component in Professional Training of Future Police Officers. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 160–172 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-160-172 EDN VITKWH

Введение

Профессиональная деятельность сотрудников полиции многокомпонентна. Они включены в производство оперативно-розыскных мероприятий, следственных действий, судебных экспертиз и т. д. В основе этой деятельности лежит осознание и принятие ответственности за результаты своего труда, поскольку его качество по определению решает судьбы людей и общества. Подготовка к профессии правоохранителя представляет собой сложный, глубокий процесс, требующий выхода за рамки узкодисциплинарного обучения. Метапредметный подход позволяет обучающимся в образовательном процессе не только освоить учебные дисциплины, но и получить целостное представление о профессии, ее смыслах и ценностях, что способствует профессиональному становлению и укрепляет веру в нужность своего труда, служения государству и обществу. Реализация ценностно-смысловой ориентации профессиональной подготовки будущих полицейских является, в соответствии с положениями философии традиций [М.В. Захарченко, 2006] и гуманитарно-антропологического подхода, описывающих условия ценностной преемственности в образовании, основой поступательного профессионального становления обучающихся как «деятелей, которые обрели смысл служения людям на стороне Добра, Закона и Правопорядка» [Илакавичус, 2023, с. 199]. Включение такой воспитательной компоненты в профессиональную подготовку будущих полицейских позволит укрепить органы внутренних дел специалистами по призванию, людьми, верными своей профессии, воспитанными на примерах своих предшественников, понимающими ценностную миссию своего вклада в мирную и безопасную жизнь общества, а не сотрудниками, набираемыми для закрытия вакансий (об острой фазе кадрового вопроса заявил на расширенной коллегии МВД 5 мая 2025 года президент России В.В. Путин ¹).

Метапредметный подход, получивший развитие в трудах Ю.В. Громько [2000], А.Г. Асмолова [2011], А.В. Хуторского [2012], изначально ориентированный на общее

¹ Расширенное заседание коллегии МВД. 2025. Президент России, 05.03.2025. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/deliberations%20/76408> (дата обращения: 11.10.2025).



образование, в контексте высшей школы рассматривается как средство целостного постижения действительности и профессионального самоопределения [Хисматулина, 2024б]. Гуманитарно-антропологический подход (В.И. Слободчиков [2010], М.Р. Илакавичус [2023]) акцентирует внимание на личностном измерении развития специалиста и интериоризации ценностей.

Анализ исследований позволил констатировать наличие следующих несоответствий: 1) реализуемых на ступени высшего образования целей и содержания профессиональной подготовки будущих полицейских объективно возросшим требованиям государства и общества к ценностно-смысловой насыщенности профессиональной деятельности сотрудников ОВД; 2) реализации исключительно узкопредметных целей и задач признанному научным сообществом надпредметному (метапредметному) потенциалу учебных дисциплин в формировании профессиональных смыслов.

В сегодняшних сложных социополитических условиях, когда принятие сотрудниками ОВД высокой гуманитарной миссии своей профессии приобретает исключительную важность, требуется разработка и реализация педагогических условий концептуального, методического, организационного характера. Однако в научном знании существует пробел, касающийся конкретизации педагогических условий реализации ценностно-смыслового компонента в профессиональной подготовке будущих сотрудников полиции.

Таким образом, цель исследования – обоснование эффективности и выявление педагогических условий реализации ценностно-смыслового компонента профессиональной подготовки будущих сотрудников полиции.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу исследования составили метапредметный и гуманитарно-антропологический подходы. Выбор данной методологии обусловлен тем, что именно эти подходы позволяют выйти за рамки узкодисциплинарной подготовки и сфокусироваться на личностном измерении развития специалиста, что критически важно для профессии правоохранителя, требующей высокой нравственной ответственности. Ключевыми разработчиками гуманитарно-антропологического подхода выступают В.И. Слободчиков [2010], М.Р. Илакавичус [2023]. Их работы определяют приоритет воспитательной задачи, нацеленной на интериоризацию ценностей и смыслов осваиваемой профессии. Метапредметный подход, получивший свое развитие в трудах Ю.В. Громыко [2000], А.Г. Асмолова [2011], А.В. Хуторского [2012], определяет метапредметность в качестве актуальной внепредметной составляющей любой дисциплины, а на ступени высшего образования – как средство целостного постижения действительности и профессионального самоопределения.

Организация исследования предполагала участие двух групп: экспериментальной (далее – ЭГ) и контрольной (далее – КГ). Эмпирическая база исследования сформирована на основе выборки курсантов 1–2 курсов Санкт-Петербургского университета МВД России (факультет подготовки сотрудников для оперативных подразделений). Общая численность выборки составила 62 человека – по 31 участнику в ЭГ и КГ. Социально-метрические характеристики участников диагностики были оценены как не имеющие значимых различий ($p > 0,05$), что подтверждает репрезентативность выборки и позволяет корректно сравнивать результаты опытно-экспериментальной работы.

Теоретические основы исследования

Для реализации педагогического замысла значимыми определены гуманитарно-антропологический и метапредметный подходы. В научной литературе не выявлено единой общепринятой интерпретации сущности «метапредметности», являющейся базовой категорией метапредметного подхода [Kanungo, Misra, 1992; Громыко, 2000; Dimitrova, 2008; Асмолов и др., 2011; Хуторской, 2012; Орбодоева, 2014; Бурханова, 2018;

Мухамедьярова, 2021; Назарова, 2021; Россинская, 2022; Chuang, Liang, 2022; Михайлова, 2023], значимого для нашего исследования, что требует обращения к семантическому полю префикса «мета», который заключает в себе значения: 1) выход за пределы чего-либо; 2) более высокий по отношению к предыдущему уровень описания объекта или системы¹; 3) переход к чему-то иному, перемена состояния². В образовательном контексте «метаяпредметность» несет в себе идею надпредметности, в корневой связке объединяющей различные учебные дисциплины.

Метаяпредметный подход, получивший свое развитие с конца XX века, изначально был ориентирован на ступень общего образования и разрабатывался научными школами Ю.В. Громько [2000], А.В. Хуторского [2012], А.Г. Асмолова [2011], которые, несмотря на различия в интерпретациях, единогласно признают метаяпредметность как первосмысл или первопричину образовательного процесса, призванную, согласно Н.В. Храмцовой, «объединять по вертикали отдельные ступени обучения и на уровне горизонтали устанавливать межпредметные связи» [Храмцова, 2016, с. 19]. Универсальная идея метаяпредметности в высшем образовании (профессиональном образовании) затрагивает *профессиональное самоопределение*, когда, помимо готовности выпускника к выполнению конкретных профессиональных задач на основе усвоенных специальных знаний и освоенных, требуемых по должности компетенций, первостепенное значение приобретает личностное измерение развития специалиста, достигаемое посредством глубокого смыслового постижения и ценностного присвоения сферы профессиональной деятельности. В научной литературе этот ценностно-смысловой компонент метаяпредметности, функционирующий как интегративная личностная надстройка над универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, регламентируемыми ФГОС ВО, получает уточнение через осмысление английского термина *self skills*, впервые введенного в научный тезаурус американским психологом Susan Harter как «озабоченность человека выстраиванием собственной самости» [Harter, 1999, p. 2] на основе само-развития, само-сознания, само-оценки, само-организации, само-реализации и т. д. Данный термин впоследствии был переосмыслен в отечественном педагогическом сообществе благодаря президенту Межрегиональной тьюторской ассоциации Т.М. Ковалевой, предложившей интерпретацию *self skills* как экзистенциально ориентированную «онтологическую заботу» сначала о себе, а затем и о других [Ковалева, 2020]. В логике Э.В. Галажинского *self skills* – это смещение фокуса «с оболочки внешней на внутреннюю, ядерную. <...> Это компетенция своего потенциала и развития, творческого строительства своей жизни»³, обретение сплошных линий в оформлении данной от природы «бесформенной самости» вследствие глубокой внутренней работы [Федичева, 2010, с. 143]. В профессиональном образовании культура «заботы о себе и о других» как регулятор деятельности субъекта осваивается в процессе постепенного принятия смыслов и ценностей будущей профессии и предвосхищения ее социальной значимости, что видится крайне важным в подготовке обучающихся к профессии правоохранителя, сотрудника полиции как служению и требует целенаправленного дидактического управления в педагогическом сопровождении. Наиболее соотносящимся с идеями метаяпредметности в развитии *self skills* в научном сообществе называют гуманитарно-антропологический подход.

¹ Большой толковый словарь русского языка. 2000. Под ред. С.А. Кузнецова. Санкт-Петербург, Норинт. С. 536.

² Крысин Л.П. 2012. Современный словарь иностранных слов. Москва, АСТ-ПРЕСС КНИГА. URL: <https://megabook.ru/article/Мета...%20—%20Толковый%20словарь%20иностраных%20слов%20Л.П.%20Крысина> (дата обращения: 11.10.2025)

³ Кужелева-Саган И. 2019. Селф-компетенции как «философский камень». Официальный сайт Томского государственного университета, 11.11.2019. URL: <https://news.tsu.ru/projects/word-to-the-rector/self-kompetentsii-kak-filosofskiy-kamen/> (дата обращения: 08.08.2025).



Гуманитарно-антропологический подход [Слободчиков, 2010; Илакавичус, 2023], лежащий в основе *концептуальных условий* реализации педагогического замысла, ориентирует образовательный процесс на целостное восприятие обучающегося, а не только на оценку его соответствия или несоответствия социальным/профессиональным ролям. В рамках профессионального воспитания данный подход акцентирует внимание на зрелости личности, ее способности к нравственной оценке своих действий, рефлексивному самосовершенствованию как основы последующей заботы о других. Эталоном образования в этом случае, по классификации А.В. Шувалова, является *homo novus* (от лат. – ‘человек новый, обновленный, преображенный в деятельном стремлении к Добру и Истине’), прошедший уже этапы *homo faber* (от лат. – ‘человек мастеровитый’, обладающий необходимым набором знаний, умений, навыков – компетенций) и *homo liber* (от лат. – ‘человек свободный’, познавший себя, идущий своим путем) [Шувалов, 2010]. Ключевой компетенцией для такого человека выступает *self-компетенция*, проявляющаяся в «умении работать со своим собственным ядром, <...> заниматься самостроительством в себе человека и профессионала»¹. Согласно В.И. Слободчикову, образование, выстраиваемое на принципах гуманитарно-антропологического подхода, представляет собой «особую антропопрактику, практику вочеловечивания» [Слободчиков, 2010, с. 13], то есть практику не просто формального приращения у обучающихся необходимых для решения профессиональных задач знаний, умений, навыков, а создание условий для обретения своего образа как человека, освоения смыслов и ценностей своего сообщества, в том числе профессионального. Важным понятием гуманитарно-антропологического подхода видится также «другодоминантность» – термин, введенный А.А. Ухтомским [Ухтомский, 2002; Ткаченко и др., 2018], определяющий необходимое качество человека в социальном взаимодействии с другими людьми (способность увидеть в них нечто большее, чем собственное отражение), которое крайне важно развивать особенно в профессии полицейского, основная задача которого в идеале состоит в помощи Другому человеку на принципах Добра, Истины, Бескорыстия и т. п. и в осознании того, что от собственных действий может зависеть не только судьба, но и жизнь человека.

Концептуально *self-компетенция* на основе принципов «вочеловечивания» и «другодоминантности» определяет *методические условия* развития ценностно-смыслового компонента метапредметности: диалоговые методы обучения (активное вовлечение обучающихся в процесс познания через обсуждение и обмен мнениями) и сам диалог как таковой о системных ценностях профессии; задания-активаторы дискуссии (стимулирование активного слушания, критического анализа информации, создания обучающимися авторских встречных текстов на основе осмысленных рефлексий). При этом ключевую роль играет реализация *организационных условий* по созданию групповых форм работы в развитии учебно-профессионального сообщества, определенного конструктивным взаимодействием, совместным переживанием событий, личностным присвоением жизненных смыслов явлений и ситуаций, что и создает условия освоения обучающимися ценностно-смысловой метапредметной компетенцией.

Результаты и их обсуждение

Педагогический замысел автора был реализован посредством профессионально ориентированной иноязычной подготовки, предметное содержание которой было дидактически обогащено элементами метапредметности, в том числе значимым для исследования ценностно-смысловым компонентом. В рамках исследования был разработано и апробировано учебное пособие по дисциплине «Английский язык»², в котором идеи гуманитаризации и

¹ Кужелева-Саган И. 2019. Селф-компетенции как «философский камень». Официальный сайт Томского государственного университета, 11.11.2019. URL: <https://news.tsu.ru/projects/word-to-the-rector/self-kompetentsii-kak-filosofskiy-kamen/> (дата обращения: 08.08.2025).

² Парнюк Н.В., Хисматулина Н.В., Пугачева С.А. 2025. Английский язык. С.-Пб., СПб., 128 с.

метапредметности (развитие self-компетенции у будущих сотрудников полиции) нашли свое отражение в содержании заданий, (1) стимулирующих поддержание активного межличностного взаимодействия в конструктивном диалоге (предпосылка организации учебно-профессионального сообщества), в дискуссии, в обсуждении ценностно-смысловых цитат и проблемных вопросов из области будущей профессиональной деятельности (например: *A law enforcement officer is said to be a community changer. Why? Share your ideas; Why do you think the police work is not only about professionalism, but about humanity as well?; There is a good word of advice: "In you day-to-day work hero status may never come your way. But in doing your best, you are giving people their best hope for a better destiny. Believe in your role in society, and work that way. As a hero". What message would you send to police officers?;* и т. п.); (2) активизирующих рефлексию обучающихся, внешне реализующейся в озвучивании внутренне проработанных встречных текстов с соблюдением алгоритма рассуждения «тезис – доказательство – вывод» (например, *Read some of the real "Thank you cards to the Police"¹ and comment on their main idea: "Your ability to de-escalate tense situations with a calm word is remarkable. We're grateful for your people skills", "Behind the badge is a person. Thank you for your humanity in uniform", "In moments of crisis, your reassuring presence makes all the difference. Thank you for being there" и т. п.).* Подобные задания сопровождают учебный материал практически на каждой странице учебника, что способствует подключению критического мышления, развитию образовательной субъектности, реализации осмысленной авторской позиции по отношению к профессионально ориентированному предмету обучения.

В ходе педагогического эксперимента работа в ЭГ велась по разработанному учебному пособию, в КГ – по традиционным материалам кафедры. Диагностика результатов развития self-компетенции проводилась в отношении динамики его показателей: 1) знание о своей профессии; 2) профессиональное самоотношение – в начале (далее – «на входе») и в конце (далее – «на выходе») иноязычной подготовки.

Содержание эссе, посредством которого оценивался **показатель № 1 «Знание о своей профессии»** «на входе» не выявило значимых различий между участниками КГ и ЭГ. Среди наиболее типичных ответов отметим следующие (формулировки сохранены): «Работа сотрудника правоохранительных органов – поддерживать порядок в стране, защищать права и свободы граждан» (90 %); «Основная роль полиции – расследовать и раскрывать преступления» (82 %); «Полиция – силовая структура, она должна наводить страх на преступников» (75 %); «Работа полиции – одна из самых напряженных. У полиции нет выходных. Сотрудники должны быть наготове 24 часа в сутки» (75 %). Анализ большинства текстов респондентов выявил понимание ценностного смысла своей профессии на уровне обывателя: профессия сложная, но интересная, играет большую роль в обществе в поддержании порядка и раскрытии правонарушений. Контент-анализ эссе четырех участников как в КГ, так и в ЭГ определил незрелое знание о работе полицейского, сформированное на основе художественной литературы и современных телесериалов (формулировки сохранены): «Я пошел в полицию, потому что с детства мечтал раскрывать преступления, как Шерлок Холмс»; «Я представляю профессию полицейского так, как она показана в сериале "Ментовские войны"»; «Я думаю, что я буду бегать с оружием за плохими парнями, как в фильмах. Мне кажется, это круто». В двух эссе в КГ присутствовало рассуждение гуманитарного характера о миссии профессии полицейского, однако в личной беседе респонденты признались, что текст эссе им сгенерировал искусственный интеллект и они, не вдумываясь в содержание, механически переписали его. Пояснить суть уже написанного текста они не смогли.

Результаты контент-анализа эссе «на выходе» (к концу второго года обучения) выявили следующее: знание о профессии и в КГ, и в ЭГ стало более структурированным – все курсанты

¹ Ash S. 2024. 60+ Thank You Police Quotes (Officers or Cops). THENAMENOOK, 16.08.2024. URL: <https://thenamenook.com/thank-you-police-quotes/> (дата обращения: 11.10.2025).



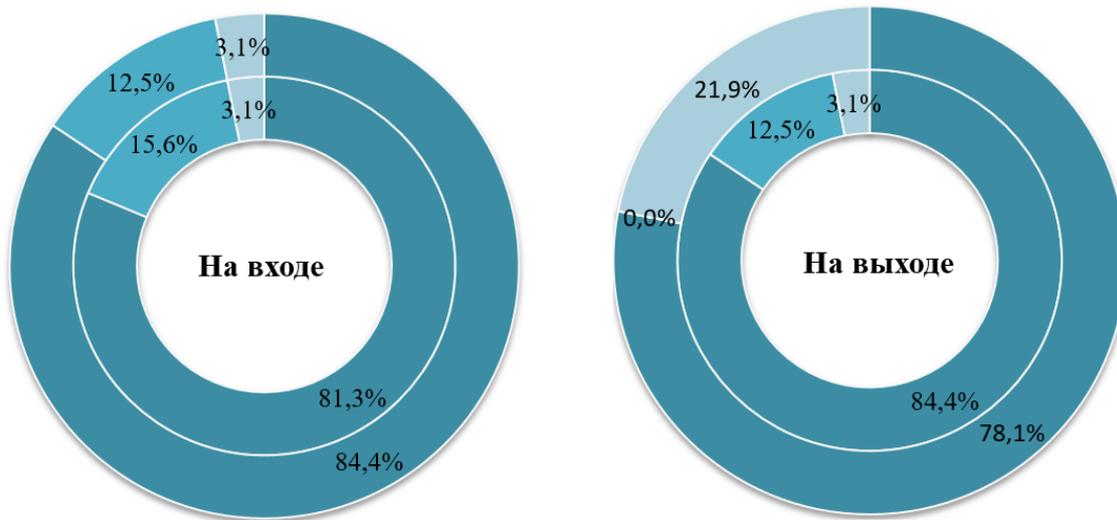
достаточно четко представляют свою будущую деятельность согласно должностным инструкциям и квалификационным требованиям, ориентируются в структуре правоохранительных органов, четко понимают иерархию системы, осознают важность не только реактивной (реакция на уже совершившиеся правонарушения), но и проактивной (профилактической) функции полиции. Однако в эссе КГ, помимо «правильных» формулировок, почти у всех респондентов присутствовало описание отрицательных сторон профессии полицейского – рассуждения о сложности и напряженности, дефиците кадров, запредельной нагрузке, ненормированности рабочего дня, невозможности официального дополнительного заработка и т. д. Десять респондентов (32 %) отмечали снижение мотивации в освоении профессии; в двух работах курсанты признались, что уже задумываются о смене профессии. Особенностью эссе респондентов ЭГ явилась защита идеи гуманитарности профессии полицейского, описание ее миссии как профессии служения, призвания, совести; понимание, что положительный образ полицейского – образ собирательный, «каждая частица которого – каждый сотрудник органов внутренних дел» (курсант П.). Приведем наиболее яркую цитату, демонстрирующую, на наш взгляд, полное принятие смыслов и ценностей профессии полицейского: «Не спрашивайте, по ком звонит колокол, он звонит по тебе – не спрашивайте, кто в ответе за благо государства, за спокойную жизнь людей, за мир на улицах и в домах, в ответе за всё это – каждый из нас, и я первый из всех» (курсант М.). Результаты диагностики первого показателя подчеркивают крайнюю необходимость педагогического сопровождения обучающихся в их профессиональном становлении, в целенаправленной заботе со стороны преподавателя о создании условий для развития у них *self*-компетенции.

Показатель 2 «Профессиональное самоотношение» оценивался «на входе» и «на выходе» посредством авторского опросника, направленного на выявление личностно-значимых смыслов и ценностей профессии полицейского. Данный опросник был апробирован ранее в рамках диссертационного исследования автора о возможностях развития метакомпетенций на примере обучающихся по специальности 40.05.03 Судебная экспертиза. Интересно, что результаты, полученные при диагностике будущих судебных экспертов и будущих оперативных работников полностью совпали (при одинаковом количестве респондентов выборки) [Хисматулина, 2024б].

Вопрос № 1: *«Выберите наиболее близкое Вам определение полиции. Полиция – это ...»*. Если в начале профессионально ориентированной иноязычной подготовки ответы КГ и ЭГ практически не имели различий, то диагностика «на выходе» выявила у респондентов ЭГ больший акцент на человекоориентированное определение полиции (рис. 1).

Вопрос № 2 *«Выберите наиболее близкую Вам ценностную ориентацию Вашей будущей профессии. Профессия “Полицейский” для меня ...»*. Отметим, что анализ ответов КГ выявил противоречие: на начальном этапе исследования респонденты КГ продемонстрировали явно выраженную ориентацию на антропоцентрическую составляющую в ценностной структуре профессии полицейского, однако данный факт контрастирует с результатами анализа эссе и ответами на предыдущий вопрос. Объясним такое противоречие стремлением респондентов к социально желаемым ответам, что подтверждается результатами анализа ответов на следующий вопрос опросника. В то же время в ответах ЭГ наблюдается отчетливая динамика развития профессионального самоотношения, принятие ценностей профессии служения (рис. 2).

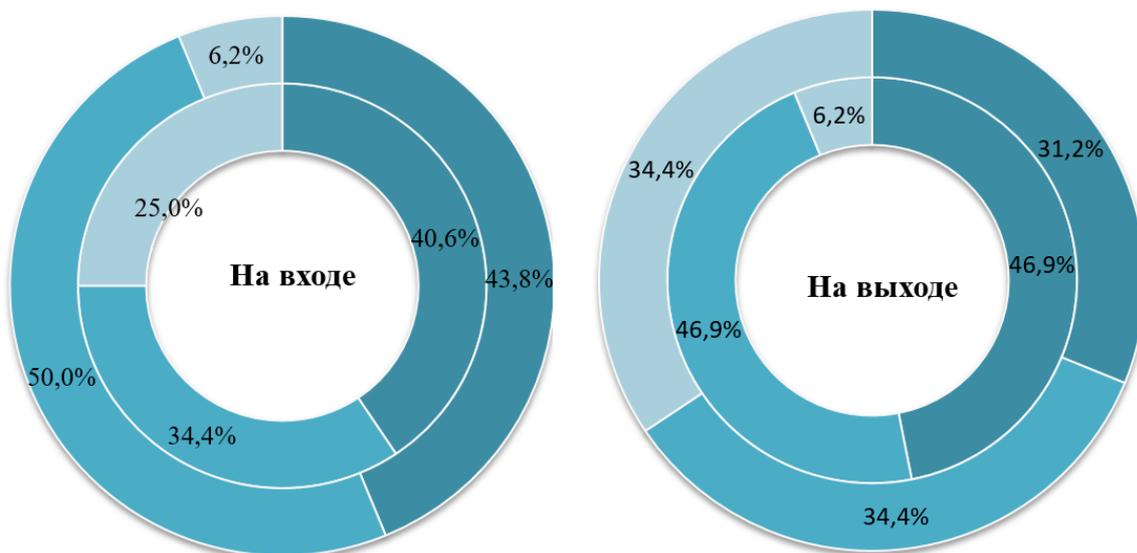
Вопрос № 3: Практико-ориентированная задача: *«Выберите наиболее близкий Вам вариант действий в ситуации, когда Вы опаздываете на службу, но по пути видите, что кому-то стало плохо»*. Из КГ только 2 обучающихся выбрали человекоориентированный подход, тем самым подтвердив отсутствие стабильной ориентации на человека. «На выходе» процент значительно увеличен. В ЭГ «на выходе» ориентацию на человека продемонстрировали 100 % обучающихся (рис. 3).



- структура, противодействующая преступности и обеспечивающая общественную безопасность
- структура, наделенная властными полномочиями
- структура, предназначенная для оказания помощи всем, кто в ней нуждается

Рис. 1. Диагностика определения полиции респондентами КГ и ЭГ «на входе» и «на выходе» (внешний круг – ответы ЭГ, внутренний круг – ответы КГ)

Fig. 1. Diagnostic assessment of the police definition by respondents of the Control Group (CG) and Experimental Group (EG) “at the input” and “at the output” (outer circle – EG’s answers, inner circle – CG’s answers)



- ориентирована на контроль законности в обществе
- ориентирована на борьбу с противоправными действиями
- ориентирована на человека

Рис. 2. Диагностика определения ценностных смыслов профессии «Полицейский» респондентами КГ и ЭГ «на входе» и «на выходе» (внешний круг – ответы ЭГ, внутренний круг – ответы КГ)

Fig. 2. Diagnostic assessment of the definition of value meanings of the profession “Policeman” by respondents of the CG and EG “at the input” and “at the output” (outer circle – EG’s answers, inner circle – CG’s answers)

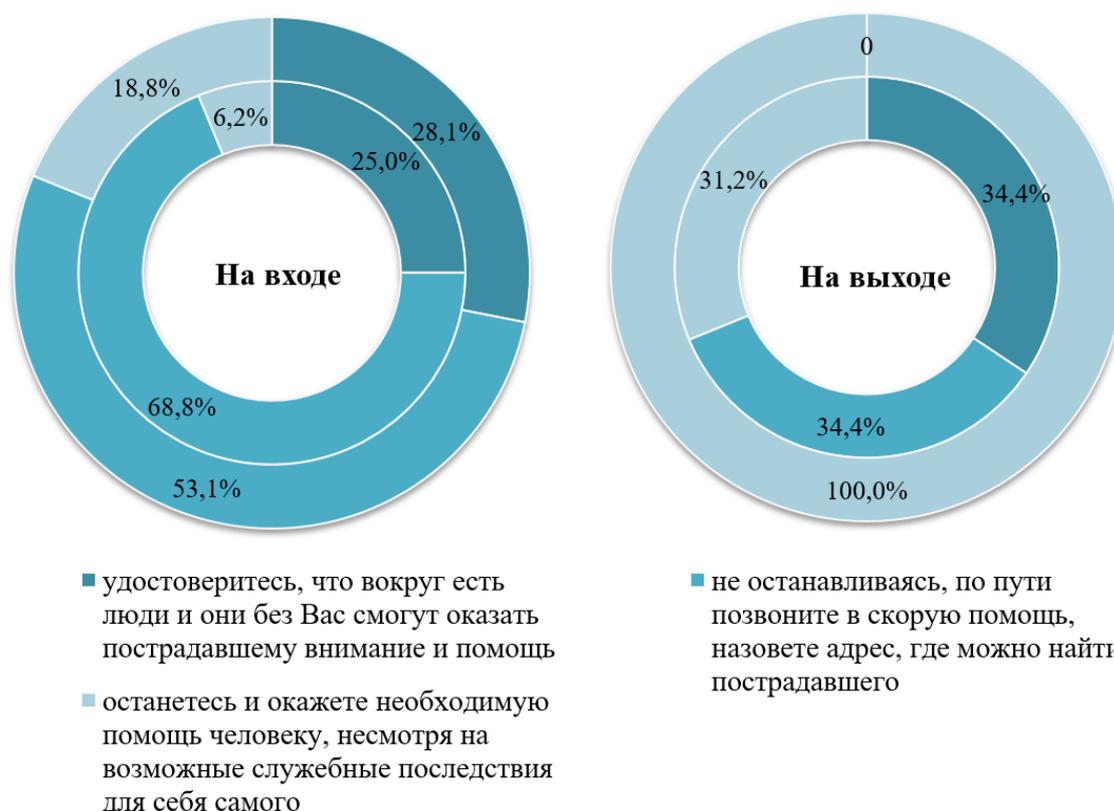


Рис. 3. Диагностика определения ценностных смыслов профессии «Полицейский» респондентами КГ и ЭГ «на входе» и «на выходе» в практической ситуации (внешний круг – ответы ЭГ, внутренний круг – ответы КГ)

Fig. 3. Diagnostic assessment of the definition of value meanings of the profession "Policeman" by respondents of the CG and EG "at the input" and "at the output" in a practical situation (outer circle – EG's answers, inner circle – CG's answers)

Вопрос № 4: «Раньше девиз полиции (еще со времен милиции) звучал «Служа России, служу народу». Сейчас «Служу России, служу Закону». Какая версия, по Вашему мнению, больше отражает смысл профессии полицейского? Дайте краткое пояснение». Большинство ответов респондентов КГ и ЭГ «на входе» выбрали вариант «служу Закону», объясняя свою точку зрения тем, что сотрудники полиции выполняют свои обязанности согласно Закону о полиции; «закон есть превыше всего» (курсант Р.). «На выходе» большинство респондентов ЭГ выбрали вариант «служу народу»: «Полицейские – это не только стражи закона и порядка. В первую очередь они находятся на передовой помощи людям» (курсант Д.), «Работа полицейского – всегда сочетание профессионализма и гуманизма» (курсант П.), «Сотрудник ОВД – это "человеческое лицо" закона» (курсант И.), «Задача полицейских – не только справиться с преступностью, но и не остаться равнодушным к человеку в беде» (курсант Б.).

Ответы обучающихся, полученные в ходе исследования, подтверждают положительную динамику развития профессионального самоотношения у будущих сотрудников полиции. Сравнительный анализ данных КГ и ЭГ в начале и конце профессионально ориентированной иноязычной подготовки позволил выявить качественные различия у обучающихся в понимании себя в профессии. Так, если респонденты КГ демонстрируют четкое понимание содержания будущей профессиональной деятельности и принятие себя как элемента системы по профилактике правонарушений, усилению законности, борьбы с преступниками, то респонденты ЭГ обогащают нормативный смысл профессии принятием идеи служения

обществу, что свидетельствует о развитии *self*-компетенции и возможности реализации ценностно-смыслового компонента метапредметности в профессиональном образовании будущих сотрудников полиции на основе целенаправленного педагогического сопровождения.

Заключение

Проведенное исследование подтвердило, что профессиональная подготовка будущих сотрудников полиции требует осмысления метапредметности как условия целостного профессионального становления обучающихся. Установлено, что именно ценностно-смысловой компонент выступает связующим звеном, позволяющим трансформировать разрозненные дисциплинарные знания в единое профессиональное мировоззрение. Гуманитарно-антропологический подход, определяющий развитие *self*-компетенции на основе «вочеловечивания» и «другодоминантности», явился эффективным инструментом в формировании профессиональной ценностно-смысловой ориентации курсантов. Выявлено, что ключевыми педагогическими условиями стали: диалоговость обучения, рефлексивные задания, создание учебно-профессионального сообщества. Апробация учебника, обогащенного метапредметными элементами, выявила качественные положительные изменения в профессиональном самоотношении респондентов экспериментальной группы – принятие смыслов профессии «Полицейский» как профессии служения, призвания, совести, долга, а также ценностной ориентации на помощь людям, что видится прочной основой подготовки профессионалов, способных к ответственному и осмысленному служению государству и обществу.

Дальнейшее совершенствование педагогического сопровождения в данном направлении позволит укрепить кадровый потенциал органов внутренних дел высококвалифицированными и преданными своему делу специалистами. Таким образом, цель исследования достигнута в полной мере: обоснована эффективность ценностно-смыслового компонента профессиональной подготовки будущих сотрудников органов внутренних дел, выявлены педагогические условия его интеграции в образовательный процесс, подтверждена результативность педагогического управления качественными положительными изменениями в профессиональном самоотношении обучающихся.

Список литературы

- Асмолов А.Г., Бурменская Г.В., Володарская И.А., Карабанова О.А., Молчанов С.В., Салмина Н.Г. 2011. Проектирование универсальных учебных действий в старшей школе. *Национальный психологический журнал*, 1(5): 104–110.
- Бурханова И.Ю. 2018. Формирование метапредметной компетентности магистрантов в условиях практики. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Москва, 24 с.
- Громько Ю.В. 2000. Мыследеятельностная педагогика (теоретико-практическое руководство по освоению высших образцов педагогического искусства). Минск, Технопринт, 376 с.
- Дылгырова Р.Д. 2014. Идеи метапредметности в истории педагогики. *Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Педагогика и психология*, 5(58): 6–13.
- Илакавичус М.Р. 2023. Профессиональная подготовка в современном образовании взрослых. *Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России*, 2(98): 193–200.
- Захарченко М.В. 2006. «Традиция и современность» как установки в самосознании и поведении человека. *Культура поведения в парадигме педагогики ненасилия*, 16-21.
- Ковалева Т.М. 2020. Группа Self skills как компетентностный язык формирования "онтологической заботы о себе". В кн.: Тьюторство в открытом образовательном пространстве: языки описания и работы с «самостью» – развитие личности; становление субъектности; формирование self skills. Материалы XIII Международной научно-практической конференции (XXV Всероссийской научно-практической конференции) (Москва, 27–28 октября 2020 г.). Москва, Ресурс: 17–23.
- Михайлова С.В. 2023. Развитие надпрофессиональных компетенций студентов технических направлений университета. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Екатеринбург, 28 с.



- Мухамедьярова Н.А. 2021. Формирование метапредметных компетенций у педагогов системы дополнительного образования детей. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Ярославль, 23 с.
- Назарова О.В. 2021. Особенности формирования готовности студентов к профессиональной деятельности дизайнера в условиях метапредметного обучения. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Ростов-на-Дону, 23 с.
- Орбодоева Л.М. 2014. Метакомпетентность как компонент содержания профессиональной иноязычной подготовки студентов в языковом вузе. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Педагогические науки*, 14(700):144–153.
- Россинская С.А. 2022. Формирование профессиональной метакомпетентности педагогов средствами облачных технологий в процессе повышения квалификации. Автореф. дис. ... канд. пед. наук. Орел, 24 с.
- Слободчиков В.И. 2010. Концептуальные основы антропологии современного образования. *Образование и наука*, 1(69): 11–22.
- Ткаченко А.С., Иванов Д.О., Березкина Е.Н. 2018. Философско-антропологический аспект учения А.А. Ухтомского о доминанте. *Педиатр*, 9(3): 128–136. DOI: [10.17816/PED93128-136](https://doi.org/10.17816/PED93128-136)
- Тоффлер Э. 2009. Третья волна. Пер. с англ. К.Ю. Бурмистрова и др. Под ред. П.С. Гуревич. Москва, АСТ, 795 с. (Toffler A. 1980. *The Third Wave*. William Morrow & Company, Year).
- Ухтомский А.А. 2002. Доминанта. Статьи разных лет. 1887-1939. СПб: Питер. 448 с.
- Федичева К.В. 2010. Забота о себе: философский, онтологический и этический аспекты. *Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина*, 3(2): 136–144.
- Хисматулина Н.В. 2024а. Модель развития метапредметных компетенций у будущих судебных экспертов средствами профессионально ориентированной иноязычной подготовки и результаты ее апробации. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*, 13(3(48)): 176–181.
- Хисматулина Н.В. 2024б. Развитие метапредметных компетенций у будущих судебных экспертов в образовательных организациях высшего образования МВД России средствами профессионально ориентированной иноязычной подготовки. Дис. ... канд. пед. наук. Санкт-Петербург, 215 с.
- Храмцова Н.В. 2016. Феномен метапредметности в современном образовании. *Педагогический ИМИДЖ*, 1(30): 17–22.
- Хуторской А.В. 2012. Метапредметное содержание общего образования и его отражение в новых образовательных стандартах. *Вестник Института образования человека*, 2: 11. URL: <http://eidos-institute.ru/journal/2012/200/Eidos-Vestnik2012-211-Khutorskoy.pdf> (дата обращения: 03.10.2025)
- Шувалов А.В. 2010. В поиске симфонии, или Три модели системы образования. *Вестник практической психологии образования*, 1(22): 42–49. URL: https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2010_n1/31894 (дата обращения: 09.10.2025)
- Chuang Y., Liang Ch.-Yu. 2022. Overeducation and skill mismatch of university graduates in Taiwan. *Review of Development Economics*, 26(3): 1693–1712. DOI: [10.1111/rode.12891](https://doi.org/10.1111/rode.12891)
- Dimitrova D. 2008. Das Konzept der Metakompetenz: Theoretische und empirische Untersuchung am Beispiel der Automobilindustrie. Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler, 239 p.
- Harter S. 1999. *The Construction of the Self: A Developmental Perspective*. Guilford Publications, 413 p.
- Kanungo R.N., Misra S. 1992. Managerial Resourcefulness: A Reconceptualization of Management Skills. *Human Relations*, 45(12): 1311–1332.
- Mansfield B. 2004. Competence in transition. *Journal of European Industrial Training*, 28(2–3–4): 296–309.
- Masuda Y. 1980. *The information society as post-industrial society*. Washington, DC, World Future Society, 171 p.

References

- Asmolov A.G., Burmenskaya G.V., Volodarskaya I.A., Karabanova O.A., Molchanov, S.V., Salmina N.G. 2011. Program of development of universal educational actions in high school. *National Psychological Journal*, 1(5): 104–110 (in Russian).
- Burkhanova I.Yu. 2018. Formirovanie metapredmetnoi kompetentnosti magistrantov v usloviyakh praktiki [Formation of meta-subject competence of master's students in practical training]. Abstract Cand. ... Ped. Sciences. Moscow, 24 p.

- Gromyko Yu.V. 2000. Mysledeyatel'nostnaya pedagogika (teoretiko-prakticheskoe rukovodstvo po osvoeniyu vysshikh obraztsov pedagogicheskogo iskusstva) [Thought-activity pedagogy (theoretical and practical guide to mastering the highest examples of pedagogical art)]. Minsk, Publ. Tekhnoprint, 376 p.
- Dylgyrova R.D. 2014. Ideas of meta-objectiveness in the history of pedagogics. *Scholarly Notes of Transbaikal State University. Series: Pedagogy, Psychology*, 5(58): 6–13 (in Russian).
- Iakavichus M.R. 2023. Professional training in modern adult education. *Vestnik of St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2(98): 193–200 (in Russian). DOI: [10.35750/2071-8284-2023-2-193-200](https://doi.org/10.35750/2071-8284-2023-2-193-200)
- Zaharchenko M.V. 2006. «Tradition and Modernity» as settings in human self-awareness and behaviour. *A culture of behaviour within the paradigm of non-violent pedagogy*, 16-21 (in Russian).
- Kovaleva T.M. 2020. Gruppa Self skills kak kompetentnostnyi yazyk formirovaniya "ontologicheskoi zaboty o sebe" [The Self-Skills Group as a Competence-Based Language for the Formation of "Ontological Self-Care"]. In: T'yutorstvo v otkrytom obrazovatel'nom prostranstve: yazyki opisaniya i raboty s «samost'yu» – razvitie lichnosti; stanovlenie sub"ektnosti; formirovanie self skills [Tutoring in an Open Educational Space: Languages of Description and Work with the "Self" – Personality Development; Establishment of Subjectivity; Formation of Self-Skills]. Proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference (XXV All-Russian Scientific and Practical Conference) (Moscow, October 27–28, 2020). Moscow, Publ. Resurs: 17–23.
- Mikhailova S.V. 2023. Razvitie nadprofessional'nykh kompetentsii studentov tekhnicheskikh napravlenii universiteta [Development of cross-professional competencies of students in technical fields of the university]. Abstract Cand. ... Ped. Sciences. Yekaterinburg, 28 p.
- Mukhamed'yarova N.A. 2021. Formirovanie metapredmetnykh kompetentsii u pedagogov sistemy dopolnitel'nogo obrazovaniya detei [Formation of meta-subject competencies in teachers of the children's supplementary education system]. Abstract Cand. ... Ped. Sciences. Yaroslavl, 23 p.
- Nazarova O.V. 2021. Osobennosti formirovaniya gotovnosti studentov k professional'noi deyatel'nosti dizainera v usloviyakh metapredmetnogo obucheniya [Characteristics of Students' Readiness for Professional Design in the Context of Interdisciplinary Learning]. Abstract Cand. ... Ped. Sciences. Rostov-na-Donu, 23 p.
- Orbodoeva L.M. 2014. Meta-competence as a Contents Component of Professional Language Learning at Linguistic Universities. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Pedagogical Studies*, 14(700):144–153 (in Russian).
- Rossinskaya S.A. 2022. Formirovanie professional'noi metakompetentnosti pedagogov sredstvami oblachnykh tekhnologii v protsesse povysheniya kvalifikatsii [Formation of professional metacompetence of teachers using cloud technologies in the process of advanced training]. Abstract Cand. ... Ped. Sciences. Orel, 24 p.
- Slobodchikov V.I. 2010. Conceptual basics of anthropology of modern education. *The Education and science journal*, 1(69): 11–22 (in Russian).
- Tkachenko A.S, Ivanov D.O, Berezkina E.N. 2018. Philosophical and anthropological aspect of A.A. Ukhtomsky's teaching about the dominant. *Pediatrician*, 9(3): 128–136 (in Russian). DOI: [10.17816/PED93128-136](https://doi.org/10.17816/PED93128-136)
- Toffler E.H. 2009. Tret'ya volna [The Third Wave]. Transl. from English K.Yu. Burmistrova i dr. Ed. P.S. Gurevich. Moscow, Publ. AST, 795 p. (Toffler A. 1980. The Third Wave. William Morrow & Company, Year).
- Uhtomskij A.A. 2002. Dominanta. Stat'i raznykh let. 1887-1939 [Dominanta. Articles from various years. 1887–1939]. SPb: Piter. 448 p. (in Russian).
- Fedicheva K.V. 2010. Self-caring: the philosophical, ontological and ethical aspects. *Pushkin Leningrad state university journal*, 3(2): 136–144 (in Russian).
- Khismatulina N.V. 2024a. Model of Developing Future Forensic Experts' Meta-Competencies Through Professionally Oriented Foreign Language Training and the Results of its Practical Implementation. *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, 13(3(48)): 176–181 (in Russian).
- Khismatulina N.V. 2024b. Razvitie metapredmetnykh kompetentsii u budushchikh sudebnykh ehkspertov v obrazovatel'nykh organizatsiyakh vysshego obrazovaniya MVD Rossii sredstvami professional'no orientirovannoi inoyazychnoi podgotovki [Development of meta-subject competencies of future forensic experts in educational institutions of higher education of the Ministry of Internal Affairs of



- Russia by means of professionally oriented foreign language training]. Dis. ... Cand. Ped. Sciences. St. Petersburg, 215 p.
- Khramtsova N.V. 2016. The Phenomena of “Metasubject” in Modern Education. *Pedagogical IMAGE*, 1(30): 17–22 (in Russian).
- Khutorskoj A.V. 2012. Metapredmetnoe sodержanie obshchego obrazovaniya i ego otrazhenie v novykh obrazovatel'nykh standartakh [Meta-subject content of general education and its reflection in new educational standards]. *Vestnik Instituta obrazovaniya cheloveka*, 2: 11. URL: <http://eidos-institute.ru/journal/2012/200/Eidos-Vestnik2012-211-Khutorskoy.pdf> (accessed: October 03, 2025)
- Shuvalov A.V. 2010. V poiske simfonii, ili Tri modeli sistemy obrazovaniya [In Search of a Symphony, or Three Models of the Education System]. *Bulletin of practical psychology of education*, 1(22) January–March: 42–49. URL: https://psyjournals.ru/journals/bppe/archive/2010_n1/bppe_2010_n1_31894.pdf (accessed: October 09, 2025)
- Chuang Y., Liang Ch.-Yu. 2022. Overeducation and skill mismatch of university graduates in Taiwan. *Review of Development Economics*, 26(3): 1693–1712. DOI: [10.1111/rode.12891](https://doi.org/10.1111/rode.12891)
- Dimitrova D. 2008. Das Konzept der Metakompetenz: Theoretische und empirische Untersuchung am Beispiel der Automobilindustrie [The concept of metacompetence: Theoretical and empirical investigation using the example of the automotive industry]. Betriebswirtschaftlicher Verlag Gabler, 239 p.
- Harter S. 1999. The Construction of the Self: A Developmental Perspective. Guilford Publications, 413 p.
- Kanungo R.N., Misra S. 1992. Managerial Resourcefulness: A Reconceptualization of Management Skills. *Human Relations*, 45(12): 1311–1332.
- Mansfield B. 2004. Competence in transition. *Journal of European Industrial Training*, 28(2–4): 296–309.
- Masuda Y. 1980. The information society as post-industrial society. Washington, DC, World Future Society, 171 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 10.11.2025

Поступила после рецензирования 06.03.2026

Принята к публикации 10.03.2026

Received November 10, 2025

Revised March 06, 2026

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Хисматулина Наталья Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский университет МВД России, г. Санкт-Петербург, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Natalya V. Khismatulina, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Saint Petersburg, Russia.

ЯЗЫКОЗНАНИЕ LINGUISTICS

УДК 81-23

DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-173-182

EDN XBOOKK

Семантика фразеологических единиц с числовым компонентом «ноль» в английском и китайском языках

¹ Багана Ж., ¹ Бунина К.С., ² Карпенко В.Н.¹ Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85² Краснодарский государственный институт культуры
Россия, 350072, г. Краснодар, ул. 40-летия Победы, д. 33
baghana@yandex.ru, miss.buni@mail.ru, nikita-61@mail.ru

Аннотация. В условиях глобализации и ускоренного научно-технического прогресса сохраняется значимость культурных кодов, заложенных в языке. Числовая символика, являясь универсальным элементом человеческой культуры, обладает глубоким национально-специфическим содержанием. Фразеологические единицы, в особенности китайские чэньюй, выступают концентрированным отражением исторического опыта, традиций и миропонимания народа. Целью данного исследования является выявление особенностей культурно обусловленной семантики китайских фразеологизмов с числовым компонентом «ноль» и их сопоставление с английскими аналогами для данного концепта. Для лингвокультурологического анализа методом сплошной выборки был отобран 71 чэньюй с компонентом «ноль». Все единицы были систематизированы в четыре категории: «беспорядок, хаос, разрушение, разрозненность», «стратегия, тактика, метод, способ действия», «незначительность», «упадок, слабость, одиночество». Установлено, что в китайской языковой картине мира компонент «ноль» обладает устойчивой негативной коннотацией и преимущественно символизирует активный процесс разрушения целостности, переход к состоянию фрагментарности, упадка и хаоса; в английском языке компонент zero функционирует главным образом как нейтральный маркер абстрактной точки на шкале, обозначая точку отсчета, абсолютный минимум, точную фокусировку или баланс сил. Таким образом, было выявлено, что китайское восприятие данного числового компонента является процессуальным и образным (визуализация распада, опадания), в то время как западное (английское) – статичным и концептуальным (ориентация на шкалу, модель, точку). Сделан вывод о том, что фразеологические единицы с числовыми компонентами служат яркими «культурными кодами». Сравнительный лингвокультурологический анализ наглядно демонстрирует, как одно и то же математическое понятие встраивается в разные национальные картины мира, приобретая принципиально различную ценностную нагрузку и образные ассоциации, что углубляет понимание специфики языкового сознания и культурного миропонимания.

Ключевые слова: фразеологическая единица, чэньюй, числовой компонент, «ноль», лингвокультурология, китайский язык, английский язык, сравнительный анализ.

Для цитирования: Багана Ж., Бунина К.С., Карпенко В.Н. 2026. Семантика фразеологических единиц с числовым компонентом «ноль» в английском и китайском языках. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 173–182. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-173-182 EDN XBOOKK



The Semantics of Idiomatic Expressions with the Numerical Component “Zero” in English and Chinese

¹ Jerome Baghana, ¹ Kseniia S. Bunina, ² Viktor N. Karpenko

¹ Belgorod State National Research University

85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russian Federation

² Krasnodar State Institute of Culture

33 40-Letiya Pobedy St., Krasnodar 350072, Russian Federation

baghana@yandex.ru, miss.buni@mail.ru, nikita-61@mail.ru

Abstract. In the context of globalization and accelerated scientific and technological progress, the significance of cultural codes embedded in language endures. Numerical symbolism, as a universal element of human culture, possesses profound nationally-specific content. Phraseological units, particularly Chinese chengyu, serve as a concentrated reflection of a people’s historical experience, traditions, and worldviews. The aim of this study is to identify the characteristics of the culturally determined semantics of Chinese idioms containing the numeral “zero” and to compare them with their English equivalents for this concept. For the purposes of linguistic and cultural analysis, 71 chengyu containing the numeral “zero” were selected using a comprehensive sampling method. All units were classified into four categories: “disorder, chaos, destruction, fragmentation”, “strategy, tactics, method, course of action”, “insignificance”, and “decline, weakness, loneliness”. It has been established that in the Chinese linguistic worldview, the “zero” component possesses a consistently negative connotation and predominantly symbolizes an active process of the destruction of wholeness, a transition to a state of fragmentation, decline and chaos; in English, the component “zero” functions primarily as a neutral marker of an abstract point on a scale, denoting a reference point, an absolute minimum, precise focus or a balance of forces. Thus, it has been established that the Chinese perception of this numerical component is processual and figurative (visualization of disintegration, falling), whilst the Western (English) perception is static and conceptual (orientation towards a scale, model, point). The findings allow us to conclude that phraseological units with numerical components serve as vivid “cultural codes”. A comparative linguistic and cultural analysis clearly demonstrates how the same mathematical concept is embedded in different national worldviews, acquiring fundamentally different value connotations and figurative associations, which deepens our understanding of the specifics of linguistic consciousness and cultural worldviews.

Keywords: phraseological unit, chengyu, numerical component, “zero”, linguacultural studies, the Chinese language, the English language, comparative analysis

For citation: Baghana J., Bunina K.S., Karpenko V.N. 2026. The Semantics of Idiomatic Expressions with the Numerical Component “Zero” in English and Chinese. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 173–182 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-173-182 EDN XBOOKK

Введение

На фоне стремительного развития науки и новых идеологий многовековые традиции и постепенно утрачивают свою актуальность. Между тем многие фундаментальные элементы человеческой культуры, такие как символика чисел, сохраняют свою значимость. Числа, будучи неотъемлемой частью повседневного опыта людей по всему миру, представляют собой сложные семиотические коды. Их расшифровка крайне важна для понимания как собственной культурной идентичности, так и для постижения других уникальных цивилизаций.

Числовой компонент играет особую роль в составе китайских фразеологических единиц, которые служат ценным источником сведений об особенностях мировоззрения одной из самых древних цивилизаций мира, отражая быт, традиции и культурное развитие народа. Значимость числового компонента обусловлена глубокой символикой, которую

числа имели в традиционной китайской культуре. Каждое число связано с философскими концепциями, историческими событиями и особенностями национального миропонимания.

По определению Ахмановой, фразеологическая единица – «это лексически неделимое, устойчивое в своем составе и структуре, целостное по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы»¹. Чэньюй – это фразеологическая единица китайского языка, И.В. Войцехович предлагает следующее определение данному термину – «это устойчивое фразеологическое словосочетание (чаще четырехсловное), построенное по нормам древнекитайского языка, семантически монолитное, с обобщенно переносным значением, носящее экспрессивный характер, функционально являющееся членом предложения» [Войцехович, 2007, с. 18].

Изучением фразеологических единиц с числовым компонентом занимались такие ученые, как М.А. Аверина, Т.Н. Хомутова [2013]; Я. Ди [2016]; Я. Ди, Л.А. Киселева [2016]; Е.С. Доника [2018]; Е.В. Высторопец [2020]; Е.О. Малышева, Д.Ю. Леонова [2020]; М.А. Бредис, О.В. Ломакина, Б. Сюэ [2023]; А.Е. Ефименко, Н.А. Ефименко [2023]; О.А. Хо, О.Г. Кобжицкая [2024] и др. Данные и многие другие исследователи отмечают тесную связь между фразеологическими единицами, культурой и историей того или иного народа. Как утверждает О.А. Корнилов в книге «Жемчужины китайской фразеологии», чэньюй могут передавать не только «универсальность общечеловеческого жизненного опыта безотносительно к этническим особенностям, но и отражать национально-специфические акценты осмысления бытия»².

В настоящее время отсутствует точное определение термина «лингвокультурологический анализ». Однако понятие «лингвокультурология» определяется В.В. Красных, как «дисциплина, изучающая проявление, отражение и фиксацию культуры в языке и дискурсе, непосредственно связанную с изучением национальной картины мира, языкового сознания, особенностей ментально-лингвистического комплекса» [Красных, 2002, с. 12]. Из этого следует, что лингвокультурологический анализ – это метод исследования, который изучает взаимосвязь и взаимовлияние языка и культуры. Поскольку язык не просто отражает культуру, а является ее важнейшей частью и ключом к ее пониманию, сравнительный анализ функционирования одного и того же числа в идиоматике разных языков позволит выявить как универсальные, так и национально-специфические черты языковой картины мира. Ди Яогуанг, Л.А. Киселева в своей научной работе отметили, что «для культуры важен язык, но не только в его коммуникативной функции, а и в иной – как орудие мышления, как способ отражения, накопления и хранения социального опыта людей» [Ди, Киселева, 2016, с. 77].

В данной работе мы рассмотрим китайские фразеологические единицы с числовым компонентом «ноль» посредством лингвокультурологического анализа, классифицируем их на категории, а также проведем сопоставительный анализ с фразеологическими единицами английского языка.

Материалы и методы исследования

Эмпирическую базу исследования составили китайские фразеологические единицы (чэньюй), отобранные методом сплошной выборки из авторитетных лексикографических источников, в частности – Большого китайско-русского словаря (БКРС). Основной корпус материала включает 71 чэньюй, содержащий числовой компонент «ноль». Для сопоставления и анализа был привлечен корпус фразеологических единиц английского языка, отобранный из Кембриджского словаря.

¹ Ахманова О.С. 1966. Словарь лингвистических терминов. Москва, Советская энциклопедия. С. 494.

² Корнилов О.А. 2005. Жемчужины китайской фразеологии. Москва, ЧеРо. С.11.



Методологическая база исследования опирается на принципы лингвокультурологического и сопоставительного анализа. Применялся комплекс лингвистических методов: метод сплошной выборки для формирования репрезентативной выборки языковых единиц; описательно-аналитический метод для характеристики семантики и структуры чэньюй; метод семантической категоризации для выявления и систематизации значений числового компонента; сопоставительно-типологический метод для выявления универсальных и национально-специфических черт в восприятии числовой символики в китайском и английском языках; этимологический анализ для установления происхождения отдельных единиц; метод количественной обработки данных для определения частотности выделенных семантических категорий. Обработка материала осуществлялась путем смыслового анализа и интерпретации фразеологических единиц в контексте культурных традиций.

Все китайские примеры приводятся в иероглифической записи с фонетической транскрипцией и переводом. Сопоставительный анализ строится на принципе бинарного сравнения семантических полей, организованных вокруг числового компонента «ноль» в двух лингвокультурах.

Результаты и их обсуждение

Мы выделили следующие категории китайских фразеологических единиц с компонентом «ноль»: первая категория – «беспорядок, хаос, разрушение, разрозненность, фрагментность»; вторая – «стратегия, тактика, метод, способ действия»; третья – «незначительность»; четвертая – «опадать, упадок, застой, физическое состояние (слабость), звукоподражание». Предлагаем рассмотреть каждую категорию по отдельности и ознакомиться с примерами проанализированных чэньюй.

Ниже представлены примеры фразеологических единиц, которые относятся к *первой категории*. Данная категория является самой многочисленной, фразеологические единицы описывают, как нечто целое распадается на части.

Образное значение чэньюй 七零八落 (*qī líng bā luò*) – «разбросано семерками и восьмерками»¹. Фразеологическая единица описывает состояние полного беспорядка, хаоса, разрозненности. Роль числительных 七 (*qī* – «семь»), 零 (*líng* – «ноль»), 八 (*bā* – «восемь») заключается в создании образа хаотичной разбросанности, неупорядоченности. Русские аналоги данного выражения – «в полном беспорядке; всё вверх дном».

Следующий пример чэньюй, описывающего состояние тотального беспорядка, разложения на части: 粉零麻碎 (*fěn líng má suì*)². Дословный перевод – «в порошок, в мелкую дробь, раздроблено». Значение фразеологической единицы – быть разбитым вдребезги, раздробленным в мелкую пыль. Данный чэньюй выражает предельную степень разрушения.

Компоненты фразеологической единицы 东零西落 (*dōng líng xī luò*) – 东 (*dōng* – «восток»), 零 (*líng* – «дробный»), 西 (*xī* – «запад»), 落 (*luò* – «падать»)³. Дословный перевод – «на востоке дробные, на западе упавшие». Значение чэньюй – быть разбросанным повсюду, быть в состоянии полного беспорядка и развала, усиливает идею географической разбросанности.

Проведенный анализ наглядно демонстрирует, что в самой многочисленной категории чэньюй с компонентом «ноль» доминирует семантика распада целого на части.

Рассмотренные примеры раскрывают значение числа «ноль» как ключевого маркера дробности, фрагментности и хаотической разбросанности. Данный компонент передает

¹ БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=七零八落> (дата обращения: 20 декабря 2025).

² БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=粉零麻碎> (дата обращения: 20 декабря 2025).

³ БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=东零西落> (дата обращения: 20 декабря 2025).

идею утраты целостности, будь то физическое разрушение объекта 粉零麻碎 (*fěn líng má suì*), пространственная разобщенность 东零西落 (*dōng líng xī luò*) или общая неупорядоченность 七零八落 (*qī líng bā luò*).

Таким образом, в данной семантической категории «ноль» реализует свою фундаментальную негативную коннотацию, символизируя не просто отсутствие чего-либо, а активный процесс разрушения, ведущий к состоянию беспорядка и распада. Это подтверждает гипотезу о глубокой связи числового компонента с культурно-обусловленным восприятием мира.

Ко **второй** категории относятся следующие фразеологические единицы: 化零为整 (*huà líng wéi zhěng*), 零打碎敲 (*líng dǎ suì qiāo*), 攒零合整 (*zǎn líng hé zhěng*) и др.

Дословный разбор 化零为整 (*huà líng wéi zhěng*): 化 (*huà*) – «преобразовывать», 零 (*líng*) – «разрозненные части», 为 (*wéi*) – «становиться, превращаться в», 整 (*zhěng*) – «целое»¹. Значение чэньюй – собрать разрозненные части в единое целое; объединить силы или ресурсы для достижения общей цели. 零 (*líng*) обозначает исходное состояние раздробленности. Аналог в русском языке – собрать в кулак; объединить разрозненные силы.

Образное значение чэньюй 零打碎敲 (*líng dǎ suì qiāo*) – *бить и стучать отрывисто и по мелочам*². Описывает метод работы или действий, который является несистематическим, отрывочным, выполняемым урывками, по частям, а не целостно. 零 определяет характер действия – дробный, нецелостный, эпизодический. Русский аналог – работать урывками; делать что-либо от случая к случаю; частичные и нерегулярные усилия.

Образное значение чэньюй 化整为零 (*huà zhěng wéi líng*) – *превратить целое в части*³. Данная фразеологическая единица также описывает тактику или стратегию, заключающуюся в разделении единого целого (например, крупного отряда) на мелкие, самостоятельные группы для большей мобильности или скрытности.

Анализ фразеологических единиц второй категории раскрывает другую грань семантики компонента «ноль», связанную с тактикой, методом и способом действия. В отличие от первой категории, где «ноль» означает хаотический распад, в данном случае он обозначает процесс трансформации между целым и частями. Ключевая идея, объединяющая чэньюй данной категории, – это взаимодействие целого 整 (*zhěng*) и разрозненного 零 (*líng*).

Таким образом, в данной категории «ноль» реализует не только негативную коннотацию (零打碎敲), но и нейтрально-тактическое значение, отражая гибкий подход к решению задач, будь то консолидация ресурсов или стратегическое дробление. Из этого следует, что символика числа «ноль» в китайском языковом сознании многогранна и тесно связана с концепциями управления и порядка.

К **третьей категории** относится чэньюй 手零脚碎 (*shǒu líng jiǎo suì*) имеет значение «*быть мелочным, придирчивым, действовать нечестными мелкими способами*», а также «*иметь привычку воровать, таскать мелкие вещи*»⁴. «Ноль» описывает характер поступков, являющихся «мелкими, ничтожными».

В данной категории числовой компонент «ноль» служит для универсальной характеристики всего незначительного, недостойного и порочного, что занимает периферийное положение в системе моральных и практических ценностей. Это подтверждает способность данного числового компонента выражать не только физический распад, но и социально-оценочную дискредитацию через призму мелкости и дробности.

¹ БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=化零为整> (дата обращения: 20 декабря 2025).

² БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=零打碎敲> (дата обращения: 20 декабря 2025).

³ БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=化整为零> (дата обращения: 20 декабря 2025).

⁴ БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=手零脚碎> (дата обращения: 20 декабря 2025).



К **четвертой категории** относятся следующие фразеологические единицы:

Образное значение чэньюй **望秋先零** (*wàng qiū xiān líng*) – «опадать ещё до наступления осени»¹. Фразеологическая единица является метафорой слабого, хрупкого здоровья; когда человек слабеет и болеет раньше времени, как дерево, теряющее листья до осени. Данная фразеологическая единица происходит из древнего текста «Новое изложение рассказов, в свете ходящих» Лю И-Цина (*世说新语 shì shuō xīn yǔ*), где описывался человек, чьё здоровье было настолько слабым, что он «вянул, лишь увидев приближение осени».

百花凋零 (*bǎi huā diāo líng*) имеет следующее образное значение – «все цветы увяли и осыпались»². Прямое и переносное значение – период упадка, застоя; время, когда таланты, идеи или дела приходят в упадок. **零** (*líng*) в данной фразеологической единице передает конечную стадию увядания, опадание.

Фразеологическая единица **零丁孤苦** (*líng dīng gū kǔ*) описывает состояние полного одиночества, отсутствия поддержки и опоры в жизни³. **零** (*líng*) является частью устойчивого слова **零丁** (*líng dīng*), напрямую описывающего одиночество и заброшенность. Формирование данной фразеологической единицы тесно связано с древней культурой почитания родителей. Чэньюй стал широко известным благодаря фразе **零丁孤苦, 至于成立** (*líng dīng gū kǔ zhì yú chéng lì* – «одинокий и несчастный, пока не вырос») из классического текста «Объяснительная записка» (*陈情表 chén qíng biǎo*) Ли Ми. Отец автора умер очень рано, а мать вышла замуж во второй раз, поэтому его воспитывала бабушка. Ли Ми служил своей бабушке с сыновней преданностью и прославился своей благочестивостью. Во время правления Императора У-ди из династии Цзинь он был вызван на службу в качестве старшего советника наследника престола. Ссылаясь на преклонный возраст бабушки и отсутствие ухаживающего за ней человека, Ли Ми подал объяснительную записку, отказываясь от должности с глубоко искренними и сердечными мольбами. Глубоко тронутый император У-ди предоставил Ли Ми рабов и провизию, что позволило ему остаться при своей должности и ухаживать за бабушкой до самой ее смерти. Этот случай стал хрестоматийным примером эмоционального воздействия в истории древней литературы. Подобный феномен отражает культурную особенность китайских идиом, распространяющихся через классические тексты, а также лаконичное преимущество четырёхсложных выражений в передаче чувств.

В четвертой категории «ноль» концептуализирует фундаментальные темы человеческого бытия: брэнность, хрупкость, одиночество, не защищенность. Его систематическое использование в подобных контекстах демонстрирует, как математическое понятие было ассимилировано языковым сознанием и превратилось в емкий символ для описания самых уязвимых аспектов жизни личности и общества в китайской культурной традиции. Это подтверждает тезис о том, что фразеологизмы с числовым компонентом являются концентрированным выражением национального мировосприятия.

Согласно полученным данным, меньше всего чэньюй с числовым компонентом «ноль» в категории «незначительность» – 4,23 %. Фразеологические единицы в категории «стратегия, тактика, метод, способ действия» составляют 9,86 %. Второе место по количеству компонента «ноль» занимает категория «опадать, упадок, застой, физическое состояние (слабость), звукоподражание», составляя 38,03 %. Однако значительную нишу занимают чэньюй с компонентом «ноль» в категории «беспорядок, хаос, разрушение, разрозненность, фрагментность» – 47,89 %. Это подтверждает нашу гипотезу о том, что у китайцев число «ноль» в фразеологических единицах обладает устойчивой негативной коннотацией и связано с концепциями упадка и разрушения.

¹ БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=望秋先零> (дата обращения: 20 декабря 2025).

² БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=百花凋零> (дата обращения: 20 декабря 2025).

³ БКРС. 2025. URL: <https://bkrs.info/slovo.php?ch=零丁孤苦> (дата обращения: 20 декабря 2025).

В отличие от китайского языка, где «ноль» часто несет эмоционально-оценочную и негативную нагрузку, в английской фразеологии компонент “zero” чаще сохраняет свою исходную математическую семантику нейтральной точки отсчета, абсолютного минимума или точной фокусировки. Данные наблюдения отражают различия в культурном восприятии. Если в китайской традиции «ноль» визуализируется как процесс разрушения и упадка, то в западной он воспринимается, скорее, как абстрактная отметка на шкале.

Ниже представлены ключевые семантические категории английских фразеологических единиц с компонентом «ноль».

Первая категория – «точная фокусировка и наведение». В данной категории zero означает «достижение максимальной точности».

Фразеологическая единица *to zero in on something/someone* переводится как «наводит оружие на цель», а также «сосредоточить всё внимание, сфокусироваться на чем-либо»¹. Здесь zero функционирует как глагол, означающий «привести к нулевому отклонению», то есть к абсолютной точности.

Zero hour – буквальное значение данного выражения – «нулевой час»². Значение – *заранее установленное время начала какой-либо (часто военной) операции; решающий, критический момент*. Это момент, когда отсчет переходит от подготовки к действию.

Вторая категория – «абсолютный минимум, полное отсутствие или отмена». Zero обозначает нижний предел, полное исчерпание или аннулирование.

Zero tolerance – букв. «нулевая терпимость»³. Значение – *политика неприятия и строгого наказания даже за малейшие нарушения*.

Фразеологизмы **третьей категории** – «концепция равновесия и оценки ситуации»: *zero-sum game* – *ситуация, в которой выигрыш одной стороны возможен только за счет эквивалентного проигрыша другой*⁴; *ground zero* – *эпицентр ядерного взрыва, место, где что-либо началось или где воздействие было наиболее сильным*⁵; *patient zero* – «первый человек, идентифицированный как заболевший в эпидемии, источник распространения»⁶.

Фразеологические единицы **четвертой категории** основаны на «метафоре шкалы». Например, *zero to hero* – «из грязи в князи, добиться ошеломляющего успеха»⁷.

В отличие от китайского языка, где доминирующей является негативная коннотация хаоса и распада, семантика английского “zero” тяготеет к нейтрально-техническим и математическим концепциям.

Наибольшую долю составляют категории, связанные с объективными понятиями: «точка отсчета/равновесия» (33, 33%) и «точная фокусировка» (25%). Это подтверждает тезис о том, что в западном сознании “zero” чаще воспринимается как абстрактная отметка на шкале или инструмент для настройки.

В английском языке нет аналогов китайским чэньюй, описывающим физический распад или увядание. Ближайшая категория («абсолютный минимум» – 16,67%) описывает состояние (отсутствие), но не процесс уничтожения.

¹ Cambridge Dictionary. 2025. Cambridge University Press & Assessment 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/zero-in-on?q=zero+in+on+something> (accessed: December 23, 2025)

² Cambridge Dictionary. 2025. Cambridge University Press & Assessment 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/zero-hour?q=Zero+hour> (accessed: December 23, 2025)

³ Cambridge Dictionary. 2025. Cambridge University Press & Assessment 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/zero-tolerance?q=Zero+tolerance> (accessed: December 23, 2025)

⁴ Cambridge Dictionary. 2025. Cambridge University Press & Assessment 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/zero-sum-game?q=zero-sum+game> (accessed: December 23, 2025)

⁵ Cambridge Dictionary. 2025. Cambridge University Press & Assessment 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ground-zero?q=ground+zero> (accessed: December 23, 2025)

⁶ Cambridge Dictionary. 2025. Cambridge University Press & Assessment 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/patient-zero?q=patient+zero> (accessed: December 23, 2025)

⁷ Cambridge Dictionary. 2025. Cambridge University Press & Assessment 2025. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/zero-to-hero> (accessed: December 23, 2025)



Английские фразеологизмы с “zero” часто выполняют функцию точного термина (*zero hour, patient zero, zero-sum game*), в то время как китайские чэньюй с компонентом «ноль» несут богатую образную и эмоционально-оценочную нагрузку, описывая состояние мира или человека.

Таким образом, статистика подтверждает гипотезу о культурно-обусловленном различии: китайский «ноль» символизирует процесс упадка и хаоса, тогда как английский “zero” служит, прежде всего, для обозначения точных координат, границ и оценки ситуации.

Заключение

Проведенный анализ выявляет фундаментальное различие в восприятии числового компонента «ноль» в английском и китайском языках.

В китайской фразеологии компонент 零 (*líng*) является показателем разрушительного процесса и негативного состояния. Его основная семантика – это переход от целостности к фрагментности (распад, разбросанность, опадание). Он тесно связан с визуальными и природными образами (опавшие листья, разбросанные осколки) и несет сильную эмоционально-оценочную нагрузку, описывая хаос, упадок и ничтожность.

В английской фразеологии компонент *zero* функционирует прежде всего как показатель абстрактной точки на шкале. Его основная семантика – это нейтральный отсчет, точность, минимум или баланс. Он связан с концептуальными моделями: временной шкалой (*zero hour*), математической моделью (*zero-sum game*), достижением точности (*to zero in*). Даже в эмоционально окрашенных выражениях (*zero to hero*) он обозначает отправную точку на условной шкале успеха, а не процесс разрушения.

Это различие коренится в культурных традициях: китайская картина мира, отраженная в чэньюй, делает акцент на процессуальности, цикличности и образности, в то время как западная, представленная английскими фразеологическими единицами, тяготеет к абстрактным моделям и линейным шкалам.

Приведенные примеры наглядно демонстрируют, что использование числительных в составе фразеологизмов – это не случайный процесс, а явление, имеющее тысячелетнюю культуру и историю. Конкретные числа, в частности «ноль», попадают в устойчивые выражения не сами по себе, а благодаря тому, что наделяются в сознании народа особым, символическим значением. Этот смысл рождается из ключевых для данной культуры ориентиров: значимые события, уклад повседневной жизни или особенности окружающей природы.

Таким образом, фразеологизмы с числительными выступают в роли своеобразных «культурных кодов», хранящих и передающих национальное мировоззрение. Сравнительный лингвокультурологический анализ фразеологических единиц с числовым компонентом «ноль» наглядно демонстрирует, как одно и то же математическое понятие встраивается в разные национальные картины мира, приобретая принципиально разные коннотативные значения и образные ассоциации.

Список литературы

- Аверина М.А., Хомутова Т.Н. 2013. Числовой компонент фразеологических единиц русского и английского языков. *Мир Науки, Культуры, Образования*, 5(42): 304–306.
- Бредис М. А., Ломакина О. В., Сюэ Б. 2023. Числовой код лингвокультуры: анализ нумератива четыре как компонента фразеологизмов и паремий (на материале разноструктурных языков). *Тульский научный вестник. Серия: История. Языкознание*, 1(13): 72–82. DOI: [10.22405/2712-8407-2023-1-72-82](https://doi.org/10.22405/2712-8407-2023-1-72-82)
- Войцехович И.В. 2007. Практическая фразеология современного китайского языка. Москва, АСТ, Восток-Запад, 509 с.

- Высторопец Е.В. 2020. Фразеологизация числового кода в английском языке. *Молодой ученый*, 32(322): 173–175.
- Ди Я. 2016. Сопоставительный анализ устойчивых сочетаний с компонентом «Семь – qi» в русском и китайском языках. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 5–2(59): 83–86.
- Ди Я., Киселева Л.А. 2016. Фразеологизмы с числовым компонентом в русском и китайском языках: лингвокультурологический аспект. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 6-2(60): 75–77.
- Доника Е.С. 2018. Компонентный анализ китайских фразеологизмов с наименованиями животных и чисел. *Международный студенческий научный вестник*, 1. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=18086>
- Ефименко А.Е., Ефименко Н.А. 2023. Структурно-семантический анализ русских и китайских фразеологических единиц с нумеративом «три». *Филология: научные исследования*, 10: 60–83. DOI: [10.7256/2454-0749.2023.10.43609](https://doi.org/10.7256/2454-0749.2023.10.43609)
- Красных В.В. 2002. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. Москва, Гнозис, 284 с.
- Малышева Е.О., Леонова Д.Ю. 2020. Специфика перевода китайских фразеологизмов с числовым компонентом на русский язык. В кн.: *Философия и наука в культурах Запада и Востока. Сборник статей по материалам III Всероссийской научной конференции с международным участием (Томск, 10 апреля 2020 г.)*. Под ред. Е.В. Тихоновой. Томск, Издательство Томского государственного университета: 100–103.
- Хо О.А., Кобжицкая О.Г. 2024. Лингвокультурологический анализ фразеологизмов с компонентом 七 (семь) в китайском языке. В кн.: *VII Готлибовские чтения: Востоковедение и регионоведение Азиатско-Тихоокеанского региона. Материалы Международной научно-практической конференции (Иркутск, 01–03 октября 2024 г.)*. Под ред. Е.Ф. Серебrenниковой. Иркутск, Иркутский государственный университет: 396–402.

References

- Averina M.A., Khomutova T.N. 2013. Numeric Component of Russian and English Phraseological Units. *The world of science, culture and education*, 5(42): 304–306 (in Russian).
- Bredis M.A., Lomakina O.V., Xue B. 2023. Numerical Code of Linguoculture: Analysis of the Numeral Four as a Component of Phraseological Units and Paremias (Based on Examples of Typologically Different Languages). *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, 1(13): 72–82 (in Russian). DOI: [10.22405/2712-8407-2023-1-72-82](https://doi.org/10.22405/2712-8407-2023-1-72-82)
- Vojcekhovich I.V. 2007. *Prakticheskaya frazeologiya sovremennogo kitajskogo yazyka* [Practical phraseology of the modern Chinese language]. Moscow, Publ. ACT, Vostok-Zapad, 509 p.
- Vystoropets E.V. 2020. *Frazeologizaciya chislovogo koda v anglijskom yazyke* [Phraseologization of the numerical code in the English language]. *Young scientist*, 32(322): 173–175.
- Di Ya. 2016. The Comparative Analysis of Fixed Expressions with a Component “Семь – Qi” (Seven) in the Russian and Chinese Languages. *Philology. Theory & Practice*, 5–2(59): 83–86 (in Russian).
- Di Ya., Kiseleva L.A. 2016. Phraseological Units with a Numeric Component in the Russian and Chinese Languages: Linguoculturological Aspect. *Philology. Theory & Practice*, 6–2(60): 75–77 (in Russian).
- Donika E.S. 2018. Component Analysis of Chinese Phraseologisms with Names of Animals and Numbers. *Mezhdunarodnyj studencheskij nauchnyj vestnik*, 1. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=18086>
- Efimenko A.E., Efimenko N.A. 2023. Strukturno-semanticheskij analiz russkikh i kitajskikh frazeologicheskikh edinic s numerativom «tri» [Structural and semantic analysis of Russian and Chinese phraseological units with the numerative "three"]. *Philology: scientific research*, 10: 60–83. DOI: [10.7256/2454-0749.2023.10.43609](https://doi.org/10.7256/2454-0749.2023.10.43609)
- Krasnykh V.V. 2002. *Ehtnopsikholingvistika i lingvokul'turologiya* [Ethnopsycholinguistics and linguacultural studies]. Moscow, Publ. Gnozis, 284 p.
- Malysheva E.O., Leonova D.Yu. 2020. Specificity of the translation of Chinese idioms including a numerical component into Russian. In: *Filosofiya i nauka v kul'turakh Zapada i Vostoka* [Philosophy and Science in the Cultures of the West and East]. Collection of Articles Based on the Materials of



the III All-Russian Scientific Conference with International Participation (Tomsk, April 10, 2020). Ed. E.V. Tikhonova. Tomsk, Publ. Izdatel'stvo Tomskogo gosudarstvennogo universiteta: 100–103.

Kho O., Kobzhitskaya O. 2024. Linguistic and Cultural Analysis of Phraseological units with the Component 七 (Seven) in Chinese. In: VII Gotlibovskie chteniya: Vostokovedenie i regionovedenie Aziatsko-Tikhookeanskogo regiona [VII Gottlieb Readings: Oriental Studies and Regional Studies of the Asian-Pacific Region]. Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Irkutsk, October 1–3, 2024). Ed. E.F. Serebrennikova. Irkutsk, Publ. Irkutskij gosudarstvennyj universitet: 396–402.

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 10.11.2025
Поступила после рецензирования 06.03.2026
Принята к публикации 10.03.2026

Received November 10, 2025
Revised March 06, 2026
Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Багана Жером, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации института межкультурной коммуникации и международных отношений, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Jerome Baghana, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Romano-Germanic Philology and Intercultural Communication, the Institute of Intercultural Communication and International Relations, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Бунина Ксения Сергеевна, аспирант института межкультурной коммуникации и международных отношений, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Kseniia S. Bunina, Postgraduate Student of the Institute of Intercultural Communication and International Relations, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Карпенко Виктор Николаевич, кандидат педагогических наук, профессор Краснодарского государственного института культуры г. Краснодар, Россия.

Viktor N. Karpenko, Candidate of Pedagogical Sciences, Professor at Krasnodar State Institute of Culture, Krasnodar, Russia.

УДК 811.112.24

DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-183-191

EDN ZOSTOW

Лингвокультурологический аспект этимологии терминов родства в немецком языке

¹ Кузьмина О.В., ¹ Ломоносова Ю.Е., ¹ Соболева Т.Е., ² Матыцина М.С.

¹ Белгородский государственный национальный исследовательский университет

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

² Липецкий государственный технический университет

Россия, 398055, г. Липецк, ул. Московская, д. 30

kusmina@bsuedu.ru; lomonosova@bsuedu.ru; soboleva@bsuedu.ru, lipmarina@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена лингвокультурологическому анализу этимологии терминов родства в немецком языке. Цель исследования – выявить, как культурно-исторические факторы (социальная организация, обычаи, правовые нормы) определяют возникновение, изменение и исчезновение данной лексики. Методология включает этимологический и семантический анализ в рамках понятия семантического поля. В результате установлено, что эволюция терминологии родства отражает смену культурных парадигм: старые термины, утрачивая актуальность, замещаются новыми или заимствованиями, что ведет к перераспределению значений внутри всего семантического поля и часто к полисемии. Делается вывод о тесной связи языковых изменений с трансформацией социокультурных институтов.

Ключевые слова: семантические сдвиги, полисемия, семантическое поле, диахронический анализ, культурная лингвистика, матриархат, патриархат

Для цитирования: Кузьмина О.В., Ломоносова Ю.Е., Соболева Т.Е., Матыцина М.С. 2026. Лингвокультурологический аспект этимологии терминов родства в немецком языке. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 183–191. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-183-191 EDN ZOSTOW

Linguocultural Aspects of Kinship Terms Etymology in German

¹ Oksana V. Kuzmina, ¹ Julija E. Lomonosova, ¹ Tatjana E. Soboleva

² Marina S. Matytcina

¹ Belgorod State National Research University

85 Pobeda St., Belgorod 308015, Russian Federation

² Lipetsk State Technical University

30 Moskovskaya St., Lipetsk 398055, Russian Federation

kusmina@bsuedu.ru; lomonosova@bsuedu.ru; soboleva@bsuedu.ru, lipmarina@gmail.com

Abstract. This paper employs a linguocultural approach to etymological analysis in order to reconstruct the cultural and historical context of the formation of kinship terms in the German language. The novelty of the research lies in its consideration of this lexicon as a dynamic system – a semantic field – where a change in one element affects others. As a result, the mechanisms of semantic shifts are identified: the key drivers are changes in family law, social structure, and moral norms, which lead to borrowings, the archaization of some terms, and the emergence of polysemy in others. The study elucidates the intrinsic connection between the evolution of language and society.

Keywords: semantic shifts, polysemy, semantic field, diachronic analysis, cultural linguistics, matriarchy, patriarchy



For citation: Kuzmina O.V., Lomonosova Ju.E., Soboleva T.E., Matytcina M.S. 2026. Linguocultural Aspects of Kinship Terms Etymology in German. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 183–191 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-183-191 EDN ZOSTOW

Введение

Язык как сложный феномен традиционно изучался либо с позиций структурной лингвистики, акцентирующей внимание на внутренней системе языка (идеи Ф. де Соссюра), либо с точки зрения его социальной природы. В современной науке доминирует антропоцентрический подход, рассматривающий язык как инструмент коммуникации и кумулятивный носитель коллективного опыта, неразрывно связанный с культурой и обществом [Бурыкин, Попов, 2020, с. 9]. Успешная коммуникация предполагает наличие общих фоновых знаний – социокультурных, исторических и когнитивных контекстов, что обуславливает необходимость междисциплинарного синтеза лингвистических и социально-антропологических подходов.

Кумулятивная функция языка наиболее ярко проявляется в лексике, где семантика слов отражает специфику материальной и духовной культуры. Как справедливо отмечают исследователи, язык живо реагирует на процессы в обществе, но изменения в нём происходят медленно, фиксируя как актуальные, так и исторические пласты культуры, причем поступательное развитие не уничтожает полностью пройденные этапы, предотвращая утрату культурных элементов и самосознания [Татаринцева, 2013].

Изучением взаимосвязи языка и культуры занимаются лингвокультурология и этнолингвистика, фокусируясь на реконструкции культурных парадигм через анализ языковых единиц. Ключевым для данного исследования является понятие лингвокультуремы как комплексной единицы, объединяющей языковое значение и внеязыковой культурный смысл [Воробьев, 1997, с. 44]. Продуктивным методом анализа выступает полевой подход, позволяющий системно описать группы единиц, объединенных общим содержанием. Если семантическое поле представляет собой иерархическую структуру языковых единиц, отражающую определенную понятийную сферу [Новиков, 2001, с. 554], то лингвокультурологическое поле определяется как «иерархическая система единиц, <...> отражающих в себе систему соответствующих понятий культуры, лингвокультурем» [Воробьев, 1997, с. 27], являясь, по сути, «совокупностью культурных знаний, сведений и представлений, окружающих один языковой знак» [Хайруллина, Воробьев, 2021, с. 79].

Проблематика терминологии родства широко представлена в трудах отечественных и зарубежных ученых. Так, основы изучения славянской и русской терминологии были заложены в работах О.Н. Трубочёва [Трубочёв, 2006], А.И. Моисеева [Моисеев, 1963], Ю.И. Левина [Левин, 1970]; ее связь с социальной организацией исследовали И.В. Власова [Власова, 2005]. Непосредственно метафоризации терминов родства в немецком языке посвящено исследование А.Н. Злобина [Злобин, 2020], а сравнительный анализ с корейским языком проведен Е.В. Ли [Ли, 2012] и О.А. Поротовой [Портова, 2023]. Среди зарубежных исследований можно выделить работы Д. Джонса [Jones, 2003], Чжу Мэнвэя [Чжу, 2020] и Д.Б. Кроненфельда [Kronenfeld, 2024]. Термины родства отражают ценностный фрагмент картины мира [Новоселова, Храмцова, 2021, с. 403], а в условиях быстрых социальных и культурных трансформаций изучение семантических процессов в этом поле позволяет оценить, как эти изменения «отражаются на языковой картине мира и восприятии семейных отношений» [Лыткина, 2001, с. 251; Саенко, 2024, с. 290].

Целью данной работы является выявление скрытого культурно-понятийного компонента в современных немецких терминах родства, реконструкция с помощью данных языка эволюции их семантики и словообразования (от эпохи матриархата до современных отношений), а также демонстрация влияния социальных изменений на перераспределение значений внутри терминосистемы.

Материалы и методы исследования

Материалом для исследования послужили данные авторитетных лексикографических источников, в частности: «Словарь индоевропейских социальных терминов» Э. Бенвениста [Бенвенист, 1995], «Duden Etymologie: Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache» [Duden Etymologie ..., 1963], «Deutsches Wörterbuch» Я. и В. Гриммов [Grimm, Grimm, 1854], ресурс Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Digitales Wörterbuch..., 2025]. Для анализа функционирования терминов родства в дискурсе привлекались примеры из художественных произведений немецкой литературы.

Методологическую основу работы составил комплекс лингвистических методов, применение которых обусловлено задачами диахронического исследования. Метод этимологического анализа был использован для исторической реконструкции первичных форм и значений терминов родства, дешифровки словообразовательных моделей, а также для изучения эволюции семейных и социальных структур, правовых норм и культурных контактов немецкоязычных народов. Сравнительно-исторический метод применялся для сопоставления терминов родства в родственных индоевропейских языках с целью реконструкции праиндоевропейской системы родства и определения путей ее трансформации в немецком языке. Метод компонентного анализа был задействован для выявления минимальных семантических компонентов (сем) в структуре значения слов. Исследование опирается на полевой подход, позволяющий системно описать взаимоотношения единиц в рамках терминосистемы родства. Ономастическое и семасиологическое направления анализа способствуют, соответственно, раскрытию процессов номинации (выбора мотивирующих признаков и словообразовательных моделей) и описанию синхронной многозначности терминов на различных этапах развития языка и культуры.

Результаты и их обсуждение

Реконструкция древнейших этапов развития общества опирается, в том числе, на данные языка. Считается, что многие народы прошли через стадию матриархата, сменившую эпоху первобытного стада. При господстве группового брака счет родства велся по материнской линии, что привело к формированию материнского рода. Пережитки этой системы сохранились в употреблении терминов родства: например, женщина называла детей своих сестер своими детьми, а те называли ее матерью. Аналогичные отношения были характерны и для индоевропейцев [Бенвенист, 1995, с. 144]. Развитие производственных сил (переход к плужному земледелию и скотоводству, где доминировали мужчины) обусловило переход к патриархату. В этот период индоевропейское языковое сообщество уже распалось, что объясняет различное происхождение терминов для отца в разных языковых группах. Родство играло важнейшую роль в общественной жизни индоевропейцев. Термины мать, сестра, сын, дядя, тетя, отец, брат и т.п. были не просто обозначением степени родства, они влекли за собой определенные, весьма серьезные взаимные обязательства, совокупность которых составляла существенную часть общественного строя первобытных людей. Попытаемся рассмотреть, каким образом эти обязательства нашли отражение в этимологии и семантической структуре индоевропейских терминов родства.

В языкознании существует гипотеза, что поскольку изначально счет родства велся по материнской линии, сначала появились термины женского рода (мать, дочь), а затем мужского (отец, сын). Семантика и функционирование этих единиц напрямую зависели от социально-культурного контекста, выполняя роль «знака» социального положения человека.

Теория о единстве индоевропейских народов в эпоху матриархата подтверждается лингвистическими универсалиями. Так, номинация «мать» в большинстве индоевропейских языков восходит к единому корню *mātēr-* (ср.: санскр. *mātár-*, греч. *mētēr*,



лат. *māter*, ст.-слав. *matu*, нем. *Mutter* и т.д.) [Duden Etymologie..., 1963]. Происхождение основы остается дискуссионным: его возводят к детскому лепету [*ma*], бореальному корню со значением «кормящая» или к индоевропейскому *mā* «измерять; исцелять», что отражает роль матери как хозяйки, распределяющей ресурсы и заботящейся о благополучии семьи [Grimm, Grimm, 1854]. Э. Бенвенист относил эту единицу к древнейшему слою лексики, считая ее интерпретацию невозможной [Бенвенист, 1995, с. 151].

Главенствующее положение женщины в эпоху матриархата обусловило богатство коннотаций лингвокультуры *die Mutter*. Изначально слово употреблялось не только по отношению к детям, но и к потомкам в значении «праматерь, родоначальница», что иллюстрируется примером из драмы Ф. Шиллера: «*Meine Mütter waren Muster der Geneuserinnen*» [Schiller, 2017] / «**Женщины в нашем роду были образцом для гунезок**» [Шиллер, 1901]. Данный смысловой элемент сохранился в сложных словах *die Ahnmutter*; *die Erzmutter* [Digitales Wörterbuch ..., 2025].

Семантический элемент «глава семейства, хозяйка дома» в значении *die Mutter* рассматривается сегодня как устаревший. Но еще в XVIII веке во многих местностях Германии так уважительно величали хозяйку дома, безотносительно к тому, были у нее дети или нет [Grimm, Grimm, 1854]. Особенно долго такая традиция сохранялась в крестьянской и мелкобуржуазной среде, но наблюдалась также в литературной и даже возвышенной речи. Сегодня это значение присутствует в сложных единицах *die Hausmutter* «хозяйка дома, мать семейства»; «экономка» и *die Herbergsmutter* «хозяйка постоянного двора», «заведующая туристической базой» [Digitales Wörterbuch ..., 2025]. В результате расширения семантики рассматриваемая лексема начала использоваться и для обозначения главы какой-либо общности, которая проявляет заботу о своих подопечных и покровительствует им даже по отношению к лицу мужского пола.

Лексема *die Mutter* в немецком языке обладает развитой системой переносных значений, восходящих к ее основному значению «рождающая и воспитывающая ребенка». Значение «заботящаяся, покровительствующая» на основе семы «вскармливание и забота» расширяется до метафорического обозначения женщины, проявляющей материнские добродетели, например: *die Mutterliebe* – материнская любовь. Эта сема сливается с понятием «покровительница» в таких словах, как: *die Waisenmutter* – женщина, заменившая сиротам мать; *die Landesmutter* («мать нации») – почтительное обращение к правительнице; в обращениях *Frau Mutter*, *hochwürdige Frau Mutter* к аббатисе. Религиозный смысл слова трансформировался в метафорическое название церкви как источника веры и опоры: *unsere heilige Mutter*, *die Mutterkirche* («мать-церковь»). Образ матери как прародительницы и кормилицы также отражен в устойчивых выражениях: *Mutter Erde* («мать-земля»), *Mutter Natur* («мать-природа»), *der Mutterboden* («плодородная почва»). Значение «старшая в роду» развилось в значение «первоначальный, главный». Это ярко проявляется в сложных словах, где род компонентов не совпадает: *der Mutterstock* – основной массив; первый рой пчел; *der Mutterstrom* – главное русло реки. На современном этапе в терминологии появились слова, где *Mutter-* означает «основной, исходный, главный»: *die Muttersubstanz* – исходное вещество; *das Mutterunternehmen* – головная компания; *das Mutterschiff* – корабль-база, авианосец. Таким образом, компонент *Mutter-* демонстрирует высокую продуктивность в образовании сложных слов, передавая значения заботы, происхождения и главенства.

Номинация «дочь» также представляет собой лингвистическую универсалию, восходя к индоевропейской основе *dhug(h)ter-* (санскр. *duhitar-*, греч. *thygatēr*, гот. *dauhtar*, нем. *Tochter*, рус. *дочь*) [Duden Etymologie..., 1963]. Представления о дочери как наследнице нашли отражение в ограниченном числе производных, образующих пары с *Mutter-*: *das Mutterland* – *das Tochterland* («метрополия» – «колония»), *die Muttergesellschaft* – *die Tochtergesellschaft* («материнская компания» – «дочерняя компания»), *die Tochterstadt* («город-спутник»). Наиболее отчетливо это значение проявляется в случаях несовпадения рода компонентов: *das Tochterhaus* («филиал», букв. «дочерний дом») [Digitales..., 2025].

Мировосприятие древних индоевропейцев отразилось в признаках, которые легли в основу номинаций родственных отношений. Так, для термина «сестра» реконструируется архетип *swesor-* (лат. *soror*, ст.-слав. *сестра*, гот. *swistar*, нем. *Schwester*). По гипотезе Э. Бенвениста, компонент *swe-* указывает на «тесную связь со всеми, кто принадлежит определенному обособленному кругу» [Бенвенист, 1995, с. 217], а *swesor* означает «женщина, входящая в круг *swe*» – вероятно, род или фратрию. Этот смысловой элемент сохранился в метафорическом употреблении, подчеркивающим общность и однотипность: *die Schwesteranstalt* (однотипное учреждение), *das Schwesterschiff* (однотипное судно) [Duden Etymologie..., 1963]. Подобную связь между взглядами древних индоевропейцев роль членов института семьи и признаками, которые легли в основу соответствующих номинативных единиц, можно проследить, проанализировав таким же образом происхождение терминов *der Onkel, der Enkel, adel* и др.

Интересно, на наш взгляд, отметить, что индоевропейские термины родства *swesor* и *bhrater* называли изначально не единоутробных сестру и брата, а имели более широкое значение «член одной из половин экзогамного общества (рода, фратрии)» [Duden Etymologie..., 1963]. Указанный смысловой элемент сохранился в культурно-понятийном компоненте лингвокультурем *die Schwester* и *der Bruder*: *die Schwester* в определенном контексте может выражать значение партнерства или принадлежности к какой-либо узкой группе; *der Bruder* выражает взаимное доверие, взаимовыручку, родство по духу. В следующем эпизоде понятие «*Bruder*» обретает символическое значение, выходящее за рамки товарищества по оружию и обозначающее экзистенциальную связь, коренящуюся во взаимном доверии и жертвенности: «*Wenn wir diese Waffen und diese Uniform fortwerfen, könntest du ebenso mein Bruder sein wie Kat und Albert*» [Remarque, 1929] / «*Если мы продолжим бросать оружие и униформу, ты мог бы быть моим братом так же, как Кэт и Альберт*» [Ремарк, 2017]. Мотив избранного, духовного родства, акцентирующий ценность отношений, построенных на взаимопонимании, характерен для многих произведений немецкой литературной традиции.

Переход к патриархату произошел в период, когда индоевропейское языковое сообщество распалось на большие, раздельно существующие группы, поэтому обозначение отца имеет различное происхождение в тех или иных группах индоевропейских языков: в одних оно восходит к корню *pater*, изначально ассоциировавшемуся со старшим в семье (нем. *der Vater*); в других – к основе *atta*, обозначающей отца конкретного ребенка, его кормильца и воспитателя, и сохранившейся у некоторых народов в качестве ласкового обращения детей к отцу. Господствующее положение «старшего мужчины», «отца» в большой патриархальной семье нашло отражение в семантической структуре слова *der Vater*, с чем связано употребление данной лексемы в значениях «родоначальник, пращур, глава, хозяин, покровитель». Неограниченная власть отца над домочадцами и выполнение им функций охранителя порядка и судьи способствовали тому, что верховное божество, к которому прибегали за защитой и покровительством, начинает ассоциироваться не с Богоматерью, а с отцом «Господом».

В следующем фрагменте слово *Vater* означает не просто некую абстрактную силу, оно служит обращением к всемогущему, но при этом к любящему и заботящемуся о каждом Небесному Отцу: «*Vater unser, der du bist im Himmel!*» *betete sie voll Inbrunst. Und als das Gebet des Herrn zu Ende war, stand sie noch lange unbeweglich, <...>*» [Storm, 1888] / «*Отче наш, иже еси на небесех!*» – *ревностно шептала она. Произнеся до конца молитву, Эльке некоторое время стояла недвижно*» [Шторм, 2005]. В данном контексте активизируется целый пласт религиозных, культурных и эмоциональных ассоциаций, превращая простое слово в мощный символ, наполненный глубоким смыслом. Оно служит мостом между



человеческим опытом (отношение с земным отцом) и божественной реальностью (отношение с Богом). Слово «отец» здесь используется метафорически. Оно переносит на Бога атрибуты земного отца: защита, авторитет, забота, источник жизни, наставничество, дисциплина и безусловная любовь. Однако эти качества доводятся до абсолютной, божественной степени.

Социальные изменения закономерно влияют на язык. Исследование поля «родство» позволяет проследить тенденцию к замене терминов, связанных с устаревшими представлениями, либо словами с иными ассоциациями, либо заимствованиями (*der Onkel, die Tante*). Устаревшие термины, утратив первоначальное значение, исчезают или приобретают новую, подчас размытую семантику (*der Vetter, die Muhme*).

Заключение

Проведенное исследование позволяет утверждать, что культурно-понятийный компонент немецких терминов родства представляет собой сложное многослойное образование. В нем синтезируются архаичные представления, восходящие к ранним этапам формирования общества (где мать выступала как хозяйка и глава рода, а дядя – как нежный покровитель), и актуальные смыслы, отражающие современное мировосприятие (такие как мать – воплощение любви, а брат – символ духовной близости). Диахронический анализ демонстрирует, что глубинный, исторически унаследованный смысл лингвокультуры может не осознаваться носителем языка в повседневной коммуникации, однако продолжает существовать на потенциальном уровне, актуализируясь в устойчивых сочетаниях (ср. *die Herbergsmutter*).

Широкая сеть ассоциаций, связанных с терминами родства, обуславливает их активное функционирование за пределами обозначения кровных связей. Способность выражать социальные, духовные и институциональные отношения делает их мощным инструментом концептуализации действительности, что наглядно проявляется в продуктивности словообразовательных моделей. Символические смыслы лингвокультурем успешно реализуются в самых разных сферах: от религиозной («*Vater unser*», *Mutterkirche*) и научной (*der Mutterkern, das Tochteratom*) до экономической (*das Tochterhaus, die Muttergesellschaft*). Следовательно, потенциал лингвокультуры в выражении общественно значимых понятий прямо пропорционален богатству ее коннотаций.

Таким образом, лингвокультурологический анализ терминов родства раскрывает их как динамичные единицы, чья эволюция напрямую отражает глубинные социокультурные трансформации. Они хранят в себе память о социальной эволюции, а их современное употребление отражает непрерывный диалог между прошлым и настоящим в языковой картине мира.

Список источников

- Бенвенист Э. 1995. Словарь индоевропейских социальных терминов: I. Хоз-во, семья, общество. II. Власть, право, религия. Пер. с фр. Под ред. Ю.С. Степанова. Москва, Прогресс, Универс, 452 с.
- Большая советская энциклопедия. в 30-ти т. 1969–1986. Под ред. А.М. Прохорова. Москва, Советская энциклопедия, URL: <https://www.booksite.ru/fulltext/1/001/008/130/index.htm> (дата обращения: 10.09.2025).
- Ремарк Э.М. 2017. На западном фронте без перемен. Пер. с нем. Н. Федоровой. Москва, АСТ, 285 с.
- Шиллер Ф. 1901. Заговор Фиеско в Генуе. Пер. с нем. В. Крылова. В кн.: Шиллер Ф. Собрание сочинений Шиллера, в переводе русских писателей. Т. 1-4. Под ред. С.А. Венгерова. Т. 1. Санкт-Петербург, Брокгауз-Ефрон, 478 с.
- Шторм Т. 2005. Всадник на белом коне. Пер. с нем. С.С. Шик. Под ред. Р.Ю. Данилевского. Москва, Ладомир, Наука, 288 с.
- Duden Etymologie: Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache. 1963. Mannheim, Bibliographisches Institut, 816 s.

- Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. 2025. Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften, BBAW. URL: <https://www.dwds.de/> (Datum des Zugriffs: 15.09.2025).
- Grimm J., Grimm W. 1854. Deutsches Wörterbuch. Leipzig, Verlag S. Hirzel, 19594. 38 v. URL: <https://archive.org/details/deutscheswrterb01unkngoog/page/n6/mode/2up> (Datum des Zugriffs: 15.09.2025).
- Remarque E.M. 1929. Im Westen nichts Neues. Berlin, Propyläen-verlag, 151 s.
- Schiller F. 2017. Die Verschwörung des Fiesco zu Genua. Saga Egmont, 130 s. (Datum des Zugriffs: 20.09.2025).
- Storm Th. 1888. Der Schimmelreiter. Berlin, Paetel, 95 s.

Список литературы

- Бурькин А.А., Попов В.А. 2020. Русская терминология родства и свойства историческая динамика, аксиологические поля, коммуникативный дискурс. Санкт-Петербург, Петербургское Востоковедение, 318 с.
- Власова И.В. 2005. Брак и семья у русских (XII – начало XX века). В кн.: Власова И.В. и др. Русские. Под ред. В.А. Александрова, И. В. Власовой, Н.С. Полищук. Москва, Наука: 414–421.
- Воробьев В.В. 1997. Лингвокультурология: (Теория и методы). Москва, Издательство Российского университета дружбы народов, 331 с.
- Злобин А.Н. 2020. Лингвокультурные особенности концептуальной метафоризации в немецком языке (на примере терминов родства). *Молодой ученый*, 34(324)–2: 141–144.
- Левин Ю.И. 1970. Об описании системы терминов родства. *Советская этнография*, 4: 18–30.
- Ли Е.В. 2012. Сопоставительный анализ системы терминов родства в русском и корейском языках. *Мир науки, культуры, образования*, 6(37): 36–39.
- Лыткина Т.С. 2001. К вопросу о гендерных особенностях экономической адаптации домохозяйств. В кн.: Семья в ракурсе социального знания. Сборник научных статей. Под ред. Ю.М. Гончарова. Барнаул, Азбука: 247–270.
- Моисеев А.И. 1963. Термины родства в современном русском языке. *Филологические науки*, 3: 120–132.
- Новиков Л.А. 2001. Эскиз семантического поля. В кн.: Новиков Л.А. Избранные труды: В 2 т. Т. 2: Эстетические аспекты языка. *Miscellanea*. Москва, Издательство Российского университета дружбы народов: 554–570.
- Новоселова О.А., Храмцова Л.Н. 2021. Термины родства в современном русском языке: функционально-прагматический и лексикографический аспекты. В кн.: Лексикография цифровой эпохи. Сборник материалов Международного симпозиума (Томск, 24–25 сентября 2021 г.). Под ред. Е.А. Юриной, С.С. Земичевой. Томск, Национальный исследовательский Томский государственный университет: 401–403. DOI: [10.17223/978-5-907442-19-1-2021-133](https://doi.org/10.17223/978-5-907442-19-1-2021-133)
- Поротова О.А. 2023. Системы терминов родства в русском и корейском языках. *Столыпинский вестник*, 5(7): 3957–3965. DOI: [10.55186/27131424_2023_5_7_11](https://doi.org/10.55186/27131424_2023_5_7_11)
- Саенко К.А. 2024. Изменение терминологии родства по свойству в русском языке: результаты эмпирического исследования. В кн.: XXVIII Царскосельские чтения. Материалы международной научной конференции: В 2-х томах (Санкт-Петербург, 23–24 апреля 2024 г.). Т. 1. Под ред. Л. М. Кобриной. Санкт-Петербург, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина: 289–294.
- Татаринцева Е.А. 2013. Роль языка в развитии общества. *Аналитика культурологии*, 2(26): 128–129.
- Трубачев О.Н. 2006. История славянских терминов родства и некоторых древнейших терминов общественного строя. Москва, URSS, Ленанд, 237 с.
- Хайруллина Р.Х., Воробьев В.В. 2021. Лингвокультурологическое поле как единство языка и культуры. *Международный научно-исследовательский журнал*, 4(106)–4: 78–80.
- Чжу М. 2020. Сопоставительный анализ ласковых обращений в современном русском и китайском языках. *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки*, 1: 199–203.
- Jones D. 2003. Kinship and Deep History: Exploring Connections between Culture Areas, Genes, and Languages. *American Anthropologist*, 105(3): 501–514. DOI: [10.1525/aa.2003.105.3.501](https://doi.org/10.1525/aa.2003.105.3.501)



Kronenfeld D.B. 2024. Gould's System for Analyzing Kinship Terminologies: An Application. In: The Handbook of Cultural Linguistics. Springer Handbooks in Languages and Linguistics. Ed. A. Korangy. Springer, Singapore: 271–289. DOI: [10.1007/978-981-99-3800-1_13](https://doi.org/10.1007/978-981-99-3800-1_13)

References

- Burykin A.A., Popov V.A. 2020. Russian terminology of kinship and affinity: historical dynamics axiological fields communicative discourse. St. Petersburg, Publ. St. Petersburg Centre for Oriental Studies Publishers, 318 p. (in Russian).
- Vlasova I.V. 2005. Brak i sem'ya u russkikh (XII–nachalo XX veka) [Marriage and Family among Russians (12th – Early 20th Century)]. In: Vlasova I.V. i dr. Russkie [Russians]. Eds. V.A. Aleksandrov, I.V. Vlasova, N.S. Polishchuk. Moscow, Publ. Nauka: 414–421.
- Vorob'ev V.V. 1997. Lingvokul'turologiya: (Teoriya i metody) [Linguistic and Cultural Studies: (Theory and Methods)]. Moscow, Publ. Izdatel'stvo Rossiiskogo universiteta druzhby narodov, 331 p.
- Zlobin A.N. 2020. Lingvokul'turnye osobennosti kontseptual'noi metaforizatsii v nemetskom yazyke (na primere terminov rodstva) [Linguocultural Features of Conceptual Metaphorization in German (Based on Kinship Terms)]. *Young Scientist*, 34(324)–2: 141–144.
- Levin Yu.I. 1970. Ob opisaniy sistemy terminov rodstva [On the description of the system of kinship terms]. *Sovetskaya etnografiya*, 4: 18–30.
- Li E.V. 2012. Comparative Analysis the Systems of Kinship in Russian and Korean. *World of science, culture and education*, 6(37): 36–39 (in Russian).
- Lytkina T.S. 2001. K voprosu o gendernykh osobennostyakh ehkonomicheskoi adaptatsii domokhozyaistv [On the Gender Peculiarities of Household Economic Adaptation]. In: Sem'ya v rakurse sotsial'nogo znaniya [Family from the Perspective of Social Knowledge]. Collection of Scientific Articles. Ed. Yu.M. Goncharov. Barnaul, Publ. Azbuka: 247–270.
- Moiseev A.I. 1963. Terminy rodstva v sovremennom russkom yazyke [Kinship terms in modern Russian]. *Filologicheskie nauki*, 3: 120–132.
- Novikov L.A. 2001. Ehskiz semanticheskogo polya [Sketch of the semantic field]. In: Novikov L.A. Selected works: In 2 vol. Vol. 2: Ehsteticheskie aspekty yazyka. Miscellanea [Aesthetic aspects of language. Miscellanea]. Moscow, Publ. Izdatel'stvo Rossiiskogo universiteta druzhby narodov: 554–570.
- Novoselova O.A., Khrantsova L.N. 2021. Kinship terms in modern Russian: functional-pragmatic and lexicographic aspects. In: Lexicography of the digital age. Proceedings of the International Symposium (Tomsk, September, 24–25, 2021). Eds. E.A. Yurina, S.S. Zemicheva. Tomsk, Publ. TSU Press: 401–403 (in Russian). DOI: [10.17223/978-5-907442-19-1-2021-133](https://doi.org/10.17223/978-5-907442-19-1-2021-133)
- Porotova O.A. 2023. Systems of Kinship Terms in Russian and Korean. *Stolypinskii vestnik*, 5(7): 3957–3965. DOI: [10.55186/27131424_2023_5_7_11](https://doi.org/10.55186/27131424_2023_5_7_11)
- Saenko K.A. 2024. Izmenenie terminologii rodstva po svoistvu v russkom yazyke: rezul'taty ehmpiricheskogo issledovaniya [Changes in the terminology of kinship by affinity in Russian: Results of an empirical study]. In: XXVIII Tsarskosel'skie chteniya [XXVIII Tsarskoye Selo Readings]. Proceedings of the international scientific conference: In 2 volumes (St. Petersburg, April 23–24, 2024). Vol. 1. Ed. L.M. Kobrina. St. Petersburg, Publ. Leningradskii gosudarstvennyi universitet imeni A.S. Pushkina: 289–294.
- Tatarintseva E.A. 2013. Rol' yazyka v razvitiy obshchestva [The Role of Language in the Development of Society]. *Analitika kul'turologii*, 2(26): 128–129.
- Trubachev O.N. 2006. Istoriya slavyanskikh terminov rodstva i nekotorykh drevneishikh terminov obshchestvennogo stroya [History of Slavic terms of kinship and some ancient terms of social system]. Moscow, Publ. URSS, Lenand, 237 p.
- Khairullina R.Kh., Vorobyev V.V. 2021. The Field of Linguocultural Studies as a Unity of Language and Culture. *International Research Journal*, 4(106)–4: 78–80 (in Russian).
- Zhu M. 2020. Comparative Analysis of Affectionate Addresses in Modern Russian and Chinese. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 1: 199–203.
- Jones D. 2003. Kinship and Deep History: Exploring Connections between Culture Areas, Genes, and Languages. *American Anthropologist*, 105(3): 501–514. DOI: [10.1525/aa.2003.105.3.501](https://doi.org/10.1525/aa.2003.105.3.501)



Kronenfeld D.B. 2024. Gould's System for Analyzing Kinship Terminologies: An Application. In: The Handbook of Cultural Linguistics. Springer Handbooks in Languages and Linguistics. Ed. A. Korangy. Springer, Singapore: 271–289. DOI: [10.1007/978-981-99-3800-1_13](https://doi.org/10.1007/978-981-99-3800-1_13)

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 07.05.2025

Поступила после рецензирования 20.03.2026

Принята к публикации 22.03.2026

Received May 7, 2025

Revised March 20, 2026

Accepted March 22, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Кузьмина Оксана Владимировна, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Oksana V. Kuzmina, Candidate of Philological Sciences, Head of the Department of Romance and Germanic Philology and Intercultural Communication, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Ломоносова Юлия Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Julija E. Lomonosova, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Philology and Intercultural Communication, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Соболева Татьяна Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

Tatjana E. Soboleva, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Romance and Germanic Philology and Intercultural Communication, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

Матыцина Марина Станиславовна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков, Липецкий государственный технический университет, г. Липецк, Россия.

Marina S. Matytcina, Doctor of Philology, Associate Professor, Professor of the Department of Foreign Languages, Lipetsk State Technical University, Lipetsk, Russia.



УДК 811.1
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-192-202
EDN ZXPZQK

Корреляционные параметры трансонимизации в эргонимах (на материале эргонимов города Уфы)

Матвеева А.А.

Уфимский университет науки и технологий
Россия, 450076, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д. 32
AnnaUfa@yandex.ru

Аннотация. Эргонимикон составляет значимую часть современных городских наименований, отражая ономастическую специфику деловых, культурных, спортивных предприятий. Одним из способов его формирования является трансонимизация, разные аспекты которой вызывают обширный интерес ономастов, но при этом градуирование трансонимизационных параметров эргонимики до настоящего времени не становилось предметом лингвистических изысканий. Целью данного исследования является выявление структурных элементов эргонимических единиц города Уфы, созданных с помощью трансонимизации, и их последующее шкалирование на основании формальных и семантических критериев. В результате исследования было выявлено, что трансонимизационный процесс может затрагивать эргоним целиком или часть эргонимической конструкции. При неполной трансонимизации эргонимической единицы её трансонимизированный компонент способен быть центральным, дополнительным или равнозначным по отношению к другим компонентам эргонима элементом. Семантическая градация трансонимизационных процессов в эргонимах проявляется в возможности разных референциальных отношений между исходным онимом и итоговым эргонимом, созданным при посредстве трансонимизации, – полная замена референта, наличие референциальных изменений, сохранение референта при трансонимизации. Полученные результаты открывают возможность более глубокого понимания специфики трансонимизации, что обуславливает вклад исследования в развитие теории ономастики, а также выявляют особенности образования и функционирования эргонимов современного города.

Ключевые слова: урбанонимика, эргонимикон, трансонимизационные процессы в эргонимических единицах, полная трансонимизация, частичная трансонимизация

Для цитирования: Матвеева А.А. 2026. Корреляционные параметры трансонимизации в эргонимах (на материале эргонимов города Уфы). *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 45(1): 192–202. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-192-202 EDN ZXPZQK

Correlational Parameters of Transonymisation in Ergonyms (a Case Study of Ergonyms in Ufa)

Anna A. Matveyeva

Ufa University of Science and Technology
32 Zaki Validi St., Ufa 450076, Russian Federation
AnnaUfa@yandex.ru

Abstract. Ergonyms constitute a significant part of modern city names reflecting the onomastic specificity of business, cultural, and sporting enterprises. One of the ways of their formation is transonymisation. Although this phenomenon arouses interest among onomasticians, the ergonymic parameters of transonymisation have not been graded in linguistic research. The study attempts to identify the structural

elements of ergonymic units used in the city of Ufa and created by means of transonymisation and to provide their subsequent grading on the basis of formal and semantic criteria. We have found that transonymisation may concern an ergonym in full or its part. In case of the incomplete transonymisation of an ergonymic unit, its transonymised component may be central, additional, or equally weighted in relation to other ergonym elements. The semantic gradation of transonymisation processes in ergonyms manifests itself in various referential relations between an original onym and the resulting ergonym created by means of transonymisation – total substitution of the referent, presence of referential changes, and preservation of the referent during the process of transonymisation. The results obtained reveal a possibility of a deeper understanding of transonymisation specificity, thus determining the contribution of our findings to onomastics theory development. Besides, the results of the study elicit the peculiarities of the formation and functioning of modern city ergonyms.

Keywords: urban studies, ergonymicon, transonymisation processes in ergonymic units, complete transonymisation, incomplete transonymisation

For citation: Matveyeva A.A. 2026. Correlational Parameters of Transonymisation in Ergonyms (a Case Study of Ergonyms in Ufa). *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 192–202 (in Russian). DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-192-202 EDN ZXPZQK

Введение

Мегаполис соединяет в себе множество социокультурных пластов, и его ономастический культурно-языковой пласт представляет собой значимый фрагмент онтологической мозаики урбанистического образования в его современном ракурсе, историческом разрезе и проекции будущего. Ономастические единицы, номинирующие предметы городской среды (урбанонимы), могут быть представлены хоронимами (названиями территориальных пространственных городских объектов), годонимами (названиями линейных пространственных городских объектов), агоронимами (именами площадей), ойкодонимами (названиями зданий), эkkлезионимами (наименованиями мест религиозного общения) [Шмелёва, 2014, с. 7], хремотонимами (названиями промышленных, торговых, ремесленных предметов) [Суперанская, 1973, с. 145], эргонимами (названиями предприятий различного функционального профиля: делового объединения людей, коммерческого предприятия, объекта культуры, спортивного заведения) [Киселёва, Хисамутдинова, 2024, с. 2526], прагмонимами (именами собственными, маркирующими торговые марки и бренды) [Клецкая, 2025, с. 133], гемеронимами (наименованиями средств массовой информации) [Маркова, 2025, с. 155].

Различные аспекты урбанонимии стали предметом многочисленных научных исследований. Т.В. Шмелёва [2014, с. 12] разработала подробную классификацию урбанонимических единиц, в рамках которых более мелкие иерархические единицы объединены в три крупных класса наименований городской среды – имена пространств, имена сооружений, имена заведений. М.В. Голомидова, Р.В. Разумов, А.В. Дмитриева и др. [Голомидова и др., 2023, с. 29-30] в ходе изучения процессов создания урбанонимов выявили пять семантических макромоделей, используемых при порождении урбанонимов: дескриптивную модель, меморативную модель, условно-символическую ценностную модель, условно-символическую эвсемантическую модель и условно-символическую географическую модель. Л.Р. Замалетдинова [2016] исследует урбанонимы в современном русском языке сквозь призму креативной речевой деятельности. Исследователь выявляет национально-культурную специфику урбанонимических единиц и отмечает встающую перед создателями урбанонимов необходимость поиска равновесия между национальным и универсальным компонентом значения урбанонима [Замалетдинова, 2016, с. 9].

Р. Baranauskienė, I. Mickienė, S. Juzelenienė [2020] рассматривают урбанонимы в ракурсе семиотики и лингводидактики. Коллектив авторов трактуют урбанонимы как



семиотические знаки языкового обучения, соотносимые с культурой и историей региона [Baranauskienė et al., 2020, p. 229]. Многие исследования в области лингвистической урбанографии, проводимые зарубежными научными коллективами, сосредоточены на изучении городских брендов. Исследовательский коллектив под руководством V. Formisano [2021] изучает характеристики индивидуальности брендов активно развивающихся городов. По данным исследователей, индивидуальность бренда успешных городов базируется на двух основных факторах: изменяемость и привлекательность для жителей и гостей города. D.R. Sloan, D. Aiken, A.C. Mikkelsen [2018] вводят концепцию географической конгруэнтности бренда (GBC), под которой понимается связь между брендом и географическим регионом. D.R. Sloan, D. Aiken, A.C. Mikkelsen [2018, p. 781] приходят к выводу, что бренды, имеющие аутентичную привязку к географическому региону, имеют более высокую ценность в глазах потребителей и пользуются большим доверием потребителей по сравнению с брендами, не содержащими в своём названии маркеров географической отнесённости или имеющими в своём наименовании географические ассоциации, не соответствующие действительности. Коллектив исследователей под руководством P. Tejero [2024] изучают наименования городов в дорожных знаках в ракурсе их восприятия в статике и динамике. P. Tejero, L. Rojo, J. Rosa [2024, p. 1928] пришли к выводу, что названия городов, представленные заглавными буквами на дорожных знаках, менее поддаются распознаванию, чем имена городов в строчном регистре на дорожных знаках, что распространяется на ситуацию восприятия как в движении, так и в статике.

Огромный исследовательский интерес представляет такая разновидность урбанонимов, как эргонимы (названия заведений), которые в силу интенсивной динамики своего развития отражают культурные, политические, экономические изменения общественной жизни. Г.Р. Абдуллина, Л.Ф. Абубакирова, Л.Ф. Аюпова [2019, с. 74] выявляют на примере тюркских эргонимов Республики Башкортостан такие способы образования эргонимов, как онимизация, трансонимизация, метафорический и метонимический переносы, калькирование. В качестве самого продуктивного лексико-семантического способа образования эргонимов авторы называют трансонимизацию [Абдуллина и др., 2019, с. 74]. Трансонимизация – это «возможность» (и добавим – результат) участия собственного имени «в номинации новых объектов» «благодаря наличию развившихся в собственном имени понятийных коннотаций» [Яковенко, 2024, с. 226].

Научные изыскания в области трансонимизации содержат исследования, сосредотачивающиеся на изучении перехода онимов одного класса в другой онимический класс – топонимы [Sativodieva, 2023], космонимы [Holeš, 2025], эргонимы [Абдуллина и др., 2019]. Д. Сативодиева исследует происхождение топонимов Наманганской области Узбекистана от ономастических единиц других классов, вследствие чего выявляет переходы таких онимических классов, как этноним → топоним, антропоним → топоним, гидроним → топоним [Sativodieva, 2023, p. 22, 23] и др. Дж. Хоулз изучает происхождение названий малых планет и обнаруживает, что их источником являются антропонимы, хрематонимы и топонимы [Holeš, 2025, p. 220]. Г.Р. Абдуллина, Л.Ф. Абубакирова, Л.Ф. Аюпова [2019, с. 72] в анализе трансонимизационных процессов, участвующих в происхождении тюркских эргонимов Республики Башкортостан, выявляют их исток от антропонимов, топонимов, космонимов и мифонимов. Е.В. Веденева [2025, с. 53–54], исследуя медицинские эргонимы города Смоленска, определяет в качестве типа оним-источника антропонимы, мифонимы, астронимы, гидронимы, фитонимы, фиктонимы, ойконимы, экклезионимы. М.И. Жулева [2025, с. 28–29] в исследовании наименований стоматологических клиник города Самары выявляет номинации, образованные от антропонимов, топонимов и мифонимов, а также определяет модели образования эргонимов с антропонимическим компонентом. И.А. Соколова [2024, с. 200] при изучении

трансонимизации эргонимов выявляет перенос антропонимов, топонимов, астрономов, прагматонимов в ряд эргонимов. Е.П. Филиппова и О.С. Шемонаева [2023, с.135–136] на примере эргонимов города Орехово-Зуево вычленили такие способы трансонимизационной эргонимической номинации, как актуализация антропонима, топонима, теонима, мифонима, зоонима, фитонима. Д.Э. Савичева [2023, с. 359–360] исследует появление эргонимов, происходящих от поэтонима «Ассоль», и обнаруживает следствие трансонимизации данного поэтонима в наименованиях гостиниц, магазинов, салонов красоты, агентств, клубов и других заведений городского пространства.

Широкий пласт исследований городского эргонимикона показывает, что трансонимизация является одним из наиболее значимых источников пополнения эргонимического языкового запаса. Вместе с тем глубина и многоплановость семантических процессов, происходящих при категориальном изменении онима одного типа (не-эргонима) на оним другого типа (эргоним) оставляют дополнительные возможности для глубокого и детального параметрирования трансонимизационных процессов в эргонимии.

В свете всего вышесказанного видится необходимой структуризация эргонимов с трансонимической составляющей с их последующим шкалированием в зависимости от степени и характера трансонимической компоненты.

Материалы и методы исследования

Материал исследования составляют 143 эргонима города Уфы с трансонимической компонентой, полученных в ходе непосредственного наблюдения над вывесками города Уфы, а также извлечённых из данных приложения Яндекс Карты. Объектом исследования являются 146 языковых единиц, представляющих собой трансонимизированные компоненты эргонима. Соответственно, вследствие того, что эргоним может как целиком представлять собой следствие трансонимизации, так и содержать один или более трансонимизированных элементов в своей структуре, количество проанализированных примеров трансонимизации в эргонимах составляет 146 примеров.

Применялись общенаучные и лингвистические методы. Метод сплошной выборки и метод наблюдения над языковым материалом позволили отобрать релевантные языковые единицы для анализа. Метод структурно-семантического анализа и сравнительно-сопоставительный метод позволили выявить трансонимизированные элементы эргонимов и распределить их по категориям в соответствии с градационными характеристиками. Метод семантической и прагматической интерпретации позволил обнаружить семантические нюансы трансонимизации в эргонимах и проанализировать трансонимизированные элементы эргонимов в контекстном окружении. Применение метода количественного анализа дало количественную интерпретацию полученных результатов, что предоставило возможность составления детализированной картины трансонимизационных процессов в урбанонимии на примере эргонимикона города Уфы.

Результаты исследования и их обсуждение

Проведённое исследование позволило распределить эргонимы с трансонимизационной компонентой на две основные группы, членимые далее на подгруппы. Основные группы включают в себя эргонимы, в которых наблюдается полная трансонимизация, и эргонимы, в которых наблюдается частичная трансонимизация. Эргонимы, в которых присутствует частичная трансонимизация, в свою очередь, подразделяются на эргонимы, в которых трансонимизированный элемент является центральным компонентом эргонима; эргонимы, в которых трансонимизированный элемент является дополнительным компонентом эргонима; эргонимы, в которых трансонимизированный элемент является равнозначным по отношению к другим

компонентам эргонима. Степень трансонимизации в эргонимах с трансонимизационной компонентой и роль трансонимизированных элементов в составе эргонима могут быть представлены в схематической форме (рис. 1).



Рис. 1. Трансонимизация в эргонимах согласно степени трансонимизации и роли трансонимизированного элемента

Fig. 1. Transonymisation in ergonyms according to the degree of transonymisation and the role of a transonymised element

Эргонимы, в которых наблюдается полная трансонимизация, представляют собой цельные лексические единицы, подвергшиеся онимическому сдвигу – смене одного типа онима на другой. Например, антропоним *Виктория* становится эргонимом – наименованием студии красоты; топоним *Прованс* становится эргонимом (название географического региона обращается в название пекарни). При этом структурно эргонимы с полной трансонимизацией могут быть представлены не только одним словом, как в двух приведённых выше примерах, но и несколькими словами, если они представляют собой единое семантическое целое. Например, прецедентный оним *Кот в сапогах*, функционируя как эргоним, меняет свой онимический статус с названия литературного произведения на название магазина.

Явление частичной трансонимизации в эргонимах предполагает, что не все компоненты эргонима являются участниками трансонимизационных процессов. Трансонимизированный элемент эргонима может занимать в нём центральное положение, дополнять другие элементы эргонима или находиться в равных отношениях с другими компонентами эргонима. Эргонимы, в которых трансонимизированный элемент является центральным компонентом, структурированы таким образом, что основным элементом эргонима является оним, сменивший свой категориальный статус, который сопровождается определяющим элементом (прилагательным, числительным, существительным с предлогом в русскоязычном эргониме или адъективированным существительным в англоязычном эргониме) или уточняющим элементом (предлогом). Например, название кафе *Ханой 88* состоит из топонима (наименование города Ханой), сопровождаемого определяющим элементом, выраженным числительным (88).

Эргонимы, в которых трансонимизированный элемент является дополнительным компонентом эргонима, организованы таким образом, что центральное звено в них составляет онимизированный апеллатив, а трансонимизированный оним выступает в качестве дополнительного элемента, определяя или уточняя центральный апеллативный

элемент. Трансонимизированный элемент эргонима, являющийся его дополнительным компонентом, может быть представлен именем существительным в именительном падеже, именем существительным в одном из косвенных падежей, именем прилагательным в русскоязычных эргонимах, именем существительным в общем падеже или именем существительным в родительном падеже в англоязычных эргонимах. Например, название кафе *Грузинский дворик* состоит из имени нарицательного «дворик», подвергнувшегося онимизации в составе данного эргонима, и выступающего по отношению к нему в функции определения топонима «грузинский», подвергнувшегося трансонимизации в рамках иллюстрируемого эргонима.

Эргонимы, в которых трансонимизированный элемент является равнозначным по отношению к другим компонентам эргонима, представляют собой словосочетания с сочинительной связью, предикативные структуры или цепочки односоставных предложений. Например, наименование фирмы юридических услуг *Афонин и партнёры* состоит из имени собственного (Афонин), союза «и» и имени нарицательного (партнёры). Все элементы равнозначны по отношению друг к другу и вследствие процессов трансонимизации и онимизации составляют в итоге эргоним.

Количественный анализ показывает преобладание эргонимов, в которых наблюдается полная трансонимизация, – 94 примера. 52 примера знаменуют собой явления частичной трансонимизации в эргонимах. Из них наибольшую частотность демонстрируют примеры, в которых трансонимизированный элемент эргонима является его дополнительным компонентом (38 примеров). По 7 примеров приходится на подрубрики эргонимов, в которых наблюдается частичная трансонимизация, – «эргонимы, где трансонимизированный элемент является центральным компонентом эргонима» и «эргонимы, где трансонимизированный элемент является равнозначным по отношению к другим компонентам эргонима». Процентное соотношение видов эргонимов с трансонимизационной составляющей представлено на рис. 2.



Рис. 2. Процентное соотношение видов эргонимов с трансонимизационной составляющей
Fig. 2. Types of ergonyms with a transonymisation component, percentage

Исследование показывает, что шкалирование эргонимов производится не только в аспекте параметров структуры, когда понятие полной трансонимизации связано с вовлечением в трансонимизационные процессы всей структуры эргонима как целостного образования, а понятие частичной трансонимизации связано с участием в трансонимизационном событии лишь части эргонима с дальнейшим определением



значимости этой части в композиции эргонима. Шкалирование эргонимов от полной до частичной трансонимизации осуществимо и в аспекте параметров семантики, когда под полной трансонимизацией следует понимать полную референциальную замену, а под частичной трансонимизацией – разные степени изменения референциальной отнесённости. Например, полную трансонимизацию не только в структурном, но и в семантическом отношении можно наблюдать в эргониме *Магадан*: наименование города становится наименованием ресторана, при этом референт меняется полностью, будучи связанным с прежним референтом метонимической связью, так как ресторан *Магадан* – это рыбный ресторан, а город Магадан – это славящийся своими рыбными деликатесами город на берегу Охотского моря.

Сходный семантический ракурс трансонимизации демонстрируют примеры, в которых трансонимизированный элемент эргонима является его центральным компонентом, но при полной замене референта в трансонимизированном элементе эргонима сохраняется более существенная коннотативная связь исконного и нового референта, чем в примерах рубрики полной трансонимизации эргонима. Например, эргоним *Старый Баку* основан на трансонимизации топонима, в ходе которой происходит полная замена референта: город → ресторан. При этом связь между новым референтом и прежним референтом является не только метонимической (ресторан *Старый Баку* – это ресторан азербайджанской кухни), но и метафорической, так как благодаря эпитету «старый» создаётся соответствующая атмосфера, и в совокупном названии ресторана (*Старый Баку*) присутствует отсылка к городу с его неповторимым обликом и атмосферой.

С семантической точки зрения трансонимизация может считаться лишь частичной (или даже условной) в таких подрубриках структурно-частичной трансонимизации эргонимов, как субкатегория эргонимов, в рамках которой трансонимизированный элемент эргонима является его дополнительным компонентом, и субкатегория эргонимов, где трансонимизированный элемент эргонима является равнозначным по отношению к другим компонентам эргонима. Например, в основе эргонима *Башкирские пасеки* лежит апеллатив «пасеки» в качестве основного элемента и оним «башкирские» в качестве дополнительного элемента. При этом смены референта не происходит – отсылка к Башкортостану как к республике в прилагательном «башкирские» сохраняется и в контексте смысла эргонима в целом – названия магазина. Поэтому можно говорить только о частичной (или условной) трансонимизации эргонима в ракурсе семантического аспекта: оним «башкирские», взятый в отдельности, референциально отнесён к соответствующей республике, но эргоним *Башкирские пасеки*, взятый в целостности, являет собой название магазина, метонимически соотнесённого с понятием «башкирские пасеки». В качестве другого примера можно привести эргоним *Наиль наладит*, построенный как предикативная структура с равнозначными по отношению друг к другу подлежащим и сказуемым. Отсылка к антропониму «Наиль» сохраняется без смены референта, т.е. на этом уровне структуры эргонима трансонимизации не происходит (или её можно назвать условной), но в совокупности всех элементов эргоним *Наиль наладит*, обозначающий фирму компьютерного ремонта, представляет собой результат трансонимизации (мужское имя → наименование фирмы). В итоге трансонимизацию можно назвать частичной, так как она наблюдается только в целостном соединении всех элементов эргонима.

Таким образом, можно отметить корреляцию шкалирования трансонимизации в эргонимах города Уфы со структурной точки зрения и шкалирования трансонимизации в эргонимах города Уфы с семантической точки зрения. Полная трансонимизация задействует как структуру эргонима целиком, так и обуславливает замену референта. Частичная трансонимизация структурно неполна, а также предполагает сложные референциальные отношения исконного онима и трансонимизированного элемента, подверженные вторичному градуированию, и зависящие от ракурса «эргоним в целом – часть эргонима».

Заключение

Научные изыскания в сфере эргоники представляют собой значимую часть исследований ономастического городского ландшафта. Одним из самых продуктивных способов создания эргонимов признана трансонимизация. Как показало проведённое исследование, трансонимизационные процессы при образовании эргонимов поддаются многомерной структуре.

Вклад автора в науку заключается, во-первых, в разработке классификации трансонимизированных эргонимов на основе критерия объёма трансонимизированного компонента в эргониме. Выявлены такие виды трансонимизации в эргонимах, как полная трансонимизация (эргоним целиком представляет собой трансонимизированный элемент) и частичная трансонимизация (трансонимизированный элемент составляет часть эргонима). Частичная трансонимизация разделяется на три подтипа в зависимости от того, является ли трансонимизированный элемент эргонима его центральным компонентом, дополнительным компонентом или равнозначным по отношению к другим компонентам эргонима. Результаты исследования процессов трансонимизации на материале эргонимов города Уфы могут быть представлены в виде шкалы в зависимости от частотности каждого из выявленных типов трансонимизации, на которой наибольшее количество подвергшихся трансонимизации эргонимических единиц репрезентирует полную трансонимизацию (64 %), меньшее число эргонимов является примером частичной трансонимизации, в которой трансонимизированный компонент дополняет ядерную часть эргонима (26 %), и наименьшее количество проанализированных единиц иллюстрирует частичную трансонимизацию, где трансонимизированный элемент составляет центр эргонимической конструкции (5 %), а также частичную трансонимизацию, в которой трансонимизированный элемент равноценен по отношению к другим компонентам эргонима (5 %).

Во-вторых, в результате исследования эргонимикона Уфы выявлены разные виды отношения исходного онима и онима, являющего собой результат трансонимизации в составе эргонимической конструкции. Трансонимизацию можно считать полной не только со структурной, но и с семантической точки зрения, если в её процессе происходит замена референта. Следует вести речь о неполной (условной) трансонимизации, если замена референта трансонимизируемого онима не осуществляется.

Многоуровневая структурно-семантическая параметризация трансонимизационных процессов, происходящих в эргонимах, способствует более глубокому и тонкому пониманию взаимоотношений разных категорий собственных имён, что обуславливает значимость проведённого исследования для науки. Дальнейшее изучение структурных характеристик и семантических связей эргонимов, возникших вследствие трансонимизации, составляет исследовательскую программу будущих научных изысканий в сфере трансонимизационных процессов эргонимикона.

Список литературы

- Абдуллина Г.Р., Абубакирова Л.Ф., Аюпова Л.Ф. 2019. Лексико-семантические, словообразовательные особенности тюркских эргонимов, функционирующих в лингвистическом пространстве Республики Башкортостан. *Проблемы востоковедения*, 3(85): 70–75. DOI: [10.24411/2223-0564-2019-10311](https://doi.org/10.24411/2223-0564-2019-10311)
- Веденева Е.В. 2025. Медицинские эргонимы в Смоленске. *Смоленский медицинский альманах*, 1–1: 52–54. DOI: [10.37903/SMA.2025.1.12](https://doi.org/10.37903/SMA.2025.1.12)
- Голомидова М.В., Разумов Р.В., Дмитриева А.В. 2023. Городская топонимия: современная политика и практика именования. Под ред. М.В. Голомидовой, С.О. Горяева. Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 216 с.
- Жулева М.И. 2025. Специфика номинации стоматологических клиник (на примере ономастикона г. Самара). *Вестник Луганского государственного педагогического университета. Серия: Филологические науки*, 1(123): 27–33.



- Замалетдинова Л.Р. 2016. Современные русские урбанонимы в аспекте креативной речевой деятельности. Дис. ... канд. филол. наук. Москва, 204 с.
- Киселёва Л.А., Хисамутдинова Д.Р. 2024. Эргонимикон как важнейший компонент языкового ландшафта современного полиэтничного города (на примере Уфы). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 17(7): 2524–2530. DOI: [10.30853/phil20240359](https://doi.org/10.30853/phil20240359)
- Клецкая С.И. 2025. Прагмонимы в рекламном дискурсе. *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки*, 2–2: 133–137. DOI: [10.37882/2223-2982.2025.2-2.15](https://doi.org/10.37882/2223-2982.2025.2-2.15)
- Маркова Т.С. 2025. Ономазиологическая парадигма немецкоязычных гемеронимов, являющихся наименованиями газет. *Теория языка и межкультурная коммуникация*, 1(56): 155–170. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/zvm9goqs.pdf> (дата обращения: 01.10.2025)
- Савичева Д.Э. 2023. Процесс трансонимизации топонима *Ассоль* (на материале интернет-источников). В кн.: Филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы. Материалы VIII Международного научного конгресса (Симферополь, 07–08 апреля 2023 г.). Под ред. Е.В. Полховской. Симферополь, Издательский дом Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского: 357–362.
- Соколова И.А. 2024. Способы номинации эргонимов. *Глобальный научный потенциал*, 1(154): 199–201.
- Суперанская А.В. 1973. Общая теория имени собственного. Москва, Наука, 366 с.
- Филиппова Е.П., Шемонаева О.С. 2023. Культурологические и методические аспекты изучения и преподавания ономастики (на примере эргонимов г. Орехово-Зуево). *Вестник государственного гуманитарно-технологического университета*, 2: 133–141.
- Шмелёва Т.В. 2014. Ономастикон российского города. Саарбрюккен, LAP LAMBERT Academic Publishing, 137 с.
- Яковенко М.В. 2024. Внутривидовая трансонимизация с участием коннотативных онимов. *Восточнославянская филология. Языкознание*, 17(43): 226–242.
- Baranauskienė R., Mickienė I., Juzelenienė S. 2020. Urbanonyms as the semiotic signs of language teaching and learning. In: EDULEARN20 Proceedings. 12th International Conference on Education and New Learning Technologies (Online conference, 6–7 July, 2020). IATED: 229–235. DOI: [10.21125/edulearn.2020.0112](https://doi.org/10.21125/edulearn.2020.0112)
- Formisano V., Fedele M., Rudko I., Bonab A.B. 2021. Deriving Perceived Brand Personality Traits of Thriving Cities: Empirical Investigation of City-Related Subreddits. In: *Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società*. Proceedings XVIII SIM Conference (Ancona, 14–15 ottobre 2021). URL: https://www.researchgate.net/publication/356815319_Deriving_Perceived_Brand_Personality_Traits_of_Thriving_Cities_Empirical_Investigation_of_City-Related_Subreddits (accessed: August 10, 2025).
- Holeš J. 2025. People Love to Name Things: Current Trends in Naming Minor Planets. *Вопросы ономастики*, 22(1): 220–235. DOI: [10.15826/vopr_onom.2025.22.1.009](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2025.22.1.009)
- Sativodieva D. 2023. Transonimisation in the toponymy of Namangan province. *Current Research Journal of Philological Sciences*, 04(06): 20–24. DOI: [10.37547/philological-crjps-04-06-05](https://doi.org/10.37547/philological-crjps-04-06-05)
- Sloan D.R., Aiken D., Mikkelsen A.C. 2018. Places in names: an investigation of regional geographic brand congruency. *Journal of Product & Brand Management*, 27(7): 781–792. DOI: [10.1108/JPBM-11-2017-1656](https://doi.org/10.1108/JPBM-11-2017-1656)
- Tejero P., Royo L., Roca J. 2024. Finding a City Name in a Traffic Sign: Effects of Word Case and Visual Motion. *Hum Factors*, 66(7): 1928–1941. DOI: [10.1177/00187208231192756](https://doi.org/10.1177/00187208231192756)

References

- Abdullina G.R., Abubakirova L.F., Ayupova L.F. 2019. Lexico-Semantic and Derivational Peculiarities of Turkic Ergonyms Functioning in the Linguistic Space of the Republic of Bashkortostan. *The Problems of Oriental Studies*, 3(85): 70–75 (in Russian). DOI: [10.24411/2223-0564-2019-10311](https://doi.org/10.24411/2223-0564-2019-10311)
- Vedeneeva E.V. 2025. Medical Ergonyms in Smolensk. *Smolensk Medical Almanac*, 1–1: 52–54. DOI: [10.37903/SMA.2025.1.12](https://doi.org/10.37903/SMA.2025.1.12)
- Golomidova M.V., Razumov R.V., Dmitrieva A.V. 2023. Gorodskaya toponimiya: sovremennaya politika i praktika imenovaniya [Urban Toponymy: Modern Naming Policy and Practice]. Eds. M.V. Golomidova, S.O. Goryaev. Ekaterinburg, Publ. Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 216 p.

- Zhuleva M.I. 2025. Specifics of the Nomination of Dental Clinics (Using the Example of the Onomasticon of the City of Samara). *Vestnik Luganskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Filologicheskie nauki*, 1(123): 27–33.
- Zamaletdinova L.R. 2016. *Sovremennye russkie urbanonimy v aspekte kreativnoi rechevoi deyatel'nosti* [Modern Russian urbanonyms in the aspect of creative speech activity]. Diss. ... Cand. Philol. Sciences. Moscow, 204 p.
- Kiseleva L.A., Khisamutdinova D.R. 2024. Ergonymicon as the most important component of the linguistic landscape of a modern multiethnic city (on the example of Ufa). *Philology. Theory & Practice*, 17(7): 2524–2530 (in Russian). DOI: [10.30853/phil20240359](https://doi.org/10.30853/phil20240359)
- Kletskaya S. 2025. Pragmonyms in advertising Discourse. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 2–2: 133–137. DOI: [10.37882/2223-2982.2025.2-2.15](https://doi.org/10.37882/2223-2982.2025.2-2.15)
- Markova T.S. 2025. Onomasiologicheskaya paradigma nemetskoyazychnykh gemeronimov, yavlyayushchikhsya naimenovaniyami gazet [Onomasiological paradigm of German-language hemeronyms that are newspaper names]. *Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, 1(56): 155–170. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/zvm9goqs.pdf> (accessed: 01.10.2025)
- Savicheva D.E. 2023. *Protsess transonimizatsii poetonima Assol' (na materiale internet-istochnikov)* [The Process of Transonymization of the Poetonym Assol (Based on Internet Sources)]. In: *Filologiya. Sotsial'naya i natsional'naya variativnost' yazyka i literatury* [Philology. Social and National Variability of Language and Literature]. Proceedings of the VIII International Scientific Congress (Simferopol, April 7–8, 2023). Ed. by E.V. Polkhovskaya. Simferopol, Publ. Izdatel'skii dom Krymskogo federal'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo: 357–362.
- Sokolova I.A. 2024. The Ways of the Ergonyms Nomination. *Global Scientific Potential*, 1(154): 199–201 (in Russian).
- Superanskaya A.V. 1973. *Obshchaya teoriya imeni sobstvennogo* [General Theory of Proper Names]. Moscow, Publ. Nauka, 366 p.
- Filippova E.P., Shemonaeva O.S. 2023. Culturological and Methodological Aspects in the Study and Teaching of Onomastics (on the Example of the Town of Orekhovo-Zuevo). *Vestnik of State University of Humanities and Technology*, 2: 133–141 (in Russian).
- Shmeleva T.V. 2014. *Onomastikon rossiiskogo goroda* [Onomasticon of a Russian City]. Saarbrücken, LAP LAMBERT Academic Publishing, 137 p.
- Yakovenko M.V. 2024. Intraspecific Transonymisation with Connotonyms. *East Slavic Philology. Language Studies*, 17(43): 226–242 (in Russian).
- Baranauskiene R., Mickiene I., Juzeleniene S. 2020. Urbanonyms as the semiotic signs of language teaching and learning. In: *EDULEARN20 Proceedings. 12th International Conference on Education and New Learning Technologies* (Online conference, 6–7 July, 2020). IATED: 229–235. DOI: [10.21125/edulearn.2020.0112](https://doi.org/10.21125/edulearn.2020.0112)
- Formisano V., Fedele M., Rudko I., Bonab A.B. 2021. Deriving Perceived Brand Personality Traits of Thriving Cities: Empirical Investigation of City-Related Subreddits. In: *Trasformazione digitale dei mercati: il Marketing nella creazione di valore per le imprese e la società* [Digital Transformation of Markets: Marketing in the Creation of Value for Businesses and Society]. Proceedings XVIII SIM Conference (Ancona, October 14–15, 2021). URL: https://www.researchgate.net/publication/356815319_Deriving_Perceived_Brand_Personality_Traits_of_Thriving_Cities_Empirical_Investigation_of_City-Related_Subreddits (accessed: August 10, 2025).
- Holeš Ja. 2025. People Love to Name Things: Current Trends in Naming Minor Planets. *Problems of Onomastics*, 22(1): 220–235. DOI: [10.15826/vopr_onom.2025.22.1.009](https://doi.org/10.15826/vopr_onom.2025.22.1.009)
- Sativodieva D. 2023. Transonimisation in the toponymy of Namangan province. *Current Research Journal of Philological Sciences*, 04(06): 20–24. DOI: [10.37547/philological-crjps-04-06-05](https://doi.org/10.37547/philological-crjps-04-06-05)
- Sloan D.R., Aiken D., Mikkelson A.C. 2018. Places in names: an investigation of regional geographic brand congruency. *Journal of Product & Brand Management*, 27(7): 781–792. DOI: [10.1108/JPBM-11-2017-1656](https://doi.org/10.1108/JPBM-11-2017-1656)
- Tejero P., Royo L., Roca J. 2024. Finding a City Name in a Traffic Sign: Effects of Word Case and Visual Motion. *Hum Factors*, 66(7): 1928–1941. DOI: [10.1177/00187208231192756](https://doi.org/10.1177/00187208231192756)



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 04.10.2025
Поступила после рецензирования 24.11.2025
Принята к публикации 10.03.2026

Received October 04, 2025
Revised November 24, 2025
Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Матвеева Анна Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры зарубежной лингвистики, Уфимский университет науки и технологий, г. Уфа, Россия.

Anna A. Matveyeva, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Foreign Linguistics, Ufa University of Science and Technology, Ufa, Russia.

УДК 808.2:801.55=161(075.8)
DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-203-212
EDN ZYZPLN

Grammatical Categories of Number and Case of Nouns to Reflect the Specificities of the Poetic Form of Speech

Zhang Xinxin

Jilin University of Finance and Economics
3699 Jingyue, Nanguan District, Changchun, Jilin 130117, China
18274043@qq.com

Abstract. Focusing on the verse linguistics of Russian, this research pioneers an inquiry into how nominal inflection (case and number) dictates versification specifics. The methodological framework is built upon a synthesis of distributive, quantitative, descriptive, analytical, and semantic-stylistic analyses. The primary data for this investigation consists of a representative sample of 20th-century poetry extracted from the National Corpus of the Russian Language. By establishing a direct correlation between grammar and poetic meter, the study presents a unique contribution with dual significance: it enriches the theoretical underpinnings of linguistic aesthetics while simultaneously providing valuable resources for teaching linguistic courses.

Keywords: versification patterns; grammatical resources of language; Russian noun morphosyntax; case and number; poetic form

Funding: This work was funded by a grant from Jilin Province, PR China, under the research project “The Aesthetic Potential of Morphological Units in the Works by A. Akhmatova” (Project No. JJKH20240189SK).

For citation: Zhang X. 2026. Grammatical Categories of Number and Case of Nouns to Reflect the Specificities of the Poetic Form of Speech. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 203–212. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-203-212 EDN ZYZPLN

Функционирование грамматических форм числа и падежа существительных в качестве реализации особенностей поэтической речи

Чжан Синьсинь

Цзилиньский университет финансов и экономики
3699 Цзиньюэ, Район Наньгуань, Чанчунь, Цзилинь 130117, Китай
18274043@qq.com

Аннотация. Цель исследования – выявить специфику версификации поэтических текстов, обусловленную функционированием грамматических форм числа и падежа русских субстантивов. В основу методологии положены принципы семантико-стилистического, аналитического, описательного, дистрибутивного и количественного анализа. Для исследования была скомпилирована электронная база данных, состоящая из поэтических текстов XX века, предоставленных Национальным корпусом русского языка. Впервые автором установлена взаимосвязь между грамматическими формами числа и падежа существительных и организацией ритмико-рифменной структуры русской поэзии. Полученные результаты могут быть использованы в преподавании лингвистических дисциплин.

Ключевые слова: стихотворные произведения, грамматические категории числа и падежа русских субстантивов, эстетические ресурсы грамматики, особенность версификации



Финансирование: исследование выполнено при финансовой поддержке провинции Цзилинь КНР в рамках проекта «Эстетический потенциал морфологических единиц в произведениях А.Ахматовой» (Проект № ЖКН20240189SK).

Для цитирования: Zhang X. 2026. Grammatical Categories of Number and Case of Nouns to Reflect the Specificities of the Poetic Form of Speech. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 45(1): 203–212. DOI 10.52575/2712-7451-2026-45-1-203-212 EDN ZYZPLN

Introduction

The study into the morphological category of number and case of nouns remains one of the many complex problems of Russian grammar. This research adopts the position of G.I. Panova [Panova, 2010, p. 98, pp. 110-111], who conceptualizes the number of nouns as a semantic category possessing the features of reflectiveness, obligatoriness, and inflectionality, thereby according it a key role in the language's structural organization¹. The case of nouns is an obligatory morphosyntactic category that is both inflectional and semantic, with distinct structural significance².

The analytical approach adopted herein, which examines aesthetic manifestations in grammatical structures such as nominal number and case, draws upon the foundational work of linguist G.A. Khairutdinova. According to the researcher, studying this problem requires the use of a comprehensive integrative approach. Linguistically embodied aesthetic resources are defined as units within a literary text that are aesthetically potent. Their impact is realized when the reader experiences profound spiritual delight, a form of pleasure derived primarily from aesthetic appreciation [Khairutdinova, 2013, p. 280].

The aim of the study is to identify the features of versification in poetic works realized through various grammatical forms of noun number and case.

Literature review

The form of artistic speech – both poetic and prosaic – can be interpreted in terms of analyzing the aesthetic properties of linguistic units, including morphological means. Many scholars note the validity of this approach when studying poetic speech in particular. According to M.L. Gasparov's model, the rhythmic system of modern Russian poetry operates on the principle of a multi-layered hierarchy of phonological prominence. Within the operation of this system, each successive element generates a degree of rhythmic anticipation. The resulting aesthetic effect, he argues, stems precisely from the subsequent confirmation or violation of this expectation [Gasparov, 1974, p. 17].

Considering the basic concepts as well as the general laws of the organization of the Russian poem, M.L. Gasparov states that a poem is speech divided into relatively short segments. In a poem, this division into segments is obligatory, uniformly defined for all readers: in modern verse, this is usually expressed by the graphic division of the text into lines [Gasparov, 1974, p. 11]. It is also important to note that poetry is a rhythmically organized type of speech, while prose is an ordinary type of speech [Lotman, 1972, p. 30]. Furthermore, in poetic language, there exists a certain elementary device – the device of bringing two units closer together. In the area of euphony, modifications of this device are rhyme, assonance and alliteration [Yakobson, 1987, pp. 299–300].

¹ Panova, G.I. 2010. Morphology of the Russian Language: Encyclopedic Dictionary-Reference Book. Moscow, URSS. P. 98.

² Panova, G.I. 2010. Morphology of the Russian Language: Encyclopedic Dictionary-Reference Book. Moscow, URSS. Pp. 110–111.

Analysis of works that examine the uniqueness of the language of poetic works allows us to assert that poetic speech is a complex, rhythmically organized system of highlighting syllables, feet, etc. At the same time, features such as **rhyme** and **rhythm** are of particular importance. In terms of the perception of this form of speech, they are primarily associated with certain aesthetic expectations and taste assessments of the recipient. Therefore, in the next part of our research, we will turn to a more detailed consideration of these versification means.

From the point of view of describing the uniqueness of a poetic text, let us first consider the concept of rhyme. O.S. Akhmanova believes that rhyme is the repetition of more or less similar sound combinations at the ends of poetic lines are symmetrically located parts of poetic lines; in Russian classical versification, the main feature of rhyme is the coincidence of stressed vowels. The researcher writes about the possibility of distinguishing various types of rhymes: banal, rich, poor, verbal, pun-based, etc.¹. V.E. Kholshchevnikov believes that the poetry of most peoples is characterized by the predominance of end consonances. This is explained by the fact that consonance at the end of a metrical line, before a pause, is heard much more distinctly than at the beginning or middle; thus, the rhythmic structure and sound repetition of consonance or assonance at the end of the line reinforce and enhance each other more than consonance or assonance at the beginning of the line [Kholshchevnikov, 2002, p. 86]. Of all sound repetitions, rhyme is the most noticeable and regular. Rhyme has both phonic significance, like any sound repetition, and metrical significance denoting the boundaries of a metrical series, a verse [Kholshchevnikov, 2002, pp. 84–85]. V.P. Moskvina believes that rhyme in the narrow understanding of the term is a type of paronomasia that serves a verse-marking function and represents the consonance or assonance of two words at the end of a verse. In a broad understanding, within poetic architecture, rhyme serves as an organizing principle by creating phonetic echoes at predefined prosodic boundaries. This technique structurally unifies discrete units, shaping the overall stanzaic form².

Many scholars have written about the significance of rhythm as an important element of versification. According to O.S. Akhmanova, rhythm is an equable alternation of acceleration and deceleration, tension and relaxation, length and brevity, similarity and difference in speech³.

Of particular interest to us is the position of L.A. Novikov who points out that rhythm can express of the aesthetic component of the meaning of an artistic work [Novikov, 2001, p. 51].

V.E. Kholshchevnikov argues that the alternation of strong and weak syllables – that is, the nature of the feet – plays a key role in shaping poetic rhythm. However, the meter of a verse is determined not only by the type of feet, but also by their number, i.e., the length of the line. The most versatile and widely used meter in Russian poetry proved to be iambic tetrameter, which was employed for a broad range of genres – from solemn odes and love poems to narrative verse and epigrams⁴. V.P. Moskvina, in his characterization of the rhythm of a poetic work, adheres to the traditional point of view. He believes that rhythm is the equable alternation of stressed and unstressed syllables in the flow of speech. Rhythm transforms the meter, tempering the categorical nature of its demands⁵.

Materials and methods

Analysis of poetic texts reveals that the aesthetic potential of nominal morphological categories may be examined through a multi-faceted framework. This framework encompasses the manifestation of aesthetic categories, the construction of textual imagery and compositional

¹ Akhmanova, O.S. 1966. Dictionary of Linguistic Terms. Moscow, Soviet Encyclopedia. Pp. 587-590.

² Moskvina, V.P. 2007. Expressive Means of Modern Russian Speech. Tropes and Figures. Terminological Dictionary. Rostov-on-Don, Phoenix Publishing House. P. 652.

³ Akhmanova, O.S. 1966. Dictionary of Linguistic Terms. Moscow, Soviet Encyclopedia. P. 388.

⁴ Kholshchevnikov V.E. 2002. Osnovy stikhovedeniya: Russkoe stikhoslozhenie [Fundamentals of Prosody: Russian Versification]. St. Petersburg, Publ. Filologicheskii fakul'tet SPbGU; Moscow, Publ. Akademiya, 208 p.

⁵ Moskvina, V.P. 2007. Expressive Means of Modern Russian Speech. Tropes and Figures. Terminological Dictionary. Rostov-on-Don, Phoenix Publishing House. P. 642.



structure, and the principles governing versification [Zhang, 2018, p. 182]. This article addresses a notably underexplored dimension of poetics – the direct contribution of nominal number and case to the realization of rhyme and rhythm. Its objective is to systematically examine and categorize specific instances where these grammatical forms function as constitutive elements of a poem's sound structure. The methodology integrates descriptive and analytical, semantic and stylistic, and distributive and quantitative approaches. For the purposes of this study, a digital corpus was constructed from 20th-century Russian poetry available in the National Corpus of the Russian Language¹. The subsequent analysis engages with about a thousand discrete units of analysis derived from this collection.

Results and discussion

This study demonstrates that the aesthetic functions of nominal case and number categories can be effectively assessed using poetic speech theory as a robust analytical tool, a conclusion substantiated by the gathered evidence. The fact is that the realization of the aesthetic possibilities of the grammatical categories under study is often determined by versification goals.

The initial phase of our examination concerns the contribution of specific linguistic features to the formation of poetic **rhyme**. This objective is commonly realized through plural forms, which are categorized into two types: a) variant morphological forms and b) forms that constitute a deviation from standard grammatical conventions. The most frequently encountered variant noun forms functioning as versification devices include plural variants, double (or correlative) forms, and archaic lexical units.

Let us begin with variant plural forms. For example, in B. Kornilov's poem “Samson”, the plural form *боцмана* (*boatsmana* – boatswains), which has the stylistic label “specialist” and is a variant of the neutral form *боцманы* (*boatsmany*)² used to create a rhyme with the word *стена* (*stena* – wall):

*Повинуясь боевым приказам,
на перроне черная стена –
то матросы выстроились разом,
в дудки засвистели боцмана...*

The following poetic passage utilizes the colloquial variant “бухгалтера” (*bukhgaltera* – accountants) contrasting with the normative plural form “бухгалтеры” (*bukhgaltery*) in standard usage³, which creates consonance at the end of the line:

*Во имя человечества – пора,
Необходимо для целей природы,
Чтоб у кормила – вы, бухгалтеря.* (B. Slutsky. “The Reckoning Clerks”)

Stylistically marked variants of polysemous words possessing distinct plural realizations – termed double plurals – may serve comparable aesthetic purposes. In the subsequent illustration, the plural form *сыны* (*syny* – sons) of the lexeme *сын* (*syn*) is deployed for rhyming purposes. This phenomenon represents a conscious linguistic innovation, whereby *сыны* adopts the semantic function of denoting sons in a family context – a function which the standard plural *сыновья* (*synovya*) traditionally holds:

*Мне бы надо отправиться в снежную ночь
В неизведанный край тишины,
Когда спит моя мать, когда спит моя дочь,
И жена моя спит, и сыны.* (D. Samoilov. “The bright-horned midnight hangs over the earth...”)

¹ Russian National Corpus. 2003 – 2025. URL: <http://www.ruscorpora.ru/> (accessed: 01.09.25).

² Graudina, L.K., Itskovich, V.A., Katlinskaya, L.P. 2004. Grammatical Correctness of Russian Speech: Stylistic Dictionary of Variants. Moscow, AST, Astrel. P. 164.

³ Graudina, L.K., Itskovich, V.A., Katlinskaya, L.P. 2004. Grammatical Correctness of Russian Speech: Stylistic Dictionary of Variants. Moscow, AST, Astrel. P. 164.

The analysis of our material revealed that archaic plural forms are often used to create sound repetitions at the end of corresponding rhythmic groups. The subsequent excerpt employs the archaic form *дерева* (*dereva* – trees) to fulfill a prosodic requirement, utilizing this historical variant as a rhyming device where the conventional *деревья* (*derevya* – trees) would not suffice:

*Как выговаривал слова,
Какие знают **дерева**,
Животные и птицы,
А человеческую речь
Всегда старался приберечь
На лучшие страницы.* (V. Shalamov. “The Atomic Poem”)

The following textual example demonstrates the less common phenomenon of grammatically non-normative plural forms being employed for metrical purposes: the nominative plural *офицера* (*ofitsera* – officers), which has been documented as incorrect in linguistic scholarship, appears in place of the standard form *офицеры* (*ofitsery*) [Avilova et al., 1982, p. 498–499]:

*Мне видится и сегодня
то, что я видел **вчера**:
вот восходят на сходни
худые **офицера**,...
плывут, плывут.* (B. Slutsky. “The Thirty”)

The research identifies two principal categories of case forms functioning in rhyme construction: a) variant morphological realizations and b) forms exhibiting grammatical deviation.

We begin by examining variant case forms. As established in morphological studies, a subset of first-declension masculine nouns exhibits divergent genitive singular endings, alternating between *-a* (*-я*) and *-y* (*-ю*). These variant forms primarily occur with mass nouns expressing partitive semantics and abstract lexical items. Thus, in the following text fragment, the variant genitive singular form *чаю* (*tchayu* – tea) characteristic primarily of colloquial speech is used to create consonances at the end of the line [Avilova et al., 1982, p. 486–487]:

*Баю-баю-баю-баю,
Ты уже напился **чаю**,...
Баю-баю-баю-бай.* (I. Selvinsky. “Lullaby”)

Poets frequently leverage the alternants of the instrumental case (second declension) as a strategic prosodic resource for shaping the architecture of their verse. For example, in the following fragment of a poetic text, the form *работою* (*rabotoyu* – work) is used instead of the normative word form *работой* (*rabotoy* – work)¹:

*На складе я **работаю**
Вокзал не вдалеке.
Я занята **работою**
Усердно в уголке.* (E. Kropivnitsky. “The Manager”)

The research reveals that these disyllabic endings are now stylistically stratified. Their strong association with poetic texts stems from their preservation in formal written language [Avilova et al., 1982, p. 489], whereas journalistic style reflects a diachronic shift, having widely adopted the *-ой* endings².

Singular prepositional case alternants likewise function as a morphological resource for rhyme. This prosodic strategy is demonstrated in M. Ayzenberg's verse; the poet's selection of the

¹ Graudina, L.K., Itskovich, V.A., Katlinskaya, L.P. 2004. Grammatical Correctness of Russian Speech: Stylistic Dictionary of Variants. Moscow, AST, Astrel. Pp. 190 – 191.

² Graudina, L.K., Itskovich, V.A., Katlinskaya, L.P. 2004. Grammatical Correctness of Russian Speech: Stylistic Dictionary of Variants. Moscow, AST, Astrel. Pp. 190 – 191.



non-neutral *в отпуску* (*v otpusku* – on vacation) over the standard *в отпуске* (*v otpuske*) is a deliberate maneuver to secure a precise masculine rhyme¹:

*Кто расходится под вечер,
кто гуляет в **отпуску**,
кто свою, безумный, лечит
семинарами **тоску**...* (“A person is cunningly arranged...”)

Plural case form variations systematically serve poetic sound patterning. S. Cherny's “V usadbe” (“In the Estate”) exemplifies this technique through the implementation of the colloquial genitive plural *помидор* (*potidor* – tomatoes), diverging from standard *помидоров* (*potidorov*) to create terminal sound repetition²:

*За столом в таком же роде
Деликатный дамский **хор**:
О народе, о погоде,
О пюре из **помидор**...*

Archaic case forms of nouns also function as a means of versification. Thus, in the poem “Variatsii” (“Variations”) the archaic nominative singular form *телятя* (*telyatya* – calves) is used to create consonances at the end of the line:

*На двух маток сил не **тратя**,
Наподобие тели,
Будь телятиной, **телятя**, –
Ай, люли. (G. Obolduyev)*

The subsequent poetic illustration demonstrates how the archaic dative singular *небеси* (*nebesi* – skies) serves a verse-structuring function by establishing a masculine rhyme:

*Гроб выстеливается пурпуровым аксамитом –
Почетъ царская
отходящему
к небеси,
И в грядущее
Вычеканивается
по плитам:*

«Князь великий и самодержец всея Руси». (D. Andreev. “The Afterlife of Ivan III”)

Sound repetition at the end of poetic lines is also ensured through archaic plural case forms. In the poetic verse presented below, the obsolete morphological form *депев* (*derev* – trees) replaces contemporary *деревьев* (*derevyev*) to fulfill specific verse-structuring requirements:

*Как темно сейчас среди **дерев**,
Дальний грай доносится до слуха,
Гаснет свет, за лесом **догорев**.* (B. Poplavsky. “The winter glade is quiet and full of snow...”)

In Anna Akhmatova's poems, there are also similar examples:

*Нет, и не под чуждым небосводом
И не под защитой чуждых **крыл**,
Я была тогда с моим народом*

*Там, где мой народ, к несчастью, **был**.* (“So it wasn't for nothing that we shared our troubles...”)

Word forms representing a deviation from the grammatical norm are less common. The poem “Pod porogom” (“Under the threshold”) by M. Tsvetaeva incorporates the grammatically unconventional form *разов* (*razov* – times) as a stylistically motivated form, substituting the standard genitive plural *раз* (*raz*):

¹ Graudina, L.K., Itskovich, V.A., Katlinskaya, L.P. 2004. Grammatical Correctness of Russian Speech: Stylistic Dictionary of Variants. Moscow, AST, Astrel. P. 196.

² Graudina, L.K., Itskovich, V.A., Katlinskaya, L.P. 2004. Grammatical Correctness of Russian Speech: Stylistic Dictionary of Variants. Moscow, AST, Astrel. Pp. 182–183.

*Раз да раз – пять **разов**:*

*Перед Богом – пять **годов**.*

Adopting a methodological approach that examines number and case forms through their direct prosodic impact allows for the discernment of grammatical patterns that are strategically employed for **rhythmic objectives**.

Plural noun forms existing as stylistic variants – whether through contextual specialization or quantitative distribution – serve as a vital stylistic resource for poets establishing rhythmic patterning. For example, the use of the colloquial plural form *свитера* (*svitera* – sweaters) in one of O. Berggolts's poems allows for the realization of the rhythmic features of amphibrach as a trisyllabic meter considered grammatical unit also contributes to creating a rhyme¹:

*А сколько посылок приходит с утра
сюда, в ленинградские части!*

*Как пахнут и варежки, и **свитера**
забытым покоем и счастьем...* (“...I will talk with you today...”)

In the following text fragment, the less frequent plural form *года* (*goda* – years) is used compared to the word form *годы* (*gody* – years)². The choice of grammatical form is determined by the iamb – a disyllabic meter with the second stressed syllable in the foot:

*Прошли **года**, но мир пространства крепок,
И у пространства память так свежа,
Как будто там, вверху, воздушный слепок*

Пропавшего навеки этажа. (I. Elagin. “Here stood a house. And there was a poplar. No house now...”)

Archaic plural forms of nouns also participate in creating the rhythmic organization of a poetic text. Thus, in the following example, the archaic plural form *снеги* (*snegi* – snows) [Avilova et al., 1982, p. 497] is used instead of the word form *снега* (*snega*) to realize a tetrameter trochee:

*Принакрыли в чистом поле
Снеги белую кровать.* (N. Zarudin. “Kuban Song”)

In V. Bryusov's poem “Домовоу” (“Домовоу”), the outdated plural form *томы* (*tomy* – volumes) is employed instead of the normative *тома* (*toma*) [Avilova et al., 1982, p. 497] which is instrumental in forming the iambic tetrameter:

*В земной толпе – я темный дом,
Где **томы**, тени, сны, портреты;
Эдгаров Янек – я; за льдом –
Ток лавы, памятью прогретый.*

Plural forms that represent a deviation from the grammatical norm are less common. Thus, the non-normative plural form of the noun *черепы* (*cherepy* – skulls) instead of the normative word form *череп* (*cherepa*) [Avilova et al., 1982, p. 498] is used in B. Sadovskoy's poem which ensures the rhythmic inertia of the iambic tetrameter:

*Была пора: сюда на бой
Текли за половцами обры,
И долго здесь в траве сухой
Белели **черепы** и ребры.* (“The ornate aircraft hums...”)

Within this direction of our analysis, the functioning of case forms of nouns that participate in ensuring the rhythmic organization of a poetic text should also be considered.

The conducted research has shown that variant case forms of nouns used in a certain sphere of speech activity are most often employed for this purpose. Among singular forms, two cases are noted: instrumental and prepositional. Thus, in one of S. Petrov's works “May burst forth in all its

¹ The grammatical unit in question also contributes to the creation of a rhyme.

² Graudina, L.K., Itskovich, V.A., Katlinskaya, L.P. 2004. Grammatical Correctness of Russian Speech: Stylistic Dictionary of Variants. Moscow, AST, Astrel. P. 164.



glory, and the verdure surged up...”, the variant instrumental singular form *массою* (*massoyu* – mass) instead of the normative word form *массой* (*massoy*) is used to realize a pentameter anapest as a metrical size:

*А потом по немому, как месяц, условью,
замыкая в круг запахов тени и день,
темнолистой, ночною, горчащую кровью
хлынет темною **массою** в окна сирень.*

The analysis of our materials confirms the observation of L.K. Graudina who notes that disyllabic instrumental case forms of nouns of the second substantive declension, such as *весною* (*vesnoyu* – spring) are quite widely used in modern poetic speech as a versification means [Graudina, 1980, p. 184].

Variant prepositional case forms are also used for a similar versification purpose. For example, in the following fragment of a poetic text with the size of a tetrameter anapest, the author uses the colloquial variant prepositional singular form *терему* (*teremu* – part of buildings at the top) [Graudina, 1980, p. 197] with the preposition *в* (*v* – in) instead of the analytical word form *в тереме* (*v tereme* – inside):

*Иль всё та же и там разостлалась равнина
Безответных на клетот курганов-полей,
И о витязе светлом не легче кручина
В терему заповедном царевне моей? (N. Klyuev. “In Separation”)*

Among plural forms, two cases are also used to ensure the rhythmic organization of the text: genitive and instrumental. Thus, in V. Ivanov's poem “Aspekty” (“Aspects”) the realization of the iambic pentameter is facilitated, among other things, by the use of the genitive plural form *межей* (*mezhey* – boundaries) which has a colloquial stylistic coloring [Graudina, 1980, p. 187] instead of the normative form *меж* (*mezh*):

*В те дни, когда плясал в Париже Скиф
И прорицал, мятежным Вакхом болен,
Что нет **межей**, что хаос прав и волен.*

As we can see, of the means to ensure the rhythmic inertia of the iambic pentameter with pyrrhic is the use of the variant (colloquial) instrumental plural form *лошадями* (*loshadyami* – horses) [Avilova et al., 1982, p. 495] instead of the normative *лошадьми* (*loshad'mi*).

Variant forms that are outdated in modern Russian also participate in creating the rhythmic organization of a poetic text. The analysis of our material shows that among singular forms, archaic forms of the nominative, dative, prepositional, and vocative cases are noted. Thus, in S. Yesenin's poem “Pero ne byl'nitsa...” (“The pen is not a tale...”) the outdated nominative singular form *мати* (*mati* – mother) is used to create a dimeter iamb:

*Служи, чернильница,
Лесной канон.
О **мати** вечная,
Святой покров.
Любовь заречная –
Без слов.*

The vocative case form *сыне* (*syne* – son) along with other linguistic units participates in the rhythmic organization of a trochee:

*И мои степные рати
В правый бой благослови...»
Поп ему: «Послушай, **сыне!**
По степям копытный звон. (D. Samoilov. “The End of Pugachev”)*

Plural archaic forms show greater activity compared to singular forms. Thus, in one of V. Khlebnikov's works, the rhythmic organization of the verse (trimeter amphibrach) is achieved by the use of the outdated genitive plural form *друзгов* (*drugov* – friends):

...Чтоб разом

Был освещен неясный разум,

И топот победы Сибири синих подков,

И дерзкая **другов** ватага. (“The Blue Shackles”)

In the following example, the archaic dative plural form *деревам* (*derevam* – trees) is used to realize the rhythm of a trimeter anapest:

Гулко дятел стучит по пустым

деревам, не стремясь достучаться. (I. Brodsky. “In the Mustard Forest”)

The rhythmic inertia of the iambic pentameter with pyrrhics in B. Poplavski's poem “Dukh muziki” (“The spirit of music”) is formed, among other things, thanks to the use of the archaic instrumental plural form *крылами* (*krylami* – wings):

На зовы труб, над пропастью авгурной,

С **крылами** ярких флагов на плечах,

Прошли танцоры поступью бравурной,

Как блеск ракет, блуждающих в ночах.

According to the results of our analysis, word forms representing a deviation from the grammatical norm are less common. Thus, in the example below, the erroneous genitive plural form *мечт* (*mecht* – dreams) is used. The use of the word for *мечт* is motivated by the rhythmic organization of the verse – iambic pentameter with pyrrhics:

Уста горят блаженным возжеленьем.

От ярых **мечт** – пречистая ограда! –

избавлен я земли произволеньем. (A. Ginger. “The Bosom”)

Conclusions

In our research into number forms as means of versification, we have analyzed their role in creating the rhyme and rhythm of a poetic text. It has been revealed that plural forms are most often used for this purpose. Among them, variant forms (archaic or characteristic of a certain style, sphere of communication) and double forms are distinguished. Furthermore, word forms representing a deviation from the grammatical norm have been noted. A systemic investigation has revealed the prosodic functions of case forms in establishing line-end sound patterns and rhythmic flow, wherein both variant realizations and norm-deviant forms demonstrate operational activity. This investigation of number and case of noun morphology in poetic contexts confirms the efficacy of our analytical approach in revealing the aesthetic capacities of grammatical forms. The findings enable a structured elucidation of the aesthetic dimensions characterizing these categorical distinctions.

References

- Avilova N.S., Bondarenko A.V., Bryzgunova E.A. i dr. 1982. Fonetika. Fonologiya. Udarenie. Intonatsiya. Slovoobrazovanie. Morfologiya [Phonetics. Phonology. Stress. Intonation. Word formation. Morphology]. Vol. 1. In: Russkaya grammatika [Russian grammar]: In 2 vol. 1980–1982. Ed. N.Yu. Shvedova. Moscow, Publ. Nauka, 783 p.
- Gasparov M.L. 1974. Sovremennyi russkii stikh: Metrika i ritmika [Modern Russian Verse: Metric and Rhythm]. Moscow, Publ. Nauka, 488 p.
- Graudina L.K. 1980. Voprosy normalizatsii russkogo yazyka. Grammatika i varianty [Questions of normalization of the Russian language. Grammar and variants]. Moscow, Publ. Nauka, 286 p.
- Lotman Yu.M. 1972. Analiz poeticheskogo teksta: struktura stikha [Analysis of the poetic text: the structure of verse]. Leningrad, Publ. Prosveshchenie, Leningradskoe otdelenie, 271 p.
- Novikov L.A. 2001. Znachenie kak esteticheskaya kategoriya yazyka [Meaning as an aesthetic category of language]. In: Novikov L.A. Izbrannye Trudy [Selected works]: in 2 vols. Vol. II: Esteticheskie aspekty yazyka. Miscellanea [Aesthetic aspects of language. Miscellanea]. Ed. V.V. Ivanov. Moscow, Publ. Izdatel'stvo Rossiiskogo universiteta druzhby narodov: 37–55.
- Zhang X. 2018. Morphological Categories of Number and Case of Nouns in the Aspect of Aesthetic



- Categories Representation. *Philology. Theory & Practice*, 2–1(80): 182–185 (in Russian). DOI: [10.30853/filnauki.2018-2-1.50](https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-2-1.50)
- Khairutdinova G.A. 2013. Morphological Means for Creating an Artistic Image in the Context of Aesthetics of Language Units. *Kazan Journal of Historical, Linguistic, and Legal Research*, 155 (5): 279–286 (in Russian).
- Yakobson R.O. 1987. Noveishaya russkaya poeziya [Newest Russian poetry]. In: Yakobson R.O. Raboty po poetike [Works on poetics]. Ed. M.L. Gasparov. Moscow, Publ. Progress: 272–316.

Список литературы

- Авилова Н.С., Бондаренко А.В., Брызгунова Е.А. и др. 1982. Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология. Т. 1. В кн.: Русская грамматика: В 2-х т. 1980–1982. Под ред. Н.Ю. Шведовой. Москва, Наука, 783 с.
- Гаспаров М.Л. 1974. Современный русский стих: метрика и ритмика. Москва, Наука, 488 с.
- Граудина Л.К. 1980. Вопросы нормализации русского языка: грамматика и варианты. Москва, Наука, 286 с.
- Лотман Ю.М. 1972. Анализ поэтического текста: структура стиха. Ленинград, Просвещение, Ленинградское отделение, 271 с.
- Новиков Л.А. 2001. Значение как эстетическая категория языка. В кн.: Новиков Л.А. Избранные труды: в 2 т. Т. II: Эстетические аспекты языка. Miscellanea. Под ред. В.В. Иванова. Москва, Издательство Российского университета дружбы народов: 37–55.
- Чжан С. 2018. Морфологические категории числа и падежа существительных в аспекте отражения эстетических категорий. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 2–1(80): 182–185. DOI: [10.30853/filnauki.2018-2-1.50](https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-2-1.50)
- Хайрутдинова Г.А. 2013. Морфологические средства создания художественного образа в контексте проблемы эстетики языковых единиц. *Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки*, 155(5): 279–286.
- Якобсон Р.О. 1987. Новейшая русская поэзия. В кн.: Якобсон Р.О. Работы по поэтике. Под ред. М.Л. Гаспарова. Москва, Прогресс: 272–316.

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 30.09.2025

Поступила после рецензирования 24.11.2025

Принята к публикации 10.03.2026

Received September 30, 2025

Revised November 24, 2025

Accepted March 10, 2026

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Чжан Синьсинь, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, Цзилинский университет финансов и экономики, Чанчунь, Китай.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Xinxin Zhang, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Russian Language, Jilin University of Finance and Economics, Changchun, China.