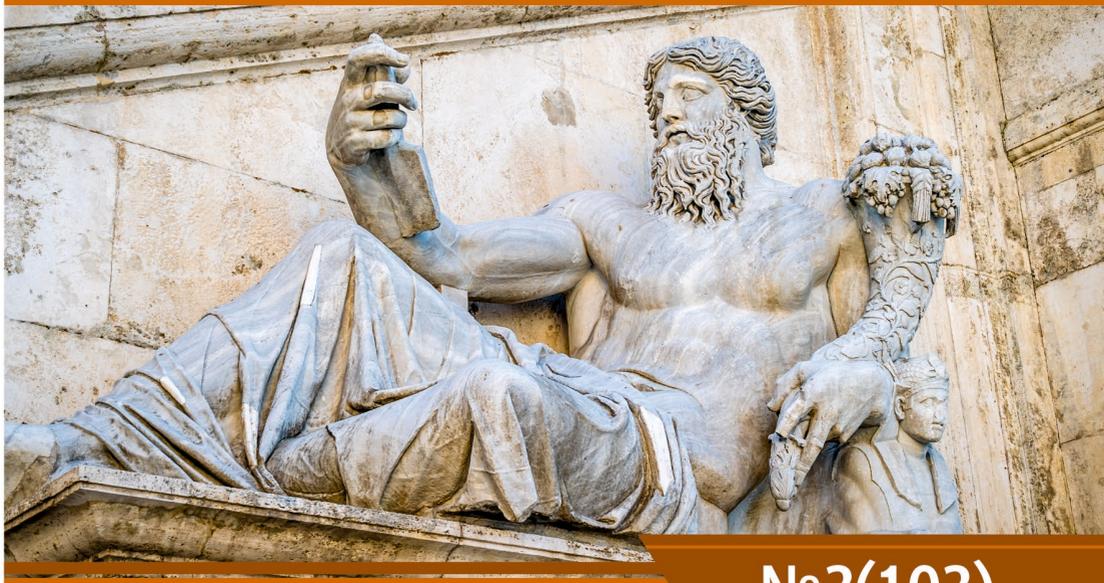




**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN 2542-1271



№3(103)

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ФИЛОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ
И КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

МОСКВА, 2026



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ФИЛОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ

*Сборник статей по материалам СШ международной
научно-практической конференции*

№ 3 (103)
Март 2026 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2026

УДК 008+7.0+8

ББК 71+80+85

Н34

Председатель редакционной коллегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Жамулдинов Виктор Николаевич – канд. юрид. наук РК, заведующий кафедрой экономики, права и философии Павлодарского государственного педагогического университета, Республика Казахстан;

Нестеренко Алена Юрьевна – канд. культурологии, эксперт Управления академической экспертизы НИУ ВШЭ;

Фролова Юлия Сергеевна – д-р соц-х наук, профессор, зав.кафедрой Гуманитарных дисциплин и английского языка Каспийского института морского и речного транспорта филиала ФГБОУ ВО «ВГУВТ».

Н34 Научный форум: Филология, искусствознание и культурология:

сб. ст. по материалам СП междунар. науч.-практ. конф. – № 3 (103). – М.: Изд. «МЦНО», 2026. – 40 с.

ISSN 2542-1271

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2542-1271

ББК 71+80+85

© «МЦНО», 2026

Оглавление

Раздел 1. Искусствоведение	4
1.1. Изобразительное и декоративноприкладное искусство и архитектура	4
КАК МОЖНО «НЕ УЧИТЬ» ИЛИ КОЕ-ЧТО О ЖИВОПИСИ НА ФАРСИ Несветаило Иван Васильевич	4
1.2. Музыкальное искусство	10
МИФОЛОГИЯ И ОПЕРНОЕ ВДОХНОВЕНИЕ: АНАЛИЗ ТВОРЧЕСТВА В. Е. СОЛТАНА Солтан Зинаида Юрьевна Лисова Елена Васильевна	10
Раздел 2. Документальная информация	16
2.1. Информационные системы и процессы	16
КУЛЬТУРНЫЙ КОД СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ: ИЕРАРХИЯ СМЫСЛА И КОЛЛЕКТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В РОССИЙСКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ (2022–2025 ГГ.) Невраев Андрей Николаевич	16
Раздел 3. Культурология	24
3.1. Теория и история культуры	24
СТРОГАНОВСКИЙ ДВОРЕЦ, КАК ОДИН ИЗ ЦЕНТРОВ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ ПЕТЕРБУРГА ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XVIII ВЕКА. САЛОН ГРАФА А.С. СТРОГАНОВА СРЕДИ ДРУГИХ АРИСТОКРАТИЧЕСКИХ СОБРАНИЙ ЭТОГО ВРЕМЕНИ Несветаило Татьяна Николаевна	24
Раздел 4. Языкознание	29
4.1. Русский язык	29
КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РУССКОМ И АРАБСКОМ РЕЧЕВОМ ЭТИКЕТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИЗВИНЕНИЯ И ПРОСЬБЫ) Рвейх Али Убейд	29

РАЗДЕЛ 1.

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

1.1. ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ И ДЕКОРАТИВНОПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО И АРХИТЕКТУРА

КАК МОЖНО «НЕ УЧИТЬ» ИЛИ КОЕ-ЧТО О ЖИВОПИСИ НА ФАРСИ

Несветайло Иван Васильевич

доц.

кафедры компьютерной графики,

*Санкт-Петербургский государственный институт кино и
телевидения,*

РФ, г. Санкт-Петербург

HOW TO "NOT LEARN" OR SOMETHING ABOUT PAINTING IN FARSI

Nesvetailo Ivan Vasilievich

Associate Professor of the

Department of Computer Graphics at the

St. Petersburg State Institute of Film and Television,

Russia, Saint Petersburg

Аннотация. Статья посвящена преподавателю живописи, профессору кафедры Монументально-декоративной живописи Академии имени А.Л. Штиглица Олегу Ивановичу Кузнецову, методике его обучения будущих художников.

Abstract. The article is dedicated to Oleg Kuznetsov, a painting teacher and professor at the Department of Monumental and Decorative Painting at the A.L. Stieglitz Academy, and his methods for teaching future artists.

Ключевые слова: монументальная живопись, метод преподавания живописи, Олег Иванович Кузнецов, Академия Штиглица.

Keywords: monumental painting, method of teaching painting, Oleg Kuznetsov, Stieglitz Academy.

О методике преподавания изобразительных дисциплин накоплены огромные объемы знаний разного характера и качества. Как этим пользоваться, как выделить главное, решает каждый для себя. Однако, учащимся во время обучения приходится выполнять требования конкретных преподавателей, соответствующих учебным планам того или иного образовательного учреждения. Каждый раз это индивидуальный опыт.

Олег Иванович Кузнецов, начиная с 1962 года, много лет преподавал на кафедре МДР (Монументально-декоративной росписи) в ЛВХПУ им. В.И. Мухиной (Сейчас кафедра МДЖ (Монументально-декоративной живописи) Академии имени А.Л. Штиглица). Его методические разработки стали неотъемлемой частью учебной программы кафедры. С первого занятия он сообщил нам, что делит изобразительное искусство на две категории: плоскостную и объемно-пространственную. Нам более важна первая. Вторая, то есть объемно-пространственная, к тому времени существовала примерно 500 лет, но первая, плоскостная, берет свое начало в самых ранних известных наскальных изображениях. Это было неожиданно, так как по традиции в те годы считалось, что развитие искусства есть поступательный процесс, и чем дальше, тем оно становилось лучше, совершеннее, а вершиной был, конечно, соцреализм. Происходило это в 1984 году.

На следующем этапе он заставил нас заново знакомиться с красками, их возможностями по аналогии с тем, как музыкант изучает возможности инструмента. Наиболее важным он считал «настроить глаз» на оттенках минеральных красок, которые тогда называли «земляными». Технически задания были несложные, однако после этого мы уже не делали «диких» оттенков, даже используя самые яркие «химические» краски. Опыт работы с огромным количеством оттенков, полученных из минеральных красок, диктовал особое отношение к любому варианту смешивания других исходных составляющих.

Мы прочувствовали, что великие произведения прошлого выполнялись минеральными красками, и этого было достаточно для создания незабываемых образов. Через простой материал происходила передача сложного информационно-эстетического сигнала «сверху до низу». А

еще стало понятно, что надо внимательно и уважительно относиться к достижениям прошлого. «Ряд революций в технике непомерно увеличил психологическую дистанцию между поколениями. Человек века электричества или авиации чувствует себя – возможно не без некоторых оснований – очень далеким от своих предков» – писал в 1941 году Марк Блок [1, с. 34].

Когда это знание обрело значение опоры в нашей работе, Олег Иванович напомнил, что открытие экспозиции третьего этажа в Эрмитаже, было огромным событием. Впервые показанное французское искусство конца XIX – начала XX веков дало толчок к оживлению изобретательной традиции в искусстве. Здесь открывался простор для взаимодействия индивидуальных притязаний и корпоративных воззрений. И это тоже надо использовать в работе художника. Он подчеркивал, что в настоящий момент открыто все мировое искусство от пещерной живописи до работ современников за рубежом. Надо сказать, что в это время появилось много публикаций по всем эпохам и регионам мира. В Эрмитаже проходили выставки латиноамериканских художников, австралийских аборигенов, современной графики, где можно было увидеть работы Дали, итальянских футуристов. Русский музей провел выставку живописи Павла Филонова, произведений из коллекции Тиссена-Борнемисы. Информационно мы оказались посреди океана «Искусство». Как понять, где твой «берег», куда двигаться?

Олег Иванович объяснял нам, что всю живопись он делит на две части: колористическую и полихромную. Полихромную представляют Анри Матисс и Минас Аветисян, колористическую все прочие. Колористическая строится на логике и рации, полихромная на поэтическом вдохновении и чувстве меры. В это время перед многими из нас встал вопрос: через что, через какие умозрительные представления надо искать свои личные возможности выражения в искусстве? Мы довольно много уделяли внимания стилям. Олег Иванович не возражал, но предостерегал от простого, прямолинейного подражательства, которое могло легко превратиться в эпигонство. И обязательно качество исполнения! Он говорил: «Если взялся за сюрреализм, то делай не хуже Дали». Особенно настороженно относился к влиянию на развитие учащихся стилей Древнего Египта и модерна. Например, считал, что последний способен сломать любой творческий росток индивидуальности. Он не любил пустой «маэстрии». Предупреждал, что «рука не должна бежать впереди чувства, мысли и сердца».

В практическом плане огромное внимание уделял настройке колеров. У него порой собиралась целая стопка коробок гуаши с неудавшимися, плохо настроенными. Он их выбрасывал. Как аналогию он приводил подготовку рыболова к рыбалке. Там важна каждая деталь, выверяется любая мелочь и все же – это не гарантия хорошего улова. И если в живописи использовать случайные краски и инструменты, то достойное произведение может появиться, соответственно, случайно. Олег Иванович был абсолютно уверен в своей методике обучения живописи. Тогда бытовала расхожая фраза о том, что рисовать можно научить и обезьяну, а живописные данные – это от Бога. То есть, дал Он талант или нет. Кузнецов говорил: «Я могу научить».

Занимаясь проблемой цветовой гармонизации с 1970 года, он пришел к выводу, что наилучшим и гармоничным примером в этой области является персидская миниатюра. В цветовом строе всегда отмечал «качество» каждого оттенка. Говорил, что цвет не может быть легкомысленным, в нем должна быть «терпкость». Обращал внимание на разумное и, при этом, чувственное подчинение второстепенных оттенков главным и всегда мог показать, как это сделано в той или иной миниатюре. Он вообще придавал огромное значение влиянию Востока во всех интеллектуальных практиках от поэзии до философии. Причем в широком географическом смысле: от Индии и Китая до Армении. Но, конечно, не только Восток был источником вдохновения. Как писал Ю. Селиверстов: «Духовно устремленные на Восток произведения О.И. Кузнецова, не противоречат, пожалуй, наиболее общим основам эстетики православия. Косвенным образом они утверждают высокие идеалы евразийства – нового континентального духовного и геополитического синтеза вокруг России, обратившейся к своим византийским и тюркским ментальным корням. Тем не менее, в данном круге работ значительно мировоззренческое влияние Н.К. Рериха (радикально переплавленное, впрочем, в самобытной авторской манере). Этим и впрямь вносится в ориенталистские прозрения современного русского художника некоторая нота декаданса и надлома: символизма начала XX века. На поверхностный взгляд графика О.И. Кузнецова бывает столь созвучна буддийскому мирозерцанию, что ее образцы даже были преподнесены Далай-ламе XIV (Дхарамсала, Индия)» [3, с. 2].

Спустя годы стало понятным, что Олег Иванович ожидал от нас такого же пытливого отношения ко всеобъемлющему культурному

наследию нашей планеты. Исследовать все возможные аспекты влияния образов и ситуаций на восприятие художника. В этом смысле интересно сопоставить визуальное впечатление от персидской миниатюры и акустическое от фарси (сегодня в Иране на нем говорят не менее 60 % населения). В итоге можно сделать осторожный вывод о некоторой эмоциональной схожести живописи и звучания языка.

1. Течение речи с ускорениями и замедлениями похоже на изысканную и легкую линейность с плавными «притормаживаниями» в местах детализации изображения.

2. Использование шипящих как глухих, так и звонких напоминает ту самую «терпкость», о которой говорил Олег Иванович.

3. Общая звучность языка соответствует обязательной четкости и недвусмысленности композиционного построения в миниатюрах.

В живом разговоре при анализе проделанной работы Олег Иванович мог очень конкретно сказать, что не надо делать, но как дальше двигаться никогда не определял в четкие рамки. Таким образом, у нас всегда было «место для шага вперед», по выражению Виктора Цоя.

Теперь понятно, что свою задачу О. И. Кузнецов понимал намного шире, чем того требовала система обучения советского ВУЗа. Это было движение, направленное на развитие и продолжение культурной традиции. Еще в 1873 году Уолтер Пейтер написал «Разнообразные формы духовной деятельности, в совокупности, составляющие культуру эпохи, в большинстве случаев исходят из различных пунктов и движутся по разным путям» [2, с. 16].

Мне неизвестно, читал ли Олег Иванович этого автора, но его общий уровень культуры позволял ему вести свою деятельность именно в этом контексте.

В рамках подготовки юбилейной выставки к 80-летию О. И. Кузнецова заслуженный художник РФ, мой однокурсник Н.М. Москалев в разговоре употребил выражение: «... как Вы нас учили». На что наш Учитель сказал: «Нет, я не учил вас, а формировал!»

Список литературы:

1. Блок, Марк. Апология истории или Ремесло историка. – М.: Наука, 1986. – 254 с.
2. Пейтер Уолтер. Ренесанс. Очерки искусства и поэзии.– М.: Б.С.Г-ПРЕСС, 2006. – 400 с.

3. Цветообразы Олега Кузнецова. Буклет выставки в Псковском государственном объединенном историко-архитектурном и художественном музее-заповеднике. Автор вступительной статьи Ю. А. Селиверстов. Псков, 2016. – 4 с.

1.2. МУЗЫКАЛЬНОЕ ИСКУССТВО

МИФОЛОГИЯ И ОПЕРНОЕ ВДОХНОВЕНИЕ: АНАЛИЗ ТВОРЧЕСТВА В. Е. СОЛТАНА

Солтан Зинаида Юрьевна

*магистрант,
УО «Белорусская государственная
академия музыки»,
Беларусь, г. Минск*

Лисова Елена Васильевна

*научный руководитель, заведующий
кафедрой истории музыки
и музыкальной белорусистики,
канд. искусствоведения, доц.,
УО «Белорусская государственная
академия музыки»,
Беларусь, г. Минск*

MYTHOLOGY AND OPERATIC INSPIRATION: AN ANALYSIS OF V.E. SOLTAN'S CREATIVE WORK

Soltan Zinaida Yuryevna

*Master's degree student,
Educational Institution "Belarusian State
Academy of Music",
Belarus, Minsk*

Lisova Elena Vasilievna

*Academic Supervisor,
Head of the Department
of Music History and Belarusian Musicology,
Candidate of Arts Studies,
Associate Professor, Educational Institution "Belarusian
State Academy of Music",
Belarus, Minsk*

Аннотация. Данная статья посвящена анализу использования мифологических мотивов в творчестве В. Е. Солтана, выдающегося современного оперного композитора. Рассматриваются основные мифологические образы и сюжетные мотивы, проявляющиеся в его операх, а также формы их воплощения – в музыке, либретто и сценических решениях. В статье показано, как мифология служит источником символизма и глубоких философских идей, способствуя созданию многослойных и актуальных произведений. Анализ подчеркивает роль мифологических мотивов в формировании художественной выразительности и универсальности опер В. Е. Солтана.

Abstract. This article is dedicated to analyzing the use of mythological motifs in the work of V. E. Soltan, a prominent contemporary opera composer. It discusses the main mythological images and plot motives that appear in his operas, as well as the forms of their embodiment – in music, librettos, and stage design. The article demonstrates how mythology serves as a source of symbolism and deep philosophical ideas, contributing to the creation of multilayered and relevant works. The analysis highlights the role of mythological motifs in shaping the artistic expressiveness and universality of V. E. Soltan's operas.

Ключевые слова: мифология, опера, В. Е. Солтан, творчество, искусство.

Keywords: mythology, opera, V.E. Soltan, creativity, art.

Владимир Евгеньевич Солтан – яркий представитель современного оперного искусства, в творчестве которого прослеживается глубокий интерес к мифологическим образам и сюжетам. Его оперы и сцены часто наполнены символизмом и аллюзиями на мифы, что придает его произведениям особую эстетическую и философскую глубину.

Владимир Евгеньевич Солтан (1953-1997) – белорусский композитор, лауреат Государственной премии БССР (1990) и член Союза композиторов с 1980 года. Его музыка глубоко связана с богатой и многообразной жизнью белорусского народа [3, с. 267].

В своей творческой, педагогической, общественно-организаторской деятельности. Е. Солтан служил примером высокой идейности, нравственности и человечности, обращался в своём творчестве к неоромантическому направлению [2, с. 396].

Для его творчества характерно философское осмысление патристического прошлого нашей Родины, глубокое проникновение в суть человеческой природы и психологии, яркий мелодизм, образность,

эмоциональность. Индивидуальность композитора чувствуется во всех его сочинениях.

Широко известные музыкальные сочинения Владимира Евгеньевича Солтана имеют многостороннюю значимость для музыкальной культуры, способствуя её развитию на различных уровнях – от индивидуального восприятия до глобального культурного обмена. Их публикация не только сохраняет наследие композитора, но и открывает возможности для исследователей, исполнителей и слушателей.

Несмотря на известность многих его сочинений, многие сочинения неизданные и многие оригиналы (рукописи) сочинений композитора, ускользнувшие в тени времени, были утеряны навсегда, оставив лишь эхом незавершенные мелодии в сердце музыки.

Наиболее известной страницей его творчества является опера «Дикая охота короля Стаха», которая во многом стала визитной карточкой Беларуси и навсегда вошла в историю национального оперного искусства. Написанная и впервые поставленная в Большом театре в 1989 г., в 1990-м она была отмечена Государственной премией Беларуси, а в 2021-м пережила новое режиссерское и дирижерское прочтение – принципиально новую постановку. Уникальность этого произведения ещё и в том, что его первое сценическое воплощение оставалось в репертуаре более 20 лет – это единственная белорусская опера со столь продолжительной сценической жизнью [1, с. 458].

Показы оперы осуществлялись на разных площадках, в том числе и на сцене Большого театра в Москве. Представление оперы на открытом воздухе в Троицком предместье на ул. Немига в Минске запомнился минчанам как уникальное «вторжение» фрагмента белорусской исторической легенды с живыми лошадьми и всадниками без головы в «декорации» реконструированного в старинном стиле уголка Минска. Этот эпизод стал у истоков летнего движения open-air, в которое постепенно вовлекалась столица Беларуси в 1990-е гг., осваивая европейский опыт культурного досуга.

Вторая сценическая версия оперы «Дикая охота короля Стаха» также с успехом демонстрировалась в России, в Мариинском театре Санкт-Петербурга. Эта редакция в постановке дирижера А. Иванова, режиссера А. Моторной, художника А. Меренкова включает в себя дополнительные музыкальные номера, купированные в первоначальной версии. Спектакль во второй редакции обнаружил новые драматургические акценты, приобрел еще больше популярности и любви у публики.

Композитор также создал две другие оперы на либретто С. Климович: «Пани Ядвига» (1990 г., опера на историческую тематику, в которой отражён дух эпохи рубежа XV-XVI вв. и «Милавица» (1991 г., детская

опера-сказка), однако из-за трагической гибели Владимира Евгеньевича эти оперы не были поставлены.

Опера «Пани Ядвига» написана на историческую тематику, в ней отражён дух эпохи рубежа XV-XVI вв. В основу либретто С. Климкович положена детективная историческая повесть «Стая ворон над гостинцем» или «Черный путь» Константина Тарасова. Главная героиня оперы – разбойница Ядвига Русиновская, которая была казнена в 1507 году за свои преступления. Сюжет включает в себя сцены ее суда, смерти, последующей участи ее сообщников и сестер, а также мистические истории о ее призраке, который является на Черном пути. Музыка оперы пронизана эмоциональной глубиной и драматизмом. Композитор умело использует динамические и гармонические контрасты, чтобы передать сложные человеческие переживания. В лучших традициях оперной музыки, произведение ярко театрално, трогательно и глубоко по содержанию.

Опера-сказка «Милавица» рассказывает слушателям о дохристианском времени, на болоте среди гор, как разворачивается мифическая история о героях, богах и волшебных существах, утрате священного огня.

Действие оперы-сказки разворачивается в дохристианский период на территории древних славянских земель – эпоху мифов, легенд и волшебных верований. Это время, когда в верованиях людей царили духовные существа, охраняющие землю, воду, воздух и огонь, а люди почитали их, передавая из поколения в поколение таинственные сказания о силах природы и могуществе высших существ. Эта опера обладает особенной особенностью – она является единственной в своем роде, где в главных ролях выступает персонаж Баба Яга. В большинстве славянских мифов и сказаний Баба Яга изображается как зловещая колдунья или мудрая хранительница тайн, и именно в этой опере она занимает центральное место, объединяя в себе черты как злой, так и благой фигуры. Ее присутствие подчеркивает магическую атмосферу произведения, а ее роль, как хранительницы лесных тайн и границы между мирами, придает опере уникальную символическую глубину. Впервые и единственный раз Баба Яга выступает в подобной роли в оперном искусстве, что делает это произведение особенным и уникальным в контексте славянской мифологической тематики.

Все эти божества и духи являлись неотъемлемой частью религиозной жизни и мировоззрения древних славян. Они отражали понимание ими природы как живого и магического организма, в который верили, уважали и с которым постоянно взаимодействовали через обряды, праздники и ритуалы.

Именно в этих глубинах прошлого и разворачивается магическая и мистическая история, наполненная чудесами, подвигами и духовным

поиском, что и выражено в этой опере-сказке. Опера-сказка наполнена эпическими событиями, волшебством и драматизмом, отражая богатство и глубину славянских мифов.

Мифология занимает важное место в искусстве по всей истории человечества. В опере мифические сюжеты используют чтобы передать универсальные ценности, человеческие страсти, сверхъестественные силы и духовные искания. В творчестве В. Е. Солтана мифологические образы служат не только сюжетной основой, но и символами более глубоких идей.

Мифология в операх занимает важное место, выступая источником глубоких образов, символов и сюжетных линий. В произведениях часто используются мифологические мотивы и персонажи, которые помогают раскрыть внутренний мир героев и основные философские идеи. Образы богов, героев, мифические существа и легендарные события служат инструментом передачи универсальных ценностей, борьбы добра и зла, судьбы и трансформации. Мифологические элементы придают оперному произведению особую глубину, эстетическую насыщенность и символизм, делая сценическое действие многослойным и насыщенным смыслом. Такие опера используют мифологию не только как источник сюжета, но и как средств для выражения глубоких духовных и культурных концепций.

Выбор мистических сюжетов нередко связан с историко-культурным наследием (мифология, легенды, фольклор), что придает музыкальному произведению культурно-образную ценность и способствует сохранению и популяризации духовных и культурных традиций. Таким образом, обращение к мистическим сюжетам является стратегическим средством расширения художественных средств выражения и реализации глубоких идей в рамках музыкального искусства.

Творчество В. Е. Солтана – яркий пример того, как мифология может служить неиссякаемым источником вдохновения для оперного искусства. Через использование мифологических мотивов композитор создаёт произведения, насыщенные символизмом, глубиной и универсальностью, что делает его оперы важной частью современного культурного диалога.

Список литературы:

1. Белорусская музыка второй половины XX века : учеб. пособие для студентов вузов по специальностям музык. искусства / сост. К. И. Степаневич ; под ред. Г. С. Глущенко, К. И. Степаневич. – Минск : Зорны Верасок, 2009. – 458 с.

2. Мдзівані, Т. Г. Кампазітары Беларусі / Т. Г. Мдзівані, Р. І. Сергіенка. – Мінск : Беларусь, 1997. – 396 с.
3. Сергіенка, Р. І. Солтан Уладзімір Яўгенавіч / Р. І. Сергіенка // Кампазітары Беларусі / Т. Г. Мдзівані, Р. І. Сергіенка. – Мінск, 1997. – С. 267–270.

РАЗДЕЛ 2.

ДОКУМЕНТАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

2.1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ПРОЦЕССЫ

КУЛЬТУРНЫЙ КОД СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ: ИЕРАРХИЯ СМЫСЛА И КОЛЛЕКТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В РОССИЙСКОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ (2022–2025 ГГ.)

Невраев Андрей Николаевич

аспирант

*3 года обучения направления подготовки,
Социальная и политическая философия,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
РФ, г. Симферополь*

Аннотация. В статье исследуется специфика формирования культурного кода социальной рекламы в России как продукта иерархической модели коммуникации, где смысл зарождается в институциональном центре и транслируется через коллективные нарративы. На основе анализа тематических кластеров 2022–2024 гг. (безопасности дорожного движения, здорового образа жизни, демографии, экологии) и данных ВЦИОМ выявляется устойчивая связь эффективности социального посыла с его встроенностью в системы межличностной ответственности и социальной взаимозависимости. Показано, что рост доверия аудитории обусловлен не техническими параметрами кампаний, а семиотическим соответствием сообщения устойчивым культурным установкам – через коды заботы, преемственности поколений и «родной земли». Особое внимание уделено феномену медиативной достоверности: платформа распространения становится соавтором смысла, а легитимность сообщения возникает в момент его встраивания в локальные повседневные практики.

Доказывается, что современная социальная реклама функционирует не как инструмент убеждения, а как механизм актуализации культурной памяти, где адресат участвует в коммуникации через узнавание, а не через рефлексивное сопротивление.

Ключевые слова: социальная реклама, культурный код, коллективные нарративы, иерархическая коммуникация, медиативная достоверность, социальная идентичность, межличностная ответственность.

На первый взгляд, современное медиапространство создает иллюзию полифонии голосов, где каждый участник кажется равноправным субъектом высказывания. Социальная реклама нередко воспринимается как площадка для открытого обсуждения общезначимых проблем, однако глубинный анализ выявляет иную структуру взаимоотношений между отправителем и получателем сообщения.

В системе культурной коммуникации это означает, что культурный код социальной рекламы формируется не в условиях равноправного диалога, а в рамках иерархической модели, где смысл зарождается в институциональном центре, а его трансляция делегируется другим авторам. Именно поэтому сообщения преимущественно опираются на коллективные нарративы – они соответствуют нормативной функции государства как арбитра общественной значимости.

В данной статье мы рассмотрим, как подобная модель влияния отражается на восприятии аудитории, какие риски несет монополизация смыслов и возможно ли построение действительно партнерской коммуникации в условиях существующей институциональной структуры.

Доминирование коллективных установок вытекает из самой логики системы культурной коммуникации, где смысл чаще всего связан не с индивидуальным утверждением, а с уже разделенным. Адресат включается в дискурс не как автономный субъект, чья воля подлежит убеждению, а как член сообщества, для которого забота о ближнем, сохранение традиций или защита окружающей среды выступают не как опция, а как естественное продолжение социальной идентичности.

Тематический репертуар социальной рекламы в России (2022–2024 гг.) отражает приоритеты этой коллективной ориентированности (см. табл.1).

Таблица 1.

**Тематические предпочтения социальной рекламы в России
(2022–2024 гг.)***

Тема-тика	Место в рейтинге по популярности тематики	Тенденция	Кодовая особенность
БДД	1	стабильно высокая	код риска + код заботы о близких
ЗОЖ	2	растущая	код самодисциплины + коллективной ответственности
Демо-графия	3	растущая	код преемственности поколений
Экологи-я	4	быстро расту-щая	синтез глобального императива и локального образа «родной земли»
Зависи-мости	5	снижающая-ся	переход от кода стыда к коду поддержки

**Источник: составлено автором на основе [1].*

Представленная структура показывает, что российская социальная реклама направлена на работу с конкретными общественными ролями – родителем, водителем, гражданином, членом семьи и др. При этом анализ доминирующих тематических кластеров через призму кодовой структуры позволяет выявить устойчивую тенденцию: наибольшую релевантность приобретают те повестки, которые встраиваются в систему межличностной ответственности и взаимозависимости. Такие кампании, как безопасность дорожного движения, здоровый образ жизни, демографические инициативы и даже экологические кампании получают поддержку от государства, которое хочет видеть смысловую силу в контексте заботы о ближнем, преемственности поколений и сохранении общего жизненного пространства.

Выявленные различия в степени кодовой интеграции тематических кластеров позволяют рассматривать эффективность социальной рекламы как производную от совпадения смысловой структуры сообщения с доминирующими культурными ожиданиями адресата. Именно устойчивое соотнесение социального посыла с разделяемыми моделями

ответственности, времени и пространства формирует условия для доверительного восприятия и вовлеченности аудитории.

Согласно данным ВЦИОМ, доля россиян, склонных воспринимать социальную рекламу как национально-значимый публичный дискурс, то есть проявляющих доверие к ее посылам, готовность к рефлексии и устойчивое внимание к содержанию повысилась на 24 процентных пункта за девять лет (рис. 1). Такой рост не связан с техническим совершенствованием формата или ростом финансирования. Все указывает на трансформацию самой природы культурного контакта, где социальная реклама перестала функционировать как внешний императив и начинала работать как зеркало коллективных тревог и ценностей.

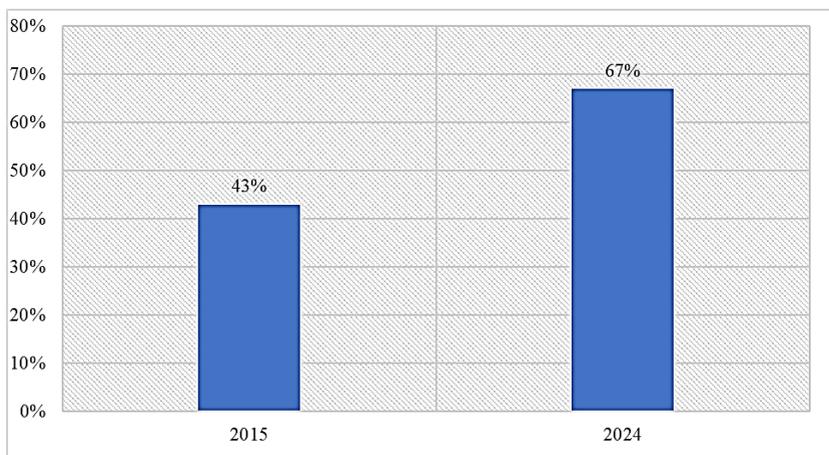
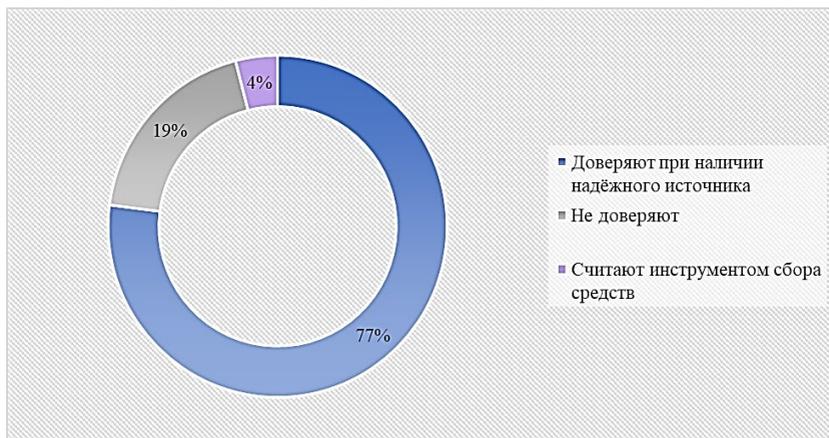


Рисунок 1. Уровень восприятия и доверия к социальной рекламе в России. Источник: составлено автором на основе [1]

Рост доверия свидетельствует о том, что социальная реклама вызывает все меньше рефлексивного сопротивления: ее код настолько согласован с устойчивыми установками аудитории, что сообщение не проходит этап сомнения или проверки. Оно не воспринимается как чуждое – оно сразу включается в поток повседневного понимания, поскольку его форма уже несет знаки принадлежности к общей культурной среде. В этих условиях смысл не нуждается в доказательстве – он функционирует как данная, подобно тому, как родной язык не требует перевода.

Стоит отметить, что доверие, как показывают эмпирические данные, тесно связано с восприятием источника. Олейник Т. А. и

Гончарова А. С. [18], выявляют прямую зависимость между легитимностью источника и степенью восприятия сообщения (рис. 2).



Источник: составлено автором на основе [5]

Рисунок 2. Уровень доверия к социальной рекламе в зависимости от источника (обе возрастные группы: 16–25, 40+ лет)

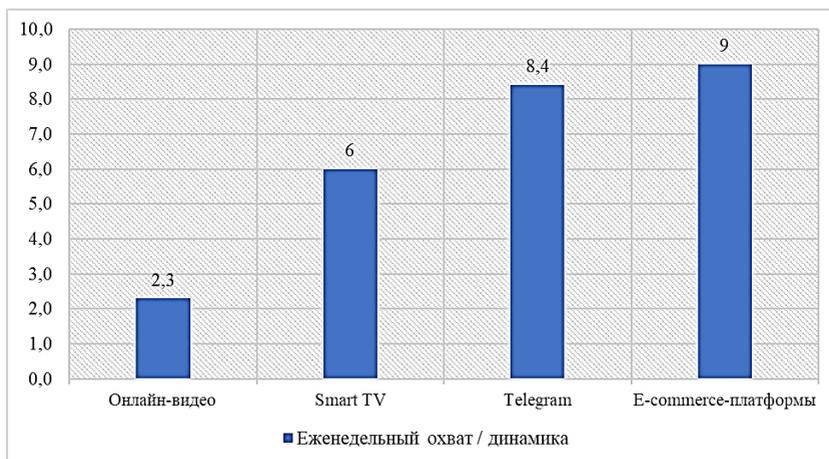
Так, 77 % респондентов как среди молодежи (16–25 лет), так и среди старшего поколения (40+ лет) заявляют о готовности доверять социальному сообщению – но только при условии его размещения в медиа, считающихся надежными. Такая избирательность свидетельствует о развитой способности аудитории дифференцировать сообщения по институциональному статусу их носителей. На этой основе формируется новый культурный код медиативной достоверности, в котором смысл рекламного обращения определяется не только содержанием, но и платформой его распространения.

Одновременно 19 % представителей обеих возрастных групп категорически отвергают социальную рекламу как форму манипуляции, а еще 4 % рассматривают ее исключительно как инструмент сбора средств. Устойчивое наличие такой доли скептиков указывает на существование в обществе критического ядра, для которого любое публичное обращение ассоциируется со скрытыми интересами. Отказ от доверия в данном случае выражает не безразличие, а требование этической прозрачности и отказа от инструментального использования социальных проблем.

Тенденция указывает на то, что в современной коммуникативной среде платформа становится соавтором смысла. Ее институциональная репутация, историческая позиция и культурный капитал напрямую входят в семиотическую структуру сообщения, модулируя его этическую нагрузку. В итоге медиативная достоверность перестает быть внешним условием распространения и превращается в внутренний компонент самого кода.

Дальнейшее развитие социокультурной коммуникации напрямую связано с перераспределением точек роста в медиасреде. Расширение цифровых платформ не только увеличивает совокупный охват аудитории, но и усложняет семиотическую структуру социальной рекламы, поскольку каждый медиаканал задает особые условия интерпретации социального послания.

Обобщение коммуникативных характеристик охвата медиаканалов, выступающих источниками роста социальной рекламы, представлено на рис. 3.



Источник: составлено автором на основе [6]

Рисунок 3. Рост медиаканалов, релевантных для социальной рекламы (%), 2024–2025 гг.

Диаграмма подтверждает, что реклама все чаще транслируется через среды, где формируются локальные коды доверия. Наибольший прирост демонстрируют e-commerce-платформы (еженедельный охват

+9 % за год) и Telegram (еженедельный охват +8,4 % за год) – не как торговые или мессенджерные сервисы, а как пространства, где сообщение встраивается в жизненную парадигму (покупка, общение, поиск решения), а не навязывается сверху. Smart TV (+6 %) отражает переход к персонализированному потреблению контента, где адресат сам выбирает время и форму взаимодействия, что меняет саму природу «принятия» социального посыла. Онлайн-видео (+2,3 %), напротив, сохраняет роль фонового канала, но его низкий рост указывает на насыщение формата и необходимость углубления в контекст – не только показать ролик, а включить его в нарратив, уже знакомый аудитории.

Указанные сдвиги в медиапотреблении фиксируют распад единого публичного пространства как условия возможности массовой социальной рекламы. Если в эпоху линейного вещания (2010–2020 гг.) смысл мог быть унифицирован и транслирован «сверху вниз» через институционально санкционированные каналы, то сегодня легитимность сообщения возникает только в момент его встраивания в локальные практики, например, акт покупки, обмен сообщениями или выбор контента.

Именно поэтому эффективность социальной рекламы в 2020–2025 гг. перестает измеряться масштабом распространения и начинает определяться степенью кодовой иммерсии, то есть способностью сообщения не только достичь адресата, но и стать частью его повседневной семиотической среды.

Подводя итог данного исследования, хотелось бы отметить, что социальная реклама раскрывается как сложный коммуникативный акт, где код обеспечивает узнаваемость, смысл – резонанс, а адресат – реализацию. При согласованности всех трех уровней сообщение переходит из статуса внешнего сигнала в разряд внутреннего импульса, способного изменить повседневную практику. Российская социальная реклама формирует уникальную модель культурной коммуникации, где государство задает рамки нормы, бизнес обеспечивает инструменты реализации, а НКО и аудитория – пространство для интерпретации. Ее главная особенность – не спонтанность, а намеренное встраивание в культурную грамматику: узнаваемые архетипы, нативные сюжеты, синтез рациональной и эмоциональной аргументации – все это работает на то, чтобы смысл был не только услышан, но и принят как свой. В результате смысл не конструируется в момент контакта, а актуализируется через обращение к уже существующим установкам. Адресат здесь не объект воздействия, а носитель культурной памяти, чье участие в коммуникации обеспечивается не убеждением, а узнаванием. И именно это делает социальную рекламу не внешним регулятором, а внутренним механизмом самоорганизации общества.

Список литературы:

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Москва. URL: <https://wciom.ru> (дата обращения: 23.01.2026).
2. Ипатова Н. В. Социально-психологические особенности рекламы // Мол. ученый. 2024. № 33 (532). С. 11–12. URL: <https://moluch.ru/archive/532/117106> (дата обращения: 22.01.2026).
3. Кирьянов А. Ю., Спасский Е. Н. Социальная реклама как источник информации // Социология. 2025. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-reklama-kak-istochnik-informatsii> (дата обращения: 26.01.2026).
4. Колчин Д. Ю. Реклама как инструмент социального конструирования // Манускрипт. 2025. Т. 18, № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-kak-instrument-sotsialnogo-konstruirovaniya> (дата обращения: 20.01.2026).
5. Олейник Т. А., Гончарова А. С. Социальная реклама как эффективный инструмент воздействия на общество // Исследования молодых ученых : материалы LXX Междунар. науч. конф. (г. Казань, 11–13 дек. 2023 г.). Казань : Мол. ученый, 2023. С. 27–31. URL: <https://moluch.ru/conf/stud/archive/504/18258> (дата обращения: 22.01.2026).
6. Okkam Group : [сайт]. URL: <https://okkam.group> (дата обращения: 25.01.2025).

РАЗДЕЛ 3.

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

3.2. ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ

СТРОГАНОВСКИЙ ДВОРЕЦ, КАК ОДИН ИЗ ЦЕНТРОВ КУЛЬТУРНОЙ ЖИЗНИ ПЕТЕРБУРГА ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XVIII ВЕКА. САЛОН ГРАФА А.С. СТРОГАНОВА СРЕДИ ДРУГИХ АРИСТОКРАТИЧЕСКИХ СОБРАНИЙ ЭТОГО ВРЕМЕНИ

Несветайло Татьяна Николаевна

*старший научный сотрудник,
Государственный Русский музей,
РФ, Санкт-Петербург*

THE STROGANOV PALACE AS ONE OF THE CENTERS OF CULTURAL LIFE IN ST. PETERSBURG IN THE SECOND HALF OF THE 18TH CENTURY. COUNT A.S. STROGANOV'S SALON WAS AMONG OTHER ARISTOCRATIC GATHERINGS OF THE TIME

Nesvetailo Tatyana Nikolaevna

*Senior Research Fellow,
State Russian museum,
Russia, St. Petersburg*

Аннотация. Салон Александра Сергеевича Строганова, расположенный в Строгановском дворце, представляет собой важный элемент культурной жизни Санкт-Петербурга второй половины XVIII века. В рамках данной работы рассматривается специфика этого салона и его место среди других аристократических собраний того времени.

Abstract. The salon of Alexander Stroganov located in the Stroganov Palace, is an important element of the cultural life of St. Petersburg in the second half of the 18th century. This article examines the specifics of this salon and its place among other aristocratic gatherings of the time.

Ключевые слова: дворцы Санкт-Петербурга, культурная жизнь Санкт-Петербурга во второй половине XVIII века.

Keywords: Palaces of St. Petersburg, cultural life of St. Petersburg in the second half of the 18th century.

Со времени Петра I происходит активное приобщение России к западноевропейской культуре. Восприятие европейских досуговых форм началось именно со зрелищ, фейерверков, внешних манер. Это осуществлялось также через чтение книг, искусство, новые формы общения. Особенно интенсивно шел этот процесс во второй половине XVIII века. В домах дворянства появляются личные библиотеки, коллекции, постепенно формируются эстетические вкусы и новый этикет общения российского дворянства. В период правления Екатерины II происходит глубокое проникновение идей Просвещения во все сферы повседневности и духовной жизни первого сословия, расцвет частной жизни дворянства, создание определенного типа образа жизни вельможи. Это время дало новый особый тип дворянина – просвещенного вельможу, многие представители которого стали лидерами и проводниками европейской культуры в России.

«Высшее общество в екатерининское время отличалось широким гостеприимством, и каждый небогатый дворянин мог во весь год не иметь своего стола, каждый день, меняя дома знакомых и незнакомых. Таких открытых домов, не считая в гвардейских полках, находилось множество. Первыми аристократическими домами в Петербурге признавали дворцы сановников: графа Разумовского, князя Голицына, Потемкина, вице-канцлера графа Остермана, князя Репнина, графов Салтыкова, Шувалова, Брюса, Строганова, Панина, двух Нарышкиных, Марьи Павловны Нарышкиной. Приемы у этих вельмож бывали почти ежедневно. На вечерах у них гремела музыка, толпа слуг в галунах суетилась с утра до вечера» [2, с. 13].

Поскольку образование высших сословий приобретает более светскую, аристократическую направленность, придворные развлечения все больше ориентируются на Версаль, чему способствовали заграничные образовательные поездки молодых дворян в Европу. Барон Сергей Григорьевич Строганов, желая сделать из сына человека великосветского, писал ему: «Вам не всегда надобно будет уединенно живучи, прилежать

токмо в одних ученых мыслях, но весьма больше должны будете обращаться в полном свете» [3, с. 170]. С этим связано также распространение французского языка и французской моды. Именно с французской традицией салонной культуры тесно связано зарождение подобных салонов в России.

К концу XVIII столетия культура салонов стала нормой светского существования дворянской семьи. Огромная роль отводилась хозяйину или хозяйке, поэтому конкретный салон носил имя владельцев. Тип времяпровождения в каждом салоне зависел от их вкусов, взглядов, жизненных установок и общественного положения. Ритуал «культурного общения» обычно включал: обмен новостями – придворными, политическими, культурными и другими, чтение литературных сочинений, танцы, музицирование, домашние спектакли. В одних гостиных предпочитали говорить о политике, в других – заниматься инструментальным музицированием, в-третьих – устраивали танцевальные вечера, в-четвертых – проводили время за карточным столом. Преобладающим типом салона в это время был аристократический, который отражал культуру дворянского слоя. По своей направленности можно выделить литературные, музыкальные, философские и прочие. Однако, многие из них носили смешанный характер: философско-литературный, литературно-музыкальный и подобные им.

Первым в истории России считается салон графа И.И. Шувалова (1727-1797), генерал-адъютанта и известного политического деятеля своего времени, основателя Московского университета и Петербургской Академии художеств. Шувалов, являвший собой образец вельможи нового времени, выписывал из Парижа мебель, одежду, лакеев, литературные и журнальные новинки, жадно ловил новости французской жизни. В его салоне собирались не только литераторы, но и художники. Здесь проходили открытые камерные концерты. Салон Шувалова без сомнения явился вдохновляющим примером для А.С. Строганова, который вернулся из Парижа в 1757 году, влюбленный в искусство, покоренный европейской культурой, полный новых идей.

Как сообщает А. Захваткин: «В начале 1760 г. вместе с графом А.П. Шуваловым (1744-1789) (двоюродным племянником И.И. Шувалова и писателем) Александр Сергеевич организовал в своем доме литературный салон вокруг созданной им «общественной библиотеки», наибольшее число книг в которой принадлежало перу Вольтера. В это время граф сблизился с А.П. Сумароковым (1717-1777) и встал на его сторону в конфликте с М.В. Ломоносовым (1711-1765). Конфликт разгорелся из-за целеполагания поэзии. Сумароков писал на потребу личности о любовной тоске и восхищении, в то время как Ломоносов уже

писал торжественные оды национальной и общедемократической направленности» [6].

Хронологические рамки деятельности салона (1760-е – 1790-е годы) соответствовали пику екатерининского Просвещения. Личность графа Александра Сергеевича Строганова как организатора определяла специфику салона. Получив образование в Женеве и Страсбурге, граф целенаправленно культивировал междисциплинарный характер собраний. Его статус президента Императорской Академии художеств и директора Публичной библиотеки обеспечивал доступ к интеллектуальным ресурсам. Просветительские амбиции Строганова трансформировали частный особняк в институцию общественного значения.

Граф приглашал на званые обеды и вечера не только писателей, живописцев, музыкантов, но и ученых, и любителей искусства. Известный меценат своего времени граф способствовал встречам писателей и читателей, исполнителей и слушателей, что имело огромную общественную значимость, так как являлось, по сути, пропагандой художественных произведений. По воскресеньям в Строгановском дворце проходили знаменитые воскресные обеды графа А.С. Строганова. «После утренней службы в Казанском соборе здесь собирались любители искусства и просто любители вкусно поесть, среди которых были литераторы – Державин, Крылов, Гнедич, Фонвизин, Жуковский, художники – Боровиковский, Мартос, композитор Бортнянский, историк Карамзин» [4, с. 243].

Как известно, Александр Сергеевич Строганов был увлеченным коллекционером, и его коллекция была открыта для образованной публики раз в неделю, а сам дом превратился не только в салон, где собиралась художественная элита Петербурга, но и в первый частный художественный музей. В период наполеоновских войн Парадная столовая дворца стала местом патриотических выступлений. В начале XIX века по случаю первых побед над французами в доме графа Строганова исполнялась «Кантата» Г.Р. Державина (стихи) и Д.И. Бортнянского (музыка).

Салон графа Александра Сергеевича Строганова в его петербургской резиденции представлял собой уникальное явление культурной жизни Российской столицы второй половины XVIII века. Будучи не просто местом аристократических собраний, этот салон формировал особую интеллектуальную среду, где архитектурное пространство дворца, коллекции графа А.С. Строганова и просвещенный диалог сливались в единый механизм трансляции идей. В отличие от традиционных светских раутов, строгановские собрания занимались целенаправленным культивированием художественных дискуссий и философских

дебатов, что отражало дух екатерининского Просвещения. Это позволяет рассматривать салон как своеобразный культурный институт, где материальная среда активно влияла на формирование оригинальных моделей восприятия европейских художественных и философских течений.

Список литературы:

1. Берков П.Н. Ломоносов и литературная полемика его времени. 1750–1765 / П.Н. Берков. – М. – Л., 1936. – 324 с.
2. Кошель Пётр. История Санкт-Петербурга второй половины XVIII века / П. Кошель. – Москва, 2007. – 279 с.
3. Кузнецов С.О. Пусть Франция поучит нас «танцовать» / С.О. Кузнецов. – СПб.: Б.и., 2003. – 511 с.
4. Кузнецов С.О. Строгановы. 500 лет рода. Выше только цари / С.О. Кузнецов. – Москва: Центрполиграф; Санкт-Петербург: Русская тройка М. – СПб., 2012. – 557 с.
5. Захваткин А. Строганов Александр Сергеевич 03.01.1733 – 27.09.1811 // Проза.ру: сайт. – 2016. [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://proza.ru/2016/11/23/1595>, свободный (дата обращения: 16.02.2026).

РАЗДЕЛ 4.

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

4.1. РУССКИЙ ЯЗЫК

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ В РУССКОМ И АРАБСКОМ РЕЧЕВОМ ЭТИКЕТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИЗВИНЕНИЯ И ПРОСЬБЫ)

Рвейх Али Убейд

*магистр, ассистент-преподаватель,
кафедра русского языка,
факультет языков,
Багдадский университет,
Ирак, г. Багдад*

COMMUNICATIVE STRATEGIES IN RUSSIAN AND ARABIC SPEECH ETIQUETTE: A CASE STUDY OF APOLOGIES AND REQUESTS

Rweikh Ali Ubaid

*Master's Degree, Assistant Lecturer,
Department of Russian Language,
Faculty of Languages,
Baghdad University,
Baghdad, Iraq*

Аннотация. В статье рассматриваются речевые акты извинения и просьбы в рамках русского и арабского речевого этикета. Исследование основано на прагмалингвистическом, сопоставительном и дискурсивном анализе с учётом культурных норм и специфики межкультурной коммуникации. Особое внимание уделено коммуникативным стратегиям, используемым носителями обоих языков, а также лингвосоциокультурной компетенции, необходимой для эффективного общения. В

работе представлены примеры из естественной коммуникации, а также фрагменты из учебных пособий, художественной литературы и современных медиа.

Abstract. This article examines the speech acts of apologies and requests within the framework of Russian and Arabic speech etiquette. The study employs pragma-linguistic, comparative, and discursive analyses, taking into account cultural norms and the specificities of intercultural communication. Particular emphasis is placed on the communicative strategies utilized by native speakers of both languages, as well as the linguo-socio-cultural competence essential for effective interaction. The paper draws on examples from natural communication, supplemented by excerpts from educational materials, literary works, and contemporary media.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, речевой этикет, извинение, просьба, коммуникативные стратегии, арабский язык, русский язык, вежливость, прагматика, речевой акт.

Keywords: Intercultural communication, speech etiquette, apology, request, communicative strategies, Arabic language, Russian language, politeness, pragmatics, speech act.

Введение

Современная лингвистика уделяет особое внимание изучению речевого этикета как важного аспекта межкультурной коммуникации, по мнению А.А. Акишиной и Н. И. Формановской [2, с.15]. Русский и арабский языки, принадлежащие к разным культурным и языковым традициям, демонстрируют отличительные особенности коммуникативного поведения, особенно в таких речевых актах, как извинение и просьба. Эти акты требуют высокого уровня речевой вежливости и точного выбора стратегии Г. Каспером и С. Блум-Кулькой [30, с.6].

Актуальность и проблема исследования

Несмотря на растущий интерес к межкультурной прагматике, системный сопоставительный анализ коммуникативных стратегий, используемых носителями русского и арабского языков при реализации специфических тактик извинения (например, прямое vs. косвенное, объяснение до vs. после) и просьбы (например, использование религиозных или модальных смягчителей), требует дальнейшего детального научного осмысления. Существующие работы часто ограничиваются общими описаниями, не выявляя базисные лингвокультурные и аксиологические доминанты, которые определяют выбор стратегии:

1. Почему в арабской традиции чаще применяется стратегия «оправдание → извинение»?

2. Как русская культура использует эмоциональные маркеры в извинении в отличие от более сдержанных арабских формул?

Как религиозный фон (ислам в арабской, православие в русской культуре) влияет на прагматический выбор формулировок просьбы и прощения? М. К. Фаделем [29, с.42].

Актуальность исследования обусловлена прикладной значимостью разработки эффективных обучающих программ по РКИ для арабоязычных учащихся. Это диктует необходимость систематизации выявленных стратегий и формулирования научно обоснованных рекомендаций по оптимизации межкультурного взаимодействия. Кроме того, работа отвечает теоретическому запросу на углубление знаний о лингвокультурной специфике категории вежливости в славянской и семитской традициях М. К. Фаделем [29, с.43–44].

Цель исследования

Основная цель данного исследования заключается в выявлении и описании коммуникативных стратегий, определяющих реализацию актов извинения и просьбы в арабском и русском речевом этикете, что способствует более глубокому пониманию межкультурных различий.

Научная новизна

Научная новизна работы состоит в проведении сравнительного анализа конкретных типов стратегий, в частности религиозно-маркированных и аффективных (эмоционально-маркированных) формул. Кроме того, исследование систематизирует современные данные из медиаисточников, обеспечивая комплексный двуязычный анализ, который восполняет пробел между классическими литературными примерами и современным живым дискурсом.

Задачи исследования

Для достижения поставленной цели в работе были определены следующие задачи:

- Проанализировать лексические клише и устойчивые выражения, преобладающие в обоих языках.
- Описать и классифицировать типичные формы речевого этикета, используемые при реализации извинения и просьбы.
- Провести сравнительный анализ стратегического выбора, совершаемого носителями русского и арабского языков.

- Оценить влияние социокультурных норм на выбор конкретных языковых форм.

Методология

Исследование опирается на комплексную методологическую базу, объединяющую ведущие парадигмы современной лингвистики:

Сопоставительно-контрастивный анализ

Данный метод необходим для выявления структурно-семантических и прагматических сходств и различий в коммуникативных стратегиях русской и арабской лингвокультур. Это обеспечивает интеркультурный ракурс, принципиально важный для данной работы.

Дискурсивный анализ

Этот подход используется для изучения функционирования речевого этикета в широком контексте коммуникации. Метод позволяет учитывать экстралингвистические факторы – социальные нормы, статусные отношения и культурный фон, определяющие выбор речевых формул. Это особенно актуально при анализе эмпирического материала, извлеченного из художественной литературы и современных медиаисточников.

Основное содержание

1. Извинение как речевой акт

Извинение в русском языке – сложный речевой акт, сочетающий в себе языковые средства и прагматические элементы, такие как тон голоса, контекст и социальные нормы. Исследования показывают, что извинения могут быть выражены в различных формах: от простого «извините» до более сложных конструкций, включающих объяснение причины и выражение сожаления Е. А. Смирновой [17, с.89].

Извинение является важнейшим речевым актом в русской культуре, выполняющим функции восстановления гармонии и поддержания социальных связей. Согласно исследованию Н. И. Формановской [21, с.134], наиболее распространены следующие формы: «Простите», «Извините», «Прошу прощения». Выбор формы зависит от официальности ситуации, социальной дистанции и степени близости между собеседниками. Кроме того, выбор конкретной формулы извинения в русском языке определяется прагматическими факторами и необходимостью выбора правильной формы в зависимости от социального контекста С.В. Ивановой [10, с.55]. Таким образом, русское извинение функционирует как точный индикатор социальных отношений, требующий

строгости соответствия между лексической формой и статусом коммуникантов В. И. Карасиком [12, с.78]. Современные тенденции в использовании данных формул подтверждают важность глубокого социолингвистического анализа извинений в живой русской речи Е. В. Соколовой [18, с.32]. Извинение может сопровождаться искуплением или объяснением причин: «Простите, я опоздал из-за пробок». Такое сочетание повышает эффективность коммуникации и снижает риск конфликта О. С. Иссерс [11, с.122]. Это подтверждает прагматическую тенденцию русской культуры к рационализации и минимизации ущерба через предоставление внешней, объективной причины проступка.

Современные исследования подчеркивают, что извинение может быть превентивным, выполняя роль предупреждения возможного недовольства: «Извините, можно пройти?» Т. В. Лариной [14, с.215]. Русские носители часто добавляют эмоциональные элементы, что отличает их культуру от более сдержанных традиций И. А. Стерниним [19, с.56].

Литературные примеры

Анализ литературных примеров в русском речевом этикете

В романе Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание» главный герой Родион Раскольников совершает преступление, требующее не только юридического, но и морально-духовного извинения перед людьми и, в конечном итоге, перед Богом. Его признание и последующее покаяние перед Соней Мармеладовой и обществом являются примером экзистенциального искупления (стратегия глубокого морального и духовного извинения), где речевой акт «извинение» выходит за рамки бытовой прагматики, становясь актом принятия вины и возрождения личности.

В романе-эпопее Л. Н. Толстого «Война и мир» персонажи, принадлежащие к дворянскому обществу, регулярно используют акты извинения. Например, извинение Пьера Безухова перед Элен после ссоры или многочисленные извинения за нарушение светских приличий на балах и приемах. Эти примеры демонстрируют стратегию поддержания социального равновесия и статуса. Персонажи извиняются за оплошности, проявляя внимание к социальным нормам. Писатель мастерски показывает, как выбор формулы извинения отражает их глубокое понимание социальных иерархий и моральных ценностей в российском дворянском обществе. Данные извинения используются не только для исправления ошибок, но и для сохранения отношений и репутации.

Виды извинений

а. Прямые извинения: «Извините за опоздание», «Простите, это

моя вина», «Прошу прощения за причинённые неудобства». Прямое извинение отражает принятие ответственности и ясность намерений И. А. Стерниным [19, с.56].

В арабском языке извинение часто сопровождается религиозными формулами: «أعتذرمنك» (я прошу прощения у вас), «سامحني» (прости меня), «غفرالله لي» (да простит меня Аллах) А. К. Али [26, с.18].

Примеры из современных арабских медиа и онлайн-дискурса:

Публичное извинение: Официальное заявление арабской компании может содержать формулу: «نقدم اعتذارنا واحترامنا لعملائنا الكرام، ونأمل أن «تسعنا قلوبكم» (Мы приносим извинения и выражаем уважение нашим дорогим клиентам и надеемся на ваше понимание).

Религиозная формула в социальных сетях: «أستغفر الله وأتوب إليه، «وأعتذر من الجميع» (Прошу прощения у Аллаха и каюсь, и приношу извинения всем).

Косвенные извинения по стратегии «сначала оправдание, потом извинение»: «У меня задержался автобус, поэтому я пришёл поздно. Извините». Данный метод (оправдание → извинение) более распространён в арабской культуре. Этот порядок, в отличие от русского, отражает культурный приоритет сохранения «лица» адресата и говорящего.

Просьба как прагматический акт

Просьба в русском языке отличается высокой вариативностью и зависит от степени официальности, социального статуса и близости между собеседниками. В официальных контекстах используется прямая форма: «Прошу вас рассмотреть мое заявление», тогда как в повседневном общении – косвенные и смягчённые формы: «Не могли бы вы помочь мне?» И. И. Баклановой [3, с.41]. Это указывает на дихотомию в русской прагматике, где официальный дискурс ценит ясность и императив, а бытовой дискурс отдаёт предпочтение косвенной вежливости и модальности. Для более глубокого понимания специфики функционирования этих актов необходимо учитывать диалогическое единство «просьба – реакция» Т. В. Абрамовой [1, с.44].

Вежливость является ключевым элементом оформления просьбы. Часто применяются модальные конструкции и слова смягчения («могли бы», «будьте добры», «пожалуйста»), приближающие русскую традицию к арабской, где просьба формулируется через уважение и смирение М. Д. Халили [24, с.12–14].

Примеры из современных российских медиа (онлайн-запросы):

Онлайн-запрос (Ультравежливая форма): «Не могли бы Вы, пожалуйста, проверить статус моего заказа? Заранее большое спасибо».

Косвенная просьба (В социальных сетях): «Очень нужна ваша помощь! Пожалуйста, если не трудно, поделитесь этой информацией».

В русском языке формы просьб различаются:

а) Прямые формы: «Прошу вас...» (أرجو منكم), «У меня к вам просьба...» (لدي طلب منكم).

б) Вежливые формулы: «Пожалуйста...» (من فضلكم), «Будьте добры...», «Не могли бы вы...».

в) Ультравежливые формулы: «Я хотел бы попросить вас...» (أود أن أسألكم), «Не затруднит ли вас...?» (هل في ذلك مشقة عليكم؟) М. Д. Халили [23, с.12].

В арабском языке:

Используются формулы: «من فضلكم» (пожалуйста), «هل يمكن أن...» (не могли бы вы...), «أرجو منكم أن...» (я прошу Вас...), «إذا تكرمت» (если Вы будете так любезны). Такие выражения часто сопровождаются снижением императива, акцентом на уважение С. Блюм-Кулькой [27, с.123].

Примеры из современных арабских меди (Запросы в социальных сетях и СМИ):

Официальный запрос (Почтительная форма): «أرجو من سيادتكم» (Я прошу Ваше Превосходительство удостоить вниманием этот вопрос).

Просьба в общественном контексте: «لو سمحتم، فضلاً لا امراء، شاركو» (Пожалуйста, это лишь просьба, а не приказ, примите в этом опросе).

Стратегии вежливости

Согласно теории П. Брауном и С. Левинсоном [28, с.61], вежливость может быть:

- а) позитивной (стремление быть приятным);
- б) негативной (избегание навязывания).

Русские чаще используют позитивную стратегию в близких кругах: «Помогите мне, пожалуйста». Арабы – негативную стратегию: «ما إذا في ازعاج» (если не будет обременительно). Следовательно, русская просьба в близком кругу стремится подчеркнуть близость и солидарность (позитивное лицо), в то время как арабская – акцентирует невмешательство и уважение к свободе действий адресата (негативное лицо).

Заключение

В ходе настоящего исследования были рассмотрены коммуникативные стратегии, используемые в речевых актах извинения и просьбы в русском и арабском речевом этикете. Анализ показал, что, на универсальный характер этих речевых актов, каждая культура придает им уникальное содержание и формы выражения. Особое внимание уделено аспектам вежливости, степени формальности, а также религиозным и культурным кодам.

Основные выводы исследования

Различия в стратегии извинения.

В русской коммуникации преобладает стратегия прямого, эмоционально маркированного извинения, тогда как в арабской традиции более распространена косвенная стратегия смягчения вины через оправдание и активное использование религиозных формул.

Вежливость в просьбе.

В русском языке вежливость достигается через модальные смягчители, тогда как в арабском языке часто доминирует негативная стратегия вежливости, направленная на избегание навязывания.

Ключевая роль лингвокультурологического контекста.

Успешность данных речевых актов напрямую зависит от правильного выбора тактики, соответствующей социальной дистанции и культурным ожиданиям.

Научная новизна и перспективы исследования

Коммуникативные стратегии в речевых актах извинения и просьбы играют фундаментальную роль в построении доверительных отношений. Анализ данных стратегий позволяет не только глубже понять культурные различия, но и минимизировать риск коммуникативных неудач, способствуя развитию межкультурной толерантности.

Научная новизна работы заключается в разработке комплексной компаративной модели, систематизирующей различия между русскими эмоционально-маркированными и арабскими религиозно-маркированными стратегиями. Использование сочетания литературных источников и современных медиа-текстов позволяет по-новому взглянуть на динамику речевого этикета в обеих лингвокультурах.

Перспективы дальнейшей работы связаны с расширением эмпирической базы посредством масштабных социолингвистических экспериментов. Это позволит более детально изучить специфику восприятия (рецепции) данных стратегий носителями языков. Кроме того, актуальным направлением видится создание специализированного

текстового корпуса для автоматизированного анализа тактик вежливости в цифровой среде.

Тенденции и практические рекомендации

Для методики РКИ: в учебные материалы необходимо включать не только стандартные формулы этикета, но и сценарии с культурным обоснованием выбора той или иной стратегии.

Практическая рекомендация: в процессе межкультурного общения носителям русского языка следует учитывать склонность арабов к более косвенным и смягченным формам просьбы. В свою очередь, арабским собеседникам важно понимать, что прямое русское извинение является культурной нормой, отражающей степень личной ответственности.

Резюме: вежливость – это не просто формальный элемент, а фундаментальная составляющая речевого поведения. Успешная реализация актов извинения и просьбы требует глубокого понимания культурных кодов, лингвистических форм и невербальных сигналов.

Список литературы:

1. Абрамова Т. В. Диалогическое единство «просьба – реакция». Воронеж: Изд-во ВГУ, 2003. С. 44.
2. Акишина А. А., Формановская Н. И. Русский речевой этикет. М.: Русский язык, 1983. С. 15.
3. Бакланова И. И. Русский речевой этикет: просьба как речевой акт // Филологические науки. 2013. С. 41.
4. Баранов О. С. Учебный русско-арабский словарь. М.: Живой язык, 2000. 528 с.
5. Бондаренко А. В. Сравнительный анализ выражений просьбы в русском и английском языках // Вестник ТвГУ. 2020. С. 22.
6. Борисов В. М. Русско-арабский словарь. М.: Русский язык, 1993. 1120 с.
7. Введенская Л. А. Культура речи. Ростов н/Д: Феникс, 2001. С. 112.
8. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Концепция речеповеденческих тактик. М.: Изд-во МГУ, 1999. С. 45.
9. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. М.: РИПОЛ классик, 1999. 740 с.
10. Иванова С. В. Выбор правильной формулировки извинения в соответствии с социальным контекстом // Вестник МГУ. 2017. С. 55.
11. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2017. С. 122.
12. Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Гнозис, 1992. С. 78.

13. Категория вежливости и речевой этикет в русском языке [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru>.
14. Ларина Т. В. Вежливость в межкультурном общении // Русский язык за рубежом. 2003. № 1. С. 18.
15. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. С. 215.
16. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. М.: АСТ, 2020. 736 с.
17. Петрова А. А. Прямое извинение как отражение принятия ответственности // Вестник СПбГУ. 2018. С. 27.
18. Смирнова Е. А. Извинение как сложный речевой акт в русском языке // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2015. С. 89.
19. Соколова Е. В. Социолингвистический анализ извинений в русском языке // Вестник МГУ. Серия 19. 2019. С. 32.
20. Стернин И. А. Русская коммуникативная культура. Воронеж: Истоки, 2001. С. 56.
21. Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. М.: Высшая школа, 1989. С. 67.
22. Формановская Н. И. Русский речевой этикет. М.: ЛКИ, 2007. С. 134.
23. Формановская Н. И. Способы выражения просьбы в русском языке // Русский язык в школе. 1984. С. 12.
24. Халили М. Д. Вежливость как важный принцип коммуникации // Наука и школа. 2013. № 2. С. 12.
25. Халили М. Д. Вежливость как принцип выражения просьбы в современном русском и арабском языках. Казань: КФУ, 2013. С. 12–14.
26. Abbas A. Pragmatics of Arabic speech. Mosul: Mosul University Press, 2021. P. 56.
27. Ali A. K. Этикетные формулы в арабской и русской речи. Baghdad: University of Baghdad, 2022. P. 18.
28. Blum-Kulka S., House J., Kasper G. Cross-Cultural Pragmatics: Requests and Apologies. Ablex Publishing, 1989. P. 123.
29. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. P. 61.
30. Fadel M. K. Арабская вежливость как культурно-языковое явление. Baghdad: Al-Mustansiriyah University, 2020. P. 42–44.
31. Kasper G., Blum-Kulka S. Interlanguage Pragmatics. Oxford: Oxford University Press, 1992. P. 6.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ФИЛОЛОГИЯ, ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ
И КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

*Сборник статей по материалам СШ международной
научно-практической конференции*

№ 3 (103)
Март 2026 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 12.03.26. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 2,5. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: philology@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 1



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru