

ISSN 2520-6729



# ТРУДЫ БГТУ

Научный журнал



Серия 4

**ПРИНТ- И МЕДИАТЕХНОЛОГИИ**

**№ 2 (249) 2021 год**

**Рубрики номера:**

Технология и техника полиграфического  
и упаковочного производства

Информационные системы  
и медиатехнологии

Издательское дело. Филология

**БГТУ**

Минск 2021

Учреждение образования  
«Белорусский государственный  
технологический университет»

# ТРУДЫ БГТУ

**Научный журнал**

*Издается с июля 1993 года*

**Серия 4**

**ПРИНТ- И МЕДИАТЕХНОЛОГИИ**

**№ 2 (249) 2021 год**

*Выходит два раза в год*

Минск 2021

*Учредитель* – учреждение образования «Белорусский государственный технологический университет»

*Главный редактор журнала* – Войтов Игорь Витальевич, доктор технических наук, профессор, Республика Беларусь

**Редакционная коллегия журнала:**

Шетько С. В., кандидат технических наук, доцент (заместитель главного редактора), Республика Беларусь;  
Жарский И. М., кандидат химических наук, профессор (заместитель главного редактора), Республика Беларусь;  
Черная Н. В., доктор технических наук, профессор, Республика Беларусь;  
Прокопчук Н. Р., член-корреспондент НАН Беларуси, доктор химических наук, профессор, Республика Беларусь;  
Водопьянов П. А., член-корреспондент НАН Беларуси, доктор философских наук, профессор, Республика Беларусь;  
Новикова И. В., доктор экономических наук, профессор, Республика Беларусь;  
Наркевич И. И., доктор физико-математических наук, профессор, Республика Беларусь;  
Куликович В. И., кандидат филологических наук, доцент, Республика Беларусь;  
Торчик В. И., доктор биологических наук, Республика Беларусь;  
Барчик Стэфан, доктор наук, профессор, Словацкая Республика;  
Жантасов К. Т., доктор технических наук, профессор, Республика Казахстан;  
Харша Ратнавира, доктор наук, профессор, Королевство Норвегия;  
Пайвинен Ристо, доктор наук, профессор, Финляндская Республика;  
Шкляр Б. Ш., профессор, Государство Израиль;  
Кох Барбара, доктор наук, профессор, Федеративная Республика Германия;  
Лакида П. И., доктор сельскохозяйственных наук, профессор, Украина;  
Головкин М. Ф., член-корреспондент НАН Украины, доктор физико-математических наук, профессор, Украина;  
Бир Петр, доктор технических наук, профессор, Республика Польша;  
Савельев А. Г., кандидат технических наук, профессор, Латвийская Республика;  
Агриакис Панос, доктор наук, Греческая Республика;  
Горинштейн Ш., доктор наук, профессор, Государство Израиль;  
Эркаев А. У., доктор технических наук, профессор, Республика Узбекистан;  
Башкиров В. Н., доктор технических наук, профессор, Российская Федерация;  
Каклаускас А., доктор экономических наук, профессор, Литовская Республика;  
Каухова И. Е., доктор фармацевтических наук, профессор, Российская Федерация;  
Хассель Л. Г., доктор наук, профессор, Королевство Швеция;  
Флюрик Е. А., кандидат биологических наук, доцент (секретарь), Республика Беларусь.

**Редакционная коллегия серии:**

Куликович В. И., кандидат филологических наук, доцент (главный редактор серии), Республика Беларусь;  
Черная Н. В., доктор технических наук, профессор (заместитель главного редактора серии), Республика Беларусь;  
Долгова Т. А., кандидат физико-математических наук, доцент, Республика Беларусь;  
Шмаков М. С., кандидат технических наук, доцент, Республика Беларусь;  
Корочкин Л. С., доктор технических наук, профессор, Республика Беларусь;  
Саверченко И. В., доктор филологических наук, профессор, Республика Беларусь;  
Стариченок В. Д., доктор филологических наук, профессор, Республика Беларусь;  
Старовойтов В. В., доктор технических наук, Республика Беларусь;  
Ничипорович С. А., кандидат экономических наук, Республика Беларусь;  
Суша А. А., кандидат культурологии, Республики Беларусь;  
Ткаченко В. В., кандидат технических наук, доцент, Республика Беларусь;  
Шибанов В. В., доктор химических наук, профессор, Украина;  
Репета В. Б., доктор технических наук, профессор, Украина;  
Богова Х., кандидат политических наук, доцент, Республика Болгария;  
Бабаханова Х. А., доктор технических наук, профессор, Республика Узбекистан;  
Кшак-Вайс К., доктор наук, профессор, Республика Польша;  
Акушевич А. А., кандидат филологических наук (ответственный секретарь серии), Республика Беларусь;  
Макарчук М. В. (секретарь серии), Республика Беларусь.

**Адрес редакции:** ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск.

Телефоны: главного редактора журнала – (+375 17) 343-94-32;

главного редактора серии – (+375 17) 397-53-30.

E-mail: root@belstu.by, <http://www.belstu.by>

Свидетельство о государственной регистрации средств массовой информации

№ 1329 от 23.04.2010, выданное Министерством информации Республики Беларусь.

*Журнал включен в «Перечень научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований»*

Educational institution  
“Belarusian State Technological University”

# PROCEEDINGS OF BSTU

**Scientific Journal**

*Published monthly since July 1993*

**Issue 4**

**PRINT- AND MEDIATECHNOLOGIES**

**No. 2 (249) 2021**

*Published biannually*

Minsk 2021

**Publisher** – educational institution “Belarusian State Technological University”

**Editor-in-chief** – Voitau Ihar Vital’evich, DSc (Engineering), Professor, Republic of Belarus

**Editorial (Journal):**

Shet’ko S. V., PhD (Engineering), Associate Professor (deputy editor-in-chief), Republic of Belarus;  
Zharskiy I. M., PhD (Chemistry), Professor (deputy editor-in-chief), Republic of Belarus;  
Chernaya N. V., DSc (Engineering), Professor, Republic of Belarus;  
Prokopchuk N. R., Corresponding Member of the National Academy of Sciences of Belarus, DSc (Chemistry), Professor, Republic of Belarus;  
Vodop’yanov P. A., Corresponding Member of the National Academy of Sciences of Belarus, DSc (Philosophy), Professor, Republic of Belarus;  
Novikova I. V., DSc (Economics), Professor, Republic of Belarus;  
Narkevich I. I., DSc (Physics and Mathematics), Professor, Republic of Belarus;  
Kulikovich V. I., PhD (Philology), Associate Professor, Republic of Belarus;  
Torchik V. I., DSc (Biology), Republic of Belarus;  
Barčík Štefan, DSc, Professor, Slovak Republic;  
Zhantasov K. T., DSc (Engineering), Professor, Republic of Kazakhstan;  
Harsha Ratnaweera, DSc, Professor, Kingdom of Norway;  
Paivinen Risto, DSc, Professor, Republic of Finland;  
Shklyar B. Sh., Professor, State of Israel;  
Koch Barbara, DSc, Professor, Federal Republic of Germany;  
Lakida P. I., DSc (Agriculture), Professor, Ukraine;  
Golovko M. F., Corresponding Member of the National Academy of Sciences of Ukraine, DSc (Physics and Mathematics), Professor, Ukraine;  
Beer Piotr, DSc (Engineering), Professor, Republic of Poland;  
Savel’nev A. G., PhD (Engineering), Professor, Republic of Latvia;  
Agryrakos Panos, DSc, Republic of Greece;  
Gorinshteyn Sh., DSc, Professor, State of Israel;  
Erkayev A. U., DSc (Engineering), Professor, Republic of Uzbekistan;  
Bashkirov V. N., DSc (Engineering), Professor, Russian Federation;  
Kaklauskas A., DSc (Economics), Professor, Republic of Lithuania;  
Kaukhova I. E., DSc (Pharmaceutics), Professor, Russian Federation;  
Hassel L. G., DSc, Professor, Kingdom of Sweden;  
Flyurik E. A., PhD (Biology), Associate Professor (secretary), Republic of Belarus.

**Editorial (Issue):**

Kulikovich V. I., PhD (Philology), Associate Professor (managing editor), Republic of Belarus;  
Chernaya N. V., DSc (Engineering), Professor (sub-editor), Republic of Belarus;  
Dolgova T. A., PhD (Physics and Mathematics), Associate Professor, Republic of Belarus;  
Shmakov M. S., PhD (Engineering), Associate Professor, Republic of Belarus;  
Korochkin L. S., DSc (Engineering), Professor, Republic of Belarus;  
Saverchenko I. V., DSc (Philology), Professor, Republic of Belarus;  
Starichenok V. D., DSc (Philology), Professor, Republic of Belarus;  
Starovoitov V. V., DSc (Engineering), Republic of Belarus;  
Nichiporovich S. A., PhD (Economics), Republic of Belarus;  
Susha A. A., PhD (Cultural Studies), Republic of Belarus;  
Tkachenko V. V., PhD (Engineering), Associate Professor, Republic of Belarus;  
Shibanov V. V., DSc (Chemistry), Professor, Ukraine;  
Repeta V. B., DSc (Engineering), Professor, Ukraine;  
Bogova Kh., PhD (Political), Associate Professor, Republic of Bulgaria;  
Babakhanova Kh. A., DSc (Engineering), Professor, Republic of Uzbekistan;  
Kshak-Vays K., DSc, Professor, Republic of Poland;  
Akushevich A. A., PhD (Philology) (executive editor), Republic of Belarus;  
Makarchuk M. V. (secretary), Republic of Belarus.

**Contact:** 13a, Sverdlova str., 220006, Minsk.  
Telephones: editor-in-chief (+375 17) 343-94-32;  
managing editor (+375 17) 397-53-30.  
E-mail: root@belstu.by, <http://www.belstu.by>

# ТЕХНОЛОГИЯ И ТЕХНИКА ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО И УПАКОВОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА

## TECHNOLOGY AND EQUIPMENT OF PRINTING AND PACKING MANUFACTURES

---

УДК 655.3.022.11

**O. I. Barauskiene, S. N. Zyhulia, K. A. Chepurnaya**  
National Technical University of Ukraine  
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”

### INFLUENCE OF TECHNOLOGICAL DESCRIPTIONS OF BOOK BLOCKS ON DURABILITY OF EDITIONS IN BINDING 7 TYPE

In the article presented results of researches of tear-out of book's blocks are in binding 7 type that characterizes description of durability of editions. Were analyzed modern state of problem making editions is in a cover and binding and presented requirements for providing the price – quality of book edition. Were chosen modern materials and basic formats of editions with the corresponding volume of pages in a block. As technological descriptions it is chosen thickness and length book block, thickness of binding cardboard, offset, newspaper and chalk-overlay paper of different mass. Researches of glue connections in the counterfoils of book blocks was conducted with determining description of durability through effort of tear-out of book block on binding as 7 types. Was calculated the effort of tear-out of book block from binding and specific effort of tear-out of book block from binding. The received results allowed to build the histograms of specific effort of tear-out for the different thickness of book block, area of book's spine by taking the basic formats of editions  $60 \times 90^{1/16}$  and  $70 \times 100^{1/16}$ . On the basis of the built histograms it is possible to affirm that does not have dependence between specific effort of tear-out of book block, his thickness and area of counterfoil. Varying technical descriptions it is impossible to build direct dependence of influence of kind and paper mass on description of durability.

**Key words:** effort of tear-out, book block, format, thickness of block, area of counterfoil, durability.

**For citation:** Barauskiene O. I., Zyhulia S. N., Chepurnaya K. A. Influence of technological descriptions of book blocks on durability of editions in binding 7 type. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 5–10 (In English).

**О. И. Бараускене, С. Н. Зигуля, К. А. Чепурная**  
Национальный технический университет Украины  
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

### ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК БЛОКОВ НА ПРОЧНОСТЬ ИЗДАНИЙ В ПЕРЕПЛЕТНОЙ КРЫШКЕ

В статье представлены результаты исследований на вырыв книжных блоков в переплете типа 7, который характеризует прочность издания. Проанализировано современное состояние проблемы изготовления изданий в обложке и переплете, представлены требования для обеспечения цены – качества книжного издания. Избраны современные материалы и основные форматы изданий с соответствующим объемом страниц в блоке. В качестве технологических характеристик определены толщина и длина книжного блока, толщина переплетного картона, офсетная, книжная и мелованная бумага различной массы. Исследование клеевых соединений в корешках книжных блоков проводили, определяя характеристику прочности усилием вырыва книжного блока с переплета типа 7. Было рассчитано усилие вырыва, а также удельное усилие вырыва книжного блока

с переплетной крышки. Полученные результаты позволили построить гистограммы удельного усилия вырыва для различной толщины блока, площади корешка книжного блока с помощью форматов изданий  $60 \times 90^{1/16}$  и  $70 \times 100^{1/16}$ . На основе построенных гистограмм можно утверждать, что удельное усилие вырыва книжного блока не имеет зависимости от его толщины и площади корешка. Варьируя техническими характеристиками, нельзя построить прямую зависимость влияния вида и массы бумаги на характеристику прочности.

**Ключевые слова:** усилие на вырыв, книжный блок, формат, толщина блока, площадь корешка, прочность.

**Для цитирования:** Бараускене О. И., Зигуля С. Н., Чепурная К. А. Влияние технологических характеристик блоков на прочность изданий в переплетной крышке // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 5–10.

**Introduction.** It is difficult to imagine the modern stage of development of the information society without printed publications, newspapers, magazines, books. Production and distribution in any country is carried out by publishing and printing enterprises. The production process of printing production is a unity of various technological processes. In recent years, the printing industry has been characterized by the introduction of new technologies that increase the quality, strength and durability of products and cut the production time.

The design of literary, artistic, educational and scientific publications in recent years has become more complex, respectively, the cost of publications is high. This leads to the need to develop simpler schemes of the technological process and the use of optimal consumables, with which it was possible to make price – quality. This is especially important for school textbooks, educational and methodical literature, various guides and reference books, technical instructions, cookbooks. Since the publication must be practical and durable.

The use of papers with different functional properties for the manufacture of blocks of 1000 pages, the use of binding materials (cardboard, glue, cover material) requires special attention to the assessment of performance [1]. The structure of the view, the format, the size of the corners, the size of the strips to the set, the type of solid frame, the resetting of the elements on the rolls, allow the evaluation of the polygraph display, the aesthetic and functional quality of the book [2].

An element of the external design of publications is a cover or binding. They tell the core of the publication using images, type, and encourage a person to pay attention to the book. While they are important for convenient book research, they must be durable and made from inexpensive environmental materials [3]. Modern production of books and magazines requires that covers and bindings are technological in design, and the processes of their manufacture and block connection be mechanized and automated [4].

The process of making classic books is very time-consuming, requires expensive equipment, large production areas and large staff. And the

books themselves are quite massive and not easy to use. Especially when it comes to educational and technical literature for everyday reading. At the same time, despite these disadvantages, the authors do not agree to publish their books in a fragile cover. And for the duration of use remains the production of bindings of type 7 [5].

The cover of the publication must meet the following requirements:

- high strength (provided by sewing threads and connecting the block with the cover);
- abrasion resistance (due to pressing the film on the cover material);
- ease of opening (the book opens easily on any page and remains open in the open without extra effort);
- accuracy (there should be no glue or threads and smeared letters, or fuzzy embossing);
- durability (provided by the materials used and manufacturing technologies) [6].

In [7–13], the authors in various aspects covered the study of the use of technology of unstitched adhesive bonding. Particular attention was paid to such issues as: gluing of the spine and processing of the block, edging of the spine, trends in the improvement of devices for processing of the spine of the block, etc.

In [14, 15], studies of the effort to pull out a block from one-piece bindings of type 7 are presented, as well as experimental studies to decide the strength characteristics of covers made on coated papers of different weights using various adhesives.

The analysis of the conducted researches [16] showed dependence of changes in durability of the glued binding materials. It has practical application at production of new frames and a choice of materials with high operational characteristics.

The production of a simplified cover from different materials and with the use of different types of adhesives is considered in [17]. However, the question of the influence of the characteristics of the elements of the adhesive joint on the result is not given enough attention. Therefore, it is advisable to consider the peculiarities of the formation of strength characteristics of book blocks in type 7 covers.

**Main part.** For making of blocks of editions use an offset, newspaper and chalk-overlay paper.

## Research results

Format and part of the sheet	Block thickness (cm)	Block length (cm)	Type of paper	Volume in pages	Cardboard thickness (mm)	The force of tearing the block from the cover (N)	The specific force of the block from the cover (kgf/cm)
60×90/16	2,5	21,5	book paper	344	1,75	105	4,88
60×90/16	2,7	22,0	coated	264	1,75	102	4,63
60×90/16	2,5	21,6	coated	288	2,0	85	3,93
60×90/16	4,0	22,0	offset	528	1,75	98	4,45
60×90/16	2,3	22,0	offset	260	1,75	101	4,59
70×90/16	1,2	22,0	coated	160	1,75	102	4,63
70×100/16	1,8	24,0	offset	192	1,75	110	4,58
70×100/16	1,8	24,8	offset	216	1,75	125	5,04
70×100/16	3,0	25,0	offset	396	3,0	110	4,40
70×100/16	1,5	24,0	offset	176	1,75	114	4,75
70×100/16	1,8	24,8	offset	224	1,75	118	4,76

The cover material for binding covers is a cloth basis (kneecap, lederin, pique etc.) a paper or unwoven (glued unwoven materials); with starch, nitrocellulose, polyvinyl chloride, polyamide, latex or polyether urethane coating. For a block back apply a cardboard, paper overwrapped, pressboard (polished cardboard), leather, artificial leather, polyvinyl chloride material (plastic).

To reinforcing materials in the process of making books include: gauze, capital (colored tape), cotton, nylon threads, wire, adhesives (mainly polyvinyl acetate dispersion) [18].

The purpose of the experiment is to study the effort of tear-out book blocks to determine the impact of technical characteristics of consumables on the strength of the book.

Experimental researches were conducted on the bursting machine – 30 m.

For realization of researches 11 copies of books were used with different descriptions of formats of edition and volumes of pages in blocks (Table). A glue solution PVA (poly (vinyl acetate)) DFM-51 was used to insert the blocks into the frames.

For experiments were make book with binding 7 types with cardboard plate.

For the cover material we used paper which after printing was lamination and one copy a Baladek.

Research of glue connections in the back of book blocks conducted determining their characteristics of durability through effort of tear-out of book block from binding.

On Fig. 1, 2 histograms over of specific effort of tear-out of block of variable thickness and paper made from different kinds are brought for formats 60×90<sup>1/16</sup> and 70×100<sup>1/16</sup>, accordingly.

From fig. 1, 2 we can see that on specific effort of tear-out of book block from binding does not influence from such technological characteristics as thickness of block, format and type of paper.

On Fig. 3, 4 are presented the histograms of specific effort of tear-out of book block with the

different areas of book's spine made of different types of paper for formats 60×90<sup>1/16</sup> and 70×100<sup>1/16</sup> accordingly.

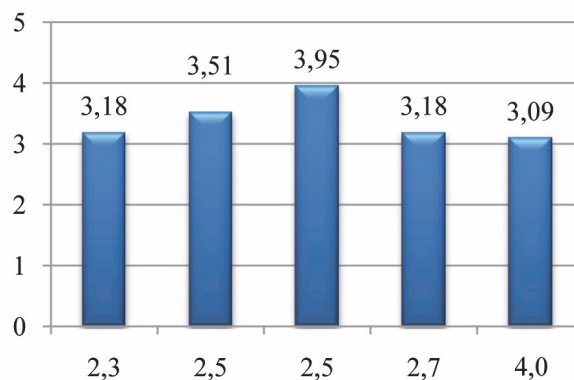


Fig. 1. Histogram of specific effort of tear-out of block of variable thickness by a format 60×90<sup>1/16</sup>

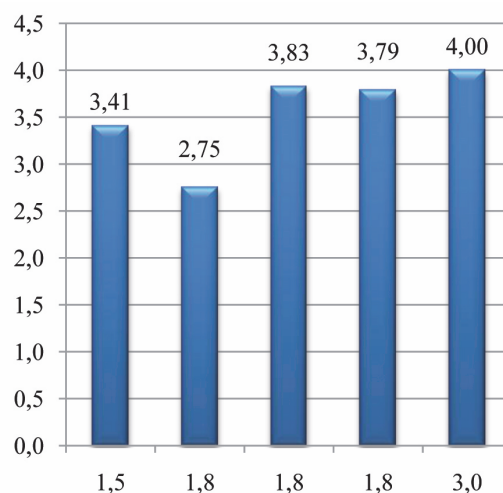


Fig. 2. Histogram of specific effort of tear-out of block of variable thickness by a format 70×100<sup>1/16</sup>

From Fig. 3, 4 evidently that specific effort of tear-out does not depend on the area of counterfoil of block for formats 60×90<sup>1/16</sup> and 70×100<sup>1/16</sup>.



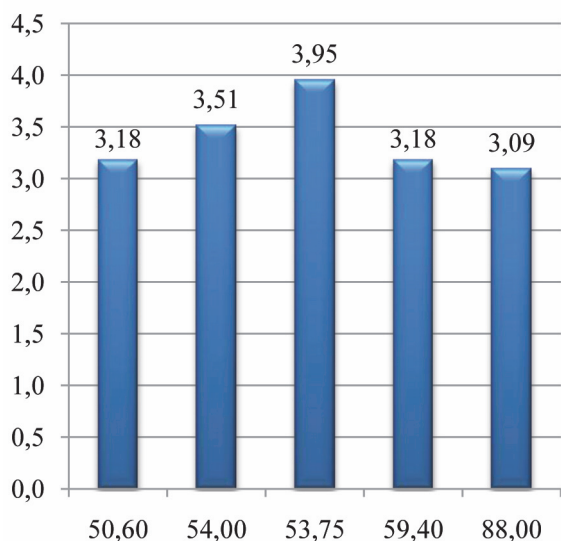


Fig. 3. Histogram of specific effort of tear-out of block for the different areas the back of format  $60 \times 90^{1/16}$

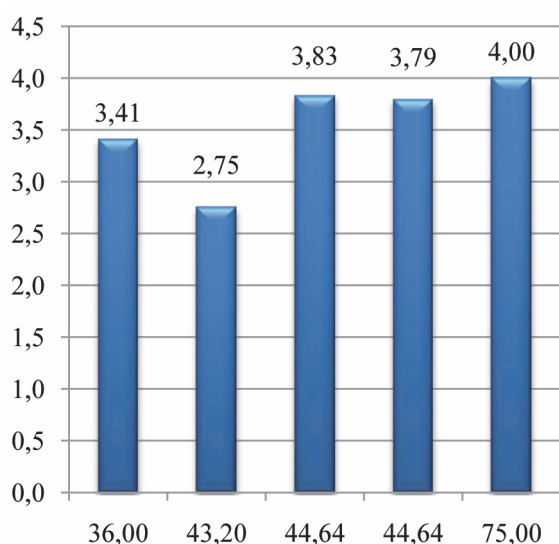


Fig. 4. Histogram of specific effort of tear-out of block for the different areas the back of format  $70 \times 100^{1/16}$

On Fig. 5 it is represented histogram of specific effort of tear-out of book for block thickness:

- 1,2 cm – coated of paper, format  $60 \times 90^{1/16}$ ;
- 2,3 cm – offset of paper, format  $60 \times 90^{1/16}$ ;

- 2,7 cm – coated of paper, format  $60 \times 90^{1/16}$ ;
- 4 cm – offset of paper, format  $60 \times 90^{1/16}$ .

From Fig. 5 evidently that for formats  $60 \times 90^{1/16}$  and  $70 \times 100^{1/16}$  and permanent height of book block a 22,5 cm there is not dependence of specific effort of tear-out.

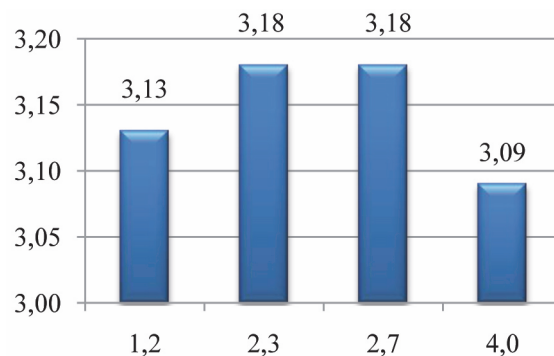


Fig. 5. Histogram of specific effort of tear-out of block for a variable thickness and permanent height of block a 22,5 cm

Also from the above figures it can be affirmed that the type of paper used in the manufacture of book blocks does not affect the specific force of tearing.

Thus for further research characteristics of durability it would be worthwhile to investigate the effect of glue.

**Conclusion.** In-process the presented researches of specific effort of tear-out of book blocks are from the format of editions, thickness of book block, area of counterfoil, using here the different type of paper: book, offset, chalk-overlay. Experimental data showed that for the investigated formats  $60 \times 90$  and  $70 \times 100$  with a fate 16:

- does not have dependence between specific effort of tear-out of book block and it thickness;
- does not have dependence between specific effort of tear-out of book block and the area of counterfoil.

Undertaken studies showed that type of paper that is used at making of book blocks does not have an influence on specific effort of tear-out of block from binding.

To further study durability of books in binding 7 types, the characteristics of adhesives should be analyzed and investigated.

## References

1. Paliukh A. A. Study of the strength of book blocks with different spine lengths and variable page sizes of the same format. *Tekhnologiya i tekhnika knigopechataniya* [Technology and technique of book printing], 2017, issue 1, pp. 21–29 (In Russian).
2. Valuenko B. V. *Arkhitektura knigi* [Book architecture]. Kiev, Iskusstvo Publ., 1976. 344 p.
3. Martynyuk M. S. Research of technological and operational properties of binding materials. *Nauchnyye zapiski* [Scientific notes], 1998, issue 1, pp. 40–42 (In Russian).
4. Gavenko S., Kulik L., Martynyuk M. *Konstruktsiya knigi* [Book design], L'vov, Feniks Publ., 1999. 136 p.

5. Pushkar O. I., Grabovskiy E. N., Olenich N. N. *Tekhnologii poligraficheskogo proizvodstva* [Technologies of printing production], Khar'kov, KhNEU imeni S. Kuznetsova Publ., 2019. 195 p.
6. Kolbina E. L. *Tekhnologiya poslepechatnykh protsessov* [Technology of post-printing processes]. Omsk, OmGTU Publ., 2010. 116 p.
7. Gavenko S. F., Jordan G. M., Lyskov A. M. Analysis of adhesives as a risk factor in the technology of non-sewn adhesive bonding. *Poligrafiya i izdatel'skoye delo* [Printing and Publishing], 2004, issue 41, pp. 8–10 (In Russian).
8. Gavenko S. F. Kinetics of damage and destruction of adhesive joints during operation. *Poligrafiya i izdatel'skoye delo* [Printing and Publishing], 2012, issue 3, pp. 91–96 (In Russian).
9. Gavenko S. F. *Normalizatsiya tekhnologii neshivnogo kleyevogo skrepleniya: teoreticheskiye i prakticheskiye aspekty* [Normalization of non-sewn adhesive bonding technology: theoretical and practical aspects]. L'vov, Kamenshchik Publ., 2002. 320 p.
10. Konyukhova I. I., Kulik L. I., Martynyuk N. S. Investigation of the strength of glued seamless fastening of book blocks. *Poligrafiya i izdatel'skoye delo* [Printing and Publishing], 1998, issue 34, pp. 75–77 (In Russian).
11. Galitskiy A. V. Seamless bonding of book blocks with oblique cut of sheet ends. *Poligrafiya* [Polygraphy], 2008, issue 2, pp. 64–66 (In Russian).
12. Knysh A. B. Technology of processing the spine of a book block with non-sewn glue binding *Scientific journal "Technological complexes"*, 2013, issue 2, pp. 95–99 (In Russian).
13. Polyudov A. N., Knysh A. B. Modern trends in improving the means and devices for processing the spine of a book block with sewingless adhesive bonding. *Nauchnyye zapiski* [Scientific notes], 2014, issue 3, pp. 63–68 (In Russian).
14. Barauskene O. I. Investigation of the glue connection of blocks with a one-piece cover of type 7. *Mezhdunar. 84-ya nauch.-tekhn. konf. "Printtekhnologii i mediakommunikatsii"* [International 84-th Scientific Technical Conference "Print Technologies and Media Communications"]. Minsk, 2020, pp. 58–59 (In Russian).
15. Barauskene O. I. Effect of glue on the strength characteristics of books Scientific achievements of modern society. Abstracts of the 12th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom, 2020, pp. 129–131. URL: <https://sci-conf.com.ua> (accessed 22.07.2020).
16. Paliukh A. A. Experimental determination of the strength of glued samples of paper and cardboard for the manufacture of book and magazine covers and bindings of various designs. *Tekhnologiya i tekhnika knigopечатaniya* [Technology and technique of book printing], 2017, issue 4, pp. 11–24 (In Russian).
17. Paliukh A. A. Investigation of the adhesive ability of certain types of adhesives for the manufacture of book frames from binding materials with various technological properties. *Tekhnologiya i tekhnika knigopечатaniya* [Technology and technique of book printing], 2017, issue 3, pp. 43–52 (In Russian).
18. Zhidetskiy Yu. Ts., Lazarenko O. V., Lotoshinskaya L. D., Maik L. Z., Mel'nikov O. V. *Poligraficheskkiye materialy* [Printing Materials]. Lviv, Afisha Publ., 2001. 326 p.

#### Список литературы

1. Палюх А. А. Исследование прочности книжных блоков с разной длиной корешковой части и переменных объемов страниц одинакового формата // *Технология и техника книгопечатания*. 2017. Вып. 1. С. 21–29.
2. Валуенко Б. В. *Архитектура книги*. Киев: Искусство, 1976. 344 с.
3. Мартынюк М. С. Исследование технологических и эксплуатационных свойств переплетных материалов // *Научные записки*. 1998. Вып. 1. С. 40–42.
4. Гавенко С., Кулик Л., Мартынюк М. *Конструкция книги*. Львов: Феникс, 1999. 136 с.
5. Пушкар О. И., Грабовский Е. Н., Оленич Н. Н. *Технологии полиграфического производства*. Харьков: ХНЭУ имени С. Кузнеця, 2019. 195 с.
6. Колбина Е. Л. *Технология послепечатных процессов*. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2010. 116 с.
7. Гавенко С. Ф., Иордан Г. М., Лысков А. М. Анализ клеев как фактора риска в технологии незшивного клеевого скрепления // *Полиграфия и издат. дело*. 2004. Вып. 41. С. 8–10.
8. Гавенко С. Ф. Кинетика повреждения и разрушения клеевых соединений при эксплуатации // *Полиграфия и издат. дело*. 2012. Вып. 3. С. 91–96.
9. Гавенко С. Ф. *Нормализация технологии несшивного клеевого скрепления: теоретические и практические аспекты*. Львов: Каменщик, 2002. 320 с.

10. Конюхова И. И., Кулик Л. И., Мартынюк Н. С. Исследование прочности клеевого бесшвейного скрепления книжных блоков // Полиграфия и издат. дело. 1998. Вып. 34. С. 75–77.
11. Галицкий А. В. Бесшовное скрепление книжных блоков с косым срезом торцов листов // Полиграфия. 2008. Вып. 2. С. 64–66.
12. Кныш А. Б. Технология обработки корешка книжного блока при несшивном клеевом скреплении // Scientific journal «Technological complexes». 2013. Вып. 2. С. 95–99.
13. Полудов А. Н., Кныш А. Б. Современные тенденции совершенствования средств и устройств обработки корешка книжного блока при бесшвейном клеевом скреплении // Научные записки. 2014. Вып. 3. С. 63–68.
14. Барausкене О. И. Исследование клеевого соединения блоков с цельнокрытой переплетной крышкой типа 7 // Принттехнологии и медиакоммуникации: Междунар. 84-я науч.-техн. конф., Минск, 3–14 февр. Минск, 2020. С. 58–59.
15. Барausкене А. И. Влияние клея на прочностные характеристики книжных изданий // Scientific achievements of modern society: Abstracts of the 12 th International scientific and practical conference. Cognum Publishing House. Liverpool, United Kingdom. 2020, pp. 129–131. URL: <https://sci-conf.com.ua>. Дата доступа: 22.07.2020 г.
16. Палюх А. В. Экспериментальное определение прочности склеенных образцов бумаги и картона для изготовления книжно-журнальных обложек и переплетов различных конструкций // Технология и техника книгопечатания. 2017. Вып. 4. С. 11–24.
17. Палюх А. А. Исследование клеящей способности отдельных видов клеев для изготовления книжных оправ из переплетных материалов с различными технологическими свойствами // Технология и техника книгопечатания. 2017. Вып. 3. С. 43–52.
18. Жидецкий Ю. Ц., Лазаренко О. В., Лотошинская Л. Д., Майк Л. З., Мельников О. В. Полиграфические материалы. Львов: Афиша, 2001. 326 с.

#### Information about the authors

**Barauskiene Oksana Ivanovna** – PhD (Engineering), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Printing Technology. National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute” (37, Pobedy Ave., 03056, Kyiv, Ukraine). E-mail: [oksanalotototska@gmail.com](mailto:oksanalotototska@gmail.com)

**Zyhulia Svetlana Nikolaevna** – PhD (Engineering), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Printing Technology. National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute” (37, Pobedy Ave., 03056, Kyiv, Ukraine). E-mail: [s.zygulya@gmail.com](mailto:s.zygulya@gmail.com)

**Chepurnaya Katerina Aleksandrovna** – PhD (Engineering), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Printing Technology. National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute” (37, Pobedy Ave., 03056, Kyiv, Ukraine). E-mail: [grund08@ukr.net](mailto:grund08@ukr.net)

#### Информация об авторах

**Барausкене Оксана Ивановна** – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры технологии полиграфического производства. Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского» (03056, г. Киев, пр. Победы, 37, Украина). E-mail: [oksanalotototska@gmail.com](mailto:oksanalotototska@gmail.com)

**Зигуля Светлана Николаевна** – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры технологии полиграфического производства. Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского» (03056, г. Киев, пр. Победы, 37, Украина). E-mail: [s.zygulya@gmail.com](mailto:s.zygulya@gmail.com)

**Чепурная Катерина Александровна** – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры технологии полиграфического производства. Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского» (03056, г. Киев, пр. Победы, 37, Украина). E-mail: [grund08@ukr.net](mailto:grund08@ukr.net)

*Поступила 05.06.2021*

УДК 676.017

**М. Эргашов<sup>1</sup>, Х. А. Бабаханова<sup>1</sup>, У. Т. Абдуллаев<sup>1</sup>, А. А. Садриддинов<sup>1</sup>, И. Г. Громыко<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности<sup>2</sup>Белорусский государственный технологический университет**МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ  
ДЕФОРМАЦИОННЫХ И ПРОЧНОСТНЫХ СВОЙСТВ БУМАГИ**

В статье предлагаются методы теоретического и экспериментального исследования для оценки прочности бумаги на изгиб. Приведены алгоритм расчета и результаты числовых экспериментальных исследований зависимости деформации изгиба от основных деформационных показателей бумаги.

Проведенные исследования позволили получить данные, по которым были определены форма кривой и численные значения прогиба образцов бумаги. Также было установлено, что вектор силы собственного веса всегда направлен вертикально вниз. В случае, если бумага имеет однородную структуру и объемную плотность, то сила собственного веса будет равномерно распределена по всему объему образца. Учитывая различный состав бумаги, можно отметить, что момент начала изгиба и кривые изгиба будут различаться. Установленные из эксперимента значения времени начала изгиба, геометрическая форма и координаты поверхности изгиба могут быть использованы для оценки свойств бумаги и бумажных изделий. Предложенный метод исследования деформационных и прочностных свойств бумаги позволит прогнозировать ее свойства на стадии изготовления, а также учитывать возможность ее использования в конкретных условиях печати, что обеспечит получение полиграфической продукции высокого качества.

**Ключевые слова:** бумага, прочность на изгиб, деформация, коэффициент жесткости на изгиб, объемная плотность.

**Для цитирования:** Эргашов М., Бабаханова Х. А., Абдуллаев У. Т., Садриддинов А. А., Громыко И. Г. Метод определения деформационных и прочностных свойств бумаги // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 11–17.

**M. Ergashov<sup>1</sup>, Kh. A. Babakhanova<sup>1</sup>, U. T. Abdullayev<sup>1</sup>, A. A. Sadriddinov<sup>1</sup>, I. G. Gromyko<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Tashkent Institute of Textile and Light Industry<sup>2</sup>Belarusian State Technological University**METHOD FOR DETERMINING  
THE DEFORMATION AND THE STRENGTH PROPERTIES OF THE PAPER**

The article offers methods of theoretical and experimental research to assess the bending strength of paper. The calculation algorithm and the results of numerical experimental studies of the dependence of the bending deformation on the main deformation parameters of the paper are presented. The conducted studies allowed us to obtain data on which the shape of the curve and the numerical values of the deflection of paper samples were determined. It was also established that the vector of the force of its own weight is always directed vertically downwards. If the paper has a uniform structure and volume density, then the force of its own weight will be evenly distributed over the entire volume of the sample. Given the different composition of the paper, it can be noted that the moment of the beginning of the bend and the bending curves will differ. The values of the bending start time, the geometric shape and the coordinates of the bending surface established from the experiment can be used to evaluate the properties of paper and paper products. The proposed method for studying the deformation and strength properties of paper will make it possible to predict its properties at the manufacturing stage, as well as to take into account the possibility of its use in specific printing conditions, which will ensure the production of high quality printing.

**Key words:** paper, bending strength, deformation, bending stiffness coefficient, bulk density.

**For citation:** Ergashov M., Babakhanova Kh. A., Abdullayev U. T., Sadriddinov A. A., Gromyko I. G. Method for determining the deformation and the strength properties of the paper. *Proceeding of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 11–17 (In Russian).

**Введение.** К капиллярно-пористой бумаге, являющейся одним из основных материалов для печати, предъявляются определенные требования и нормы, отклонения от которых свыше

допустимого предела приводят к дефектам при воспроизведении. Например, неравномерность объемной плотности по ширине и длине бумажного материала вызывает неравномерность

влажности, прочности, плотности. Это способствует разрыву бумажного полотна из-за низкой плотности бумаги, а также приводит к избыточному расходу краски при печати. Слишком высокая плотность бумаги вызывает перерасход растительных волокон и делает материал более тяжелым.

Бумага в процессе печатания под воздействием внешних климатических условий и механических нагрузок испытывает деформацию растяжения, сжатия, изгиба и т. д. Сопротивление деформированию определяется сопротивлением сдвигу растительных волокон, являющихся основными компонентами бумажной массы, приобретающих новые физические свойства в результате влияния технологических стадий изготовления бумаги, такие как роспуск, размол, сушка, отделка и т. д. [1]. Используемые для оценки величины сопротивления временные напряжения исчезают после снятия внешней нагрузки [2]. Остаточные напряжения, возникающие и уравнивающиеся в пределах тела без действия внешней нагрузки, сохраняются в волокнистых материалах и будут иметь различные значения и направления действия. В совокупности остаточные напряжения каждого из компонентов бумажной массы характеризуют степень распределения и направленности остаточных напряжений в элементарных объемах материала бумаги.

Неравномерность объемной плотности и остаточные напряжения в материале способствуют появлению таких негативных явлений, как складки, морщины, пузыри, дырки, матовые полосы, соринки, неоднородная толщина, косина листов, а также неравномерному распределению прочностных показателей материала в целом [3].

В промышленных условиях во многих случаях под воздействием химических реагентов (например, различных красящих веществ), влажности, температуры и механических нагрузок степень неравномерности распределения объемной плотности и остаточных напряжений может возрастать [4–7].

До настоящего времени ведутся работы, целью которых является выявление влияния неравномерного распределения объемной плотности на деформационные свойства целлюлозно-бумажных материалов при растяжении, сжатии или изгибе.

**Основная часть.** В данной работе предлагается новая методика теоретико-экспериментальной оценки влияния неравномерного распределения объемной плотности на прочностные свойства бумаги.

Общий вид экспериментальной установки – стенда для исследования жесткости на изгиб бумажных материалов представлен на рис. 1.

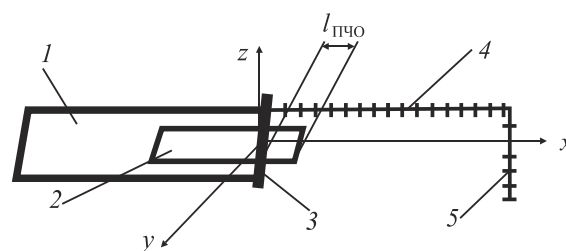


Рис. 1. Схема установки для измерения прогиба бумажного материала

Стенд включает столик 1 с горизонтально расположенной и гладкой поверхностью, на который помещается образец бумаги 2. Вращающийся барабан 3 предназначен для прижима и одновременно передвигания образца бумаги по поверхности столика. Для измерения длины свободной от поверхности стола части образца  $l_{пчо}$  и прогиба провисающей части образца бумаги используются линейки 4 и 5 с метками.

Барабан на установке выполняет следующие основные функции:

- прижимает образец бумаги к правой границе столика так, чтобы прогиб  $z(x)$  и угол  $\theta(x)$  поперечных сечений образца бумаги на границе столика равнялись нулю. Эти условия используются в дальнейшем при определении распределения прогиба вдоль горизонтальной оси  $x$  [5];

- при вращении вокруг собственной оси поперечного сечения в направлении против часовой стрелки обеспечивает перемещение образца бумаги по поверхности столика;

- вращение с заданной скоростью обеспечивает движение свободной от поверхности столика части бумаги в различных режимах (статическом и динамическом) и производит остановку движения в заданные моменты времени.

Движение барабана с заданной скоростью позволяет устанавливать зависимость прогиба от скорости возрастания собственного веса свободной части бумаги.

Показатели времени остановки движения применяются в целях сравнения законов изменения кривых для различных бумажных материалов.

Следующий этап исследования был посвящен анализу влияния свойств и плотности материалов на прочность бумаги. В некоторый момент времени движения в свободной от поверхности стола части бумаги длиной  $l_{пчо}$  начинает появляться прогиб относительно плоскости  $(x, z)$ .

Форма кривой и величина прогиба в каждой точке  $x$  имеют свои собственные значения, обе эти величины являются функциями координаты  $x$ . Кроме того, величина прогиба  $z(x)$  в каждой точке  $x$  обратно пропорциональна

значению коэффициента жесткости  $EJ_Y$  материала:

$$z(x) \sim \frac{1}{EJ_Y}, \quad (1)$$

где  $E$  – модуль эластичности (модуль Юнга) материала бумаги,  $\text{Н/м}^2$ ;  $J_Y$  – осевой момент инерции ( $\text{м}^4$ ) поперечного сечения образца относительно оси  $y$  (рис. 2).

$$J_Y = \frac{bh^2}{12}, \quad (2)$$

где  $b$  – длина образца, мм;  $h$  – толщина, мм.

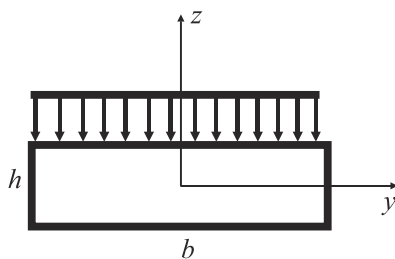


Рис. 2. Схема действия силы собственного веса в поперечном сечении образца бумаги

Зависимость прогиба бумаги от коэффициента жесткости материала представлена на рис. 3.

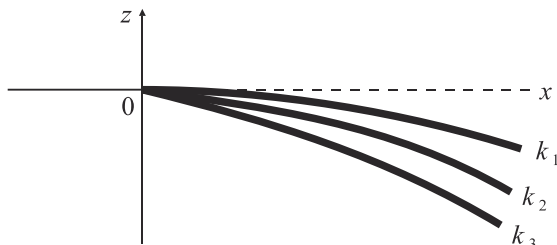


Рис. 3. Зависимость прогиба бумаги от коэффициента жесткости материала

Форма кривой и значения прогиба в каждой точке в свободной от стола части образца бумаги зависят от коэффициента жесткости материала – возрастание величины коэффициента жесткости  $EJ_Y$  приводит к уменьшению значения прогиба. Рассмотрим три образца бумаги, изготовленных из различных материалов, имеющих одинаковые объемные плотности и обладающих различными коэффициентами жесткости на изгиб. Пронумеруем рассматриваемые образцы бумаги условными порядковыми номерами 1, 2, 3 и обозначим их коэффициенты жесткости на изгиб через  $k_i = (EJ_Y)_i$ , где  $i = 1, 2, 3$ .

Пусть для коэффициентов  $k_i$  выполняется следующее условие  $k_1 > k_2 > k_3$ . Тогда графики прогиба материалов с порядковыми номерами 1, 2 и 3 качественно совпадают с кривыми, изображенными на рис. 3. Наибольшие значения

прогиба соответствуют материалу бумаги с порядковым номером 3, т. е. бумаге с наименьшим значением коэффициента жесткости на изгиб материала. Это согласуется с известным в литературе утверждением о том, что возрастание коэффициента жесткости приводит к убыванию прогиба материала [4].

В зависимости от плотности, жесткости на изгиб и других показателей время  $t_{\text{нп}}$ , соответствующее началу прогиба в свободной части различных видов бумаги, будет отличаться. Очевидно, что возрастание жесткости и плотности материала приводит к возрастанию времени, соответствующему началу прогиба, а убывание этих величин, наоборот, – убыванию времени начала прогиба. Поэтому время  $t_{\text{нп}}$ , соответствующее началу прогиба, может служить одним из основных показателей, характеризующих жесткость на изгиб и прочность материала бумаги в целом. Кривая прогиба бумаги представлена на рис. 4.

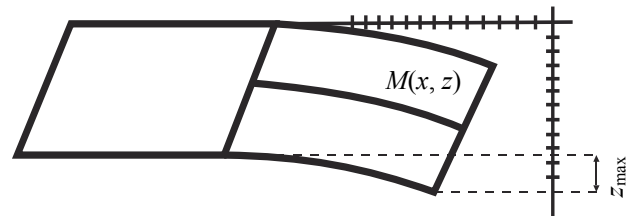


Рис. 4. Кривая прогиба бумаги

Как было отмечено выше, форма и величина поверхности прогиба в каждой точке  $M(x, z)$  пространства  $(x, y, z)$  имеют соответствующие свойствам каждой бумаги значения (рис. 3). Используя экспериментальные значения координаты точек поверхности прогиба, можно устанавливать прочностные характеристики материала бумаги.

Установленные из эксперимента значения времени  $t_{\text{нп}}$ , соответствующие началу прогиба, геометрическая форма и координаты поверхности прогиба могут быть применены для оценки свойства материалов бумаги и бумажных изделий.

Исследование внутренних сил, возникающих в поперечных сечениях образца бумаги, показало, что прогиб образца происходит под действием силы собственного веса. Вектор распределенного по всему объему силы собственного веса всегда направлен вертикально вниз, и если бумага имеет однородную равномерную структуру и объемную плотность, то сила собственного веса также будет равномерно распределена по всему объему образца (рис. 2). Интенсивность или объемный вес, приходящий на единицу объема  $bhdx$  распределенной силы собственного веса, характеризуется параметром  $\gamma$ , величина которого определяется экспериментально путем взвешивания элементарного объема

бумаги. Данный параметр, например, для металла имеет значение  $\gamma = 7,8 \cdot 10^{-3}$  кг/см<sup>3</sup>, или  $\gamma = 8,8 \cdot 10^{-3}$  Н/м<sup>3</sup>.

Суммарная величина силы собственного веса, перерезывающей силы в данном случае, определяется интегрированием величины  $G(x) = \int \gamma b h dx$ . Интегрируя в пределах от 0 до  $l_{\text{ПЧО}}$ , получаем

$$G_{\text{max}} = \gamma b h l_{\text{ПЧО}}. \quad (3)$$

Таким образом, если бумага имеет постоянную объемную плотность и массу, приходящуюся на единицу объема, то перерезывающая сила вдоль ширины образца распределена равномерно, а вдоль длины – по линейно убывающему закону – убывает от наибольшей величины в точке  $x = 0$  до нуля в точке  $x = l_{\text{ПЧО}}$  (рис. 5).

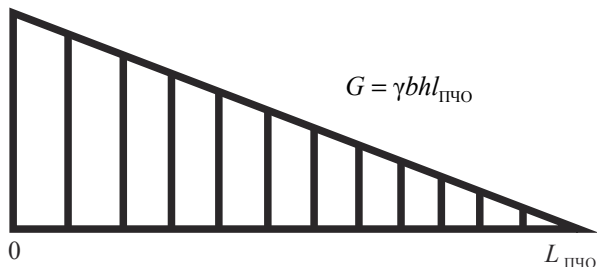


Рис. 5. Эпюра перерезывающей силы

Под действием силы собственного веса в поперечных сечениях образца возникает изгибающий момент  $M_x$ . При принятых выше допущениях изгибающий момент (плотность и масса вдоль ширины образца распределены равномерно) вдоль ширины образца имеет постоянное значение  $M_x = m_{0x} b$ , где  $m_{0x}$  – величина изгибающего момента, приходящегося на единицу длины  $b$ .

В данном случае значения изгибающего момента вдоль длины участка  $0 \leq x \leq l_{\text{ПЧО}}$  меняются по параболическому закону:

$$M_x(x) = m_x \frac{(l_{\text{ПЧО}} - x)^2}{2}. \quad (4)$$

В сечении  $x = 0$  изгибающий момент принимает следующее значение:

$$M_x(0) = m_x \frac{(l_{\text{ПЧО}})^2}{2}. \quad (5)$$

В сечении  $x = l_{\text{ПЧО}}$  изгибающий момент равен 0.

Эпюра изгибающего момента представлена на рис. 6.

Таким образом, под действием силы собственного веса в поперечных сечениях бумаги возникают перерезывающая сила  $Q_x$  и изгибающий момент  $M_x$ .

На следующем этапе исследования определяли деформацию изгиба образца. В механике

при статической нагрузке для расчета значения деформации  $z(x)$  и угла поворота  $\theta(x) = dz(x)/dx$ , возникающих в поперечных сечениях балки, используют метод универсальных уравнений [5].

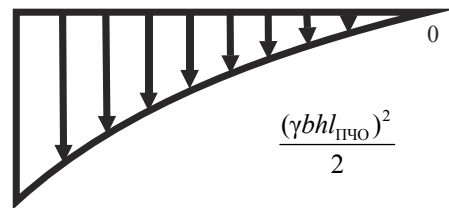


Рис. 6. Эпюра изгибающего момента

В данном случае барабан левой границы области  $0 \leq x \leq l_{\text{ПЧО}}$  прижимает бумагу к поверхности столика. Поэтому можно допустить, что в сечении  $x = 0$  имеют место следующие условия:  $\theta(0) = 0$  и  $z(0) = 0$ . Отсюда получаем следующие универсальные уравнения:

$$z(x) = \frac{1}{EJ_y} \left( m_x \frac{(l_{\text{ПЧО}})^2}{2} \frac{x^2}{2} + \gamma b h l_{\text{ПЧО}} \frac{x^3}{6} - \gamma b h \frac{x^4}{24} \right); \quad (6)$$

$$\Theta(x) = \frac{1}{EJ_y} \left( m_x \frac{(l_{\text{ПЧО}})^2}{2} x + \gamma b h l_{\text{ПЧО}} \frac{x^2}{2} - \gamma b h \frac{x^3}{6} \right). \quad (7)$$

Для удобства дальнейшего анализа и проведения числовых экспериментальных исследований равенства (6) и (7) представим в виде

$$z(x) = \xi \left( \frac{(l_{\text{ПЧО}} x)^2}{4} + l_{\text{ПЧО}} \frac{x^3}{6} - \frac{x^4}{24} \right); \quad (8)$$

$$\Theta(x) = \xi \left( \frac{(l_{\text{ПЧО}})^2}{2} x + l_{\text{ПЧО}} \frac{x^2}{2} - \frac{x^3}{6} \right), \quad (9)$$

где

$$\xi = \frac{\gamma b h}{EJ_y}. \quad (10)$$

Если известны значения параметров  $E$  и  $J_y$ , то, задавая численные значения переменной  $x$  из области  $0 \leq x \leq l_{\text{ПЧО}}$ , можно построить графики изменения функций  $z(x)$  и  $\theta(x)$ .

Из выражений (6) и (7) следует, что увеличение объемной массы, плотности или площади поперечного сечения (толщины) бумаги способствует увеличению деформации изгиба  $z(x)$  и  $\theta(x)$ . Отсюда вытекает, что кривые 1–3 на рис. 3 соответствуют случаю  $k_3 > k_2 > k_1$ .

Таким образом, виды бумаги, изготовленные из различных материалов, при равных условиях

провисания изгибаются по различным законам – время, соответствующее моменту начала изгиба, и кривые изгиба отличаются между собой (рис. 3).

В таблице представлены результаты проведенных числовых экспериментальных исследований согласно закону распределения прогиба образцов бумаги с различными значениями приведенной величины коэффициента жесткости  $\xi^0 = 1,0^2$ ,  $\xi = 1,0; 1,1; 1,2$  Нм по длине участка провисания ( $0 \leq x \leq l_{\text{пчо}}$ ).

**Зависимость закона распределения прогиба образцов бумаги с различными значениями коэффициента жесткости**

100x, м	0	0,5	1	1,5	2	2,5	3,0
100z(x), м	$\xi^0 = 1,0$						
	0	0,50	1,79	3,59	5,67	7,88	10,13
	$\xi^0 = 1,1$						
	0	0,55	1,97	3,94	6,23	8,66	11,13
	$\xi^0 = 1,2$						
	0	0,60	2,15	4,30	6,80	9,45	12,15

Из таблицы видно, что увеличение значения параметра  $\xi^0$  приводит к возрастанию величины прогиба. В свою очередь увеличение значения параметра  $\xi^0$  может произойти за счет увеличения значения параметров  $\gamma$  и  $bh$  или уменьшения значения коэффициента жесткости  $EJ_Y$  материала.

В результате, обобщая полученные данные исследований, предлагается экспериментально-

теоретическая методика установления коэффициента жесткости на изгиб бумаги. Если известны экспериментальные значения прогиба  $z(x_0)$ , соответствующие некоторой точке  $x_0$  заданного образца бумаги, то, используя эти данные значения, с помощью формулы (6) можно найти приведенное значение коэффициента жесткости материала:

$$\xi = \frac{z(x_0)}{\frac{(l_{\text{пчо}}x_0)^2}{4} + l_{\text{пчо}} \frac{x_0^2}{6} - \frac{x_0^4}{24}}. \quad (11)$$

Отсюда найдем значение коэффициента жесткости материала:

$$EJ_Y = \frac{1}{z(x_0)} \left[ \frac{(l_{\text{пчо}}x_0)^2}{4} + l_{\text{пчо}} \frac{x_0^2}{6} - \frac{x_0^4}{24} \right]. \quad (12)$$

Например, если в поперечном сечении  $x_0 = 0,015$  м прогиб принимает значение  $z(x_0) = -0,0358$  м, то приведенное значение жесткости материала равняется  $\xi^0 = 1,0$ .

Если в том же поперечном сечении  $x_0$  прогиб принимает значение  $z(x_0) = -0,039$  м, то приведенное значение жесткости материала  $\xi^0 = 1,1$ .

**Заключение.** Разработанные методы теоретического и экспериментального исследования внутренних сил, деформации изгиба и коэффициента жесткости на изгиб могут быть использованы при прогнозировании свойств новых видов бумаги, что даст возможность разработать оптимальную технологию их производства с заданным уровнем деформационных и прочностных свойств, а значит, максимально удовлетворить требования полиграфических предприятий.

### Список литературы

1. Кулешов А. В., Смолин А. С. Бумагообразующие свойства вторичных волокнистых материалов // Химия растительного сырья. 2008. № 2. С. 109–112.
2. Галимова З. К., Бабаханова Х. А. Влияние характера помола на прочность бумаги // Technical science and innovation. 2019. № 2. С. 100–105.
3. Гормаков А. Н., Иванова В. С. Деформация конструктивных материалов: учеб.-метод. пособие. Томск: Изд-во ТПУ, 2004. 15 с.
4. Шахкельдян Б. Н., Загаринская Л. А. Полиграфические материалы. М.: Книга, 1988. 330 с.
5. Мирзаева М. Б., Бабаханова Х. А. Влияние процесса размола бумажной массы на механическую прочность бумаг // Проблемы текстиля. 2012. С. 163–168.
6. Комаров В. И., Казаков Я. В. Анализ механического поведения целлюлозно-бумажных материалов при приложении растягивающей нагрузки // Лесной вестник. 2000. № 3. С. 52–62.
7. Брайловская Е. Д., Сосновская А. П., Эмдин А. Г. Оценка качества печатной бумаги. М.: Книга, 1979. 116 с.
8. Комаров В. И. «Критическая» длина волокна – фактор, определяющий деформативность и прочность целлюлозно-бумажных материалов // Лесной журнал. 1993. № 4. С. 79–83.
9. Айзерман М. А. Классическая механика. М.: Наука, 1980. 367 с.
10. Пановко Я. Г. Механика деформируемого твердого тела. М.: Наука, 1985. 288 с.
11. Виттенбург Й. Динамика систем твердых тел. М.: Мир, 1980. 292 с.
12. Галин Л. А. Контактные задачи теории упругости и вязкоупругости. М.: Наука, 1980. 303 с.
13. Комаров В. И. Жесткость при изгибе целлюлозно-бумажных материалов. Анализ методов измерения и влияния технологических факторов // Лесной журнал. 1994. № 3. С. 112–142.



14. Работнов Ю. Н. Механика деформируемого тела. М.: Наука, 1988. 713 с.
15. Yuldashev J. Q., Rayimberdieva D. X., Mirxojayev M. M., Atambaev D. D. Analysis of Modern Sportswear Materials // *International Journal of Advanced Research in Science, Engineering and Technology*. INDIA. Vol. 6, issue 3, March 2019. P. 8535–8540.
16. Абдуллаев У. Т., Мирхаджаев М. М., Эргашов М. Метод оценки сопротивления на изгиб текстильных нитей // *Научно-технический журнал Наманганского инженерно-технологического института*. 2020. № 1. С. 6–10.

### References

1. Kuleshov A. V., Smolin A. S. Paper-forming properties of secondary fibrous materials. *Khimiya rastitel'noy syr'ya* [Chemistry of vegetable raw materials], 2008, no. 2, pp. 109–112 (In Russian).
2. Galimova Z. K., Babakhanova Kh. A. Influence of the nature of grinding on paper strength. *Technical science and innovation*, 2019, no. 2, pp. 100–105 (In Russian).
3. Gormakov A. N., Ivanova V. S. *Deformatsiya konstruktivnykh materialov* [Deformation of structural materials]. Tomsk, TPU Publ., 2004. 15 p.
4. Shakhkel'dyan B. N., Zagarinskaya L. A. *Poligraficheskiye materialy* [Polygraphic materials]. Moscow, Kniga Publ., 1988. 330 p.
5. Mirzaeva M. B., Babakhanova Kh. A. Influence of the pulp grinding process on the mechanical strength of papers. *Problemy tekstilya* [Textile problems], 2012, pp. 163–168 (In Russian).
6. Komarov V. I., Kazakov Ya. V. Analysis of the mechanical behavior of pulp and paper materials under tensile load. *Lesnoy vestnik* [Forest bulletin], 2000, no. 3, pp. 52–62 (In Russian).
7. Braylovskaya E. D., Sosnovskaya A. P., Emdin A. G. *Otsenka kachestva pechatnoy bumagi* [Assessing the quality of printing paper]. Moscow, Kniga Publ., 1979. 116 p.
8. Komarov V. I. “Critical” fiber length – a factor that determines the deformability and strength of pulp and paper materials. *Lesnoy zhurnal* [Forest Journal], 1993, no. 4, pp. 79–83 (In Russian).
9. Ayzerman M. A. *Klassicheskaya mekhanika* [Classic mechanics]. Moscow, Nauka Publ., 1980. 367 p.
10. Panovko Ya. G. *Mekhanika deformiruyemogo tverdogo tela* [Deformable solid mechanics]. Moscow, Nauka Publ., 1985. 288 p.
11. Vittenburg J. *Dinamika sistem tverdykh tel* [Dynamics of systems of rigid bodies]. Moscow, Mir Publ., 1980. 292 p.
12. Galin L. A. *Kontaknyye zadachi teorii uprugosti i vyazkouprugosti* [Contact problems of the theory of elasticity and viscoelasticity]. Moscow, Nauka Publ., 1980. 303 p.
13. Komarov V. I. Flexural stiffness of pulp and paper materials. Analysis of measurement methods and the influence of technological factors. *Lesnoy zhurnal* [Forest Journal], 1994, no. 3, pp. 112–142 (In Russian).
14. Rabotnov Yu. N. *Mekhanika deformiruyemogo tela* [Mechanics of a deformable body]. Moscow, Nauka Publ., 1988. 713 p.
15. Yuldashev J. Q., Rayimberdieva D. X., Mirxojayev M. M., Atambaev D. D. Analysis of Modern Sportswear Materials. *International Journal of Advanced Research in Science, Engineering and Technology*. INDIA, vol. 6, issue 3, March 2019, pp. 8535–8540 (In English).
16. Abdullaev U. T., Mirkhadzhaev M. M., Ergashov M. Method for assessing the flexural resistance of textile threads. *Nauchno-tekhnicheskij zhurnal Namanganskogo inzhenerno-tekhnologicheskogo instituta* [Scientific and technical journal of the Namangan Engineering and Technological Institute], 2020, no. 1, pp. 6–10 (In Russian).

### Информация об авторах

**Эргашов Махаматрасул** – доктор технических наук, профессор кафедры «Машиностроение и сервис». Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности (100100, г. Ташкент, ул. Шохжахон, 5, Республика Узбекистан). E-mail: mahamatrasul@bk.ru

**Бабаханова Халима Абишевна** – доктор технических наук, профессор кафедры «Технология полиграфического и упаковочного процессов». Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности (100100, г. Ташкент, ул. Шохжахон, 5, Республика Узбекистан). E-mail: halima300@inbox.ru

**Абдуллаев Улугбек Туланбаевич** – кандидат технических наук, доцент кафедры «Машиностроение и сервис». Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности (100100, г. Ташкент, ул. Шохжахон, 5, Республика Узбекистан). E-mail: abdullaev1975@mail.ru

**Садриддинов Акмал Абдулло угли** – докторант кафедры «Технология полиграфического и упаковочного процессов». Ташкентский институт текстильной и легкой промышленности (100100, г. Ташкент, ул. Шохжахон, 5, Республика Узбекистан). E-mail: sadriddinov@mail.ru

**Громыко Ирина Григорьевна** – кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой полиграфических производств. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: gromyko@belstu.by

#### **Information about the authors**

**Ergashov Maxamatrasul** – DSc (Engineering), Professor, the Department of Mechanical Engineering and Service. Tashkent Institute of Textile and Light Industry (5, Shokhzhakhon str., 100100, Tashkent, Republic of Uzbekistan). E-mail: maxamatrasul@bk.ru

**Babakhanova Khalima Abishevna** – DSc (Engineering), Professor, the Department of Technology of Printing and Packing Processes. Tashkent Institute of Textile and Light Industry (5, Shokhzhakhon str., 100100, Tashkent, Republic of Uzbekistan). E-mail: halima300@inbox.ru

**Abdullayev Ulugbek Tulanbayevich** – PhD (Engineering), Assistant Professor, the Department of Mechanical Engineering and Service. Tashkent Institute of Textile and Light Industry (5, Shokhzhakhon str., 100100, Tashkent, Republic of Uzbekistan). E-mail: abdullaev1975@mail.ru

**Sadriddinov Akmal Abdullo ugli** – post-doktoral student, the Department of Technology of Printing and Packing Processes. Tashkent Institute of Textile and Light Industry (5, Shokhzhakhon str., 100100, Tashkent, Republic of Uzbekistan). E-mail: sadriddinov@mail.ru

**Gromyko Irina Grigor'yevna** – PhD (Engineering), Associate Professor, Head of the Department of Printing Production. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: gromyko@belstu.by

*Поступила 29.06.2021*

# ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И МЕДИАТЕХНОЛОГИИ

## INFORMATION SYSTEMS AND MEDIATECHNOLOGIES

---

УДК 02(051.2)(476)

**В. Б. Бабарико-Омельченко**

Белорусская сельскохозяйственная библиотека  
имени И. С. Лупиновича Национальной академии наук Беларуси

### БЕЛОРУССКИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ТЕМАТИКИ

Статья посвящена обзору периодики библиотечно-информационной тематики, издаваемой в Беларуси, а также анализу ее актуального состояния в контексте общей публикационной активности представителей белорусского библиотечного сообщества и современных подходов к обеспечению доступа к информации.

Отечественная профессиональная библиотечная периодика рассматривается с позиций читателя и автора. В соответствии с предложенной систематизацией по характеру публикуемых материалов представлен обзор и краткая характеристика республиканских и региональных информационно-производственных и научных периодических и продолжающихся изданий.

В статье на основе количественных данных Российского индекса научного цитирования отмечается, что для опубликования научных и научно-практических работ представители белорусского библиотечного сообщества активно используют не только отечественные источники. Высказывается мнение о положительном эффекте наличия еще одного научного журнала в целях содействия раскрытию потенциала отечественной библиотечной науки и науки в библиотеках; анонсируется создание такого журнала.

Наряду с позитивным содержательным развитием белорусской библиотечной периодики отмечаются проблемы видимости и доступности ее в информационном онлайн-пространстве (республиканские библиотечные печатные СМИ не имеют электронных версий; отсутствует единая точка доступа к электронным версиям профессиональной периодики; научные периодические издания недостаточно вовлечены в онлайн-систему глобальной научной коммуникации).

**Ключевые слова:** белорусские издания, профессиональная периодика, библиотечные журналы, издательская политика, публикационная деятельность, открытый доступ.

**Для цитирования:** Бабарико-Амельченко В. Б. Белорусские профессиональные периодические издания библиотечно-информационной тематики // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 18–25.

**V. B. Babaryka-Amel'chanka**

I. S. Lupinovich Belarus Agricultural Library of the National Academy of Sciences of Belarus

### BELARUSIAN PROFESSIONAL PERIODICAL EDITIONS OF LIBRARY AND INFORMATION TOPICS

The article is devoted to a review of periodicals on library and information topics published in Belarus, as well as an analysis of its current state in the context of general publication activity of authors of the Belarusian library community and modern approaches to providing access to information.

Belarusian professional library periodicals are considered from the standpoint of the reader and the author. In accordance with the proposed systematization by the character of published materials, an overview and a brief description of republican and regional information-production and scientific periodicals and continuing publications is presented.

Based on the quantitative data of the Russian Science Citation Index, in the article is noted that for scientific and scientific-practical publications, authors of the Belarusian library community actively use not only national sources. An opinion about positive effect of having another scientific journal in order to facilitate the disclosure of the potential of national library sciences and science in the libraries is expressed; creation of such journal is announced.

Along with the positive development of Belarusian library periodicals, problems of their visibility and accessibility in the online information space are noted (republican library print media do not have electronic online versions; there is no focal point of online access to electronic versions of professional periodicals; scientific periodicals are not sufficiently involved in the online system of global scientific communication).

**Key words:** Belarusian editions, professional periodicals, library journals, publishing policy, publishing activities, open access.

**For citation:** Babaryka-Amel'chanka V. B. Belarusian professional periodical editions of library and information topics. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (244), pp. 18–25 (In Russian).

**Введение.** Со второй половины XVII в., времени появления первых в мире журналов, периодические издания выполняют значимую роль в системе информационных коммуникаций. Изначально целью журналов было сообщение о результатах научной работы. С течением времени формат журнальной статьи становится популярным не только для отражения научной деятельности, возникает разнообразная специализация: научно-популярная, производственно-практическая, учебная, популярная, реферативная, духовно-просветительная, справочная, статистическая, рекламная, для досуга и др.

В настоящее время по-прежнему важной формой информационной коммуникации являются периодические издания. Среди них популярностью пользуются профессиональные издания, которые направлены на удовлетворение информационных потребностей специалистов различных сфер деятельности, в том числе библиотечной. Профессиональные журналы имеют свою специфику, обусловленную тем, что они не только знакомят читателей с актуальными достижениями из разных областей наук, но и направлены на повышение квалификации и самообразования библиотечных специалистов [1, с. 37].

Белорусские профессиональные периодические издания библиотечно-информационной тематики в последние годы рассматривались с точки зрения их роли в самообразовании библиотечных кадров и профессиональной коммуникации, содержательного и библиометрического анализа отдельных изданий в работах Н. Ю. Берёзкиной [2], С. В. Маланухиной [3], Е. Е. Долгополовой [4], Ю. А. Переверзевова [5], И. Б. Стрелковой [6] и др. Цель данной статьи – наряду с обзором периодических и продолжающихся изданий проанализировать их видимость и доступность в условиях современной профессиональной и научной коммуникации.

**Основная часть.** Отечественные профессиональные периодические издания библиотечно-информационной тематики по характеру

публикуемых материалов можно условно разделить на информационно-производственные (в том числе информационно-аналитические, популярные, научно-популярные, популярно-образовательные, справочные, нормативные производственно-практические) и научные (в том числе научно-практические, научно-методические). Первая категория изданий направлена, главным образом, на освещение актуального развития библиотек и библиотечной отрасли, обмен опытом между библиотечными специалистами и оказание методической и консультативной помощи библиотекарям. В то же время научные периодические издания в первую очередь являются средством информирования о научных исследованиях и разработках, результатах анализа практической библиотечной деятельности и развития библиотечного дела, книговедения, библиографоведения, информационных и смежных наук.

Республиканская библиотечная периодика информационно-производственного характера представлена изданиями, выпускаемыми Национальной библиотекой Беларуси совместно с Белорусской библиотечной ассоциацией, частными издателями и республиканскими научными библиотеками:

– «Бібліятэчны свет» – научно-популярный, справочный, нормативный производственно-практический журнал, учредителями которого являются Национальная библиотека Беларуси и Белорусская библиотечная ассоциация, издается с 1996 г. с периодичностью шесть номеров в год (в 1996–2010 гг. выходило 4 номера в год) тиражом более 500 экз. Зарегистрирован в Министерстве информации Республики как средство массовой информации (СМИ). Цель журнала – научно-практическое и научно-методическое обеспечение библиотечного дела, а также раскрытие творческого и научного потенциала специалистов. В издании публикуются материалы, отображающие государственную культурную политику, состояние и перспективы развития библиотек разных систем и ведомств, зарубежный опыт [7].

За 25-летнюю историю в журнале было опубликовано более тысячи статей, которые разносторонне и разножанрово иллюстрируют развитие библиотечно-информационной сферы Беларуси;

– «Бібліятэка прапануе» – ежемесячный популярно-образовательный журнал, издаваемый ООО «Красико-принт» с 2000 г., который сегодня является самым многотиражным печатным белорусским СМИ библиотечной тематики (более 1700 экз.). Авторами журнала являются работающие библиотекари различной ведомственной принадлежности, которые делятся опытом работы, анализируют эффективность своей деятельности, дают практические советы, представляют успешные проекты, акции, отдельные публичные мероприятия, обсуждают актуальные проблемы библиотечного обслуживания [8];

– «Библиотека предлагает» – популярный журнал, издаваемый ООО «Красико-принт» с 2017 г. раз в два месяца тиражом более 500 экз. Является СМИ. Содержит анализы чтения, информацию об акциях в поддержку книжной культуры, библиотечных объединениях, проектной деятельности, опыт построения партнерских взаимоотношений библиотек с различными учреждениями и организациями, предлагает практическую помощь в планировании работы к знаменательным и памятным датам, оригинальные формы повышения квалификации библиотечных работников, креативные варианты раскрытия фондов в целях стимуляции читательской активности [9];

– «Информационный бюллетень РНТБ» – издается Республиканской научно-технической библиотекой Беларуси с 1996 г. с периодичностью два раза в год, в настоящее время выходит в электронной форме, полные тексты выпусков с 2001 г. доступны на сайте библиотеки (режим доступа: <https://rlst.org.by/informational-resources/izdania/>). Представлена информация о различных направлениях деятельности научно-технических библиотек Беларуси, ресурсах и услугах РНТБ, материалы по организации и методическому сопровождению деятельности библиотек, отражается опыт коллег из библиотек других ведомств и зарубежья;

– «Белорусская сельскохозяйственная библиотека: новости, события, комментарии» – ежеквартальный информационный бюллетень, выпускаемый Белорусской сельскохозяйственной библиотекой с 1993 г. (до 2008 г. выходил под названием «Белорусская сельскохозяйственная информация: новости, события, комментарии»). Информировывает о деятельности библиотеки, публикует анонсы грядущих профессиональных мероприятий, освещает информационные услуги и

ресурсы. Полные тексты выпусков с 2007 г. доступны на сайте библиотеки (режим доступа: <https://belal.by/resursy/byulleten-belskhhb>).

В Беларуси развивается и библиотечная региональная периодика, выпуск которой обеспечивают областные библиотеки сети публичных библиотек страны (таблица).

Таким образом, содержательно профессиональная периодика информационно-производственного характера включает новости библиотечного мира, примеры из опыта библиотечной деятельности по различным направлениям, статистические сведения о развитии сети библиотек, материалы о проектной и краеведческой деятельности, практические разработки образовательно-воспитательных и культурно-просветительских мероприятий, обзоры профессиональных и образовательных мероприятий в сфере библиотечно-информационной деятельности, международный опыт, литературные произведения работников библиотек и др.

Белорусские научные издания по вопросам библиотекведения, библиографоведения и книговедения немногочисленны. В соответствии с Перечнем научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований (с изменениями, внесенными приказами ВАК от 16.03.2021 № 65, от 09.04.2021 № 105) в него включены только три издания (один журнал и два сборника научных трудов), публикующие научные работы по следующим научным направлениям библиотекведение, библиографоведение и книговедение: «Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў», «Бібліятэчны веснік», «Здабыткі: дакументальныя помнікі на Беларусі» [10].

«Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў» – ежеквартальный научно-методический многопрофильный журнал, издается с 2002 г. Журнал включает раздел «Бібліятэказнаўства, кнігазнаўства, бібліяграфазнаўства», в котором публикуются статьи по проблемам библиотечной профессии, организации и использования информационных библиотечных ресурсов, библиотечного и справочно-информационного обслуживания, организации и технологий библиографической работы, истории и теории библиотечного дела и книжной культуры, освещаются культурологические и информационные аспекты библиотечного дела. В соответствии с правилами журнала при подаче материалов авторами прилагается рецензия на статью [11], а не само издание организует процесс рецензирования. Следует отметить, что такая практика не соответствует международным стандартам рецензирования научных изданий [12, с. 31].

## Региональные периодические и продолжающиеся издания для работников библиотек

Наименование периодического издания	Издающая организация	Краткая характеристика
Бібліяпанарама: Інфармацыйна-аналітычнае выданне	Брестская областная библиотека имени М. Горького	Издается с 1999 г. Основу издания составляют публикации сотрудников публичных библиотек Брестской области по приоритетным направлениям библиотечной деятельности: организация библиотечного обслуживания населения области, внедрение информационных технологий в библиотечную практику, комплектование библиотечных фондов. Публикуются также статьи ведущих библиотечников Беларуси по организации библиотечного дела в стране. Режим доступа: <a href="http://brl.by/resursy/pechatnye-izdaniya/bibliyapanarama/?bitrix_include_areas=N">http://brl.by/resursy/pechatnye-izdaniya/bibliyapanarama/?bitrix_include_areas=N</a>
Бібліятэчная прастора. Віцебскі рэгіён: інфармацыйна-аналітычны бюлетэнь	Витебская областная библиотека имени В. И. Ленина	Издается с 2011 г. Представлены обзоры деятельности публичных библиотек системы Министерства культуры Витебской области. Режим доступа: <a href="http://vlib.by/index.php/by/2019-07-16-08-23-06/izdania-lib">http://vlib.by/index.php/by/2019-07-16-08-23-06/izdania-lib</a>
Бібліятэчны веснік: інфармацыйны зборнік	Минская областная библиотека имени А. С. Пушкина	Издается с 1997 г. Представлены обзоры организационно-методических и массовых мероприятий; публикуется опыт библиотек области по различным направлениям библиотечно-информационной и культурно-массовой деятельности. Режим доступа: <a href="http://pushlib.org.by/node/1111">http://pushlib.org.by/node/1111</a>
Весткі з бібліятэк Гомельшчыны: жыццё, падзеі, праблемы	Гомельская областная универсальная библиотека имени В. И. Ленина	Ежеквартальный информационный бюллетень. Издаётся с 1998 г. Включает информацию о мероприятиях, проводимых библиотеками области, статьи из районных периодических изданий, отражающих библиотечную деятельность и др. Режим доступа: <a href="http://goub.by/?p=2153">http://goub.by/?p=2153</a>
Вестник библиотек: информационно-аналитический журнал	Могилевская областная библиотека имени В. И. Ленина	Издается с 2003 г., в 2003–2013 гг. выходил под заглавием «Вестник бібліятэк: інфармацыйна-аналітычны бюлетэнь». Освещается хроника профессиональной жизни региона, рассматривается основная и проектная деятельность библиотек, взаимодействие публичных библиотек с другими учреждениями из разных сфер общества; уделяется внимание повышению квалификации кадров. Режим доступа: <a href="http://library.mogilev.by/editions-magazines.html">http://library.mogilev.by/editions-magazines.html</a>
З жыцця бібліятэк вобласці: інфармацыйны бюлетэнь	Гродненская областная библиотека имени Е.Ф. Карского	Издается с 2005 г. В ежеквартальных выпусках анализируется деятельность публичных библиотек области по основным направлениям деятельности. Информационный материал дополняется фотографиями проведенных мероприятий. Режим доступа: <a href="http://grodno.lib.by/%d0%b2%d1%8b%d0%b4%d0%b0%d0%b2%d0%b5%d1%86%d0%ba%d1%96%d1%8f%d0%bf%d1%80%d0%b0%d1%86%d1%8b/">http://grodno.lib.by/%d0%b2%d1%8b%d0%b4%d0%b0%d0%b2%d0%b5%d1%86%d0%ba%d1%96%d1%8f%d0%bf%d1%80%d0%b0%d1%86%d1%8b/</a>
У дапамогу метадысту: інфармацыйны зборнік	Гродненская областная библиотека имени Е.Ф. Карского	Освещаются вопросы организации, учета, сохранности фонда; библиотечно-информационного обслуживания; информатизации публичных библиотек Гродненской области, посещения сайтов; ведения электронных каталогов, создания краеведческих баз данных собственной генерации; рассматриваются пути привлечения внебюджетных средств, уделяется внимание вопросам развития методических служб, повышения квалификации и др. Режим доступа: <a href="http://grodno.lib.by/%d0%b2%d1%8b%d0%b4%d0%b0%d0%b2%d0%b5%d1%86%d0%ba%d1%96%d1%8f%d0%bf%d1%80%d0%b0%d1%86%d1%8b/">http://grodno.lib.by/%d0%b2%d1%8b%d0%b4%d0%b0%d0%b2%d0%b5%d1%86%d0%ba%d1%96%d1%8f%d0%bf%d1%80%d0%b0%d1%86%d1%8b/</a>

Полные тексты публикаций представлены в открытом доступе в репозитории Белорусского государственного университета культуры и искусств (режим доступа: <http://repository.buk.by/handle/123456789/71>) и на платформе Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU (режим доступа: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?titleid=38789>).

«Бібліятэчны веснік» – рецензируемый научный сборник, издаваемый Национальной библиотекой Беларуси с 2010 г. Публикует

материалы по вопросам законодательного и нормативно-регламентирующего обеспечения библиотечного дела, формирования информационных ресурсов и организации доступа к ним, сохранения фондов, организации библиотечно-информационного и социокультурного обслуживания пользователей, применения современных технологий в библиотечной деятельности, проведения и координации научных исследований, организации управления деятельностью библиотек,

профессионализации библиотечных кадров Беларуси и т. д. Порядок публикации предусматривает обязательное рецензирование, которое осуществляется докторами или кандидатами наук, назначаемыми редколлекцией [13]. Такое рецензирование нацелено на повышение качества представляемых материалов и содействует формированию авторитета научного издания. Научный сборник доступен в печатном виде, в свободном доступе электронной версии нет.

«Здабыткі: дакументальныя помнікі на Беларусі» – рецензируемый сборник научных статей, издаваемый Национальной библиотекой Беларуси с 1995 г. Тематический охват сборника включает проблемы изучения, сохранения и использования документального наследия Беларуси, историю рукописной и печатной книги, архивных документов, библиотечного дела, библиографоведения, культурологии, вопросы искусства книги, библиофильства, исторических книжных собраний и провененций. Порядок публикации в сборнике предусматривает обязательное рецензирование специалистами с ученой степенью кандидата или доктора наук, назначаемыми редколлекцией [14]. Научный сборник доступен в печатном виде, в свободном доступе электронной версии нет.

Вместе с тем публикационная активность белорусского библиотечного сообщества свидетельствует о потенциале, способном реализовываться в форме публикаций значительно шире, чем на страницах вышеназванных изданий. В ходе проведенного экспресс-анализа персональных авторских профилей в системе SCIENCE INDEX Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) были выявлены 75 представителей библиотечного сообщества (руководители, научные сотрудники и специалисты библиотек, управленческий и преподавательский состав учреждений, обеспечивающих получение образования в сфере библиотечно-информационной деятельности), которые указали Беларусь страной места работы. Суммарная публикационная активность этих авторов составила 950 статей, которые были процитированы 1877 раз (данные на 22.06.2021). Несмотря на то, что в общий объем опубликованных работ вошли не только статьи в рецензируемых журналах, но и другие виды публикаций, полученные данные наглядно демонстрируют то, что белорусские авторы регулярно публикуются в изданиях других стран, которые представлены для аудитории в открытом доступе. Это способствует интеграции национальной науки в международное пространство, а также свидетельствует о желании авторов довести результаты своей работы до широкого круга заинтересованной общественности.

Стремление Белорусской сельскохозяйственной библиотеки имени И. С. Лупиновича Национальной академии наук Беларуси содействовать реализации научного потенциала отечественного библиотечного сообщества на принципах открытой науки стало предпосылкой идеи создания библиотечного научного журнала и его интеграции в международное информационное пространство. В 2021 г. библиотека планирует учредить и начать выпускать научный рецензируемый журнал «Библиотечно-информационный дискурс» (“Library & Information Discourse”), который основывается для информирования научного и профессионального сообщества о научных достижениях, инновациях и передовых практиках библиотечно-информационной сферы. Планируется публиковать в журнале оригинальные научные статьи, отражающие результаты исследовательской, научно-практической, организационно-методической, информационно-аналитической, образовательно-педагогической деятельности в информационной и библиотечной отрасли, науковедческом сегменте, сфере информационных технологий, книжном и издательском деле; аналитические обзоры литературы и нормативно-регламентирующих документов; рецензии на научные и профессиональные издания. К публикации в журнале планируется привлекать белорусских и зарубежных ученых, начинающих исследователей, преподавателей и практиков.

Таким образом, белорусские библиотечные периодические издания охватывают широкий диапазон профессиональных вопросов и тем, освещение которых подается как с позиции практической библиотечно-информационной деятельности, так и с проблемно-научной, теоретической стороны. В то же время существуют проблемы их видимости и доступности в информационном онлайн-пространстве:

– общереспубликанские профессиональные печатные СМИ библиотечной тематики не имеют электронных версий. Такая концепция может быть обоснована издательскими интересами, но ограничивает доступ к информации со стороны заинтересованной аудитории;

– отсутствие единой точки доступа к электронным версиям профессиональной периодики. Как правило, библиотеки, выпускающие периодические издания, их электронные версии выставляют в свободном доступе на своих официальных сайтах, что обеспечивает доступ к материалам всех желающих. Однако разрозненная навигация может ограничивать информированность о других полезных ресурсах и усложняет целостное восприятие национальной профессиональной периодики;

– недостаточная вовлеченность белорусских научных периодических изданий по вопросам

библиотековедения, библиографоведения и книговедения в онлайн-систему глобальной научной коммуникации. Включение научных изданий в международные информационные базы данных, особенно полнотекстовые, позволяет сделать результаты научного творчества видимыми в планетарном масштабе. В настоящее время одно из трех отечественных научных изданий размещено на платформе Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU и включено в РИНЦ – популярных в русскоязычном научном сегменте ресурсах, и ни одно не входит в международные базы данных. Такая ситуация не способствует повышению привлекательно-

сти изданий для авторов и ограничивает информированность о них для читателей.

**Заключение.** Подводя итог, отметим, что в Беларуси сформирована система профессиональной библиотечной периодики, включающая республиканские, региональные и научные издания. В то же время очевидно, что для сохранения и укрепления авторитета, в первую очередь научных периодических изданий, поддержания их конкурентоспособности с изданиями соседних стран необходимо дальнейшее развитие с учетом международных требований к научным изданиям и современных подходов к обеспечению доступа к информации.

### Список литературы

1. Сергеева А. Ю. Самообразование: специфика профессиональных журналов библиотековедческого цикла // Вестник Белгородского института развития образования. 2019. Т. 6, № 2 (12). С. 37–43.
2. Берёзкина Н. Ю. Историко-тематический анализ содержания журнала «Бібліятэчны свет» (1996–2016) // Бібліятэчны веснік: зб. арт. / Нац. б-ка Беларусі. Мінск, 2017. Вып. 9. С. 84–92.
3. Долгополова Е. Е. Участники и содержание профессионального дискурса: по результатам библиометрического анализа продолжающегося издания «Бібліятэчны веснік» // Библиотеки в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий. Тема 2016 года – «Эффективное использование информационных технологий и наукометрических инструментов в библиотечно-информационной, научной и образовательной деятельности»: докл. II Междунар. науч. конф., Минск, 1–2 дек. 2016 г. / Беларус. с.-х. б-ка имени И. С. Лупиновича Нац. акад. наук Беларусі; ред.: В. В. Юрченко [и др.]; сост. И. Б. Стрелкова. Минск, 2016. С. 72–79.
4. Маланухина С. В. Профессиональные периодические издания Республики Беларусь как вид информационных ресурсов для формирования педагогической компетенции библиотекаря детской библиотеки // Навуковы пошук у сферы сучаснай культуры і мастацтва: матэрыялы навук. канф. праф.-выкладчыц. складу Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў, Мінск, 23 ліст. 2017 г. / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. Мінск, 2019. С. 158–162.
5. Переверзева Ю. А. Библиотечная периодика: источник получения профессиональной информации и развития персонала // Библиотеки в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий. Тема 2016 года – «Эффективное использование информационных технологий и наукометрических инструментов в библиотечно-информационной, научной и образовательной деятельности»: докл. II Междунар. науч. конф., Минск, 1–2 дек. 2016 г. / Беларус. с.-х. б-ка имени И. С. Лупиновича Нац. акад. наук Беларусі; ред.: В. В. Юрченко [и др.]; сост. И. Б. Стрелкова. Минск, 2016. С. 292–299.
6. Стрелкова И. Б. Проблема интеграции белорусской библиотечной науки в международное пространство как показатель результативности деятельности ученых // Библиотеки в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий. Тема 2016 года – «Эффективное использование информационных технологий и наукометрических инструментов в библиотечно-информационной, научной и образовательной деятельности»: докл. II Междунар. науч. конф., Минск, 1–2 дек. 2016 г. / Беларус. с.-х. б-ка имени И. С. Лупиновича Нац. акад. наук Беларусі; ред.: В. В. Юрченко [и др.]; сост. И. Б. Стрелкова. Минск, 2016. С. 50–61.
7. Бібліятэчны свет: журн. [Электронный ресурс] // Национальная библиотека Беларусі. URL: <https://www.nlb.by/content/o-biblioteke/izdatelskaya-produktsiya-biblioteki/pechatnye-izdaniya-biblioteki/pechatnye-izdaniya-2015-2016-gg/pechatnye-izdaniya-2016-goda/bibliyatechny-svet/> (дата обращения: 23.04.2021).
8. «Бібліятэка прапануе»: часопіс [Электронный ресурс] // Красико-Принт. URL: <https://kpr.by/index.php/biblioteka-prapanue> (дата обращения: 23.04.2021).
9. «Библиотека предлагает»: журн. [Электронный ресурс] // Красико-Принт. URL: <https://kpr.by/index.php/biblioteka-predlagaet> (дата обращения: 03.05.2021).
10. Перечень научных изданий Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований в 2021 году [Электронный ресурс] // Высшая аттестационная комиссия Республики Беларусь. URL: <https://vak.gov.by/node/6137> (дата обращения: 03.05.2021).



11. Правила оформления материалов [Электронный ресурс] // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. URL: [http://www.buk.by/Science/Scientific\\_Publications/Vestnik/Rules%20for%20writing%20materials/](http://www.buk.by/Science/Scientific_Publications/Vestnik/Rules%20for%20writing%20materials/) (дата обращения: 03.05.2021).

12. Ростовцев А. А. Российская и международная практика выявления недобросовестных журналов и авторов // Научный редактор и издатель. 2017. Т. 2, № 1. С. 30–37.

13. Положение о научно-практическом сборнике «Бібліятэчны веснік» [Электронный ресурс] // Национальная библиотека Беларуси. URL: <https://www.nlb.by/content/o-biblioteke/izdatelskaya-produktsiya-biblioteki/pechatnye-izdaniya-biblioteki/polozhenie-o-nauchno-prakticheskom-sbornike-bibliya/> (дата обращения: 03.05.2021).

14. Приглашаем к участию в научном сборнике «Здабыткі» [Электронный ресурс] // Национальная библиотека Беларуси. URL: <https://www.nlb.by/content/news/national-library-of-belarus/priglashaem-k-uchastiyu-v-nauchnom-sbornike-zdabytki/> (дата обращения: 03.05.2021).

### References

1. Sergeeva A. Yu. Self-learning: specificity of library journals. *Vestnik Belgorodskogo instituta razvitiya obrazovaniya* [Bulletin of the Belgorod Institute of Education Development], 2019, vol. 6, no. 2 (12), pp. 37–43 (In Russian).

2. Berezkina N. Yu. Historical and thematic analysis of the content of the journal “Library Light” (1996–2016). *Bibliyatechny vesnik: zbornik artykulau* [Library Bulletin: a collection of articles]. Minsk, 2017, issue 9, pp. 84–92 (In Russian).

3. Dolgoplova E. E. Participants and content of the professional discourse upon bibliometric analysis of the ongoing edition “Library Bulletin”. *Doklady II Mezhdunar. nauch. konf. “Biblioteki v informatsionnom obshchestve: sokhraneniye traditsiy i razvitiye novykh tekhnologiy. Tema 2016 goda – Effektivnoye ispol'zovaniye informatsionnykh tekhnologiy i nauko-metricheskikh instrumentov v bibliotechno-informatsionnoy, nauchnoy i obrazovatel'noy deyatel'nosti”* [Processings of the II International scientific conference “Libraries in the information society: preserving traditions and developing new technologies. The theme for 2016 – Effective use of information technology and scientometric tools in library information, scientific and educational activities”]. Minsk, 2016, pp. 72–79 (In Russian).

4. Malanukhina S. V. Professional periodicals of the Republic of Belarus as a type of information resources for the pedagogical competence formation of a children's library librarian. *Materyyaly navuk. kanf. profsarska-vykladchyskaga skladu Belaruskaga dzyarzhavnaga universiteta kul'tury i mastatstva “Navukovy poshuk u sfery suchasнай kul'tury i mastatstva”* [Materials of the scientific conference of the teaching staff of the Belarusian State University of Culture and Arts “Scientific research in the field of modern culture and art”]. Minsk, 2019, pp. 158–162 (In Russian).

5. Pereverzeva Yu. A. Library periodicals as the source of obtaining professional information and staff development. *Doklady II Mezhdunar. nauch. konf. “Biblioteki v informatsionnom obshchestve: sokhraneniye traditsiy i razvitiye novykh tekhnologiy. Tema 2016 goda – Effektivnoye ispol'zovaniye informatsionnykh tekhnologiy i nauko-metricheskikh instrumentov v bibliotechno-informatsionnoy, nauchnoy i obrazovatel'noy deyatel'nosti”* [Processings of the II International scientific conference “Libraries in the information society: preserving traditions and developing new technologies. The theme for 2016 – Effective use of information technology and scientometric tools in library information, scientific and educational activities”]. Minsk, 2016, pp. 292–299 (In Russian).

6. Strelkova I. B. The problem of integration of Belarusian library science into the international space as an indicator of effectiveness of scientists. *Doklady II Mezhdunar. nauch. konf. “Biblioteki v informatsionnom obshchestve: sokhraneniye traditsiy i razvitiye novykh tekhnologiy. Tema 2016 goda – Effektivnoye ispol'zovaniye informatsionnykh tekhnologiy i nauko-metricheskikh instrumentov v bibliotechno-informatsionnoy, nauchnoy i obrazovatel'noy deyatel'nosti”* [Processings of the II International scientific conference “Libraries in the information society: preserving traditions and developing new technologies. The theme for 2016 – Effective use of information technology and scientometric tools in library information, scientific and educational activities”]. Minsk, 2016, pp. 50–61 (In Russian).

7. *Bibliyatechny svet* [The Library World]. Available at: <https://www.nlb.by/content/o-biblioteke/izdatelskaya-produktsiya-biblioteki/pechatnye-izdaniya-biblioteki/pechatnye-izdaniya-2015-2016-gg/pechatnye-izdaniya-2016-goda/bibliyatechny-svet/> (accessed 23.04.2021).

8. *Bibliyateka prapanuye* [Library offers]. Available at: <https://kpr.by/index.php/bibliyateka-prapanue> (accessed 23.04.2021).

9. *Bibliyateka predlagayet* [Library offers]. Available at: <https://kpr.by/index.php/bibliyateka-predlagayet> (accessed 03.05.2021).

10. *Perechen' nauchnykh izdaniy Respubliki Belarus' dlya opublikovaniya rezul'tatov dissertatsionnykh issledovaniy v 2021 godu* [List of the scientific editions of the Republic of Belarus for publishing the results of dissertation research in 2021]. Available at: <https://vak.gov.by/node/6137> (accessed 03.05.2021).

11. *Pravila oformleniya materialov* [Rules for the materials formatted]. Available at: [http://www.buk.by/Science/Scientific\\_Publications/Vestnik/Rules%20for%20writing%20materials/](http://www.buk.by/Science/Scientific_Publications/Vestnik/Rules%20for%20writing%20materials/) (accessed 03.05.2021).

12. Rostovtsev A. A. The Russian and International practices of identification of irresponsible journals and authors. *Nauchnyy redaktor i izdatel'* [Science Editor and Publisher], 2017, vol. 2, no. 1, pp. 30–37 (In Russian).

13. *Polozheniye o nauchno-prakticheskom sbornike "Bibliyatechny vesnik"* [Regulations on the scientific and practical collection "Library Bulletin"]. Available at: <https://www.nlb.by/content/o-biblioteke/izdatelskaya-produktsiya-biblioteki/pechatnye-izdaniya-biblioteki/polozhenie-o-nauchno-prakticheskom-sbornike-bibliya/> (accessed 03.05.2021).

14. *Priglasheyem k uchastiyu v nauchnom sbornike "Zdabytki"* [Welcome to participate in the scientific collection "Achievements"]. Available at: <https://www.nlb.by/content/news/national-library-of-belarus/priglasheyem-k-uchastiyu-v-nauchnom-sbornike-zdabytki/> (accessed 03.05.2021).

### **Информация об авторе**

**Бабарико-Омельченко Вероника Борисовна** – заведующий отделом исследовательской и научно-методической деятельности. Белорусская сельскохозяйственная библиотека имени И. С. Лупиновича Национальной академии наук Республики Беларусь (220108, г. Минск, ул. Казинца, 86/2, Республика Беларусь). E-mail: [b.omelchenko.belal@gmail.com](mailto:b.omelchenko.belal@gmail.com)

### **Information about the author**

**Babaryka-Amel'chanka Veranika Barysauna** – Head of the Department of Research, Scientific and Methodological Activity. I. S. Lupinovich Belarus Agricultural Library of the National Academy of Sciences of Belarus (86/2, Kazintsa str., 220108, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [b.omelchenko.belal@gmail.com](mailto:b.omelchenko.belal@gmail.com)

*Поступила 28.06.2021*

УДК [004.92 + 004.32.8]:378

**В. П. Беляев, О. С. Придачук**

Белорусский государственный технологический университет

**ИЗОБРАЗИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ В ЭЛЕКТРОННОМ ИЗДАНИИ**

В статье приводятся результаты разработки электронного мультимедийного издания «Изучение электронной световой завесы». Показаны приемы обработки изображений элементов принципиальной электрической схемы для создания оригинала информационно-зрительного восприятия. В условиях разнообразных сред обучения система дистанционного образования органически требует такой учебно-методической лабораторной базы по электротехническим дисциплинам, в частности в электронном университете БГТУ. При создании указанного электронного издания была привлечена платформа компании *Adobe Systems* для создания веб-приложений или мультимедийных презентаций, а именно среда *Adobe Flash CS6*.

Поскольку электронное издание носит учебный характер, то оно имеет традиционное методическое построение, т. е. обладает теоретической частью, электронным стендом и вспомогательными разделами. Наглядное усвоение теоретического материала достигается работой на оборудовании виртуального лабораторного стенда. В статье приводятся скриншоты экрана монитора, на которых демонстрируются основные результаты обработки изображений для электронного стенда и дана мотивация применения этой обработки. Для усиления логической связи электрической схемы световой завесы и ее физического расположения на полиграфическом оборудовании создано сложное изображение стенда в режиме работы световой завесы при выполнении ее основной функции. Электронное издание прошло положительную апробацию при проведении лабораторных работ по дисциплине «Электронные устройства полиграфического оборудования».

**Ключевые слова:** полиграфия, электронное издание, электронные устройства, лабораторный практикум.

**Для цитирования:** Беляев В. П., Придачук О. С. Изобразительная информация в электронном издании // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 26–31.

**V. P. Belyaev, O. S. Pridachuk**

Belarusian State Technological University

**IMAGING INFORMATION IN THE ELECTRONIC PUBLICATION**

The article presents the results of the development of the electronic multimedia publication “Study of the Electronic Light Curtain”. Methods of image processing of elements of a basic electrical circuit for creating an original of information-visual perception are shown. In the conditions of various learning environments, the distance education system organically requires such an educational and methodological laboratory base for electrical disciplines, in particular, at the electronic university of BSTU. When creating this electronic edition, the platform of the Adobe Systems company was involved for creating web applications or multimedia presentations, namely the Adobe Flash CS6 environment.

Since the electronic edition is educational in nature, it has a traditional methodological structure, that is, it has a theoretical part, an electronic stand and auxiliary sections. Visual assimilation of theoretical material is achieved by working on the equipment of a virtual laboratory stand. The article contains screenshots of the monitor screen, which demonstrate the main results of image processing for an electronic stand and the motivation for using this processing is given. To enhance the logical connection of the electrical circuit of the light curtain and its physical location on the printing equipment, a complex image of the stand was created in the operating mode of the light curtain while performing its main function. The electronic edition has passed positive approbation during laboratory work in the discipline “Electronic devices of printing equipment”.

**Key words:** printing, electronic publication, electronic devices, laboratory practice.

**For citation:** Belyaev V. P., Pridachuk O. S. Imaging information in the electronic publication. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 26–31 (In Russian).

**Введение.** Одним из видов продукции учебного характера является электронное издание. Как прием обучения оно органически вписывается в систему дистанционного обучения высшего

учебного заведения и становится весьма актуальным в экстренных условиях взаимоотношений людей, например в возникшей в настоящее время ситуации с пандемией (коронавирусом).

При разработке электронного издания по технической дисциплине зачастую появляется необходимость изготовления для нее лабораторного практикума с определенным интеллектуальным уровнем. Успех обучения при выполнении лабораторного практикума достигается путем использования инновационных информационных технологий, например *Flash*-технологий, которые создают условия анализа и адекватной реакции на действия обучающегося при соблюдении дидактических принципов в образовании, например содержательности, доступности, научности, последовательности, наглядности и т. п. [1, 2, 3]. Одна из них *Adobe Flash* – мультимедийная платформа компании *Adobe Systems* для создания веб-приложений или мультимедийных презентаций. Создание лабораторного практикума на этой основе рассматриваем как мультимедийную презентацию. В основу лабораторного практикума по технической дисциплине закладываются приемы и методы моделирования явлений, процессов, устройств и т. п. В лабораторной работе средствами текстовой и изобразительной информации доводят до обучающегося суть ее содержания, поскольку изобразительная информация – всеобъемлющий и наиболее емкий источник сведений об окружающем мире [4, 5, 6]. Так, на кафедре полиграфического оборудования и систем обработки информации БГТУ при подготовке инженеров-электромехаников для электротехнической дисциплины «Электронные устройства полиграфического оборудования» разрабатываются лабораторные работы на основе *Flash*-технологии [7, 8].

Следует обратить внимание на то, что обработка изобразительной информации в таком электронном издании, как лабораторная работа, несколько отличается от традиционного понимания обработки изобразительной информации в полиграфии, где создается репродукционный оригинал на творческой, редакционной стадии издательско-полиграфического процесса. Однако приемы представления объектов, анимация объектов, компьютерная графика, применение цвета, мультимедиакоптейнер, физическая точность, механическое масштабирование – все может принять участие в создании электронного издания [9, 10].

**Основная часть.** В предлагаемом электронном лабораторном практикуме изготавливаемый продукт – это электронный стенд (электрические принципиальные схемы электронных устройств и алгоритмы их функционирования), а также сопровождающие его работу теоретическая часть, порядок выполнения работы, тестирование знаний по изученному материалу, например «Изучение электронной световой завесы». В электронном стенде создается изобразительная информация

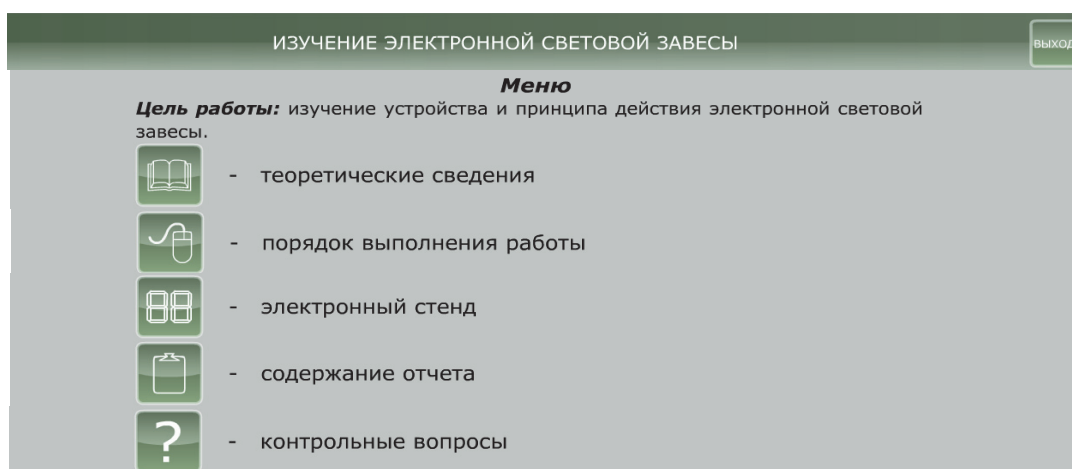
об электронных и коммутационных аппаратах, их элементах (обмотках, контактах и т. п.), электродвигателях и т. п. Анимация их функционирования в соответствии с алгоритмом прописана в теоретической части и порядке выполнения работы [13, 14].

В своем арсенале *Adobe Flash* имеет графические форматы, которые могут быть векторными или растровыми. Графический формат – это способ записи графической информации. Графические форматы файлов предназначены для хранения изображений, таких как фотографии и рисунки. Использование растрового формата придает определенный оттенок восприятия обучающимся созданной изобразительной информации, например аббревиатура учебной дисциплины на титуле лабораторной работы (рис. 1). В информативном и эстетическом отношении изобразительная информация обращена к психовизуальному восприятию. Она формируется, отчасти используя интуитивные, эмпирические подходы и субъективные оценки. Например, визуальное сравнение цветных изображений ведется в оговоренных условиях наблюдения. В рассматриваемом здесь мультимедийном продукте это индикация цветом этапов последовательной работы электрических аппаратов, их контактов, диодов, световых зон. При обработке изображений возникает проблема так называемой совместимости различных источников изображений по входу в целях достижения визуальной однородности воспроизводимых копий, например для изображения обмотки и контактов электрического аппарата. Для художественного оформления электронного издания на авторской стадии применяется компьютерная графика. Раскроем сущность результатов разработки лабораторной работы «Изучение электронной световой завесы», титул и меню которой приведен на рис. 1 [11]. Меню позволяет при любой необходимости перейти к требуемому разделу лабораторной работы, что достигается наведением курсора мышью на надпись, например «Электронный стенд», и кликаем левой клавишей мыши. Откроется изображение принципиальной электрической схемы, демонстрирующей работу электронной световой завесы на примере одноножевой резальной машины.

Эта изобразительная информация позволяет изучить структурное построение схемы, элементный состав, а текстовая информация дает разъяснения о названиях элементной базы схемы [15]. Наведение курсора мышки на эту схему и кликаем левой клавишей мыши открывает изображение начального состояния схемы лабораторного стенда (рис. 2). Начинается использование цвета для раскрытия изображением состояния элементов схемы (рис. 3).



а



б

Рис. 1. Изображение титула (а) и меню (б) электронного стенда

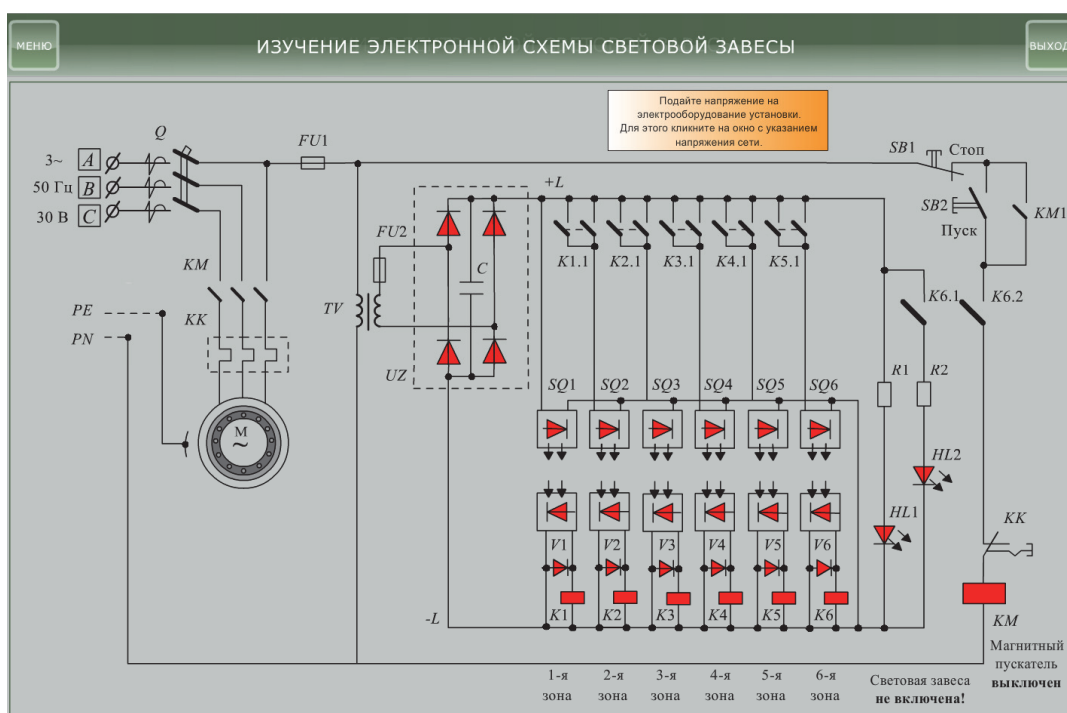


Рис. 2. Изображение исходного состояния схемы электронного стенда

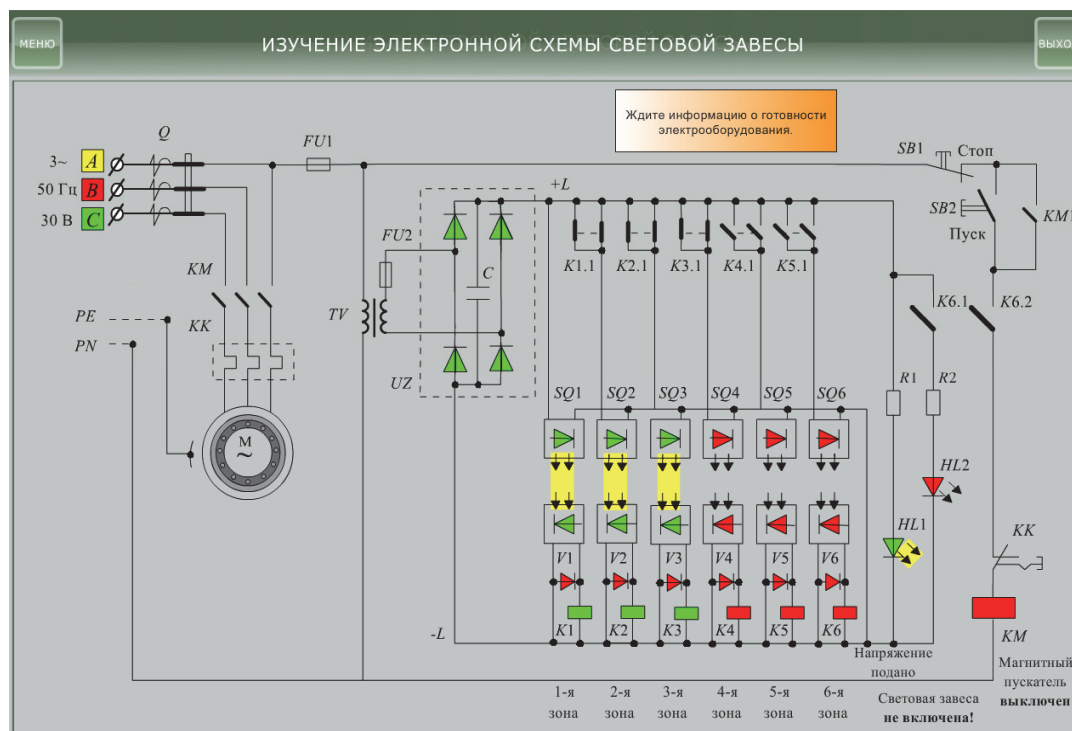


Рис. 3. Изображение схемы стенда, показывающее приведение световой завесы в рабочее состояние

В частности изображается цветное (согласно ГОСТу) обозначение фаз трехфазной электрической сети, выключенное (нерабочее) состояние диодов  $V$ , катушки пускателя  $KM$ , световых индикаторов  $HL$  – красный цвет.

Здесь же появляются информационные подсказки обучающемуся для дальнейшего управления схемой стенда. По подсказке он включает автоматический выключатель  $Q$  и подает трехфазное напряжение питания на схему, что приводит к включению диодов неуправляемого выпрямителя  $UZ$  и светоизлучателей (зеленый цвет) и фотоприемников (зеленый цвет) охранных световых зон завесы  $SQ1... SQ6$  (желтый цвет).

Для визуального восприятия приведения электронной завесы в рабочее состояние действие схемы разворачивается с определенным интервалом времени. При этом индикацией цветом показывается последовательность работы ее составных элементов – диодов, светодиода, реле. После прихода завесы в рабочее состояние включается световая индикация «Световая завеса включена» (светодиод  $HL2$ ). Опробование защитной функции завесы выполняется на работе электродвигателя  $M$ , приводящего в движение, например, механизм прижима одноножевой резальной машины. Его включение обучающийся осуществляет наведением курсора мыши на изображение кнопки  $SB2$  и кликаванием левой клавишей мыши. Контакт кнопки замыкается, и напряжение питания переменного тока от

сети подается на катушку пускателя  $KM$ . Пускатель включается и своими замыкающими силовыми контактами присоединяет трехфазную обмотку статора асинхронного двигателя к напряжению сети. Ротор двигателя начинает вращаться (показывается анимационным его вращением). После нескольких секунд его работы появляется посторонний объект в виде руки и окно с директивой «Нажмите на руку». Обучающийся реализует эту подсказку, и схема предлагает опробовать работу световой завесы, выполнив появившуюся директиву «Кликните курсором любую охранную зону». Выполнение ее приводит к появлению руки в выбранной обучающимся зоне и началу реализации световой завесы защитной функции.

Усиление логической связи электрической схемы световой завесы с ее физическим расположением на полиграфическом оборудовании, в частности на рабочем столе одноножевой резальной машины, при ее функционировании в электрической схеме создается появлением изображения световой завесы в виде световых зон на изображении машины (рис. 4). На рисунке синхронно с последовательным выключением аппаратов  $SQ$ ,  $V$ ,  $K$  исчезают изображения световых потоков охранных зон, подтверждая работу световой завесы. После ее срабатывания показывается работа аппаратов схемы по выключению электродвигателя как элемента, приводящего в движение одноножевую резальную машину, чем подтверждается защитная функция световой завесы.

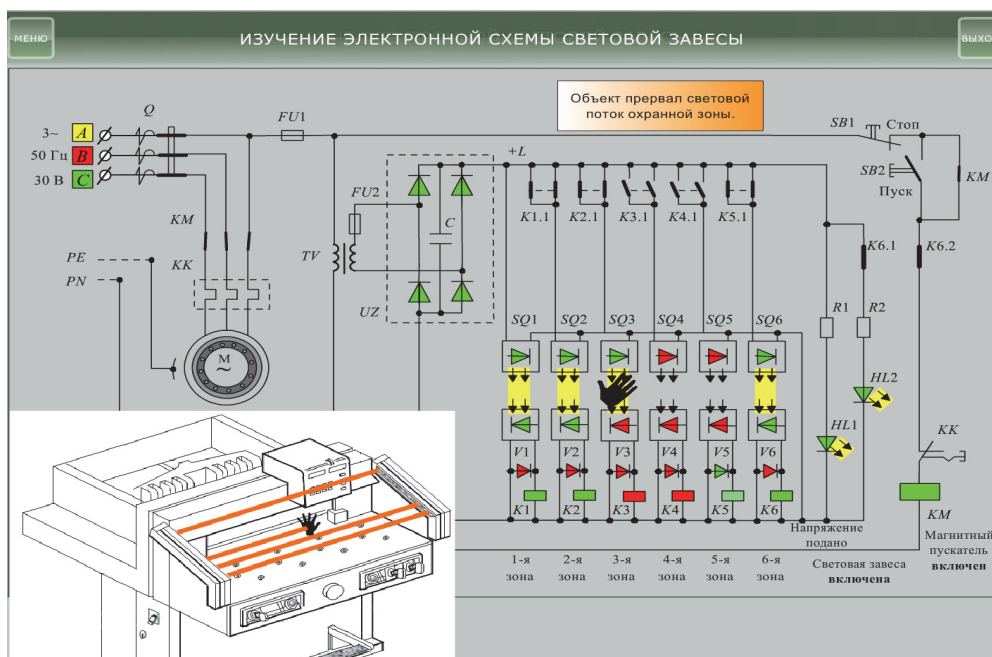


Рис. 4. Изображение схемы стенда, демонстрирующей работу световой завесы в режиме перекрытия объектом одной из охранных зон

Обучающийся по подсказке может проверить работу световой завесы для любой другой защитной зоны. Другим приемом изобразительности выполнены контакты аппаратов, например, замыкающих. Они выполнены большей толщины, чтобы их изображение при замкнутом состоянии не сливалось с изображением электрических линий. Для демонстрации включенного состояния электродвигателя создано анимационное движение его короткозамкнутого ротора, причем в виде определенной интерпретации обмотки ротора – «беличьей клетки».

**Заключение.** Оценивая создание электронного издания в виде лабораторной работы, формулируем некоторые выводы:

- лабораторная работа создана как изобразительный оригинал для информационного и зри-

тельного восприятия, а не для репродукционного процесса;

- мультимедийный продукт позволяет при изложении материала дисциплины визуализировать определенные стороны технических процессов, которые обучающийся не имеет возможности увидеть на физическом объекте (например, перекрытие световых потоков, последовательность срабатывания аппаратов, включенное/выключенное состояние диодов и т. п.);

- электронное издание обладает определенным интеллектуальным уровнем, поскольку предоставляет компьютерную среду, которая анализирует и адекватно реагирует на действия обучающегося;

- визуализация изучаемого объекта закрепляет материал в памяти обучающегося.

### Список литературы

1. Вуль В. А. Электронные издания: учебник. М.: МГУП, 2013. 803 с.
2. Кузнецов Ю. В. Технология обработки изобразительной информации. СПб.: Петербургский институт печати, 2002. 312 с.
3. Технология информационного моделирования – будущие перспективы и пути эволюции. URL: <https://www.elec.ru/publications/menedzhment/5552/> (дата обращения: 13.02.2021).
4. Дронов В. А. Macromedia Flash MX. СПб.: БХВ-Петербург, 2003. 848 с.
5. Лапин П. Самоучитель Flash MX. СПб.: Издательский Дом ПИТЕР, 2003. 153 с.
6. Технология Macromedia Flash. URL: <https://topref.ru/referat/50722.html> (дата обращения: 10.03.2021).
7. Беляев В. П. Электронные устройства автоматики. Минск: БГТУ, 2008. 136 с.
8. Черных И. В. Моделирование электротехнических устройств в MATLAB, SimPowerSystem и Simulink. М.: ДМК Пресс; СПб.: Питер, 2008. 288 с.
9. Создание анимации в программе macromedia flash. URL: <http://csaa.ru/sozдание-animacii-v-programme-macromedia-flash/> (дата обращения: 10.03.2021).
10. Моделирование физических процессов средствами Macromedia Flash технологий. URL: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=5716> (дата обращения: 10.03.2021).
11. Беляев В. П. Электрооборудование полиграфических машин. Минск: БГТУ, 2014. 367 с.

12. Ивановский Р. И. Компьютерные технологии в науке и образовании. Минск: Выш. шк., 2006. 430 с.
13. Алиев И. И., Гурина И. А. Моделирование электротехнических устройств. Черкесск: БИЦ СевКавГГТА, 2013. 103 с.
14. Штенников Д. Г. Macromedia Flash. Основы программирования. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/macromedia-flash-osnovy-programmirovaniya-prosteyshie-skripty-urok-3> (дата обращения: 15.03.2021).
15. Сандерс Б. Flash ActionScript. СПб.: Питер. 2001. 196 с.

### References

1. Vul', V. A. *Elektronnyye izdaniya* [Electronic editions]. Moscow, MGUP Publ., 2013. 803 p.
2. Kuznetsov Yu. V. *Tekhnologiya obrabotki izobrazitel'noy informatsii* [Processing technology of graphic information]. St. Petersburg, Peterburgskiy institut pechati Publ., 2002. 312 p.
3. *Tekhnologiya informatsionnogo modelirovaniya – budushchiye perspektivy i puti evolutsii* [Information Modeling Technology – Future Perspectives and Paths of Evolution]. Available at: <https://www.elec.ru/publications/medzhment/5552/> (accessed 13.02.2021).
4. Dronov V. A. *Macromedia Flash MX* [Macromedia Flash MX]. St. Petersburg, BkHV-Peterburg Publ., 2003. 848 p.
5. Lapin P. *Samouchitel' Flach MX* [Self-instruction Flach MX]. St. Petersburg, Izdatel'skiy Dom PITER Publ., 2003. 153 p.
6. *Tekhnologiya Makromedia Flash* [Macromedia Flash technology]. Available at: <https://topref.ru/referat/50722.html> (accessed 10.03.2021).
7. Belyayev V. P. *Elektronnyye ustroystva avtomatiki* [Electronic devices of automation]. Minsk, BGTU Publ., 2008. 136 p.
8. Chernykh I. V. *Modelirovaniye elektrotekhnicheskikh ustroystv v MATLAB, SimPowerSystem i Simulink* [Simulation of electrical devices in MATLAB, SimPowerSystem and Simulink]. Moscow, DMK Press Publ.; St. Petersburg, Piter Publ., 2008. 288 p.
9. *Sozdaniye animatsii v programme MacromediaFlash* [Animation creation in macromedia flash program]. Available at: <http://csaa.ru/sozdanie-animacii-v-programme-macromedia-flash/> (accessed 10.03.2021).
10. *Modelirovaniye fizicheskikh protsessov sredstvami Macromedia Flash tekhnologiy* [Modeling physical processes by means of Macromedia Flash technologies]. Available at: <http://5fan.ru/wievjob.php?id=5716> (accessed 10.03.2021).
11. Belyaev V. P. *Elektrooborudovaniye poligraficheskikh mashin* [Electrical equipment for printing machines]. Minsk, BGTU Publ., 2014. 367 p.
12. Ivanovskiy R. I. *Komp'yuternyye tekhnologii v nauke i obrazovanii* [Computer technologies in science and education]. Minsk, Vysh. shk. Publ., 2014. 367 p.
13. Aliev I. I., Gurina I. A. *Modelirovaniye elektrotekhnicheskikh ustroystv* [Simulation of electrical devices]. Cherkessk, BITs SevKavGGTA Publ., 2013. 103 p.
14. Shtennikov D. G. *Macromedia Flash. Osnovy programmirovaniya* [Macromedia Flash. Basics of programming]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/macromedia-flash-osnovy-programmirovaniya-prosteyshie-skripty-urok-3> (accessed 15.03.2021).
15. Sanders B. *Flash ActionScript* [Flash ActionScript]. St. Petersburg, Piter Publ., 2001. 196 p.

### Информация об авторах

**Беляев Валерий Павлович** – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры полиграфического оборудования и систем обработки информации. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: [beliaev@belstu.by](mailto:beliaev@belstu.by)

**Придачук Ольга Сергеевна** – студентка кафедры полиграфического оборудования и систем обработки информации. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: [olya\\_olya\\_pridachuk@mail.ru](mailto:olya_olya_pridachuk@mail.ru)

### Information about the authors

**Belyayev Valeri Pavlovich** – PhD (Engineering), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Editing Equipment and Information Processing Systems. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [beliaev@belstu.by](mailto:beliaev@belstu.by)

**Pridachuk Ol'ga Sergeyevna** – student, the Department of Editing Equipment and Information Processing Systems. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [olya\\_olya\\_pridachuk@mail.ru](mailto:olya_olya_pridachuk@mail.ru)

Поступила 25.05.2021



УДК 811.161'42 : 070(045)

**А. А. Биюмена**

Минский государственный лингвистический университет

**ЦЕННОСТНЫЕ ДОМИНАНТЫ СОВЕТСКОГО ТРУДОВОГО ДИСКУРСА**

В статье описаны результаты исследования ценностной картины советского трудового медиадискурса на материале газетных статей, посвященных трудовой деятельности. Данные материалы являлись обязательным компонентом содержания газет на протяжении всего советского периода и характеризовались устойчивыми структурными, содержательными и языковыми признаками. Труд был представлен в советской прессе как сложное многоаспектное аксиологическое поле, объединяющее и соединяющее в себе разнообразные ценностные смыслы. В качестве важнейшей ценности советского общества акцентировалась трудовая деятельность как таковая. Она рассматривалась как добродетель, к которой следует стремиться всем гражданам страны. При этом подчеркивался добровольный характер выполняемой деятельности, вдохновение и энтузиазм исполнителей, желание перевыполнять нормы и планы. Выявлено, что труд в СССР рассматривался как необходимая часть жизни граждан, реализующая такие ценности самореализации личности, как творчество самовыражения, самопожертвование, слава и успех. Также трудовые традиции рассматривались в советской прессе как фактор укрепления патриотизма людей, подчеркивалась значимость трудовой деятельности для развития и укрепления общества. Газетные публикации акцентировали идеи солидарности, сотрудничества и возможность достижения наивысших результатов в процессе коллективной трудовой деятельности. Установлено, что трудовой дискурс в советский период выполнял преимущественно солидаризирующую и мобилизующую функции.

**Ключевые слова:** ценность, медиадискурс, трудовой дискурс, солидарность, патриотизм, слава.

**Для цитирования:** Биюмена А. А. Ценностные доминанты советского трудового дискурса // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (244). С. 32–37.

**A. A. Biyumena**

Minsk State Linguistic University

**VALUE DOMINANTS OF THE SOVIET LABOR MEDIADISOURSE**

The article describes the results of the study of the value picture of the Soviet labour media discourse on the material of newspaper articles devoted to labor activity. These materials were an obligatory component of the content of newspapers throughout the entire Soviet period and were characterized by stable structural, content and linguistic features. Labour was presented in the Soviet press as a complex multidimensional axiological field that unites and combines various value meanings. Labour was presented as the most important value of Soviet society, seen as a virtue to which all citizens of the country should strive. At the same time, the voluntary nature of the activities performed, the inspiration and enthusiasm of the performers, the desire to exceed the norms and plans were emphasized. It was revealed that labour in the USSR was considered a necessary part of citizens' life that realized such values of personal self-realization as creativity, self-expression, self-sacrifice, glory and success. Also, labour traditions were seen in the Soviet press as a factor in strengthening the patriotism of people, the importance of labour activity for the development and strengthening of society was emphasized. Newspaper publications drew upon the ideas of solidarity, cooperation and the possibility of achieving the highest results in the process of collective work. It has been established that labour discourse in the Soviet period performed mainly solidarizing and mobilizing functions.

**Key words:** value, media discourse, labour discourse, solidarity, patriotism, fame.

**For citation:** Biyumena A. A. Value dominants of the soviet labor mediadiscourse. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (244), pp. 32–37 (In Russian).

**Введение.** Пресса является одним из важнейших инструментов социализации человека в обществе в первую очередь путем навязывания общественному сознанию ценностей, релевантных в конкретный исторический период в конкретном

государстве, в зависимости от той или иной политической и экономической ситуации. Как отмечает А. А. Бородич, формирование аксиосферы, включающей в себя сложную систему взаимосвязанных идеалов, принципов и норм,

«обеспечивает динамическое равновесие человека и социоприродной среды, является условием самоосуществления личности и устойчивого развития общества» [1, с. 13].

Ценности пронизывают все формы деятельности людей и являют собой часть смысловой структуры любой формы бытия человека [2, с. 75–76]. В. И. Карасик отмечает, что в структуре языковой личности ценностям принадлежит особое место как наиболее фундаментальным характеристикам культуры [3, с. 166]. Они детерминируют человеческую деятельность, поскольку представляют собой феномены, имеющие жизненно важное значение для субъекта: ценное «всегда значимо, т. е. по крайней мере не безразлично для человека, обладает для него определенным смыслом» [4, с. 5].

В современной науке принято понимание ценности как субъектно-объектного феномена, рассматриваемого свойство предметов как результат сложных отношений, с одной стороны, между субъектами, а с другой – между субъектами и объектами [5, 6, 7]. Ценности являются способом достижения социального порядка, а также выступают как способ освоения индивидом социального пространства, которое, в свою очередь, стремится унифицировать и стандартизировать пространство личности [8, с. 28].

В. А. Марьянчик отмечает такие обязательные характеристики ценностей, как принадлежность в разной степени всем субъектам; системность; обусловленность социальными феноменами; релятивный характер, т. е. вариативность для различных личностей и для разных социумов; коллективный характер; иерархичность; стабильность и динамичность; когнитивные, мотивные и волевые характеристики; возможность существования противоположных ценностей [9, с. 22].

Содержание ценностей всегда носит конкретно-исторический характер, поскольку они представляют собой важнейший компонент культуры и национальной языковой картины мира, а их формирование детерминируется общественными отношениями определенной эпохи. И. И. Докучаев указывает на то, что наряду с религией идеология является важнейшей формой культурно-онтологической среды ценностей, понимаемой как среда их бытия [2, с. 86].

В идеологизированном дискурсе, разновидностью которого, несомненно, является медиадискурс, аксиологичность выступает в роли центральной категории, так как деятельность СМИ направлена на распространение системы взглядов на мир, которые структурируются в соответствии с определенной совокупностью ценностей [10]. Анализируя ценностный аспект публицистического текста, Т. В. Подоляк обозначает

сущностное триединство журналистики: а) как носителя гражданских идеалов, б) формы информационно-ценностной ретрансляции, в) механизма продуцирования социальных ценностей [11, с. 4].

В средствах массовой коммуникации каждого общества строится свой миф, нацеленный на формирование единого коммуникативного пространства, что, в свою очередь, способствует единению нации [12, с. 299]. По мнению И. И. Докучаева, для ценностной интерпретации повседневного бытия миф преобразуется в социальные нормы, т. е. определенные модели социально-легитимного поведения, предлагающие социуму такую модель поведения, при которой окружающая среда будет для него приемлемой, и заставляющие членов социума сохранять его существование [2, с. 200].

В отличие от, например, американского мифа, ценностную основу которого составляют свобода, национальный нарциссизм, возможности роста для всех, советский миф акцентирует трудовой энтузиазм, вклад каждого в построение нового общества, работу на пределе возможностей. Его можно рассматривать как классический идеологический миф, моделирующий совершенную реальность в виде светлого будущего, подготовкой к которому считается настоящее.

Цель статьи – выявить ценностные доминанты, свойственные трудовому дискурсу печатных медиа советского времени, издававшихся в Белорусской ССР. Материал исследования составили 700 статей, опубликованных в советский период в центральных белорусских газетах – «Звезда» на белорусском языке (Зв.) и русскоязычной «Советская Белоруссия» (СБ).

**Основная часть.** Под трудовым дискурсом мы понимаем массив текстов, повествующих об ударной работе в различных трудовых коллективах, социалистическом соревновании, перевыполнении плана, добровольных трудовых обязательствах работников, экономии ресурсов и повышении производительности труда и т. п. Материалы, освещающие данную тематику, были обязательным компонентом содержания газет на протяжении всего советского периода. Данная разновидность дискурса характеризовалась рядом конституирующих признаков, относящихся к его структуре, содержанию и языковой экспликации, конструирующей объекты и субъекты, преобладающей тональности [13, с. 29].

Главным образом в материалах подобной тематики в качестве важнейшей ценности самореализации личности выдвигается **трудовая деятельность** как таковая. С. Г. Кара-Мурза считает труд одним из главных смыслов, входящих в культурное ядро любого общества [14, с. 533],

а И. В. Ерофеева выделяет труд в качестве многомерной категории, относящейся к ценностным доминантам именно отечественной культуры [10].

Труд в анализируемых текстах рассматривается как добродетель, к которой стремятся все граждане советской страны. При этом подчеркивается добровольный характер выполняемой деятельности, вдохновение и энтузиазм исполнителей, которые с радостью и воодушевлением берут на себя все новые обязательства по перевыполнению норм и планов: *Падтрымліваючы адобраны ЦК КПСС пачын перадавых брыгад краіны, многія працоўныя калектывы працуюць з аярэджаннем намечаных графікаў* (Зв., 1986); *Растет праздничный трудовой подъем на автомобильном заводе имени Лихачева...* (СБ, 1964); *Мы единодушно поддерживаем инициативу москвичей по проведению коммунистического субботника и решили в этот день, работая на сэкономленных материалах, дать рекордную выработку – выполнить нормы на 130 процентов* (СБ, 1974).

В медиатекстах советского периода прослеживается идея труда в любой отрасли экономики как **творческой деятельности**, в которой может реализоваться личность: *Першы працоўны дзень новага года. Ён прыйшоў да нас неспаскойны, гарачы, напоўнены натхнёнай стваральнай працай, творчымі пошукамі і імкненнямі* (Зв., 1966); *Боевой настрой, творческий поиск резервов, высокая дисциплина труда помогают коллективу преодолеть трудности* (СБ, 1974); *В творческом содружестве успешно осуществляют механизацию и автоматизацию инженеры Ю. Азаров, Л. Альтишлер, слесарь А. Мартыненко и другие* (СБ, 1958).

Одним из значимых ценностных смыслов, акцентированных в советском трудовом дискурсе, является идея **самопожертвования**, приоритет общественного над личным: подчеркиваются усилия, которые необходимо приложить для добросовестного выполнения поставленных задач. Л. Д. Чернышова пишет, что целью существования пролетария как образца человека господствовавшей в СССР культуры классового тоталитаризма «был определен подвиг жертвенного служения Родине и делу социализма» [15, с. 19]. В материале исследования данные идеи часто выражаются с помощью слов *напряженный, напряженно, самоотверженно*: *Напряженно трудились ремонтники, путейцы и работники других служб* (СБ, 1974); *Поэтому многие берут напряженные трудовые обязательства и соревнуются за их досрочное выполнение* (СБ, 1974); *Каждый член бригады четко выполняет порученные операции, самоотверженно трудится на своем посту* (СБ, 1958).

Альтруистические ценности акцентируются также в газетных текстах, повествующих о работниках, значительно превысивших запланированные результаты труда: *Свыше 25 тонн удобрений сверх плана – при годовом обязательстве 40 тысяч тонн – выпущено за первые два месяца текущего года комбинатом «Белорусский»* (СБ, 1974); *За месяц – два задания* (СБ, 1974); *Выработка двух бригад за один рабочий день стала обычной справой* (Зв., 1935).

При этом во многих статьях подразумевается, что результат всегда можно улучшить, если найти скрытые возможности и резервы: *Аднак мы яшчэ не поўнасцю выкарыстоўваем рэзервы калгаса для ўздыму ўраджайнасці сельскагаспадарчых культур і павышэння прадуктыўнасці грамадскай жывёлы* (Зв., 1953); *І працоўнікі калгасаў і саўгасаў выкарыстоўваюць усе рэзервы і магчымасці, каб мець багацце кармоў* (Зв., 1966).

Еще одной ценностью, составляющей основу советской печати, является идея **солидарности, сотрудничества, соборности**. Российскую культуру, на которой основывалась культура советская, относят к ярко выраженному коллективистскому типу, в котором социальная идентичность превалирует над личностной [10]. Советская пресса подчеркивает возможность достижения наивысших результатов именно в процессе совместной трудовой деятельности. Среди способов репрезентации идеи коллективности следует отметить частотную в текстах анализируемой тематики группу существительных, обозначающих различные типы организаций и их подразделений (*завод, фабрика, колхоз, коллектив, звено, цех, бригада, экипаж*): *Развернув социалистическое соревнование за достойную встречу XXI съезда КПСС, коллектив нашего цеха решил производственную программу ноября и декабря выполнить на 101 процент* (СБ, 1958); *В эти дни бригада коммунистического труда работает с большим энтузиазмом* (СБ, 1958).

В анализируемых изданиях эксплицируется также неразрывная онтологическая связь труда и **патриотизма**. Патриотизм нацелен на укрепление и сохранение государственной системы, связан с понятиями долга и обязательства. В советской прессе трудовые традиции рассматривались как фактор укрепления патриотизма людей, в ней подчеркивалось осознание значимости своего труда для развития и укрепления общества, активно-деятельная самореализация на благо Родины: *На заводах и фабриках, у будаўнічых арганізацыях гарачую падтрымку знайшоў патрыятычны пачын калектываў прамысловых прадпрыемстваў Масквы і Ленінграда, якія разгарнулі спаборніцтва за эканомію металаў і матэрыялаў* (Зв., 1966); – *Посмотрите вокруг!*

*Окиньте взглядом преобразенное, ставшее могучим и прекрасным наше Отечество, – сказал он. Хочется неустанно работать, чтобы еще лучше стала жизнь на земле* (СБ, 1958).

М. Ю. Узгорок выделяет такие уровни патриотизма, как государственный, общегражданский, классовый, этнический и духовно-религиозный [17]. В СССР особое внимание уделялось формированию трех первых разновидностей: государственный патриотизм культивировался как проявление гражданами чувства гордости за свое государство и их участие в его укреплении; общегражданский патриотизм предполагает гражданскую активность по усовершенствованию общества; классовый патриотизм связан с социальным строем общества и его стратификацией [16].

Советский государственный патриотизм предполагает главенствующую роль партии в принятии любых решений в стране и беспрекословное подчинение ей граждан. Стремление людей к трудовым подвигам и рекордам планировалось партией, ей и ее лидерам советские люди посвящали свои трудовые подвиги: *Зварот ЦК КПСС, Прэзідыума Вярхоўнага Савета СССР і Савета Міністраў СССР, высокая ўзнагарода Радзімы выклікалі новы прыліў творчых сіл* (Зв., 1972); *С огромным удовлетворением встречено здесь решение сентябрьского Пленума ЦК КПСС о созыве XXI съезда партии. Став на трудовую вахту в честь съезда, металлурги пересмотрели свои обязательства и решили до конца года выдать еще большее количество металла* (СБ, 1958).

Такие ценности самореализации личности, как **слава, успех** в материалах советской прессы также связаны с самоотверженным трудом и служением партии и стране. Средства массовой коммуникации СССР создают ряд номинаций, маркирующих лучших работников. На протяжении всего советского периода для их обозначения активно используются слова *передовик, ударник*: *Наша Белорусская железная дорога должна составлять планы перевозок и использования локомотивов и подвижного состава с учетом внедрения достижений передовиков* (СБ, 1958); *Лепшы ўдарнік калгаса «Новае жыццё» Фралоў з жонкай у мінулым годзе атрымаў 100 пудоў збожжя, 216 пудоў бульбы, 186 пудоў гародніны і 300 пудоў фуражу для каровы* (Зв., 1935).

С 1935 г. в обиход журналистов входят слова *стахановец, стахановский* как производные от фамилии забойщика Алексея Григорьевича Стаханова, который, согласно советской мифологии, в 1935 году за одну смену добыл в 14,5 раза больше угля, чем предписывалось по норме на одного забойщика. Данные лексические единицы были весьма популярны в прессе вплоть

до конца 1950-х гг.: *Стаханавы ўчы ўкаранілі рад ноўшастваў* (Зв., 1953).

В 1950–1980-е гг. доблестный труд во многом связывают с повышением эффективности и производительности, поэтому для обозначения лучших работников появляются также слова *новатор, рационализатор, изобретатель*: *Рационализаторы завода предложили удобную конструкцию станков для свиноматок и поросят* (СБ, 1974); *Передовые рабочие, новаторы, руководители цехов и отделов интересовались применяемыми тут техническими новинками* (СБ, 1974); *3 кожным днём на заводзе расце колькасць вынаходнікаў і рацыялізатараў* (Зв., 1953); *Наватары і вынаходнікі вытворчага аб'яднання «Бабруйскшына» з пачатку года ўкаранілі ў вытворчасць дзесяткі навінак* (Зв., 1986).

Лучшим способом признания успеха в советской идеологии считается не материальное поощрение тружеников (повышение заработной платы, выплата премий), а общественная известность, слава. Практически на каждом предприятии в СССР была Доска почета, а победителей социалистического соревнования награждали флагами, вымпелами и т. п.: *В честь победителей поднимаются флаги трудовой славы* (СБ, 1974); *За трудовые успехи Зина занесена на районную Доску почета* (СБ, 1974).

В советском печатном медиадискурсе также подчеркивается ценность **движения вперед, изменения, прогресса, непрерывного развития**, что традиционно считается ценностной ориентацией американского общества [17]. Для этого публикуется множество статей, в которых говорится о результатах труда и их пользе для общества в терминах увеличения, уменьшения, расширения, улучшения и т. д.: *Паспяхова пачаўшы першы год новай пляцігодкі, яны няспынна адшукваюць шляхі далейшага паляпшэння эканамічнай дзейнасці прадпрыемстваў і будоўляў* (Зв., 1966); *Даб'ёмся ажыццяўлення намечанага за кошт павышэння прадуктыўнасці статка* (Зв., 1986); *С каждым днем ширится фронт подготовительных работ на строительстве первенца нефтяной промышленности Белорусской ССР* (СБ, 1958).

В 1970–1980-е гг. для выражения идеи непрерывного движения в прессе часто используют слова *ритм, пульс, темп*: *Збожжаваму канвееру – дакладны рытм!* (Зв., 1972); *Пульс гарачай пары лепш за іншых адчувае дыспетчар Н. М. Каліноўская* (Зв., 1986). В 1980-е гг. в семантику движения добавляется идея ускорения: *Пад яго непасрэдным кіраўніцтвам ідзе ажыццяўленне планаў паскарэння* (Зв., 1986).

**Заключение.** В печатном медиадискурсе советского периода трудовая деятельность рассматривается как сфера реализации разнообразных

ценностей (творческое самовыражение, патриотизм, самопожертвование, коллективизм и сотрудничество, слава и успех, прогресс). Таким образом, труд представлен в газетах как сложное многоаспектное аксиологическое поле, объединяющее и соединяющее в себе разнообразные ценностные смыслы. На наш взгляд, важнейшей

функцией трудового дискурса в советской прессе является солидаризация нации и мобилизация ее на решение главных задач страны – построение экономики страны, установление и развитие социалистической системы хозяйствования, повышение производительности труда и эффективности производства, повышение качества продукции.

### Список литературы

1. Бородич А. А. Аксиология социального действия: монография. Гродно: ГрГУ, 2005. 275 с.
2. Докучаев И. И. Ценность и экзистенция: основоположения исторической аксиологии культуры. СПб.: Наука, Санкт-Петербургская издательская фирма, 2009. 594 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
4. Старостин Б. А. Ценности и ценностный мир. М.: Компания «Спутник+», 2002. 154 с.
5. Баева Л. В. Экзистенциальная природа ценностей: дис. ... д-ра филос. наук / Волгоград, 2004. 348 с.
6. Ивин А. А. Аксиология. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2018. 342 с.
7. Hall E. W. What is value? An Essay in Philosophical Analysis. London: Routledge, 2001. 272 p.
8. Джерелиевская И. К. Личностная детерминанта социального порядка: аксиологический аспект: автореф. дис. ... д-ра филос. наук / Рос. гос. торгово-эконом. ун-т. М., 2010. 38 с.
9. Марьянич В. А. Аксиологичность и оценочность медиа-политического текста: монография. М.: URSS, 2013. 266 с.
10. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре: репрезентация ценностей в журналистике начала XXI в.: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Санкт-Петерб. гос. ун-т. СПб., 2010. 51 с.
11. Падаляк Т. У. Аксиология сучаснай беларускай журналістыкі: аўтарэф. дыс. ... д-ра філал. навук / Бел. дзярж. ун-т. Мінск, 2019. 49 с.
12. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. 656 с.
13. Биюмена А. А. К вопросу о трудовом дискурсе // Scitechnology. 2020. № 25. С. 27–29.
14. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2006. 832 с.
15. Чернышова Л. Д. Аксиологические основания тоталитарной культуры: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Комсомольск-на-Амуре гос. технич. ун-т. Комсомольск-на-Амуре, 2012. 26 с.
16. Узгорок М. Ю. Расширение сферы проявления патриотизма как культурной ценности (на материале современной белорусской культуры): автореф. дис. ... канд. филос. наук / Гродн. гос. ун-т имени Янки Купалы. Гродно, 2013. 23 с.
17. Fiedler E., Jansen R., Norman-Risch M. America in close-up. Harlow: Pearson Education Ltd, 2001. 284 p.

### References

1. Borodich A. A. *Aksiologiya sotsial'nogo deystviya* [Axiology of the social action]. Grodno, GrGU Publ., 2005. 275 p.
2. Dokuchaev I. I. *Tsennost' i ekzistentsiya* [Values and existence]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2009. 594 p.
3. Karasik V. I. *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd, Peremena Publ., 2002. 477 p.
4. Starostin B. A. *Tsennosti i tsennostnyy mir* [Values and value-based world]. Moscow, Sputnik+ Publ., 2002. 154 p.
5. Baeva L. V. *Ekzistentsial'naya priroda tsennostey. Dis. ... dokt. filos. nauk* [Existential nature of values. Diss. DSc (Philosophy)]. Volgograd, 2004. 348 p.
6. Ivin A. A. *Aksiologiya* [Axiology]. Moscow, Yurayt Publ., 2018. 342 p.
7. Hall E. W. *What is value? An Essay in Philosophical Analysis*. London, Routledge Publ., 2001. 272 p.
8. Dzherelievskaya I. K. *Lichnostnaya determinanta sotsial'nogo poryadka: aksiologicheskiy aspekt: Avtoref. dis. ... dokt. filos. nauk* [Personal determinant of the social order. Abstract of thesis DSc (Philosophy)]. Moscow, 2010. 38p.
9. Mary'yanchik V. A. *Aksiologichnost' i otsenochnost' mediapoliticheskogo teksta* [Axiologiness and evaluativity in the media-political text]. Moscow, URSS Publ., 2013. 266 p.
10. Erofeeva I. V. *Aksiologiya mediateksta v rossiiskoy kul'ture: Avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk* [Axiology of the media text in the Russian culture. Abstract of thesis DSc (Phylology)]. Perm', 2010. 51 p.

11. Padayak T. U. *Aksiyalogiya suchasnay belaruskay zhurnalistyki: Autaref. dys. ... dokt. filal. navuk* [Axiology of the modern Belarusian journalism. Abstract of thesis DSc (Philology)]. Minsk, 2019. 49 p.
12. Pocheptsov G. G. *Teoriya kommunikatsii* [Communication theory]. Moscow, Refl-buk Publ.; Kiev, Vakler Publ., 2003. 656 p.
13. Biyumena A. A. On the issue of labor discourse. *Scitechnology*, 2020, no. 25, pp. 27–29 (In Russian).
14. Kara-Murza S. G. *Manipulyatsiya soznaniyem* [Mind control]. Moscow, Eksmo Publ., 2006. 832 p.
15. Chernyshova L. D. *Aksiologicheskiye osnovaniya totalitarnoy kul'tury: Avtoref. dis. ... kand. filos. nauk* [Axiological foundation of the totalitarian culture. Abstract of thesis DSc (Philosophy)]. Komsomol'sk-na-Amure, 2012. 26 p.
16. Uzgorok M. Yu. *Rasshireniye sfery proyavleniya patriotizma kak kul'turnoy tsennosti (na materiale sovremennoy belorusskoy kul'tury): Avtoref. dis. ... kand. filos. nauk* [Extension of the sphere of patriotism display as a cultural value: a case study of the modern Belarusian culture. Abstract of thesis DSc (Philosophy)]. Grodno, 2013. 23 p.
17. Fiedler E., Jansen R., Norman-Risch M. *America in close-up*. Harlow, Pearson Education Ltd, 2001. 284 p.

#### Информация об авторе

**Биюмена Анна Александровна** – кандидат филологических наук, доцент, докторант кафедры речеведения и теории коммуникации. Минский государственный лингвистический университет (220034, г. Минск, ул. Захарова, 21, Республика Беларусь). E-mail: a-mesyats@tut.by

#### Information about the author

**Biyumena Anna Aleksandrovna** – PhD (Philology), Associate Professor, doctoral student, the Department of Speech Studies and Theory of Communication. Minsk State Linguistic University (21, Zakharova str., 220034, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: a-mesyats@tut.by

*Поступила 14.05.2021*

УДК 621.376.54

**О. В. Бугай, А. А. Коренькова**

Белорусский государственный технологический университет

**АНАЛИЗ И РЕОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ПРОЕКТИРОВАНИИ**

Рассмотрены вопросы анализа и реорганизации бизнес-процессов в курсовом, дипломном и других видах проектирования, в том числе проектирования информационных систем организаций и информационных систем глобального масштаба.

В рекомендуемой литературе представлены:

- понятие консалтинга, предваряющего разработку любого программного обеспечения и информационных систем выяснения целесообразности их разработки;
- понятия структурного системного анализа: назначение, основные принципы и диаграммные техники, а также инструментальная поддержка последних;
- понятие UML (Unified Modeling Language) – универсальный язык моделирования с примерами его использования для объектно-ориентированного моделирования объектов разработки с применением инструментальных средств Rational Rose и графического редактора создания презентаций;
- диаграммные техники моделирования данных и их инструментальная поддержка.

Кратко изложены возможные подходы к разработке информационных систем и не только их с учетом положительных и отрицательных оценок того или иного решения. Эти рекомендации могут быть полезны разработчикам при проектировании объектов различного назначения.

**Ключевые слова:** консалтинг, структурный и системный анализ, объектно-ориентированное моделирование, моделирование данных, бизнес-процесс, информационная система.

**Для цитирования:** Бугай О. В., Коренькова А. А. Анализ и реорганизация бизнес-процессов в проектировании // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 38–43.

**O. V. Bugay, A. A. Koren'kova**

Belarusian State Technological University

**ANALYSIS AND REORGANIZATION OF BUSINESS PROCESSES IN DESIGN**

The issues of analysis and reorganization of business processes in the course, diploma and other types of design are considered. Including the design of information systems of organizations and information systems on a global scale.

The recommended literature includes:

- the concept of consulting, which precedes the development of any software and information systems to determine the feasibility of their development;
- concepts of structural system analysis: purpose, basic principles and diagram techniques, as well as instrumental support for the latter;
- the concept of UML (Unified Modeling Language) – a universal modeling language with examples of its use for object-oriented modeling of development objects using Rational Rose tools and a graphical presentation editor;
- diagrammatic data modeling techniques and their instrumental support.

Possible approaches to the development of information systems and not only them, taking into account the positive and negative assessments of a particular solution, are briefly described. These recommendations can be useful for developers when designing objects for various purposes

**Key words:** consulting, structural and system analysis, object-oriented modeling, data modeling, business process, information system.

**For citation:** Bugay O. V., Koren'kova A. A. Analysis and reorganization of business processes in design. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 38–43 (In Russian).

**Введение.** Всегда актуальны анализ и реорганизация бизнес-процессов в проектировании: курсовом, дипломном, информационного обеспечения организаций, глобальных информационных систем и многих других объектов. К последним можно отнести проекты законов,

технологических процессов, технических устройств, учебных планов, рабочих программ и т. д. Во всех случаях гарантом элементов новизны в любых сферах человеческой деятельности являются упомянутые анализ и реорганизация бизнес-процессов. Без такого подхода исполнители

пользуются по части программирования методом «собачьей конуры» [1]. В этом случае программисты уподобляются индивиду, который строит конуру, не удосужившись предварительно создать ее чертеж или даже эскиз, вооружившись доской, ножовкой, молотком и гвоздями. На наш взгляд, это касается не только создателей программного обеспечения, но других предметов разработки.

Что касается предмета разработки, то ее рекомендуется предварять консалтингом целесообразности выполнения таковой [2].

**Основная часть. I. Общий подход к анализу и реорганизации бизнес-процессов в проектировании.** Если консалтинг показал целесообразность разработки, можно приступить к структурному системному анализу. Для проведения анализа и реорганизации бизнес-процессов фирма Computer Associates предлагает CASE-средство верхнего уровня BPwin, поддерживающее диаграммные техники IDEF0 (функциональная модель), DFD (Data Flow Diagram), IDEF3 (Work Flow Diagram) либо их совокупность.

Диаграмма IDEF0 предназначена для описания существующих бизнес-процессов на предприятии (модель AS-IS) и идеального положения вещей того, к чему нужно стремиться (модель TO-BE). Моделирование бизнес-процесса начинается с определения контекста, т. е. наиболее абстрактного уровня предмета разработки в целом. В контекст входят:

- субъект моделирования – сама система. Определяя его, необходимо точно установить, что входит в систему, а что лежит за ее пределами, т. е. определить область (Scope) моделирования;

- цель моделирования (Purpose) должна отвечать на следующие вопросы:

- а) Почему этот процесс должен быть замоделирован?

- б) Что должна показывать система?

- в) Что может получить читатель?

- точка зрения (Viewpoint) при построении модели должна быть единой и соответствовать цели моделирования. Как правило, выбирается точка зрения человека, отвечающего за моделируемую работу в целом (например, руководитель предприятия).

IDEF0-модель предполагает наличие четко сформулированной цели, единственного субъекта моделирования и одной точки зрения.

**Модели AS-IS и TO-BE.** Технология проектирования информационных систем и не только их подразумевает сначала создание модели AS-IS, ее анализ и улучшение бизнес-процессов, т. е. создание модели TO-BE.

Диаграммы IDEF0, иерархически упорядоченные и взаимосвязанные, представляют собой

модель в нотации IDEF0, которая может содержать четыре типа диаграмм:

- контекстную диаграмму (одну на модель);
- диаграммы декомпозиции;
- диаграммы FEO (только для экспозиции);
- диаграммы дерева узлов.

**Диаграммы DFD и IDEF3.** Разработчики BPwin трактуют IDEF0 в качестве основной, а DFD и IDEF3 – как дополнение к ней. Отметим, что диаграммы DFD и IDEF3 не только могут, но и часто используются без привязки к диаграммам IDEF0 при разработке бизнес-процессов.

DFD позволяет указать отправителя и получателя информации (внешняя сущность), а также место хранения информации и не только ее (хранилище). Обычно к DF-диаграммам прибегают при проектировании информационных систем.

IDEF3, в отличие от IDEF0 и DFD, позволяет представить логику выполнения работ. Ее независимо от других диаграммных техник применяют при анализе и реорганизации бизнес-процессов приложений управляющего типа.

На практике часто прибегают к комбинации рассмотренных выше диаграмм. Причем в BPwin возможны следующие переходы от одной диаграммной техники к другой:

- от IDEF0 к DFD;
- от IDEF0 к IDEF3;
- от DFD к IDEF3.

К достоинствам BPwin следует отнести то, что это CASE-средство предоставляет аналитику два инструмента для оценки модели-ABC (Activity Based Costing) и UDP (User Defined Properties). Имеется также возможность генерации отчетов и многое др. Поэтому даже в случае объектно-ориентированного проекта имеет смысл строить модели бизнес-процессов в BPwin.

Выбор за разработчиком, так как кроме рассмотренных выше диаграммных техник, для моделирования бизнес-процессов можно использовать такие диаграммные техники унифицированного языка моделирования (Unified Modeling Language-UML), как диаграмма вариантов использования (Use Case Diagram), диаграмма состояний (Statechart), диаграмма деятельности (Activite Diagram) [3–5, 7].

**II. Общий подход к анализу и реорганизации бизнес-процессов в проектировании информационных систем. Информационные системы организаций.** В деятельности организации информационная система рассматривается как программное обеспечение, реализующее ее деловую стратегию. При этом наилучшим вариантом является создание и развертывание единой корпоративной информационной системы. Однако на практике создание такой всеобъемлющей информационной системы слишком



затруднено или даже невозможно, вследствие чего встает вопрос о разработке нескольких различных систем, решающих отдельные группы задач.

В работе кратко изложены возможные подходы к разработке информационных систем с учетом положительных и отрицательных оценок того или иного решения. Эти рекомендации могут быть в некоторой степени полезны разработчикам информационных систем различного назначения.

**Изучение предметной области.** Разработку информационной системы, как правило, начинают с изучения предметной области, так как разработчикам полезно вникнуть в проблему заказчика. При этом необходимую информацию исполнитель может почерпнуть в беседах с заказчиком, из различных литературных источников, документов. В случае, когда система предполагает наращивание возможностей, например, за счет подключения различных АРМ (автоматизированных рабочих мест), необходим комплексный подход. Без разработки общей картины системы и плана ее поэтапной реализации немаловажно проектирование автоматизации информационного обеспечения существующих предприятий и фирм, а тем более вновь создаваемых.

**Построение моделей бизнес-процессов.** На основании изучения предметной области для вновь создаваемых объектов строят обобщенную модель бизнес-процесса. В случае, когда речь идет об автоматизации информационной поддержки существующих предприятий и фирм следует выполнить обследование их целевой деятельности с последующим построением модели бизнес-процесса AS-IS (как есть), а затем предусмотреть реорганизацию существующего процесса с построением модели бизнес-процесса TO-BE (как должно быть). Построение модели бизнес-процессов целесообразно предварять приведенными ниже видами и последовательностью работ.

Проведение функционального и информационного обследования целевой деятельности:

- определение штатной и технологической структур организации;
- определение перечня целевых задач (функций) организаций;
- анализ распределения функций по подразделениям и сотрудникам;
- формирование альбома входных и выходных документов, используемых организацией.

Разработка структурной функциональной модели организации:

- 1) определение информационных потоков между основными процессами деятельности, связи между процессами и внешними объектами;
- 2) оценка объемов и интенсивности информационных потоков;

3) разработка иерархии диаграмм потоков данных, отражающей структурную функциональную модель деятельности;

4) анализ и оптимизация структурной физической модели.

Разработка информационной модели организации:

- определение сущностей моделей и их атрибутов;
- проведение атрибутивного анализа и оптимизации сущностей;
- идентификация отношений и определение типов сущностей;
- разрешение неспецифических отношений (многие-ко-многим);
- анализ и оптимизация информационной модели.

Разработка событийной модели организации:

- 1) идентификация перечня состояний модели и определение возможных переходов между состояниями;
- 2) определение условий, активирующих переходы, и действий, влияющих на дальнейшее поведение;
- 3) анализ и оптимизация событийных моделей.

Разработка предложений по автоматизации организации:

- составление перечня автоматизированных рабочих мест (АРМ) и способов взаимодействия между ними;
- разработка требований к техническим средствам;
- предложение требований к программным средствам;
- разработка предложений по средствам взаимодействия подразделений;
- создание предложений по этапам и срокам автоматизации.

Таким образом, фактически строится два типа моделей:

а) модель деятельности (AS-IS), представляющая собой «снимок» положения дел в организации на момент обследования и позволяющая понять, что делает и как функционирует организация с позиций системного анализа, а также на основании автоматической верификации выявить ряд ошибок и узких мест и сформулировать предложения по улучшению ситуации;

б) модель автоматизации (TO-BE) интегрирует перспективные предложения руководства и сотрудников организации, экспертов и системных аналитиков и позволяет сформулировать видение новой автоматизированной системы, а именно что будет делать вновь создаваемая система и как она будет функционировать.

Для построения всех видов бизнес-процессов обычно прибегают к диаграммным техникам IDEF0, DFD, IDEF3. Декомпозиции моделей

бизнес-процессов завершают спецификациями процессов, тела которых изображают с использованием псевдокода, FLO- форм, блок-схем алгоритмов, схем Насси – Шнейдермана. Потoki между процессами детализируют с помощью словарей данных. Кроме перечисленных выше диаграммных техник, для моделирования бизнес-процессов используют также диаграммы и языки UML как диаграммы прецедентов деятельности.

**Моделирование данных.** После решения вопроса с окончательной моделью бизнес-процесса рекомендуется построить диаграмму «сущность – связь» – ERD (Entity Relationship Diagram), предназначенную для разработки моделей данных и обеспечивающую стандартный способ определения данных и отношений между ними. Разработка ERD включает следующие этапы:

- идентификация сущностей, их атрибутов, а также первичных и альтернативных ключей;
- идентификация связей между сущностями с указанием типов этих связей;
- разрешение неспецифических связей (многие-ко-многим).

В результате получают инфологическую модель данных, которая служит основой для построения физической модели данных, привязанной к той или иной платформе: ACCESS, DB1|UDB, FOXPRO, INFORMIX, INGRES, ISERIES, MYSQL, ORACLE, PROGRESS, REGBRICK, SAS, SQL SERVER, SYBASE, SYBASE IQ, TERADATA. При логическом и физическом моделировании применяют нотации IDEF1X, IE.

**Выбор стиля программирования.** При выборе стиля программирования ИСЧ предпочитают объектно-ориентированный с объектной моделью (ОМ) процедурно-ориентированному стилю. Привлекательность ОМ состоит в том, что она:

- позволяет в полной мере использовать выразительные средства объектно-ориентированного языка программирования;
- существенно повышает уровень унификации разработки и пригодность для повторного использования не только программ, но и проектов;
- приводит к построению систем на основе стабильных промежуточных описаний;
- уменьшает риск разработки сложных систем.

К недостаткам ОМ относят:

- некоторое замедление работы программ. Одно обращение к методу занимает в 1,7–2,5 раза времени больше;
- динамическое размещение и уничтожение объекта нежелательно для решения задач с ограниченными ресурсами времени;
- увеличение начальных затрат на разработку системы и общего времени на проектирование по сравнению со структурным подходом;

– затруднения, связанные с новым типом мышления при использовании объектного подхода.

#### **Структурный подход к разработке ИС.**

Если указанные недостатки ОМ являются решающими, то продолжают разработку ИС с использованием структурного подхода. При этом логическую модель программных процессов строят с применением IDEF0, IDEF3, DF-диаграмм, завершая их декомпозицию спецификациями процессов. Для построения физической модели ИС в этом случае рекомендуется воспользоваться структурными картами Константайна (описывают отношения между модулями) и структурными картами Джексона (описывают внутреннюю структуру модулей.). Для описания спецификаций управляющих процессов используют диаграммы переходов состояний (STD – State Transition Diagram) либо их альтернативу – таблицы и матрицы переходов.

**Объектно-ориентированный (ОО) подход к разработке ИС.** В случае принятия решения о применении ОО подхода строят модель вариантов использования, которая включает список действующих лиц и их ролей, список вариантов использования, диаграмму вариантов использования (при необходимости, декомпозицию отдельных вариантов использования) и описание вариантов использования.

В модели претендентов выделяют классы анализа с использованием либо CRC-карточек, либо глоссария предметной области. Затем при необходимости описывают поведение объектов, порожденных активными классами, в виде диаграмм состояний либо диаграмм деятельности. Для представления сценариев взаимодействия объектов для отдельных претендентов строят диаграммы последовательности. Центральное место при построении логической модели информационной системы занимают диаграммы классов (интерфейса, вариантов использования, клиентской и серверной частей приложения). Физическое моделирование включает построение диаграмм компонентов и диаграмм размещения (развертывания). При ОО подходе модели бизнес-процессов можно строить не только с помощью диаграмм DFD, IDEF0, IDEF3, но и с применением диаграмм претендентов и диаграмм деятельности. Последние весьма удобны при необходимости представить распределение работ между подразделениями компании.

В результате выполнения изложенных выше работ создают логические и физические модели баз данных и программ поддержки функционирования ИС. Они служат основой реализации соответствующего информационного и программного обеспечения.

#### **Глобальные информационные системы.**

Если при проектировании глобальных информационных систем отдельные АРМы организаций

предыдущего подхода трактовать как информационные системы организаций, проектирование глобальных информационных систем будет идентично предыдущему подходу. Разумеется, что как в случае с информационными системами организаций, так и с глобальными информационными системами для разработки моделей бизнес-процессов лучше воспользоваться DF-диаграммами [3, 6–10].

**III. Инструментальная поддержка анализа и реорганизации бизнес-процессов в проектировании.** Для автоматизации построения описанных моделей рынок средств разработки ИС предлагает такие CASE-средства, как:

- ALLFusion Process Modeler (старое название Brwin) – средство, облегчающее проведение обследования деятельности предприятия и построения моделей программ и бизнес-процессов;
- ALLFusion Erwin Data Modeler (старое название Erwin) – инструмент создания моделей данных и генерации схем баз данных;
- ALLFusion Component Manager (старое название Paradigm Plus) – инструмент создания объектных моделей;
- Rational Rose – инструмент поддержки ОО разработки ИС;
- Rational XDE – инструмент для Visual Studio.Net.

В заключение следует особо отметить графический редактор Visio, предназначенный для создания презентаций разработок в машиностроении, энергетике, строительстве, экономике, программировании и т. д. В редакторе Visio можно выполнить построение всех описанных в данной работе моделей.

Разумеется, каждому из перечисленных инструментов, как и диаграммной технике, присущи свои достоинства и недостатки. Право наиболее рационального выбора в каждой конкретной ситуации остается за разработчиком информационной системы [3, 6, 11–15].

**Заключение.** Данная публикация акцентирует внимание на анализе и реорганизации бизнес-процессов в проектировании. Рассмотренное в п. I относится к проектированию объектов произвольной природы, в п. II – информационных систем организаций и глобального назначения, а в п. III даны сведения об инструментальной поддержке анализа и реорганизации бизнес-процессов в проектировании, а также рекомендуемая литература.

Авторы статьи надеются, что изложенный в ней материал может быть полезен разработчикам при проектировании объектов различного назначения.

### Список литературы

1. Буч Г., Рамбо Д., Джекобсон А. Язык UML: Руководство пользователя: пер. с англ. М.: ДМК, 2000. 432 с.
2. Калянов Г. Н. CASE-технологии. Консалтинг в автоматизации бизнес-процессов. 3-е изд. М.: Горячая линия – Телеком, 2002. 320 с.
3. Бугай О. В., Юденков В. С. САПР программного обеспечения издательско-полиграфического комплекса: учеб. пособие. Минск: БГТУ, 2007. 174 с.
4. Бугай О. В. Системы автоматизированного проектирования ПО. Минск: БНТУ, 2008. 48 с.
5. Бугай О. В. Моделирование к разработке ПО в VISIO. Минск: БНТУ, 2010. 63 с.
6. Бугай О. В., Бухвалова И. А. Возможные подходы к проектированию информационных систем // Информационные технологии в образовании, науке и производстве: III Междунар. науч.-техн. интернет-конф., 20–21 нояб. 2015 г. Секция 2. Режим доступа: [https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/21901/Документ\\_Бугай%20сБухвалова.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/21901/Документ_Бугай%20сБухвалова.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата обращения: 21.05.2021).
7. Леоненков А. В. Самоучитель UML. СПб.: БХВ-Петербург, 2001. 304 с.
8. Нелаев В. В., Стемпицкий В. Р. Основы САПР в микроэлектронике: учеб. пособие. Минск: БГУИР, 2008. 221 с.
9. Кватрани Т. Rational Rose 2000 и UML. Визуальное моделирование: пер. с англ. М.: ДМК, 2001. 176 с.
10. Харрингтон Д. Проектирование реляционных баз данных. Просто и доступно: пер. с англ. М.: Лори, 2002. 230 с.
11. Шмюллер Дж. Освой самостоятельно UML за 24 часа: пер. с англ. 2-е изд. М.: Вильямс, 2002. 352 с.
12. Карпов Б., Мирошниченко К. Microsoft VISIO 2000. СПб.: Питер, 2001. 256 с.
13. Калянов Г. Н. CASE: структурный системный анализ (автоматизация и применение). М.: ЛОРН, 1996. 242 с.
14. Корчак С. Н. Системы автоматизированного проектирования технологических процессов, приспособлений и режущих инструментов: учеб. пособие. М.: Машиностроение, 1988. 352 с.
15. Аверченков В. И., Каштальян И. А., Пархутик А. П. САПР технологических процессов, приспособлений и режущих инструментов: учеб. пособие. Минск: Выш. шк., 1993. 288 с.

### References

1. Butch G., Rambo D., Jacobson A. *Yazyk UML: Rukovodstvo pol'zovatelya* [UML Language: User's Guides]. Moscow, DMK Publ., 2000. 432 p.
2. Kalyanov G. N. *CASE-tehnologii. Konsalting v avtomatizatsii biznes-protsessov* [CASE-technologies. Consulting in the automatization of business processes]. Moscow, Garyachaya liniya – Telekom Publ., 2002. 320 p.
3. Bugay O. V., Yudenzov V. S. *SAPR programmnoho obespecheniya izdatel'sko-poligraficheskogo kompleksa* [CAD software for publishing and printing complex]. Minsk, BGTU Publ., 2007. 174 p.
4. Bugay O. V. *Sistemy avtomatizirovannogo proyektirovaniya PO* [Computer-aided software design systems]. Minsk, BNTU Publ., 2008. 48 p.
5. Bugay O. V. *Modelirovaniye k razrabotke PO v VISIO*. Minsk, BNTU Publ., 2010. 63 p.
6. Bugay O. V., Bukhvalova I. A. Possible approaches to the design of information systems. *III Mezhdunar. nauch.-tekhn. internet-konf. "Informatsionnyye tekhnologii v obrazovanii, nauke i proizvodstve"* [III International Scientific and Technical Internet Conference "Information technologies in education, science and production"]. Minsk, 2015, pp. 45–49. Available at: [https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/21901/Документ\\_Бугай%20Бухвалова.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/21901/Документ_Бугай%20Бухвалова.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (accessed 21.05.2021).
7. Leonenkov A. V. *Samouchitel' UML* [Self teaching guide UML]. St. Petersburg, BKhV-Petersburg Publ., 2001. 304 p.
8. Nelaev V. V., Stempitsky V. R. *Osnovy SAPR v mikroelektronike* [SAPR Basics in microelectronics]. Minsk, BGUIR Publ., 2008. 221 p.
9. Kvatrani T. *Rational Rose 2000 i UML. Vizual'noye modelirovaniye* [Rational Rose 2000 and UML. Visual modeling]. Moscow, DMK Publ., 2001. 176 p.
10. Harrington D. *Proyektirovaniye relyatsionnykh baz dannykh. Prosto i dostupno* [Relational database design. Simple and affordable]. Moscow, Lori Publ., 2002. 230 p.
11. Schmuller J. *Osvoy samostoyatel'no UML za 24 chasa* [Master the UML on your own in 24 hours]. Moscow, Vil'yams Publ., 2002. 352 p.
12. Karpov B., Miroshnichenko K. *Microsoft VISIO 2000* [Microsoft VISIO 2000]. St. Petersburg, Piter Publ., 2001. 256 p.
13. Kalyanov G. N. *CASE: strukturnyy sistemnyy analiz (avtomatizatsiya i primeneniye)* [CASE: structural systems analysis (automation and application)]. Moscow, LORN Publ., 1996. 242 p.
14. Korchak S. N. *Sistemy avtomatizirovannogo proyektirovaniya tekhnologicheskikh protsessov, prispособleniy i rezhushchikh instrumentov* [Computer-aided design systems for technological processes, fixtures and cutting tools]. Moscow, Mashinostroyeniye Publ., 1988. 352 p.
15. Averchenkov V. I., Kashtalyan I. A., Parhulik A. P. *SAPR tekhnologicheskikh protsessov, prispособleniy i rezhushchikh instrumentov* [SAPR for technological processes, fixtures and cutting tools]. Minsk, Vysh. shk. Publ., 1993. 288 p.

### Информация об авторах

**Бугай Осип Викентьевич** – кандидат технических наук, доцент кафедры полиграфического оборудования и систем обработки информации. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: [bugay@belstu.by](mailto:bugay@belstu.by)

**Коренькова Анастасия Александровна** – ассистент кафедры полиграфического оборудования и систем обработки информации. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: [korenkova@belstu.by](mailto:korenkova@belstu.by)

### Information about the authors

**Bugay Osip Vikent'yevich** – PhD (Engineering), Assistant Professor, the Department of Printing Equipment and Information Processing Systems. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [bugay@belstu.by](mailto:bugay@belstu.by)

**Koren'kova Anastasiya Aleksandrovna** – assistant lecturer, the Department of Printing Equipment and Information Processing Systems. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [korenkova@belstu.by](mailto:korenkova@belstu.by)

Поступила 26.05.2021

УДК 070:004.738.5

**А. А. Градюшко**

Белорусский государственный университет

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ  
В МНОГОПЛАТФОРМЕННОЙ СРЕДЕ**

В статье рассматривается специфика функционирования регионального медиапространства. Материалом для выполнения исследования послужили сайты белорусских региональных газет, а также их аккаунты в социальных сетях и мессенджерах. В последние годы региональные СМИ переживают процесс трансформации, меняя свои подходы к предоставлению информации и внедряя новые цифровые технологии. В ходе исследования выявлены и охарактеризованы важнейшие факторы, повышающие эффективность журналистского творчества в интернете. Разработаны технологии повышения эффективности средств массовой информации в условиях цифровизации. Показано, что региональным СМИ необходимо быстро адаптироваться к условиям многоплатформенной среды, что позволит им увеличить аудиторию.

Автор приходит к выводу, что удержание внимания читателей, удовлетворение их потребностей и интересов в цифровой среде становится все более сложной и многоплановой задачей, требующей от журналистов новых знаний и компетенций.

**Ключевые слова:** медиапространство, цифровая журналистика, региональные медиа, платформы, аудитория, вовлеченность.

**Для цитирования:** Градюшко А. А. Современные тенденции развития региональных СМИ в многоплатформенной среде // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 44–49.

**A. A. Hradziushka**

Belarusian State University

**MODERN TRENDS OF REGIONAL MEDIA DEVELOPMENT  
IN A MULTI-PLATFORM ENVIRONMENT**

The article discusses the specifics of the functioning of the regional media space. The material for the study was the websites of Belarusian regional newspapers, as well as their accounts in social networks and instant messengers. In recent years, regional media have been undergoing a transformation process, changing their approaches to providing information and introducing new digital technologies. The research identified and characterized the most important factors that increase the effectiveness of journalistic creativity on the Internet. Technologies have been developed to improve the efficiency of the media in the context of digitalization. It is shown that regional media need to quickly adapt to the conditions of a multi-platform environment, which will allow them to increase their audience. The author comes to the conclusion that retaining the attention of readers, meeting their needs and interests in the digital environment is becoming an increasingly complex and multifaceted task that requires new knowledge and competencies from journalists.

**Key words:** media space, digital journalism, regional media, platforms, audience, engagement.

**For citation:** Hradziushka A. A. Modern trends of regional media development in a multi-platform environment. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 44–49 (In Russian).

**Введение.** Цифровизация стала неотъемлемым условием развития белорусского медиапространства. Сегодня, когда в стране более 82% населения подключено к интернету, региональные средства массовой информации стремятся внедрять цифровые технологии в свою работу. В Республике Беларусь зарегистрировано 136 государственных региональных печатных СМИ, учредителями которых выступают областные, городские и районные исполнительные комитеты: 118 – районных, 9 – областных, 9 – городских. Всего в региональных СМИ работают

2164 человека, из них 1169 – творческих. Каждая газета имеет свой сайт, а также аккаунты в нескольких социальных сетях и мессенджерах. В связи с этим актуальной задачей представляется выявление современных тенденций развития региональных СМИ в многоплатформенной среде, что будет способствовать оптимизации творческого процесса и повышению эффективности деятельности редакций.

Вопрос влияния цифровых платформ на региональную журналистику стал одной из актуальных тем исследований О. Р. Алевизаки,

О. С. Довбыш, Л. К. Лободенко, В. Ф. Олешко, И. М. Печищева, А. В. Пустовалова, Л. Г. Свитич, Л. Л. Черепановой и других ученых. В их работах отражены существенные изменения в организации деятельности редакций, содержательно-тематической структуре, приемах написания заголовков и текстов, формах взаимодействия с аудиторией. Вместе с тем ряд проблем творческой деятельности региональных СМИ Беларуси в многоплатформенной среде остается недостаточно изученным. В литературе отсутствуют актуальные данные о способах измерения вовлеченности аудитории интернет-ресурсов. К настоящему времени не в полной мере обобщен опыт организации работы белорусских региональных медиа в цифровой среде. Недостаточно исследованы особенности творческой деятельности журналистов в социальных сетях и мессенджерах.

Цель статьи – теоретико-экспериментальное обоснование и оценка степени влияния цифровых платформ на развитие медиапространства Республики Беларусь. В качестве базы эмпирического исследования были взяты сайты региональных государственных СМИ, их сообщения в наиболее популярных социальных сетях («ВКонтакте», Instagram) и мессенджере Telegram. Исследование сайтов проведено на основе веб-метрик посещаемости интернет-ресурсов («Яндекс.Метрика»). Изучение социальных платформ выполнено с помощью аналитических сервисов Popsters и Tgstat. Методология исследования основывается на сравнительном анализе и обобщении. Исследование проводилось в период с 1 января по 15 сентября 2021 г.

**Основная часть.** Совершенно очевидно, что региональное медиапространство заметно и масштабно трансформируется. Как утверждает О. Р. Алевизаки, в цифровую эпоху журналист «становится медиарботником, выполняющим внушительный функционал по подготовке контента, его размещению, продвижению и пр.» [1, с. 680]. Д. В. Соколова считает, что «в цифровой среде медиа приходится конкурировать не только друг с другом, но также с социальными сетями, пользовательским контентом и вообще любой информацией, распространяемой посредством интернета. В условиях жесткой конкуренции СМИ вынуждены искать новые способы завладения вниманием аудитории» [2, с. 284–285].

В то же время многочисленные исследования подтверждают, что «количество пользователей (и просмотров) уже перестало быть главным параметром в измерениях онлайн-аудитории» [3, с. 56]. По мнению исследователей Абашева В. В. и Печищева И. М., «важной характеристикой востребованности издания является лояльность аудитории, степень которой косвенно характеризуют доли прямых заходов на сайт издания

и заходов на сайт с помощью ссылок в социальных сетях» [4, с. 22].

В последние годы многие региональные медиа перешли на многоплатформенные стратегии, которые способствуют «значительному расширению объемов медиаконтента, предоставляемого и доступного для аудитории в условиях ограниченных бюджетов медийных организаций» [5, с. 49]. Как отмечает В. Ф. Олешко, гигантские объемы информационных потоков «заставили в последние годы большинство СМИ использовать мультиплатформенный и мультиканальный подходы к организации творческой деятельности» [6, с. 249].

Многие новостные компании по всему миру переживают тяжелые времена в сегодняшнем цифровом конкурентном медиапространстве. Все больше и больше пользователей получают новости через социальные сети вместо того, чтобы покупать газету или посещать сайты СМИ. Это заставляет ученых беспокоиться о будущем средств массовой информации. Тем не менее «текущая оцифрованная и фрагментированная среда также может рассматриваться как возможность для новостных СМИ вводить новшества таким образом, чтобы сделать их более полезными для пользователей» [7].

Появление новых цифровых устройств привело к конвергенции и стерло границы между различными типами медиа. Для одного и того же новостного бренда появилась возможность работать на нескольких платформах и тем самым предоставлять один и тот же контент на разных устройствах. Это дало новостным пользователям «беспрецедентно высокую свободу выбора, поскольку теперь они могут выбирать не только то, какой контент им нравится, но и то, в какое время они хотят его получить, и на каком устройстве» [8]. В основном они используют смартфон, поскольку он всегда с ними «как другая рука» [9]. Кроме того, исследования показывают, что молодые пользователи часто получают новости случайно через социальные сети, поскольку новостные материалы появляются в их лентах [10].

Белорусские региональные СМИ к 2021 г. накопили значительный опыт в освоении интернет-пространства. Многие журналисты создают свой материал не для какого-то одного канала коммуникации (газеты или сайта), а в расчете на мультиплатформенную дистрибуцию, когда контент «переупаковывается» и становится пригоден для размещения не только в печатном издании, но и на сайте, в социальных сетях, мессенджерах. Классические СМИ пытаются компенсировать уменьшение количества читателей путем привлечения новой аудитории из социальных медиа. При этом они сталкиваются с алгоритмическим

формированием новостных лент, необходимостью адаптации контента к требованиям платформ Instagram, TikTok, YouTube и др. Эти тенденции в 2021 г. отчетливо проявляют себя как на глобальном уровне, так и на локальном.

Посещаемость сайта – один из важнейших параметров, если редакция по-прежнему рассматривает сайт как одну из влиятельных платформ. Необходимо учитывать также долю посетителей сайта от численности населения региона. Наконец, важно качество трафика. Значительный процент прямых заходов на сайт говорит нам о том, что у издания есть большое количество преданных и лояльных читателей. Десять самых посещаемых сайтов региональных государственных медиа Республики Беларусь приведены в табл. 1.

Использование сравнительного и аналитического методов исследования позволяет нам утверждать, что в 2021 г. значительно увеличилась доля посетителей, которые приходят на сайты из рекомендательных систем [11]. В частности, согласно данным сервиса «Яндекс.Метрика», в период с 1 января по 15 сентября 2021 г. из рекомендательных систем на сайт газеты «Наш край» nashkraj.by пришли 68,7% посетителей. Прямые заходы составили 5,04%. Переходы из поисковых систем – 17,4%, переходы из социальных сетей – 2,83%. При этом Google Discover привлек 87% переходов из рекомендательных систем, «Яндекс.Дзен» – 13%. Таким образом, лента рекомендаций Google Discover становится все более важным каналом для новостных СМИ. Она работает исключительно на мобильных Android-устройствах. Специальный алгоритм подбирает для каждого пользователя персональный контент. Однако такой трафик может исчезнуть так же быстро, как и прийти. В частности, если в мае 2020 г. посещаемость сайта «Гродзенская праўда» достигала

39 000 уникальных посетителей в сутки, то в сентябре 2021 г. эта цифра составила всего 9 500. Трафик уменьшился более чем в четыре раза.

Поскольку сайт уже не является основной площадкой, многие региональные медиа стремятся наращивать присутствие в социальных сетях, мессенджерах, на видеохостинге YouTube. Многочисленные исследования подтверждают тот факт, что главной метрикой эффективности работы региональных СМИ в социальных сетях становится вовлеченность аудитории [12, 13, 14]. Прирост количества реакций (комментариев, репостов, лайков) – это то, к чему должна стремиться редакция. Распространенной ошибкой, которую допускают редакции многих региональных СМИ, является публикация в соцсетях только ссылок на сайт. Кроме того, нет необходимости тратить силы на сопровождение сообществ, в которых малая активность подписчиков.

Наиболее успешны в соцсетях, в частности, такие белорусские региональные издания, как «Аршанская газета», «Голас Любаншчыны», «Драгічынскі веснік», «Маяк», «Родныя вытокі», «Свабоднае слова», «Шлях перамогі» и ряд др. Уже не первый год они представлены на таких платформах, как «ВКонтакте» и «Одноклассники», а также на YouTube. Присутствие на Facebook и в Twitter показывает низкую эффективность.

В настоящее время возрастает влияние на формирование новостной повестки платформы Instagram. Аккаунты в Instagram завели практически все региональные медиа. Наибольшее количество подписчиков имеют «Могилевские ведомости» (27,700), «Аршанская газета» (17,500), «Гомельские ведомости» (10,800). Самым востребованным форматом новостей в Instagram нам представляются новостные истории (Stories). Профилям, у которых более 10 тыс. подписчиков, доступна ссылка на сайт газеты из Stories.

Таблица 1

**Десять самых посещаемых сайтов региональных государственных медиа (количество уникальных посетителей в сутки согласно статистике «Яндекс.Метрика» в сентябре 2021 г.)**

Название медиа, город	Сайт	Количество уникальных посетителей в сутки
«Наш край» (г. Барановичи)	nashkraj.by	83 000
«МЛЫН.ВУ» (Минская обл.)	mlyn.by	35 000
«Могилевские ведомости» (г. Могилев)	mogilevnews.by	18 700
«Віцьбічы» (г. Витебск)	vitbichi.by	12 300
«Гомельские ведомости» (г. Гомель)	newsgomel.by	10 700
«Гомельская праўда» (г. Гомель)	gp.by	10 500
«Гродзенская праўда» (г. Гродно)	grodnonews.by	9 500
«Витебские вести» (г. Витебск)	vitvesti.by	6 800
«Новы дзень» (г. Жлобин)	ndsmi.by	4 700
«Дняпровец» (г. Речица)	dneprovec.by	4 200

Таблица 2

**Вовлеченность аудитории пяти крупнейших Telegram-каналов региональных государственных медиа (период исследования: 01.01.2021–15.09.2021)**

Название Telegram-канала, адрес	Количество подписчиков	Среднее количество постов сутки	Средний дневной охват	Средний охват одного поста	ERR, %
«BEREZA.BY» @berezaby	1778	10	8500	856	49
«Гродненская правда. Онлайн» @grodnonewsby	1525	23	9600	447	29
«Наш край – Барановичи» @nashkraj	743	28	8900	349	47
«Газета Дзянніца» dzyannica_shchuchin	548	10	2700	265	48
«Вестник Могилева – новости Могилева» @mogilove	500	20	2300	137	27,4

Важнейшей тенденцией, оказывающей влияние на развитие региональной медиаиндустрии, является активное использование мессенджеров [15]. В 2021 г. значительную популярность у аудитории завоевала платформа Telegram. Каналы в Telegram имеют значительный коммуникационный потенциал как в отношении форматов и жанров представления текстового и визуального контента, так и в плане приемов взаимодействия с подписчиками (см. табл. 2). Среди 136 государственных региональных газет страны каналы в Telegram имеет примерно каждое четвертое издание. Однако количество подписчиков в большинстве случаев не превышает 100–300 чел.

Анализ каналов показал, что некоторые СМИ используют Telegram как ленту ссылок на основной сайт, что нельзя считать эффективной стратегией. Необходимо использовать в каналах интерактивные формы (опросы, комментарии, чат-боты и др.).

Редакции региональных медиа также развивают свое присутствие на YouTube. Значительное количество подписчиков имеют, в частности, «Астравецкая праўда» (19.200), «Наш час» (5300), «Віцьбічы» (2300). При оценке эффективности каналов региональных СМИ на YouTube недостаточно учитывать лишь число пользователей, подписавшихся на канал. Важное значение имеют такие показатели, как количество просмотров всех видео на канале и количество просмотров отдельных роликов, время просмотра, количество комментариев, число лайков и дизлайков и др. Развитие каналов, безусловно, требует много сил, средств и времени.

Для более полной характеристики тенденций развития региональных медиа в многоплатформенной среде мы провели анонимное анкетирование 14 главных редакторов и журналистов региональных СМИ Гомельской области на образовательном семинаре 28 октября 2020 г. в Гомеле. На вопрос «Каковы наиболее актуальные проблемы региональной журналистики?» были получены, в частности, следующие ответы: «потеря аудитории как печатной версии,

так и электронной, перетекание ее в негосударственный сектор, зависимость от местных органов власти», «дефицит кадров, слабая материально-техническая база, проблемы с монетизацией, не производятся отдельные материалы для сайта и соцсетей», «квалификация кадров».

По мнению респондентов, эффективность журналистского творчества в цифровую эпоху могут повысить «внедрение новых технологий», «участие в обучающих семинарах», «достойная оплата труда», «изучение опыта коллег», «свобода в выборе тем для публикации». При ответе на вопрос «Влияют ли новые технологии на журналистскую профессию?» 64,7% указали, что труд журналиста изменился кардинально. Большинство респондентов высказали мнение, что в редакциях очень высокий ритм работы, им необходимо укладываться в более сжатые сроки, чем прежде; 52,9% отметили, что журналист региональных СМИ становится универсалом, способным создавать контент для разных медиаплатформ.

**Заключение.** Полученные нами результаты можно интерпретировать следующим образом.

1. Цифровая трансформация стала важнейшим условием развития региональных медиа. Эпоха цифровизации заставила их справляться с рядом серьезных вызовов, в числе которых отметим необходимость создавать контент для разных медиаплатформ, в том числе социальных сетей и мессенджеров.

2. Многие редакции испытывают трудности с техническими и кадровыми ресурсами. Экономическая ситуация в местных городах приводит к миграции специалистов в более крупные и более экономически развитые города. Журналистам часто не хватает знаний (или энтузиазма), чтобы исследовать новые для них технологии.

3. Мы можем сформулировать следующие рекомендации для повышения эффективности работы региональных СМИ в многоплатформенной среде. Во-первых, редакциям необходимо отказаться от консервативного понимания печатной версии газеты как основного актива. Во-вторых, нужно направлять сотрудников на



повышение квалификации в области цифровой журналистики. В-третьих, следует решить вопрос с оплатой труда журналистов, которые производят контент для интернет-платформ.

Автор приходит к выводу, что несмотря на ряд проблем, региональное медиапространство Республики Беларусь в настоящее время находится на стадии активной цифровой трансформации.

### Список литературы

1. Авторская и редакторская деятельность журналиста в российском медиапространстве / О. Р. Алевизаки [и др.] // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8, № 4. С. 679–703. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).679-703.
2. Соколова Д. В. Дистрибуция медиаконтента в Telegram: трансформация стратегий СМИ и особенности площадки // Мировая журналистика: единство многообразия: сб. ст.: в 2 т. Т. II / РУДН, отв. ред. Е. В. Мартыненко. М., 2018. С. 284–292.
3. Любимцева М. А. Факторы, влияющие на время чтения и дочитываемость материалов онлайн-медиа (кейс Lady.mail.ru) // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2020. № 2. С. 53–84. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2020.5384.
4. Абашев В. В., Печищев И. М. Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Город и медиа: материалы Междунар. научн.-практ. конф. «Новые городские медиа в медиаландшафте России», Пермь, 1–2 июня 2018 г. / Перм. гос. нац. иссл. ун-т. Пермь, 2018. С. 9–29.
5. Doyle G. Multi-platform media and the miracle of the loaves and fishes // Journal of Media Business Studies. 2015. Vol. 12, issue 1. P. 49–65. DOI: 10.1080/16522354.2015.1027113.
6. Олешко В. Ф., Олешко Е. В. СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. 470 с.
7. Pavlik J. V. Innovation and the Future of Journalism. *Digital Journalism*. 2013, vol. 1, issue 2. P. 181–193. DOI: 10.1080/21670811.2012.756666.
8. Bjur J., Schroder K. C., Hasebrink U., Courtois C., Adoni H., Nossek H. Cross-Media Use: Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood. In *Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity* / ed. by N. Carpentier, K. C. Schroder, & L. Hallett (Eds.). Abingdon, UK: Routledge, 2013. P. 15–29.
9. Boczkowski Pablo J., Mitchelstein E., Matass M. “News Comes across When I’m in a Moment of Leisure”: Understanding the Practices of Incidental News. *New Media & Society*. 2018, vol. 20, issue 10. P. 3523–3539. DOI: 10.1177/1461444817750396.
10. Antunovic D., Parsons P., Tanner R. Cooke. Checking and Googling: Stages of News Consumption among Young Adults. *Journalism*. 2016, vol. 19, issue 5. P. 632–648. DOI: 10.1177/1464884916663625.
11. Haim M., Graefe A., Brosius H.-B. Burst of the Filter Bubble? *Digital Journalism*. 2018, vol. 6, issue 3. P. 330–343. DOI: 10.1080/21670811.2017.1338145.
12. Ferrer-Conill R., Tandoc Edson C. Jr. The Audience-Oriented Editor. *Digital Journalism*. 2018, vol. 6, issue 4. P. 436–453. DOI: 10.1080/21670811.2018.1440972.
13. Zamith R. Quantified Audiences in News Production. *Digital Journalism*. 2018, vol. 6, issue 2. P. 418–435. DOI: 10.1080/21670811.2018.1444999.
14. Zayani M. Digital Journalism, Social Media Platforms, and Audience Engagement: The Case of AJ+. *Digital Journalism*. 2021, vol. 9, issue 1 P. 24–41. DOI: 10.1080/21670811.2020.1816140.
15. Boczek K., Koppers L. What’s New about Whatsapp for News? A Mixed-Method Study on News Outlets’ Strategies for Using WhatsApp. *Digital Journalism*. 2020, vol. 8, issue 1. P. 126–144. DOI: 10.1080/21670811.2019.1692685.

### References

1. Alevizaki O. R., Smirnova O. V., Svitich L. G., Shkondin M. V. Author's and editorial activities of a journalist in the Russian media space. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], 2019, vol. 8, no. 4, pp. 679–703. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).679-703.
2. Sokolova D. V. Distribution of media content in Telegram: transformation of media strategies and platform features. *Mirovaya zhurnalistika: edinstvo mnogoobraziya* [World journalism: unity of diversity: collection of articles], 2018, vol. II, pp. 284–292 (In Russian).
3. Lyubimtseva M. A. Factors affecting the reading time and readability of online media materials (Lady.mail.ru case). *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Bulletin of Moscow University], series 10, Journalism, 2020, no. 2, pp. 53–84. DOI: 10.30547/vestnik.journ.2.2020.5384.
4. Abashev V. V., Pechishchev I. M. Urban network publications as agents of urbanization. *Materialy Mezhdunar. nauchn.-prakt. konf. “Novyye gorodskiye media v medialandshafte Rossii”* [Materials of

the International scientific-practical. conf. “New urban media in the media landscape of Russia”]. Perm’, 2018, pp. 9–29 (In Russian).

5. Doyle G. Multi-platform media and the miracle of the loaves and fishes. *Journal of Media Business Studies*. 2015, vol. 12, issue 1, pp. 49–65. DOI: 10.1080/16522354.2015.1027113.

6. Oleshko V. F., Oleshko E. V. *SMI kak mediator kommunikativno-kul’turnoi pamyati* [Mass media as a mediator of communicative and cultural memory]. Yekaterinburg, Izd-vo Ural’skogo un-ta Publ., 2020. 470 p.

7. Pavlik J. V. Innovation and the Future of Journalism. *Digital Journalism*. 2013. vol 1, issue 2, pp. 181–193. DOI: 10.1080/21670811.2012.756666.

8. Bjur J., Schroder K. C., Hasebrink U., Courtois C., Adoni H, Nossek H. Cross-Media Use: Unfolding Complexities in Contemporary Audiencehood. In *Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity* / ed. by N. Carpentier, K. C. Schroder, & L. Hallett (Eds.). Abingdon, UK: Routledge, 2013, pp. 15–29 (In English).

9. Boczkowski Pablo J., Mitchelstein E., Matass M. “News Comes across When I’m in a Moment of Leisure”: Understanding the Practices of Incidental News. *New Media & Society*. 2018, vol. 20, issue 10, pp. 3523–3539. DOI: 10.1177/1461444817750396.

10. Antunovic D., Parsons P., Tanner R. Cooke. Checking and Googling: Stages of News Consumption among Young Adults. *Journalism*. 2016, vol. 19, issue 5, pp. 632–648. DOI: 10.1177/1464884916663625.

11. Haim M., Graefe A., Brosius H.-B. Burst of the Filter Bubble? *Digital Journalism*. 2018, vol. 6, issue 3, pp. 330–343. DOI: 10.1080/21670811.2017.1338145.

12. Ferrer-Conill R., Tandoc Edson C. Jr. The Audience-Oriented Editor. *Digital Journalism*. 2018, vol. 6, issue 4, pp. 436–453. DOI: 10.1080/21670811.2018.1440972.

13. Zamith R. Quantified Audiences in News Production. *Digital Journalism*. 2018, vol. 6, issue 2, pp. 418–435. DOI: 10.1080/21670811.2018.1444999.

14. Zayani M. Digital Journalism, Social Media Platforms, and Audience Engagement: The Case of AJ+. *Digital Journalism*. 2021, vol. 9, issue 1, pp. 24–41. DOI: 10.1080/21670811.2020.1816140.

15. Boczek K., Koppers L. What’s New about Whatsapp for News? A Mixed-Method Study on News Outlets’ Strategies for Using WhatsApp. *Digital Journalism*. 2020, vol. 8, issue 1, pp. 126–144. DOI: 10.1080/21670811.2019.1692685.

#### Информация об авторе

**Градюшко Александр Александрович** – кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики. Белорусский государственный университет (220030, г. Минск, пр-т Независимости, 4, Республика Беларусь). E-mail: webjournal@gmail.com

#### Information about the author

**Hradziushka Aleksandr Aleksandrovich** – PhD (Philology), Assistant Professor, the Department of Periodical Press and Web Journalism. Belarusian State University (4, Nezavisimosti Ave., 220030, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: webjournal@gmail.com

Поступила 15.09.2021

УДК 80+070

**М. А. Груздева**

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

**ДЫСКУРСНАЯ ІНТЭРПРЭТАЦЫЯ ПАВЕДАМЛЕННЯЎ У МЕДЫЯТЭКСТАХ**

У артыкуле медыядыкурс трактуецца як палітэкставая структура, у якой арганізуецца пэўнае паведамленне ў сродках масавай камунікацыі на фоне інтралінгвістычных заканамернасцей і экстралінгвістычнай парадыгмы, што ўключае ў сябе пазатэкставую інфармацыю (прэсупазіцыя, умовы ўзнікнення і планавання, перлакутыўны эффект і інш.). Робіцца выснова пра тое, што інтэрпрэтацыйны складнік камунікацыі паміж журналістам і рэцыпіентам выяўляецца найбольш выразна і дакладна менавіта ў медыядыкурсе. Аўтар вызначае ролю дыскурснай інтэрпрэтацыі ў сучаснай адрасатацэнтрчнай мадэлі камунікацыі, апісвае паняцце «інтэрпрэтацыя» і верыфікуе яго ў тэкставай дзейнасці журналіста, разглядае фактары, якія ўплываюць на канчатковы вынік інтэрпрэтацыйнага працэсу. У артыкуле апісваецца анталогія камунікатыўных рызык ў медыя пры інтэрпрэтацыі паведамленняў іх стваральнікам, прасочваецца ўзаемасувязь паняццяў «інтэрпрэтацыя» і «аб’ектыўнасць» у журналістыцы, аналізуецца інтэрпрэтацыйныя ваганні пры рэпрэзентацыі паведамлення ў сродках масавай камунікацыі. На матэрыяле шэрагу беларускіх медыя вызначаюцца асноўныя віды дыскурснай інтэрпрэтацыі па спосабе прадастаўлення (яўная і няўная), а таксама выяўляюцца інтралінгвістычныя (выкарыстанне эмацыянальна-ацэначнай лексікі, увядзенне інтэртэксту і вербалізацыя канцэптуальных адзінак) і экстралінгвістычныя спосабы інтэрпрэтацыйнай дзейнасці журналістаў (факусаванне, акцэнтаванне і аўтарская інтэнцыянальнасць).

**Ключавыя словы:** медыядыкурс, камунікацыя, інтэрпрэтацыя, дыскурсная інтэрпрэтацыя, інтралінгвістычныя фактары, экстралінгвістычныя фактары.

**Для цитування:** Груздева М. А. Дыскурсная інтэрпрэтацыя паведамленняў у медыятэкстах // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- і медиатехнологии. 2021. № 2 (244). С. 50–55.

**M. A. Gruzdeva**

Belarusian State University

**DISCOURSE INTERPRETATION OF MESSAGES IN MEDIA TEXTS**

The article interprets media discourse as a polytextual structure, where organizes a certain message in media amid intralinguistic patterns and extralinguistic paradigm, which includes non-textual information (presupposition, conditions of emergence and planning, perlocutionary effect, etc.). It is concluded that the interpretative element of communication between the journalist and the recipient is revealed most expressively and accurately in media discourse. The author defines the role of discourse interpretation in the modern addressee-centered model of communication, describes the concept of “interpretation” and its importance in the work of a journalist, considers the factors that affect the final outcome of the interpretative process. The article describes an anthology of communicative risks in the media in the interpretation of messages their creators, traces a linkage between the concepts of “interpretation” and “objectivity” in journalism, analyzes the interpretive fluctuations in the representation of the message in the media. The main types of discourse interpretation according to the method of representation (explicit and implicit) are established on the material of a number of Belarusian media, and identify the intralinguistic (the use of emotional and evaluative vocabulary, the introduction of intertext and verbalization of conceptual units) and extralinguistic methods of interpretive activity of journalists (focusing, emphasis and authorial intentionality).

**Key words:** media discourse, communication, interpretation, discourse interpretation, intralinguistic factors, extralinguistic factors.

**For citation:** Gruzdeva. M. A. Discourse interpretation of messages in media texts. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (244), pp. 50–55 (In Russian).

**Уводзіны.** Медыя выступаюць інтэрпрэтарамі рэальнасці. Інтэрпрэтацыйная накіраванасць медыядыкурсу звязана з працэсам узаемадзеяння ў сістэме АЎТАР – ТЭКСТ – АДРАСАТ. Сучасная адрасатацэнтрчная мадэль камунікацыі дапускае, што тэкст (у тым ліку

медыятэкст) уяўляецца як працэс інтэрпрэтацыі аўтарам паведамлення, так і вынік інтэрпрэтацыйнай дзейнасці адрасата. Гэта значыць, «інтэрпрэтацыя як ментальна-кагнітыўны працэс рэгулюе як дзейнасць аўтара на этапе стварэння тэксту, так і дзейнасць адрасата на

этапе яго ўспрымання» [1, с. 176]. Прадметам аналізу ў артыкуле стала мадэль аўтарскай (журналісцкай) інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыядыскурсе, а таксама сам працэс вербалізацыі падзеі ў тэксце СМІ. Паводле А. Г. Бяляеўскай, дыскурсная інтэрпрэтацыя адлюстроўвае пэўнае светабачанне, «што адрозніваецца ад іншых магчымых інтэрпрэтацый і пададзенае як адзінае праўдзівае» [2, с. 6]. Адсюль можам канстатаваць, што дыскурсная інтэрпрэтацыя ўплывае і на інтэрпрэтацыйную дзейнасць адрасата, бо пэўным чынам скіроўвае працэс па асэнсаванні рэчаіснасці рэцыпіентам. Таму ў кантэксце падалізнай адрасатацэнтрычнай мадэлі камунікацыі даследаванне гэтай інтэрпрэтацыі з'яўляецца актуальным.

Паняцце «інтэрпрэтацыя» ёсць асноўны складнік кагніталогіі, у прыватнасці кагнітыўнай журналістыкі. Пад інтэрпрэтацый тэксту разумоць раскрыццё зместу, які ў ім закладзены [3, с. 4], што прадугледжвае складаны разумова-маўленчы працэс успрымання, разумення, планавання, аналізу і ацэнкі тэкставага паведамлення. Журналіст стварае і пэўным чынам афармляе паведамленне праз вусную ці пісьмовую (апошнім часам – віртуальную) форму ў медыя і фіксуе гэтым самым сэнс паведамлення.

**Асноўная частка.** Інтэрпрэтацыйная дзейнасць супрацоўніка медыя вызначаецца мноствам экстралінгвістычных фактараў. Яны датычаць як асобы журналіста, так і дзейнасці медыя, у якім ён працуе. Сярод такіх фактараў неабходна вылучыць наступныя: 1) асабісты досвед; 2) карціну свету; 3) лінгвістычны кантэкст; 4) від сродку масавай камунікацыі (далей – СМК); 4) яго тэматычную накіраванасць; 5) рэдакцыйную палітыку; 6) форму ўласнасці СМК; 7) тып медыя па тэрытарыяльнай прыкмеце і інш. Хоць вытлумачэнне сэнсу паведамлення па сваёй сутнасці з'яўляецца адвольным працэсам, дыскурсная інтэрпрэтацыя абмежавана «як натуральнымі законамі семантычнай адпаведнасці, так і ідэалагічнымі фактарамі» [4, с. 20].

Журналіст як інтэрпрэтатар паведамлення перадае яго змест з дапамогай тэксту, аднак з-за мноства фактараў, што ўплываюць на канчатковы вынік інтэрпрэтацыйнай дзейнасці, у медыя інфармацыя пра падзею ці факт не адпавядае цалкам рэчаіснасці. СМК у паведамленні прапаноўваць рэцыпіенту вобраз падзеі, і задача медыятэксту складаецца ў фармаванні падобнага ўяўлення пра факт у рэцыпіента. Асноўнай камунікацыйнай рызыкай у дзейнасці супрацоўніка медыя пры інтэрпрэтацыі паведамлення з'яўляецца ўзнікненне наўмысных ці ненаўмысных істотных скажэнняў сэнсу, што, у сваю чаргу, дае падставы меркаваць, як ў медыятэксце выкарыстоўваецца стратэгія маніпулявання.

Як адзначае В. В. Харальскі, «інтэрпрэтацыя факта можа быць такой вытанчанай, што дакладнасць і праўдзівасць дэталю не дазваляюць заўважыць выпадковага ці наўмыснага скажэння сутнасці праблем» [5, с. 85]. Гэтыя дэфармацыі могуць быць выкліканы не толькі асабістымі характарыстыкамі журналіста і фактарамі экстралінгвістычнага кантэксту ў дзейнасці СМК, але і памылкамі падчас інтэрпрэтацыйнай дзейнасці. Напрыклад, аўтар рэпрэзентаваў недастаткова поўны вобраз падзеі для яго наступнага тлумачэння рэцыпіентам ці не ўлічыў фікцыі, з якімі сутыкнуцца рэцыпіенты. У. Ліпман пад паняццем «фікцыя» разумее «вобразы, прымхі і прадуматасці, што замацаваліся ў грамадскай свядомасці»; яны выступаюць «прыладай інтэрпрэтацыі» [6, с. 25]. Таму журналісту ў сваёй дзейнасці варта з асцярожнасцю і асаблівай увагай ставіцца да камунікацыйных пагроз, каб не дапусціць неадэкватнай інтэрпрэтацыі паведамленняў.

Разгледжаныя аспекты інтэрпрэтацыйнага працэсу ў журналістыцы дазваляюць сцвярджаць, што рэпрэзентацыя падзей у тэкстах ітэрпрэтацыйна па сваёй прыродзе. Аднак пры гэтым адно з асноўных патрабаванняў да дзейнасці журналіста – аб'ектыўнасць. Важна прасачыць узаемасувязь паняццяў «інтэрпрэтацыя» і «аб'ектыўнасць» і ўстанавіць іх значэнне ў функцыянаванні медыя. Чытанне, разуменне і тлумачэнне паведамлення ўяўляе сабой працэс інтэрпрэтацыі. Значыць, аб'ектыўнасць журналісцкага тэксту непазбежна ўтрымлівае інтэрпрэтацыю. Па сутнасці, інтэрпрэтацыйная дзейнасць – гэта не проста частка працы над медыятэкстам, а яе аснова. Таму паняцце «аб'ектыўнасць» у журналістыцы не разглядаецца ў агульнафіласофскім сэнсе як незалежнасць аб'екта (паведамлення) ад суб'екта (журналіста). Як слухна адзначае Б. В. Стральцоў, «У кожнага інтэрпрэтатара індывідуальнае бачанне рэчаіснасці, аднак гэта індывідуальнае бачанне і наступнае адлюстраванне павінны суадносіцца з прынцыпам аб'ектыўнасці. Такое вольна адзінства супрацьлегласцей, якое можна ўвасобіць у формулу “суб'ектыўная аб'ектыўнасць”» [7, с. 4]. Аб'ектыўнасць у журналістыцы грунтуецца на адносінах паміж суб'ектамі камунікацыі (журналістам і чытачом/слухачом/гледачом) і прадугледжвае стварэнне адэкватнага рэальнасці вобраза падзеі для далейшай яго інтэрпрэтацыі рэцыпіентам. Зрабіць гэта магчыма з дапамогай рэпрэзентацыі ў медыя розных інтэрпрэтацый паведамлення. Напоўненасць медыядыскурсу інтэрпрэтацыямі дае рэцыпіенту магчымасць дэталёва даследаваць рэчаіснасць і сфармаваць уласную думку: «свабода фарміравання думкі патрабуе... доступу да розных уяўленняў пра

рэчаіснасць, што існуюць у дадзенай сацыяльнай групе, для таго каб іх параўнаць» [8, с. 104]. Такім чынам, аб'ектыўнасць у журналісцкай практыцы звязана з інтэрпрэтацыйным працэсам, абумоўлена ім, і менавіта інтэрпрэтацыя з'яўляецца для яе галоўнай каштоўнасцю.

Функцыянаванне ў медыядыскурсе мноства дыскурсных інтэрпрэтацый аднаго і таго ж паведамлення прывяло да ўзнікнення з'явы калектыўнага аўтарства. «Калі раней можна было казаць пра агульнае для кожнай асобнай інтэрпрэтацыі сэнсавае ядро, – як заўважылі Ю. Д. Артамонава і В. Р. Кузняцоў, – то зараз «“супадзенне” ў сэнсах – жаданае, аднак зусім не сам сабой зразумелы стан калектыўнага суб'екта СМІ» [9, с. 111]. Таму часта паведамленні пра здарэнне ці падзею ў розных медыя істотна адрозніваюцца, шмат у чым не супадаюць (гэта могуць быць, напрыклад, моўныя, сацыякультурныя, ідэалагічныя і іншыя адрозненні). Такія інтэрпрэтацыйныя ваганні пры рэпрэзентацыі паведамлення ў СМК Т. Г. Дабрасклонская называе «дыяпазомам інтэрпрэтацый». Гэтыя адрозненні назіраюцца, напрыклад, «унутры аднаго выдання ці тэлеканала (думка рэдакцыі не заўсёды супадае з думкай аўтараў); унутры каналаў і выданняў, што належаць да адной фінансава-адміністрацыйнай групы, а таксама паміж выданнямі яўна рознай ідэалагічнай накіраванасці» [10, с. 154]. Няўнасць спектра трактовак у медыядыскурсе абумоўлівае важнасць даследавання відаў і спосабаў інтэрпрэтацыі, якімі карыстаюцца журналісты.

У гэтым артыкуле эмпірычнай базай для вывучэння падалізнай з'явы стаў медыядыскурс Беларусі. Пад медыядыкурсам разумеем палітэкставую структуру як складаную камунікацыйную з'яву, што арганізуецца вакол пэўнага паведамлення ў СМК. Лічым, што менавіта ў медыядыскурсе інтэрпрэтацыйны складнік камунікацыі паміж журналістам і рэцыпіентам выяўляецца найбольш выразна і дакладна.

Інтэрпрэтацыя паведамленняў у медыядыскурсе Беларусі даследуецца на прыкладзе найбольш папулярных беларускіх друкаваных і аўдыявізуальных СМК, а таксама інтэрнэт-рэсурсаў. Перыяд правядзення маніторынгу – з верасня 2020 па люты 2021 г. Усяго было разгледжана 200 медыятэкстаў, фрагменты найбольш рэпрэзентатывных з іх прыводзяцца ніжэй у якасці прыкладаў. Для атрымання верагодных вынікаў выкарыстоўваюцца такія метады, як дэскрыптыўны, інтэрпрэтацыйны, кантэнт-аналіз і дыскурсны аналіз. Падкрэслім, што ў рамках дадзенага артыкула мы не разглядаем выкарыстанне спосабаў інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыядыскурсе для маніпулявання, даследчую цікавасць маюць толькі самі гэтыя прыёмы як факты стварэння медыятэкстаў.

З дапамогай інтэрпрэтацыі СМК фармуюць медыйную карціну рэчаіснасці. Для гэтага журналісты шырока выкарыстоўваюць розныя спосабы інтэрпрэтацыйнай дзейнасці. Аднак перш чым перайсці да іх разгляду, звернемся да класіфікацыі інтэрпрэтацыі па спосабе прадастаўлення, бо, абапіраючыся на веды пра від інтэрпрэтацыі, можна разглядаць і прыёмы, што выкарыстоўваюцца супрацоўнікамі медыя. Вылучаюцца яўныя і няўныя інтэрпрэтацыі. Пры яўнай інтэрпрэтацыі з дапамогай моўных сродкаў (выразы «лічу», «на маю думку», «думаю», «па адной з версій» і да т. п.) адразу падкрэсліваецца, што ў медыятэксце рэпрэзентавана адна з трактовак паведамлення, якая можа не адпавядаць рэчаіснасці: «Рост ВВП на 21 процент і экспорта до 50 миллиардов долларов за пять лет – достаточно высокая планка... Мое мнение, что, исходя из сегодняшнего момента и ближайших прогнозов, задачи поставлены достаточно амбициозные» (Рэспубліка, 29.01.2021). Няўны спосаб прадастаўлення прадугледжвае, што інтэрпрэтацыя «як бы зрастаецца з аб'ектам адлюстравання: аўтар не абгрунтоўвае, чаму палічыў важным гэты факт, а не іншы» [11]. Няўная інтэрпрэтацыя не рэпрэзентуецца ў якасці думкі ці версіі, не дапускае наяўнасці іншых трактовак: «Между тем эпидситуация в стране постепенно стабилизируется. Клиники возвращаются к своему привычному режиму работы, но к перепрофилированию подходят взвешенно, с умом» (Беларусь 1, Галоўны эфір, 24.01.2021). Прымяненне ў медыятэксце яўнай інтэрпрэтацыі сведчыць пра выкарыстанне журналістам інтралінгвістычных спосабаў трактоўкі паведамлення, у той час як няўная інтэрпрэтацыя звязана з рэалізацыяй экстралінгвістычных прыёмаў.

Да інтралінгвістычных спосабаў інтэрпрэтацыі адносяцца выкарыстанне эмацыянальна-ацэначнай лексікі, увядзенне інтэртэксту і вербалізацыя канцэптуальных адзінак. Дыскурсную інтэрпрэтацыю сэнсавага зместу паведамлення журналіст можа фіксаваць у медыятэксце з дапамогай выкарыстання тых ці іншых эмацыянальна-ацэначных моўных элементаў. Ацэнка ў іх рэпрэзентуецца або ў прамым ці пераносным значэнні слова, або ў марфалагічным складзе слова (галоўным чынам у суфіксах): Да, законы, увы, *не ідэальны*. Да, очень сложно предугадать, какой будет жизнь через 5–10–25 лет. Но меняется жизнь, меняемся мы, и должны меняться законы (ОНТ, 18.10.2020). Вера в чудеса приносит нам много плюсов. Главное – не застрять в своих иллюзиях и не *проморгать* реальную жизнь (Народная газета, 09.01.2021). Залесе – гэта *куточак* прыгажосці і натхнення. Тут атмасфера дапамагае паглыбіцца ў далёкае

XIX стагоддзе... (Літаратура і мастацтва, 15.12.2020). Такім чынам, эмацыянальна-ацэнныя словы ў вусным ці пісьмовым медыямаўленні паказваюць адносіны журналіста да рэчаіснасці, зместу паведамлення, рэцыпіента, значыць, выкарыстанне такіх слоў у медыядыскурсе вызначае прагматычныя ўласцівасці дыкурснай інтэрпрэтацыі.

Інтралінгвістычным спосабам інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыядыскурсе з'яўляецца і ўключэнне ў журналісцкі матэрыял інтэртэксту. Асабліва часта супрацоўнікі медыя пры стварэнні тэксту выкарыстоўваюць такую інтэртэкстуальную адзінку, як цытата. Н. А. Фатеева дае цытаце наступнае азначэнне: гэта «ўзнаўленне двух ці больш кампанентаў тэкстудонара з уласнай прэдыкацыяй» [12, с. 122]. Пры гэтым журналіст рэпрэзентуе ў сваім тэксце толькі тыя цытаты, інтэрпрэтацыя якіх пацвярджае і дапаўняе сфарміраваны вобраз падзеі, а значыць, і адлюстроўвае аўтарскую мадальнасць. Цытаты дапамагае аўтару звязаць сэнсавы блок медыятэксту, выбудаваць яго па загадзя зададзеным алгарытме і сфарміраваць пэўнае ўяўленне пра паведамленне ў рэцыпіента: Наука и инновации сегодня являются базой для формирования экономики... *Наши усилия направлены на прикладные исследования и разработки в интересах экономики Беларуси*, – отметил Сергей Чижик (СБ. Беларусь сегодня, 14.10.2020).

Журналісты выкарыстоўваюць і такі спосаб інтралінгвістычнай інтэрпрэтацыі паведамленняў, як вербалізацыя ў тэксце канцэптуальных адзінак. Іх мы называем медыяканцэптамі і азначаем як сукупнасць ментальных характарыстык, эксплікаваных сродкамі масавай камунікацыі і ўкаранёных у сацыяльную памяць грамадства праз спецыфічныя тэкставыя катэгорыі, такія як перыядычнасць, рэгулярнасць, масавасць (тыражнасць), камунікатыўная прызначанасць і калектыўнае аўтарства. Прызнаём, што такія ўніверсальныя адзінкі мыслення ў журналістыцы – з'ява памежная паміж інтралінгвістычнай і экстралінгвістычнай рэальнасцю, аднак з той прычыны, што разглядаем моўную рэпрэзентацыю медыяканцэптаў у тэкстах, адносім іх да інтралінгвістычных спосабаў інтэрпрэтацыі паведамленняў. Медыйная канцэптасфера складаецца з шэрагу ключавых кампанентаў, на аснове якіх журналіст трактуе рэчаіснасць. Адным з аксіялагічна важных і найбольш пашыраных выступае медыяканцэпт «радзіма». У ім у канцэнтраваным выглядзе заключана сістэма тыповых асацыяцый (пераважна станоўчых) большасці людзей пра адменную тэрытарыяльную цэласнасць са спецыфічнай палітычнай, эканамічнай і сацыяльнай структурай, што дазваляе аўтару павялічыць эфектыўнасць суб'ект-суб'ектнага працэсу

інтэрпрэтацыі. Так, даволі часта паданалізная канцэптуальная адзінка рэпрэзентуецца са значэннем 'тэрытарыяльнага ўтварэння, любоў да якога і абарона якога ўшаноўваюцца': Несмотря на это, к Павлику и его солдатам немцы отнеслись с уважением. В их глазах солдаты, сражающиеся за свою *Родину*, а не безропотно капитулирующие, являлись по-настоящему достойным противником (TUT.by, 19.10.2020).

Экстралінгвістычныя спосабы інтэрпрэтацыі паведамленняў прадстаўлены факусаваннем, акцэнтаваннем і аўтарскай інтэнцыянальнасцю. Пры разглядзе гэтых спосабаў у якасці адзінкі даследавання выступаў не фрагмент матэрыялу, што выражаецца адным ці некалькімі сказамі, а журналісцкі тэкст як камунікатыўнае цэлае ў сукупнасці з памаўнымі фактарамі ў кантэксце дыялагічнага ўзаемадзеяння матэрыялаў пэўнага СМК. У сувязі з гэтым прывядзена пэўных ілюстрацый немэтазгодна з прычыны іх вялікага аб'ёму. Аднак звернем увагу на высновы, сфармуляваныя на падставе аналізу адзінак даследавання.

Факусаванне – асноўны экстралінгвістычны прыём, што выкарыстоўваецца журналістамі пры дыкурснай інтэрпрэтацыі паведамленняў. Вылучаем некалькі ўзроўняў факусавання ў СМК – тэматызацыя і праблематызацыя. Менавіта ў медыядыскурсе задаецца шэраг тэм ці праблем для інтэрпрэтацыі, якім з розных прычын (сацыякультурных, псіхалагічных, ідэалагічных і інш.) надаецца значнасць. Даволі часта спосаб факусавання пры інтэрпрэтацыі выкарыстоўваецца ў медыя Беларусі. Варта адзначыць, што тэматызацыя і праблематызацыя выступаюць у якасці асноўных прыёмаў рэалізацыі адной з функцый СМК – фарміравання медыйнага парадку дня. Гэта «не прадугледжвае, што мас-медыя дыктуюць людзям, што яны павінны думаць пра праблему і якія прымаць рашэнні. Аднак... мае на ўвазе, што мас-медыя дыктуюць людзям, пра што яны павінны думаць і якія праблемы такія важныя, што патрабуюць рашэння» [13, с. 12]. Таму факусаванне не ацэньваецца намі станоўча або адмоўна, гэта з'ява ў інтэрпрэтацыйнай дзейнасці журналістаў, у тым ліку беларускіх, што аб'ектыўна існуе.

Экстралінгвістычным прыёмам інтэрпрэтацыі паведамленняў у медыядыскурсе выступае і акцэнтаванне. Гэты спосаб прадугледжвае, што журналіст пры рэпрэзентацыі падзеі свядома робіць акцэнт на якім-небудзь яго аспекце. Такое падкрэсліванне значнасці тых ці іншых бакоў падзеі з'яўляецца вынікам арыентацыі на мэтавую аўдыторыю, вырашальным у гэтым працэсе з'яўляецца тып СМК. Напрыклад, пры інтэрпрэтацыі паведамлення пра падзею рэспубліканскага ўзроўню журналісты рэгіянальных медыя акцэнтуюць

увагу на тым, што датычыцца менавіта тэрыторыі распаўсюджвання выдання. А СМК эканамічнага накірунку пры асвятленні, дапусцім, міжнародных нарад, канферэнцый, сустрэч будучы інтэрпрэтаваць толькі эканамічныя пытанні.

Рэпрэзентацыя аўтарскай інтэнцыянальнасці ў медыятэксце таксама выступае экстралінгвістычным спосабам інтэрпрэтацыі паведамленняў. Журналісцкі матэрыял, на думку В. І. Іўчанкава, «залежыць ад сукупнасці здольнасцяў і характарыстык аўтара» [14, с. 137], а значыць, можна сцвярджаць, што дыкурсная інтэрпрэтацыя паведамленняў дыктуецца аўтарскай інтэнцыяй (метаўстаноўкай тэксту, абумоўленай асаблівасцямі аўтарскага мыслення). Карціна свету журналіста вызначае, з якога боку ён разглядае прадмет ці сітуацыю, а аўтарская інтэнцыянальнасць дэтэрмінуе, якім чынам ён інтэрпрэтуе падалізнае паведамленне. Гэта прадугледжвае, што тэксты розных аўтараў нават аднаго медыя пра адну і тую ж падзею будучы адрознівацца па метады падачы матэрыялу, выкарыстаным жанры, выяўленчых сродках, якія ўводзяцца ў тэкст і г. д.

**Заклучэнне.** Даследаванне спецыфічнага журналісцкага спосабу пазнання сацыяльнай

рэчаіснасці – дыкурснай інтэрпрэтацыі – у інфармацыйнай прасторы Беларусі паказала, што ён вызначаецца мноствам фактараў інтра- і экстралінгвістычнага кантэксту. На аснове прааналізаванага матэрыялу з беларускіх СМК былі вылучаны віды дыкурснай інтэрпрэтацыі (яўная і няўная) і спосабы інтэрпрэтацыйнай дзейнасці журналістаў. Да інтралінгвістычных спосабаў інтэрпрэтацыі аднеслі выкарыстанне эмацыянальна-ацэначнай лексікі, увядзенне інтэртэксту і вербалізацыю канцэптальных адзінак. Да экстралінгвістычных – факусаванне, акцэнтаванне і аўтарскую інтэнцыянальнасць. Падкрэслім, што шэраг спосабаў дыкурснай інтэрпрэтацыі можа быць пашыраны падчас правядзення далейшых даследаванняў на гэту тэму. Дэталёвая характарыстыка дэфініцыі «інтэрпрэтацыя» ў медыядыкурсе, яе анталогічных прымет і асаблівасцей, спецыфікі функцыянавання медыя на сучасным этапе (сацыяльная завастанасць, маніпулятыўныя стратэгіі і тактыкі, палікодаваць паведамленняў) дазволіць выявіць новыя спосабы падачы, канстатацыі і інтэрпрэтацыі факта і рэпрэзентацыі аўтарскай задумы журналіста.

### Спіс літаратуры

1. Инешина С. В. Модели интерпретации события в дискурсе российской прессы // Вестник Кемеровского государственного университета. 2018. № 2. С. 176–182.
2. Беляевская Е. Г. Медийный дискурс: когнитивные модели интерпретации события (на материале английского языка) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2015. № 3. С. 5–13.
3. Долинин К. А. Интерпретация текста: французский язык. 4-е изд. М.: КомКнига, 2010. 304 с.
4. Добросклонская Т. Г. Прикладные аспекты медиалингвистических исследований // Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сб. статей. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т: Ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций», 2015. С. 18–22.
5. Хорольский В. В. Коммуникативистика и теория журналистики в контексте медийной глобализации: методологические загадки // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 8: Литературоведение. Журналистика. Теория журналистики. 2009. Вып. 8. С. 78–89.
6. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
7. Стральцоў Б. В. Асноўныя творчыя метады ў журналістыцы. Мінск: БДУ, 2000. 71 с.
8. Шерель П.-И. Строить демократию: Свобода формирования и выражения мнений // Полис. 1993. № 6. С. 93–105.
9. Артамонова Ю. Д., Кузнецов В. Г. Герменевтический аспект языка СМИ // Язык средств массовой информации. 2008. С. 99–117.
10. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). М.: Флинта, 2008. 263 с.
11. Гарбузяк А. Ю. Повестка дня СМИ как технология интерпретации // Электронный научный журнал «Медиаскоп». 2015. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/1684> (дата обращения: 25.02.2021).
12. Фатеева Н. А. Интертекст в мире текстов: контрапункт интертекстуальности. 2-е изд., испр. М.: КомКнига, 2006. 280 с.
13. Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть. Екатеринбург: УрО РАН, 2002. 299 с.
14. Ивченков В. И. Лингвистика речи: ретроспекция стилистического опыта // Лингвистика речи. Медиастилистика. 2012. С. 132–139.

### References

1. Ineshina S. V. Models of interpretation of the event in the discourse of the Russian press. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Kemerovo State University], 2018, no. 2, pp. 176–182 (In Russian).

2. Belyaevskaya E. G. Media discourse: cognitive models of interpretation of an event (on the material of the English language). *Voprosy kognitivnoy lingvistiki* [Issues in cognitive linguistics], 2015, no. 3, pp. 5–13 (In Russian).
3. Dolinin K. A. *Interpretatsiya teksta: frantsuzskiy yazyk* [Text interpretation: the French language]. Moscow, KomKniga Publ., 2010. 304 p.
4. Dobrosklonskaya T. G. Applied aspects of mediallynguistic research. *Sbornik statey "Medialingvistika"* [Collection of articles "Medialinguistics"], 2015, issue 4, Professional Speech Communication in the Media, pp. 18–22 (In Russian).
5. Horol'skiy V. V. Communicativism and journalism theory in the context of media globalization: methodological riddles. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Volgograd State University], 2009, issue 8, Literary Studies. Journalism. Theory of Journalism, no. 8, pp. 78–89 (In Russian).
6. Lippman U. *Obshchestvennoye mneniye* [Public opinion]. Moscow, Institut Fonda "Obshchestvennoye mneniye" Publ., 2004. 384 p.
7. Strel'tsov B. V. *Osnovnyye tvorcheskiye metody v zhurnalistike* [The main creative methods in journalism]. Minsk, BDU Publ., 2000. 71 p.
8. Sheryol' P.-I. Building Democracy: Freedom of the formation and expression of opinions. *Polis* [Polis], 1993, no. 6, pp. 93–105 (In Russian).
9. Artamonova Yu. D., Kuznecov V. G. The Hermeneutic Aspect of Media Language. *Yazyk sredstv massovoy informatsii* [The language of the media], 2008, pp. 99–117 (In Russian).
10. Dobrosklonskaya T. G. *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k izucheniyu yazyka SMI (sovremennaya angliyskaya mediarech')* [Media linguistics: a systematic approach to the study of media language]. Moscow, Flinta Publ., 2008. 263 p.
11. Garbuzyak A. Yu. The Media Agenda as a Technology of Interpretation. *Elektronnyy nauchnyy zhurnal "Mediascope"* [Electronic scientific journal "Mediascope"], 2015, no. 1. Available at: <http://www.mediascope.ru/1684> (accessed 25.02.2021).
12. Fateeva N. A. *Intertekst v mire tekstov: kontrapunkt intertekstual'nosti* [Intertext in the world of texts: counterpoint intertextuality]. Moscow, KomKniga Publ., 2006. 280 p.
13. D'yakova E. G. *Massovaya kommunikatsiya i vlast'* [Mass communication and the power]. Ekaterinburg, UrO RAN Publ., 2002. 299 p.
14. Ivchenkov V. I. The Linguistics of speech: a retrospect of stylistic practice. *Lingvistika rechi. Mediastilistika* [Speech Linguistics. Mediastylistics], 2012, pp. 132–139 (In Russian).

### Інфармацыя пра аўтара

**Груздэва Марыя Аляксандраўна** – аспірант кафедры медыялінгвістыкі і рэдагавання факультэта журналістыкі. Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (220030, г. Мінск, пр. Незалежнасці, 4, Рэспубліка Беларусь). E-mail: [mgruzdeva312@gmail.com](mailto:mgruzdeva312@gmail.com)

### Information about the author

**Gruzdeva Mariya Aleksandrovna** – postgraduate student, the Department of Media Linguistics and Editing of Faculty of Journalism. Belarusian State University (4, Nezavisimosti Ave., 220030, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [mgruzdeva312@gmail.com](mailto:mgruzdeva312@gmail.com)

Пасцyniй 04.05.2021



УДК 655.26;004.92

**С. В. Сипайло**

Белорусский государственный технологический университет

**КОМПЬЮТЕРНЫЙ СИНТЕЗ ВЕКТОРНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ  
НА ОСНОВЕ МАТЕМАТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ КОНТУРОВ  
В ПОЛЯРНОЙ СИСТЕМЕ КООРДИНАТ**

В статье рассмотрен процесс создания векторных изображений, образованных криволинейными контурами, форма которых описывается математической функцией с использованием полярной системы координат. Раскрыта актуальность решаемой задачи, дана оценка базовых инструментов программ векторной графики и отмечена возможность автоматизации синтеза векторных изображений с помощью программ-сценариев.

Использование функции, заданной в полярной системе координат, позволяет математически описать криволинейные объекты разнообразной формы и расширить перечень формируемых узоров. Для синтеза криволинейных контуров в виде векторных объектов необходимо преобразовать исходное функциональное описание контура в совокупность сегментов кривой Безье. В статье предложены формулы для выполнения этого преобразования путем расчета коэффициентов функции Безье. Описана программная реализация синтеза криволинейных объектов на языке VBA в среде программы векторной графики CorelDRAW.

Результаты компьютерного синтеза векторных изображений свидетельствуют об адекватности предложенного математического аппарата для моделирования формы криволинейных объектов. На основе сгенерированных контуров возможно формирование более сложных декоративных узоров по принципам симметрии. Также синтез криволинейных объектов позволяет решать задачи технической графики.

**Ключевые слова:** контурные узоры, симметрия, векторная графика, синтез изображений.

**Для цитирования:** Сипайло С. В. Компьютерный синтез векторных изображений на основе математического описания контуров в полярной системе координат // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 56–61.

**S. U. Sipaila**

Belarusian State Technological University

**COMPUTER SYNTHESIS OF VECTOR IMAGES  
BASED ON THE MATHEMATICAL DESCRIPTION OF CONTOURS  
IN A POLAR COORDINATE SYSTEM**

The article describes the process of creating vector images formed by curvilinear contours, the shape of which is described by a mathematical function using a polar coordinate system. The relevance of the problem being solved is revealed, the basic tools of vector graphics programs are assessed, and the possibility of automating the synthesis of vector images using script programs is noted.

Using a function specified in a polar coordinate system makes it possible to mathematically describe curvilinear objects of various shapes and expand the set of generated tracteries. To synthesize curvilinear paths in the form of vector objects, it is necessary to transform the original functional description of the path into a set of Bezier curve segments. The article proposes formulas for performing this transformation by calculating the coefficients of the Bezier function. The software implementation of the synthesis of curvilinear objects in the VBA language in the vector graphics program CorelDRAW is described.

The results of computer synthesis of vector images indicate the adequacy of the proposed mathematical apparatus for modeling the shape of curvilinear objects. Based on the generated contours, it is possible to form more complex decorative tracteries according to the principles of symmetry. Also, the synthesis of curvilinear objects allows you to solve technical graphics problems.

**Key words:** contour tracteries, symmetry, vector graphics, image synthesis.

**For citation:** Sipaila S. U. Computer synthesis of vector images based on the mathematical description of contours in a polar coordinate system. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 56–61 (In Russian).

**Введение.** В процессе допечатной подготовки полиграфической продукции выполняется ряд процедур по обработке текстово-изобразительной информации, в результате которых создается

цифровой оригинал-макет будущего издания. Для многих видов печатной продукции характерны технические иллюстрации и декоративные изображения, которые в куда большей степени

обладают упорядоченностью элементов по сравнению с художественными образами [1–3]. В частности, упорядоченность элементов декоративных узоров подчиняется законам симметрии [4–7]. Для автоматизации процесса создания таких изображений, а также сокращения технологической цепочки процесса их репродуцирования целесообразно реализовать компьютерный синтез изображений на основе формальных процедур.

Для создания декоративных узоров, образованных криволинейными контурами, используются программные средства векторной графики [2, 8]. При этом базовый инструментарий векторных графических редакторов, таких как CorelDRAW и Adobe Illustrator, не предоставляет возможности создавать контурные узоры сложной формы и состава в автоматическом режиме. В то же время средства автоматизации работы указанных выше программ позволяют существенно расширить базовую функциональность приложения.

**Основная часть.** В рамках работ по автоматизации процесса синтеза криволинейных объектов в среде CorelDRAW [9–12], проводимых на кафедре полиграфических производств БГТУ, ранее был реализован синтез контурных объектов, описываемых функциями явного вида  $y = f(x)$  и параметрического вида  $y = f_y(t)$ ,  $x = f_x(t)$ . Вместе с тем функциями данного вида способы описания формы криволинейных контурных объектов не исчерпываются. Так, ряд объектов сложной формы, которые имеют несколько точек при одном и том же значении координаты по оси абсцисс, можно описать функцией, заданной в полярной системе координат [13, с. 48]. Такая функция в общем случае имеет вид

$$r = f(\varphi), \quad (1)$$

где  $r$  – расстояние от точки до центра координат;  $\varphi$  – угол наклона отрезка, соединяющего центр координат и текущую точку.

При необходимости можно рассчитать координаты точек в декартовой системе, используя следующие формулы:

$$x = r \cos(\varphi), \quad y = r \sin(\varphi). \quad (2)$$

Векторные объекты, сгенерированные на основе функций вида (1), могут быть использованы в качестве базового графического элемента для синтеза декоративных изображений со свойствами симметрии, что повысит степень разнообразия формируемых узоров. Также воспроизведение функций в виде векторных контуров соответствующей формы может быть использовано для решения задач технической графики: визуализации формы математически моделируемых объектов, создания технических иллюстраций в учебной и научной литературе, например, построения графиков

функций в литературе по математике. Программы автоматизации математических расчетов типа Mathcad тоже позволяют отобразить функциональную зависимость в графическом виде, однако качество такого графика будет недостаточно высоким для полиграфического репродуцирования. Это связано с тем, что график будет представлен в точечном, а не векторном виде. Ручная же обводка точечных изображений в векторной программе – процесс достаточно трудоемкий, причем конечный результат будет сильно привязан к индивидуальным способностям оператора компьютера. Таким образом, задача синтеза криволинейных векторных контуров, форма которых описывается функцией в полярной системе координат, представляется актуальной.

Для решения задачи синтеза криволинейных объектов нужно учесть тот факт, что для математического описания векторных контуров в графических программах используется функция строго определенного типа – степенная параметрическая функция Безье 3-го порядка [14, с. 300]:

$$p(t) = p_0(1-t)^3 + p_1 3t(1-t)^2 + p_2 3t^2(1-t) + p_3 t^3, \quad t \in [0; 1], \quad (3)$$

где  $p_0$  и  $p_3$  – координаты крайних точек криволинейного сегмента Безье;  $p_1$  и  $p_2$  – координаты крайних точек отрезков касательных, проведенных из крайних точек сегмента.

Для двумерной графики выражение (3) можно представить в виде системы двух функций:

$$x(t) = x_0(1-t)^3 + x_1 3t(1-t)^2 + x_2 3t^2(1-t) + x_3 t^3; \quad (4)$$

$$y(t) = y_0(1-t)^3 + y_1 3t(1-t)^2 + y_2 3t^2(1-t) + y_3 t^3.$$

Аналитический вид функции Безье отличается от исходной функциональной зависимости, поэтому нужно решить задачу кусочной интерполяции исходной функции совокупностью степенных функций Безье, численно совпадающих друг с другом в граничных точках.

Геометрическая интерпретация этой задачи состоит в том, что отрезок исходной функции, подлежащий синтезу, необходимо разбить на несколько участков (сегментов), форма которых может быть близко воспроизведена функцией Безье. Чем большее количество внутренних участков будет выделено, тем точнее воспроизведется форма криволинейного объекта, соответствующего исходному функциональному описанию. Но вместе с точностью воспроизведения будет возрастать и вычислительная сложность решаемой задачи.

Каждый сегмент кривой Безье характеризуется координатами крайних точек  $x_0, y_0$  и  $x_3, y_3$ , соответствующих интерполируемой функции, а также координатами  $x_1, y_1$  и  $x_2, y_2$  крайних точек касательных отрезков (рис. 1, а), определяющих форму сегмента.

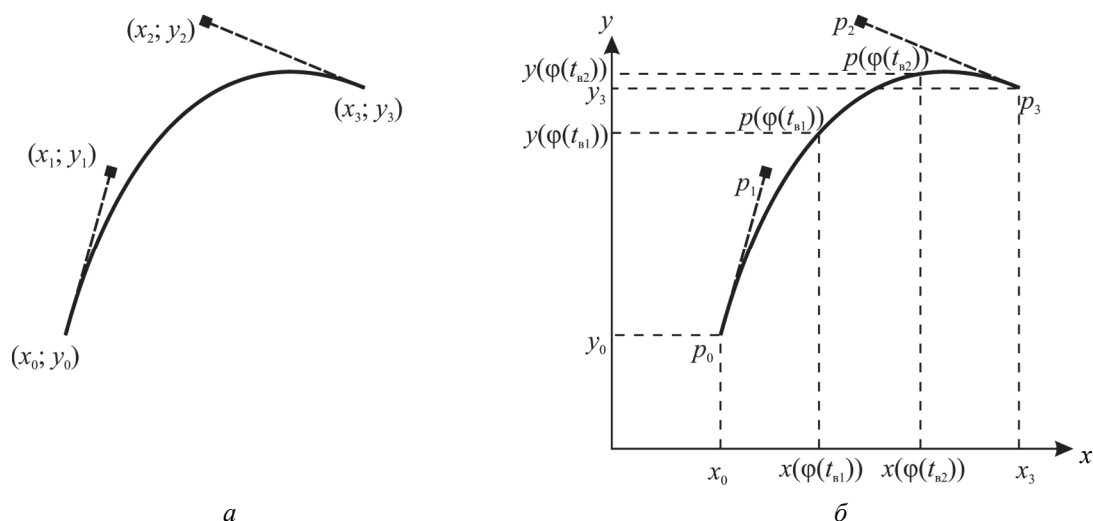


Рис. 1. Сегмент кривой Безье:  
 а – описание формы контура по методу Безье; б – нахождение коэффициентов функции Безье по внутренним точкам сегмента

Координаты крайних точек сегмента вычисляются с помощью исходной полярной функции по формулам (2). Для нахождения же коэффициентов  $x_1, y_1$  и  $x_2, y_2$  параметрической функции Безье необходимо, помимо координат крайних точек отрезка кривой, иметь координаты двух точек внутри сегмента (рис. 1, б). Эти внутренние точки можно найти, разделив интервал значений параметра  $t$  функции Безье на три равные части. Тогда в качестве промежуточных значений  $t$  можно взять значения  $t_{b1} = 0,33$  и  $t_{b2} = 0,66$ .

В свою очередь между аргументом  $\varphi$  интерполируемой функции и значением параметра  $t$  интерполирующей функции Безье можно установить следующую зависимость:

$$(t) = t(\varphi_3 - \varphi_0) + \varphi_0, \varphi \in [\varphi_0; \varphi_3], \quad (5)$$

где  $\varphi_0$  – значение угла  $\varphi$ , соответствующее первой точке криволинейного сегмента;  $\varphi_3$  – значение угла  $\varphi$ , соответствующее последней точке криволинейного сегмента.

Рассчитав значения  $\varphi_{b1} = \varphi(1/3)$  и  $\varphi_{b2} = \varphi(2/3)$ , можно по формулам (1)–(2) найти значения координат внутренних точек сегмента Безье  $(x_{b1}, y_{b1})$  и  $(x_{b2}, y_{b2})$  в декартовой системе.

Подставив значения координат внутренних точек в (4), получим систему из двух уравнений для каждой из координатных осей. В частности, для оси абсцисс система имеет следующий вид:

$$\begin{aligned} x_{b1}(t_{b1}) &= x_0(1 - t_{b1})^3 + x_1 3t_{b1}(1 - t_{b1})^2 + \\ &+ x_2 3t_{b1}^2(1 - t_{b1}) + x_3 t_{b1}^3; \\ x_{b2}(t_{b2}) &= x_0(1 - t_{b2})^3 + x_1 3t_{b2}(1 - t_{b2})^2 + \\ &+ x_2 3t_{b2}^2(1 - t_{b2}) + x_3 t_{b2}^3. \end{aligned} \quad (6)$$

Для оси ординат уравнения аналогичны.

Эти системы уравнений решаются аналитически, в результате чего можно найти

недостающие коэффициенты функции Безье  $x_1, y_1$  и  $x_2, y_2$ .

В общем виде аналитическое решение системы уравнений соответствует следующим выражениям:

$$\begin{aligned} p_1 &= K_1(t_{b1}) - K_2(t_{b1})p_2; \\ p_2 &= \frac{K_1(t_{b2}) - K_1(t_{b1})}{K_2(t_{b2}) - K_2(t_{b1})}; \end{aligned} \quad (7)$$

$$K_1(t) = \frac{p(t) - p_0 \cdot (1-t)^3 - p_3 t^3}{3t(1-t)^2}; \quad (8)$$

$$K_2(t) = \frac{t}{1-t},$$

где  $p$  – значение искомой координаты по оси  $x$  или  $y$ .

С использованием приведенных формул и аналитического выражения исходной функции Безье для последующего синтеза контура в программе векторной графики.

При практической реализации предложенного способа воспроизведения криволинейных объектов в векторном виде были выбраны следующие исходные функции, описывающие форму объектов в полярной системе координат:

$$r(\varphi) = 2 - 4 \sin(\varphi), \varphi \in [0; 2\pi]; \quad (9)$$

$$r(\varphi) = 1 - \sin(\varphi), \varphi \in [0; 2\pi]; \quad (10)$$

$$r(\varphi) = 2\varphi, \varphi \in [0; 8\pi]; \quad (11)$$

$$r(\varphi) = \sin(6\varphi), \varphi \in [0; 2\pi]; \quad (12)$$

$$r(\varphi) = \sin(7\varphi/4), \varphi \in [0; 8\pi]; \quad (13)$$

$$r(\varphi) = e^{\sin(\varphi)} - 2 \cos(4\varphi) + \sin^5\left(\frac{2\varphi - \pi}{24}\right), \quad (14)$$

$$\varphi \in [-8\pi; 8\pi];$$

$$r(\varphi) = 2 - 2 \sin(\varphi) + \sin(\varphi) \frac{\sqrt{|\cos(\varphi)|}}{\sin(\varphi) + 1,4}, \quad (15)$$

$$\varphi \in [0; 2\pi].$$

Синтез криволинейных контуров, описываемых функциями (9)–(15), был программно реализован в среде редактора векторной графики CorelDRAW X7 на языке VisualBasic for Applications (VBA).

Для этого в кодах VBA был написан ряд функций и подпрограмм (процедур):

1. Функции (9)–(15), описывающие форму криволинейного объекта в полярных координатах.

2. Функции (2) для перехода из полярной в декартову систему координат.

3. Функция (3) для расчета координат точек кривой Безье.

4. Функции (7), (8) для расчета промежуточных коэффициентов и вычисления координат крайних точек касательных кривой Безье.

5. Подпрограмма, выполняющая преобразование функций вида  $r = f(\varphi)$  в степенные параметрические функции Безье.

6. Подпрограмма синтеза векторных контуров на основе расчетных значений коэффициентов функции Безье.

Примеры синтезированных векторных контуров, соответствующих функциям (9)–(15), приведены на рис. 2.

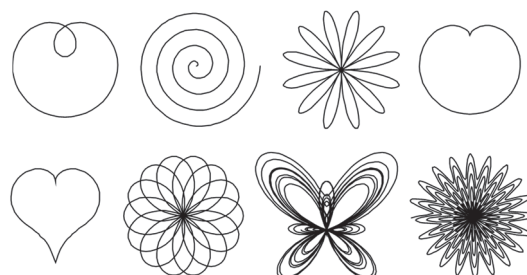


Рис. 2. Примеры синтезированных векторных контуров

Сгенерированные криволинейные объекты далее могут выступать в качестве базового элемента для формирования симметричных узоров по алгоритму, предложенному автором в [9].

Для создания декоративных узоров на основе базовых криволинейных элементов использовались средства автоматизации симметрических преобразований программы Ornamentika [15]. На данном этапе работы порядок симметрических преобразований базового элемента и параметры этих преобразований определялись самим пользователем. Примеры узоров, сформированных таким образом, приведены на рис. 3.

В будущем процесс синтеза узоров можно автоматизировать в более высокой степени, написав подпрограммы автоматического синтеза розеток, бордюров и сетчатых узоров на основе псевдослучайных чисел. При этом для исключения заведомо неподходящих вариантов необходимо будет установить лимиты на возможные варианты числовых значений, соответствующих количеству симметрических операций и их параметрам.

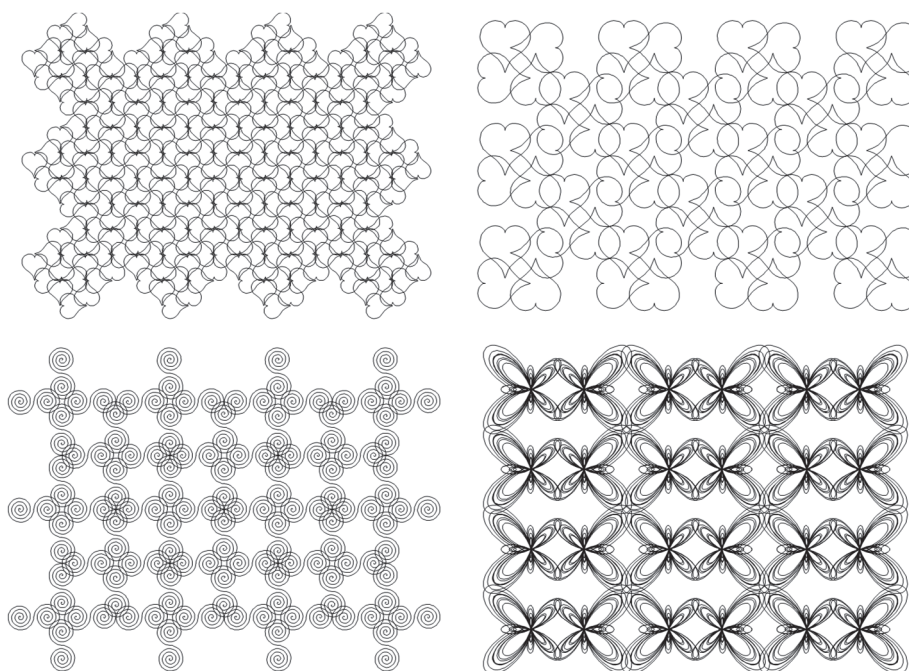


Рис. 3. Примеры сетчатых узоров, сформированных в автоматизированном режиме

Значения параметров симметрических операций также следует увязывать с размерами преобразуемого векторного объекта.

**Заключение.** Результаты программной реализации синтеза контурных изображений свидетельствуют об адекватности предложенного математического аппарата для моделирования формы криволинейных объектов, изначально представленных в полярной системе координат. В будущем процесс создания векторных узоров следует автоматизировать в большей степени,

написав подпрограммы автоматического синтеза розеточных орнаментов и узоров с периодической симметрией. Кроме того, для получения более разнообразных узоров возможна комбинация в одном узоре разных типов функциональных зависимостей, описывающих форму базовых графических элементов. Также следует отметить, что разработанные программные средства синтеза контурных объектов могут быть использованы как для создания декоративно-художественных узоров, так и для решения задач технической графики.

### Список литературы

1. Дубина Н. Орнамент в декоративном оформлении книги // *КомпьюАрт*. 2000. № 8. С. 78–83.
2. Макарова И. О. Компьютерная графика в книжной иллюстрации // *Вестник Адыгейского государственного университета*. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2011. № 4. С. 182–185.
3. Кузьма А. С., Сипайло С. В. Систематизация и типизация декоративных изображений для автоматизации процесса их создания на стадии допечатной подготовки // *Труды БГТУ*. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2019. № 1. С. 17–23.
4. Шубников А. В., Копчик В. А. Симметрия в науке и искусстве. М.; Ижевск: Ин-т компьютерных исслед., 2004. 560 с.
5. Урманцев Ю. А. Симметрия природы и природа симметрии. М.: Мысль, 1974. 229 с.
6. Лебедева С. Е. Закон симметрии и его универсальный характер // *Вестник Псковского гос. ун-та*. Сер. Естественные и физико-математические науки. 2007. № 2. С. 107–111.
7. Вейль Г. Симметрия. М.: Наука, 1968. 192 с.
8. Машинное орнаментирование / Т. В. Кочева [и др.]. Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 1999. 160 с.
9. Сипайло С. В. Автоматизация синтеза векторных криволинейных контуров со свойствами симметрии в CorelDRAW // *Труды БГТУ*. 2014. № 9: Издат. дело и полиграфия. С. 3–7.
10. Сипайло С. В. Реализация автоматического синтеза векторных узоров в допечатном процессе на языке VBA // *Труды БГТУ*. 2015. № 9: Издат. дело и полиграфия. С. 125–129.
11. Сипайло С. В. Синтез векторных симметричных узоров на основе параметрического описания базового элемента // *Скориновские чтения 2017: книга в медийном пространстве: к 500-летию белорусского книгопечатания: материалы III Междунар. форума*, Минск, 6–7 сент. 2017 г. Минск: БГТУ, 2017. С. 258–261.
12. Сипайло С. В. Создание симметричных узоров на основе криволинейных контуров, описываемых непрерывной периодической функцией // *Труды БГТУ*. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2020. № 2. С. 22–26.
13. Воднев В. Т., Наумович А. Ф., Наумович Н. Ф. Основные математические формулы. Минск: Выш. шк., 1988. 269 с.
14. Роджерс Д., Адамс Дж. Математические основы машинной графики. М.: Мир, 2001. 604 с.
15. Сипайло С. В. Создание орнаментальных изображений с помощью встраиваемого программного модуля CorelDRAW // *Труды БГТУ*. Сер. IX, Издат. дело и полиграфия. 2007. Вып. XV. С. 17–20.

### References

1. Dubina N. Ornament in the decorative design of the book. *Comp'uArt* [CompuArt], 2000, no. 8, pp. 78–83 (In Russian).
2. Makarova I. O. Computer graphics in book illustration. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Adyghe State University], series 2, Philology and Art History, 2011, no. 4, pp. 182–185 (In Russian).
3. Kuz'ma A. S., Sipaila S. U. Systematization and typification of decorative images to automate the process of their creation at the prepress stage. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], series 4, Print- and Mediatechnologies, 2019, no. 1, pp. 17–23 (In Russian).
4. Shubnikov A. V., Koptsik V. A. *Simmetriya v nauke i iskusstve* [Symmetry in science and art]. Moscow – Izhevsk, Institut komp'yuternykh issledovaniy Publ., 2004. 560 p.
5. Urmantsev Yu. A. *Simmetriya prirody i priroda simmetrii* [Symmetry of nature and nature of symmetry]. Moscow, Mysl' Publ., 1974. 229 p.

6. Lebedeva S. E. The law of symmetry and its universal character. *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Pskov State University], series Natural and Physical-Mathematical Sciences, 2007, no. 2, pp. 107–111 (In Russian).

7. Weyl H. *Simmetriya* [Symmetry]. Moscow, Nauka Publ., 1968. 192 p.

8. Kocheva T. V., Chelpanov I. B., Nikiforov S. O., Ayusheva A. O. *Mashinnoye ornamentirovaniye* [Machine ornamentation]. Ulan-Ude, BNC SO RAN Publ., 1999. 160 p.

9. Sipaila S. U. Automation of synthesis of vector curved contours with symmetry properties in CorelDRAW. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], 2014, no. 9: Publishing and Printing, pp. 3–7 (In Russian).

10. Sipaila S. U. Implementation automatic synthesis of vector patterns in prepress in language VBA. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], 2015, no. 9: Publishing and Printing, pp. 125–129 (In Russian).

11. Sipaila S. U. Synthesis of symmetric vector tracers based on the parametric description of the base element. *Materialy III Mezhdunar. foruma “Skorinovskiy chteniye 2017: kniga v mediynom prostranstve: k 500-letiyu belorusskogo knigopechataniya”* [Materials of the III International Forum “Skorinov’s Readings 2017: a book in the media space: to the 500th anniversary of Belarusian printing”]. Minsk, 2017, pp. 258–261 (In Russian).

12. Sipaila S. U. Create symmetrical tracers based on curved paths described by a continuous periodic function. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], series 4, Print- and Mediatechnologies, 2020, no. 2, pp. 22–26 (In Russian).

13. Vodnev V. T., Naumovich A. F., Naumovich N. F. *Osnovnyye matematicheskiye formuly* [Basic mathematical formulas]. Minsk, Vysh. shkola Publ., 1988. 269 p.

14. Rodzhers D., Adams Dzh. *Matematicheskiye osnovy mashinnoy grafiki* [Mathematical Elements for Computer Graphics]. Moscow, Mir Publ., 2001. 604 p.

15. Sipaila S. U. Creation of ornamental images using embedded software module CorelDRAW. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], series IX, Publishing and Printing, 2007, issue XV, pp. 17–20 (In Russian).

#### Информация об авторе

**Сипайло Сергей Владимирович** – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры полиграфических производств. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: svsip@yandex.by

#### Information about the author

**Sipaila Siarhei Uladzimiravich** – PhD (Engineering), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Printing Production. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: svsip@yandex.by

Поступила 06.09.2021

УДК 004.4:004.92:004.932

**А. А. Молдованов, Л. С. Корочкин, М. С. Шмаков**  
Белорусский государственный технологический университет

### **ФОРМИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ МАТРИЧНЫХ ШТРИХОВЫХ КОДОВ**

Вопросы защиты данных, их верификации, подтверждения подлинности, способы достижения оптимального уровня защиты материальных и информационных единиц – на протяжении всего времени остаются актуальными для человека. Повсеместное внедрение цифровых технологий в большинство сфер жизни: промышленность, логистику, медицину, обслуживание и т. п. открывает новые возможности обнаружения фальсификатов. Особенно важным это является в сфере производства потребительской продукции, так как поддельная продукция может нести реальную опасность конечному покупателю, репутационные риски производителю и налоговые потери бюджету. Единица продукции подвергается маркировке штриховым кодом с уникальной информацией, которая является ключом к полной истории товарооборота данной единицы и к ее текущему логистическому статусу. В рамках отечественных электронных систем используется стандарт матричного штрихового кода DataMatrix.

В работе проведены исследования способов модификации стоковой структуры матричных штриховых кодов с целью внесения защитной информации. Представлены примеры возможных модификаций DataMatrix, результаты функционирования прототипа программного сканера.

**Ключевые слова:** матричные штриховые коды, продукция, защита, DataMatrix, верификация данных, программный сканер, алгоритм, мобильное приложение.

**Для цитирования:** Молдованов А. А., Корочкин Л. С., Шмаков М. С. Формирование дополнительной защиты матричных штриховых кодов // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. № 2 (249). С. 62–68.

**A. A. Moldovanov, L. S. Korochkin, M. S. Shmakov**  
Belarusian State Technological University

### **CREATION OF ADDITIONAL PROTECTION FOR MATRIX BARCODES**

The issues of data protection, their verification, authentication, ways to achieve the optimal level of protection of material and information units - throughout the entire time remain relevant for a person. The widespread introduction of digital technologies in most spheres of life: industry, logistics, medicine, service, etc., open up new possibilities for the detection of counterfeits. This is especially important in the production of consumer products, since counterfeit products can pose a real danger to the end customer, reputational risks to the manufacturer and tax losses to the budget. A unit of production is subject to barcode labeling with unique information, which is the key to the complete history of the unit's turnover and to its current logistic status. In the frame of domestic electronic systems, the DataMatrix matrix bar code standard is used.

In this work, research has been carried out on methods for modifying the stock structure of matrix bar codes in order to introduce security information. Examples of possible modifications of DataMatrix, results of functioning of a prototype of a software scanner are presented.

**Key words:** matrix bar codes, products, protection, DataMatrix, data verification, software scanner, algorithm, mobile application.

**For citation:** Moldovanov A. A., Korochkin L. S., Shmakov M. S. Creation of additional protection for matrix barcodes. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 62–68 (In Russian).

**Введение.** В силу современных тенденций гарантом торгово-экономической защищенности государств является развитая информационно-цифровая инфраструктура. Бизнес-процессы подвергаются цифровой трансформации, финансовые операции осуществляются безналичным путем, логистический контроль все в большей степени зависит от уровня интеграции

информационных технологий и т. д. Подобные процессы требуют оперативной взаимной адаптации всех сфер деятельности государств. Примерами развивающихся систем идентификации и учета продукции являются «Честный знак» в Российской Федерации [1] и отечественный «Электронный знак» [2]. Подобные им системы применяют двумерные штриховые коды, являющиеся

носителем информации, которая позволяет уникально идентифицировать логистическую единицу, товар, на каждом этапе ее жизненного цикла и обеспечить контроль операции над ней. В качестве штрихового кода используется стандарт матричного штрихового кода GS1 DataMatrix, располагаемый на продукции путем печатания на упаковке либо аппликацией. В статье проведено исследование возможных способов изменения стоковой структуры DataMatrix без потери возможности считывания стандартными ридерами. Подобный баркод должен сохранять открытую информацию в целостном состоянии с единовременным наличием сокрытых данных в своей структуре. Согласно рассматриваемой идее сокрытые данные могут быть считаны только специальным программным сканером.

**Основная часть.** В качестве экспериментального типа штрихового кода, подвергаемого модификации, был выбран DataMatrix, однако проведенные ниже исследования позволяют заявлять, что предлагаемые модификации применимы и к другим типам баркодов, базирующимся на алгоритмах Рида – Соломона или иных, поддерживающим уровни коррекции и избыточности.

Основной целью описываемых модификаций структуры является повышение уровня защищенности самого процесса идентификации логистической единицы во время считывания DataMatrix, так как проприетарный, авторский и тем самым закрытый от свободно кодирования/декодирования элемент штрихкода позволяет первично верифицировать сам штриховой код и его открытую информацию на подлинность.

Поддерживаемые уровни избыточности DataMatrix применяются для восстановления информации в случае повреждения носителя штрихового кода. Данное свойство делает возможным внесение дополнительных данных в его структуру. Следует отметить, что не стоит использовать максимальный порог избыточности в целях авторских модификаций, так как в случае реального повреждения открытая информация не сможет быть считана и восстановлена сканерами.

Размер интегрированных элементов не должен превышать предельно допустимого уровня коррекции ошибок. Данный размер вычисляется по формуле

$$S_1 = \frac{S_0 \cdot L}{100},$$

где  $S_1$  – площадь интегрируемого изображения;  $S_0$  – площадь исходного штрихкода;  $L$  – уровень коррекции ошибок в процентах.

Было разработано два экспериментальных программных модуля. Первый из них является

кодером защитной информации. В его задачи входит формирование защитного изображения на базе DataMatrix, его кодирование и рассредоточение созданного элемента на поверхности открытых к считыванию данных. Под последними подразумевается стандартный матричный штриховой код. Второй – авторский ридер защитной информации, базирующийся на открытом программном обеспечении (ПО) ML Kit стандартных сканеров. Прототип ридера способен распознавать открытые данные, как и любой стандартный сканер, с отличием в том, что был внедрен дополнительный авторский алгоритм распознавания защищенной информации [3].

Таким образом, экспериментальная часть с использованием прототипа программного обеспечения кодировщика имеет следующие этапы, представленные на рис. 1.

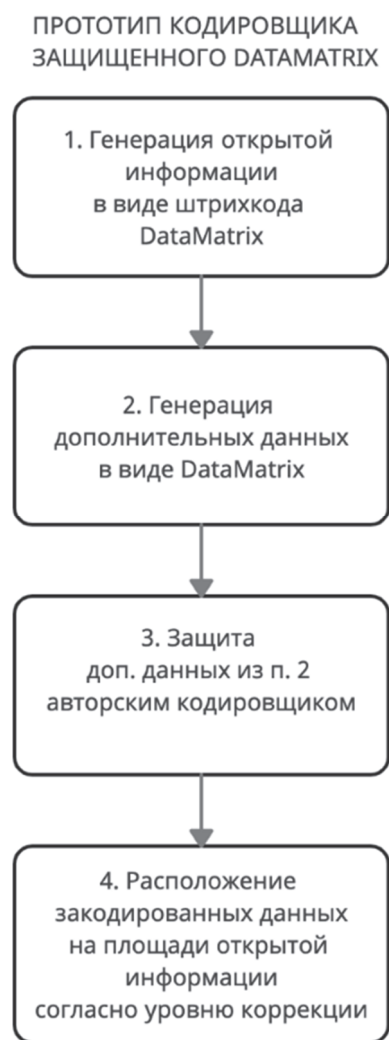


Рис. 1. Этапы создания DataMatrix с защищенными элементами

Алгоритм функционирования прототипа ридера-декодировщика представлен на рис. 2.





Рис. 2. Алгоритм работы ридера-декодировщика

По существу ПО-кодировщик подготавливает защищенное DataMatrix изображение к печати на материальном носителе. Для этого пользователь осуществляет ввод открытой информации и информации, подвергаемой

к кодированию / защите. В свою очередь ридер-декодировщик берет на себя обязательство считать общедоступные данные DataMatrix, отыскать защищенный блок на общей площади, декодировать его и вывести все данные на экран сканера.

Для генерации данных согласно стандарту DataMatrix использовалась свободная библиотека ZXing [3]. Для кодирования защитной информации и расположения ее на общей площади изображения применялся авторский алгоритм, разработанный на языке программирования Kotlin в среде IntelliJ Idea Community edition. Данное ПО имеет поля для ввода открытой и закрытой информации с последующим кодированием и сохранением в единый графический файл [4].

Согласно рассматриваемой идее защищенный блок данных может располагаться в любой допустимой зоне DataMatrix при условии сохранения возможности считывания открытой информации стандартными сканерами. В работе были рассмотрены два варианта расположения защитного блока. Первый вариант представляет собой позиционирование закодированных данных в левом нижнем углу общего изображения, он показан на рис. 3. Закодированная информация выделена пунктирной линией для наглядности, в фактически используемом изображении она не используется.



Рис. 3. Способ позиционирования защитного блока в левом нижнем углу

Второй опытный вариант позиционирования защитного блока представляет собой расположение закодированных данных по центру общей площади изображения. Он изображен на рис. 4.

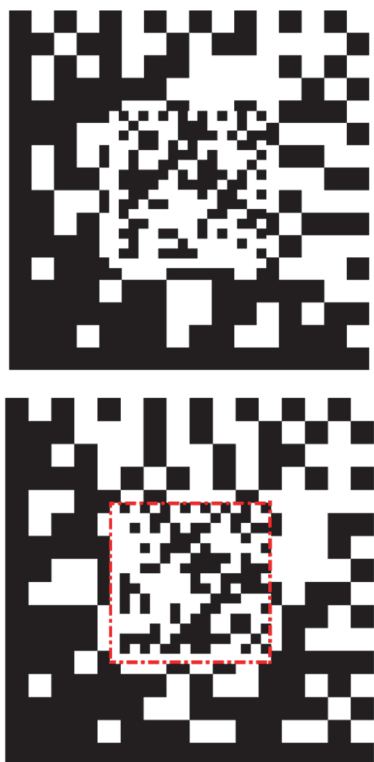


Рис. 4. Способ позиционирования защитного блока по центру общего изображения

В обоих опытных вариантах в качестве открытой информации была закодирована буквенная последовательность **Open data SC**; в качестве защитных данных – строка **Hidden data SC**. Согласно рассматриваемой идее первая строка должна считываться любым стандартным сканером, поддерживающим DataMatrix стандарт. Скрытые же данные могут быть считаны только авторским проприетарным ридером и оставаться игнорируемыми стандартными сканерами [5].

В качестве прототипа ридера-декодирующего применялось разработанное автором мобильное приложение [6] на платформе Android [7]. Ридер использует камеру смартфона для непрерывного продолжительного фотографирования / сканирования изображений с целью поиска открытых и закрытых данных. Пользовательский графический интерфейс [8] до начала процесса сканирования представлен на рис. 5. По нажатию на кнопку «Сканировать» запускается камера смартфона [9] для начала процесса поиска данных согласно рис. 2.

Как результат успешного поиска данных поля «Общедоступная информация» и «Защищенная

информация» должны быть заполнены фактически найденной информацией. Также разработанный сканер в демонстрационных целях отображает все найденные элементы изображения [10].

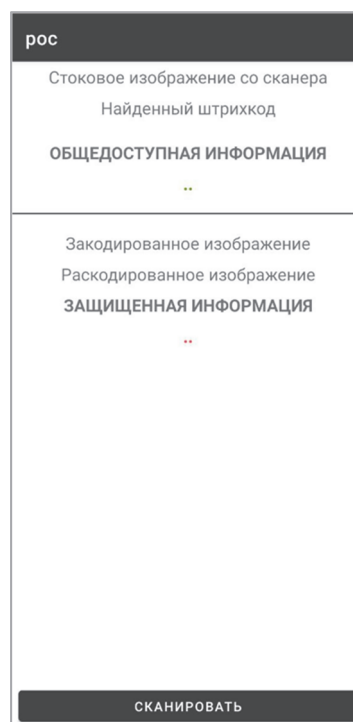


Рис. 5. Ридер-декодирующ до начала процесса сканирования

На рис. 6 представлен процесс начала сканирования с отображением общедоступной информации на экране.

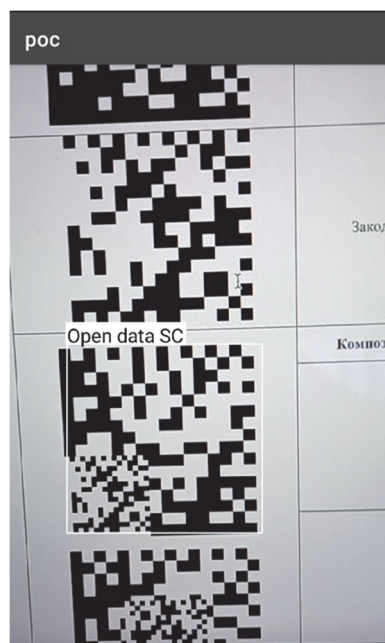


Рис. 6. Начало процесса поиска данных ридером

Процесс поиска осуществляется до тех пор, пока не будет найден защитный блок с успешной его декодировкой [11]. Результаты успешной работы сканера представлены на рис. 7–10 с отображением каждого из этапов распознавания данных.

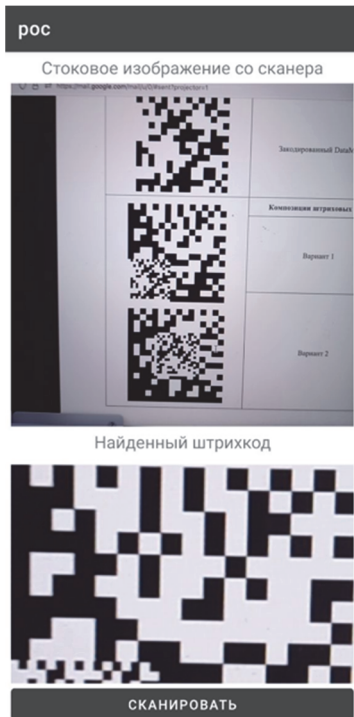


Рис. 7. Обнаружено изображение DataMatrix



Рис. 8. Распознана открытая информация Open data SC



Рис. 9. Найден защитный блок

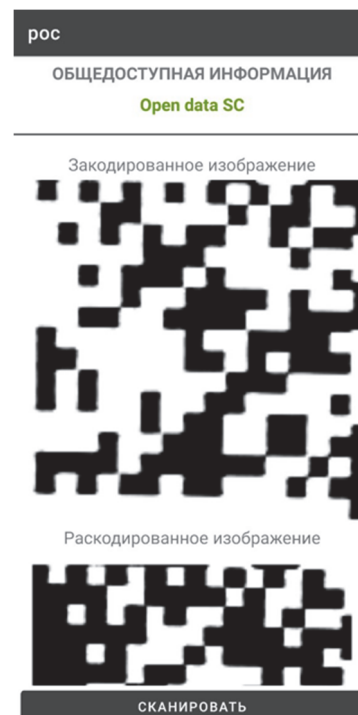


Рис. 10. Защитная информация Hidden data SC раскодирована и представлена в графическом виде

Минимальный размер общей площади изображения с успешным результатом сканирования в опытных поисках составил порядка 8 мм. Данная величина не может быть однозначно детерминирована,

так как смартфоны могут иметь различное разрешение камеры, а качество печати может отличаться для разных устройств. Базовый Data-Matrix может комбинироваться в несколько блоков согласно инструкциям стандарта без потери возможности поиска защитного изображения.

**Заключение.** В результате проведенной работы можно заключить, что структуры матричных штрихкодов, базирующиеся на алго-

ритмах Рида – Соломона, позволяют привнести в них экстр-данные с целью дополнительной защиты без увеличения общей площади изображения. Открытыми вопросами остаются скорость промышленной печати и верификации, фактическая величина потерь уровня читабельности стандартными сканерами при физическом повреждении общей площади. Зависимость разрешения камеры сканера и минимальной площади изображения.

### Список литературы

1. Национальная система цифровой маркировки «Честный знак». URL: <https://xn--80ajghhoc2aj1c8b.xn--p1ai/> (дата обращения: 14.05.2021).
2. Государственная информационная система маркировки товаров «Электронный знак». URL: <https://datamark.by/> (дата обращения: 17.06.2021).
3. Открытая кроссплатформенная библиотека работы с 1D и 2D штрихкодами. URL: <https://github.com/zxing/> (дата обращения: 18.05.2021).
4. Штарьков Ю. М. Универсальное кодирование. Теория и алгоритмы. М.: Физматлит, 2013. 266 с.
5. Мартин Р., Гренниг Д., Браун С. Чистая архитектура. Искусство разработки программного обеспечения. СПб.: Питер, 2018. 352 с.
6. Хорстманн К. С. Java – библиотека профессионала. СПб.: Наука, 2014. 864 с.
7. Эспозито Д. Архитектура корпоративных мобильных решений. СПб.: Русская редакция, 2014. 462 с.
8. Дейтел П., Дейтел Х., Уолд А. Android для разработчиков. СПб.: Питер, 2016. 512 с.
9. Фелкер Д. Android: разработка приложений для чайников. М.: Издат. дом «Вильямс», 2012. 336 с.
10. Таненбаум Э., ван Стеен М. Распределенные системы. Принципы и парадигмы. СПб.: Питер, 2003. 877 с.
11. Верзун Н. А., Воробьева Д. М., Колбанев М. О. Информационные технологии и телекоммуникации. СПб.: СПбГЭУ, 2018. 100 с.

### References

1. *Natsionalnaya sistema tsifrovoy markirovki "Chestnyy znak"* [The system of compulsory labeling of goods "Honest sign"]. Available at: <https://xn--80ajghhoc2aj1c8b.xn--p1ai/> (accessed 14.05.2021).
2. *Gosudarstvennaya informatsionnaya sistema markirovki tovarov "Elektronnyy znak"* [State information system for marking goods "Electronic sign"]. Available at: <https://datamark.by/> (accessed 17.06.2021).
3. *Otkrytaya krossplatformennaya biblioteka raboty s 1D i 2D shtrikhkodami* [Open cross-platform library for working with 1D and 2D barcodes]. Available at: <https://github.com/zxing/> (accessed 18.05.2021).
4. Shtarkov Y. M. *Universal'noye kodirovaniye. Teoriya i algoritmy* [Universal coding. Theory and algorithms]. Moscow, Fizmatlit Publ., 2013. 266 p.
5. Martin P., Grenning D., Braun C. *Chistaya arkhitektura. Iskusstvo razrabotki programmnogo obespecheniya* [Clean architecture. The art of software engineering]. St. Petersburg, Piter Publ., 2018. 352 p.
6. Khorstmann K. S. *Java – biblioteka professionala* [Java – professional library]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2014. 864 p.
7. Espozito D. *Arkhitektura korporativnykh mobil'nykh resheniy* [Architecture of corporate mobile solutions]. St. Petersburg, Russkaya redaktsiya Publ., 2014. 462 p.
8. Deytel P., Deytel Kh., Uold A. *Android dlya razrabotchikov* [Android for developers]. St. Petersburg, Piter Publ., 2016. 512 p.
9. Felker D. *Android: razrabotka prilozheniy dlya chaynikov* [Android: Developing applications for dummies]. Moscow, Izdatel'skiy Dom "Vil'yams" Publ., 2012. 336 p.
10. Tanenbaum A., Maarten van Steen. *Raspredeleennyye sistemy. Printsipy i paradigmy* [Distributed systems. Principles and paradigms]. St. Petersburg, Piter Publ., 2003. 877 p.
11. Verzun N. A., Vorob'yeva D. M., Kolbanev M. O. *Informatsionnyye tekhnologii i telekommunikatsii* [Information technologies and telecommunications]. St. Petersburg, SPbGEU Publ., 2018. 100 p.

### Информация об авторах

**Молдованов Артем Андреевич** – аспирант кафедры полиграфического оборудования и систем обработки информации. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: amaldavanau@gmail.com

**Корочкин Леон Сергеевич** – доктор технических наук, доцент, профессор кафедры полиграфического оборудования и систем обработки информации. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: lenyakorochkin@gmail.ru

**Шмаков Михаил Сергеевич** – кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой полиграфического оборудования и систем обработки информации. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: shmakov@belstu.by

### Information about the authors

**Moldovanov Artem Andreyevich** – PhD student, the Department of Printing Equipment and Information Processing Systems. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: amaldavanau@gmail.com

**Korochkin Leon Sergeevich** – DSc (Engineering), Associate Professor, Professor, the Department of Printing Equipment and Information Processing Systems. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: lenyakorochkin@gmail.ru

**Shmakov Mikhail Sergeevich** – PhD (Engineering), Associate Professor, Head of the Department of Printing Equipment and Information Processing Systems. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: shmakov@belstu.by

*Поступила 27.09.2021*

УДК 070:004.738.5

**М. В. Чабаненко**

Запорожский национальный университет (Украина)

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ YOUTUBE ПЕЧАТНЫМИ СМИ УКРАИНЫ**

В статье рассмотрены работы исследователей современной медиасферы, касающиеся процессов кросс-медийности в аспекте освоения традиционными печатными СМИ разных каналов дистрибуции контента, в частности социальных сетей. В их контексте представлены результаты собственного исследования, направленного на выявление степени присутствия печатных изданий Украины на платформе YouTube.

Проанализирована деятельность 50 YouTube-каналов, имеющих отношение к печатной прессе Украины. Установлено, что присутствие газет и журналов на данной технической платформе отличается большой разницей в таких показателях, как количество подписчиков и качество видеоматериалов. Выявлено, что на уровень эффективности использования возможностей YouTube влияет сочетание четырех главных факторов: желание заниматься несвойственным для прессы форматом – видео, финансирование и наличие необходимой материальной базы, сотрудничество с другими видами СМИ, правильный подход к организации деятельности издания на YouTube.

Исходя из ряда примеров сформулировано предположение о том, что редакциям следует воспринимать YouTube-канал как отдельную площадку для массмедийной работы, требующую специфических подходов. Канал должен быть ярко оформлен; видеоролики отвечать общему характеру информационного пространства социальных сетей: быть броскими, легкими для восприятия, с сильной коммуникативной составляющей; длинные ролики должны иметь динамичный сюжет, касаться актуальных вопросов. Необходимо также стремиться к адекватному качеству съемки и монтажа материалов. Переход печатной прессы на мультимедийность, создание гибридных способов производства и распространения медиапродукции помогает прессе удерживаться на медиарынке, сохраняя бумажные версии изданий.

**Ключевые слова:** газеты, журналы, социальные сети, YouTube, дистрибуция контента.

**Для цитирования:** Чабаненко М. В. Использование возможностей YouTube печатными СМИ Украины // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 69–76.

**M. V. Chabanenko**

Zaporizhzhia National University (Ukraine)

**USE OF THE POSSIBILITIES OF THE YOUTUBE BY THE PRINT MEDIA OF UKRAINE**

The article examines the works of researchers of the modern media sphere concerning the processes of cross-media in the aspect of mastering of various channels of content distribution, in particular, social networks, by traditional print media. In their context, the results of own research are presented, aimed at identifying the degree of the presence of printed editions of Ukraine on the YouTube platform.

The activity of 50 YouTube channels related to the print press of Ukraine was analyzed. It was found that the presence of newspapers and magazines on this technical platform is distinguished by a large difference in such indicators as the number of subscribers and the quality of video materials. It was revealed that the combination of four main factors affects the level of effectiveness of using YouTube's capabilities: the desire to engage in a format unusual for the press - video, funding and the availability of the necessary material base, cooperation with other types of media, the correct approach to organizing the publication's activities on YouTube.

Based on a number of examples, it was suggested that editors should perceive the YouTube channel as a separate platform for mass media work that requires specific approaches. The channel should be brightly decorated; videos should correspond to the general nature of the information space of social networks: be catchy, easy to understand, with a strong communicative component; long videos should have a dynamic plot, touch on topical issues. It is also necessary to strive for the adequate quality of shooting and editing materials. The transition of the print press to multimedia, the creation of hybrid methods of production and distribution of media products helps the press to stay in the media market, while maintaining paper versions of publications.

**Key words:** newspapers, magazines, social media, YouTube, content distribution.

**For citation:** Chabanenko M. V. Use of the possibilities of the YouTube by the print media of Ukraine. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies, 2021, no. 2 (249), pp. 69–76 (In Russian).*

**Введение.** Кросс-медийность составляет яркую отличительную черту современной журналистики – производители информационного продукта предпочитают использовать максимум технически доступных способов распространения контента. Печатная пресса в таких условиях оказалась перед очередным вызовом: с трудом преодолев трудности, связанные с необходимостью интеграции с интернетом, газеты и журналы вынуждены осваивать все новые и новые онлайн-инструменты. Иногда для этого им приходится кардинально менять редакционные устои, продолжая избавляться от стереотипов. Наиболее проблематична для многих работа с форматами, не свойственными принту, – аудио, видео. В этом смысле можно наблюдать как слабые, так и вполне успешные творческие проекты. Современное информационное пространство исполнено контрастов. Но любой опыт реализации принципов кросс-медийности, даже если это опыт «слепых» проб и ошибок, заслуживает изучения ввиду того, что существует острая потребность в выработке готовых алгоритмов взаимодействия традиционных и новых медиа. Показательным является отношение печатной прессы к видеохостингу YouTube – оно колеблется от полного игнорирования до интенсивного использования.

Нужно ли газетчикам заниматься видео? Если да, то зачем и как именно? На эти вопросы пока нет вполне готовых ответов, но зато есть отдельные научные публикации, демонстрирующие попытки в них разобраться.

Цель нашего исследования – изучить имеющиеся мнения, дополнить выводы других авторов собственными. В его рамках мы осуществили краткий обзор степени присутствия на YouTube периодических печатных изданий Украины с применением методов наблюдения и сравнительного анализа.

**Основная часть.** В том, что концепция доставки медиапродукта потребителю радикально изменилась, уверены многие исследователи медиа. Н. Лосева пишет, что на это повлияли интернет, мобильная техника, «бесперывный круг потребления информации, потеря СМИ монополии на производство новостей и статус первоисточника, принципиально новая коммуникативная среда и другие факторы» [1, с. 79]. Вещание больше не ограничивается одним СМИ. В дистрибуции контента основной единицей выступает уже не очередной выпуск издания, а «конечная единица контента» [1, с. 80].

Журналисты переосмысливают свои компетенции. Если раньше четкое разделение на радиовещание, телевидение и прессу давало возможность сосредоточиться только на определенных навыках, то современная журналистика

требует «умения вырабатывать мультимедийный контент, распространять информацию через социальные сети, мобильные приложения и т. п.», – указывает В. Шевченко [2, с. 11].

Подобное положение дел начало складываться относительно давно. В. Рябичев в статье за 2013 г. констатировал: «в недалеком будущем в социальных коммуникациях будет доминировать мультиплатформная концепция» [3, с. 100]. Уже тогда было ясно, что массовое внедрение смартфонов и планшетов придаст новый импульс развитию социальных сетей и опирающихся на них направлений журналистики. Речь шла о разных параллельных путях получения / передачи информации, а также о создании при помощи мобильных приложений полноценного медиапродукта.

В том же 2013 г. Л. Василик обращала внимание на то, что областью кросс-медийного производства и распространения новостей становятся не только социальные сети как таковые, но и контент-хостинги [4, с. 298]. В наши дни многие популярные контент-хостинги фактически уже превратились в полноценные социальные сети. YouTube – один из них. К преимуществам подобных технических площадок относятся сохранение личного пространства потребителя и то, что он сам определяет для себя набор новостей. Это дает СМИ удобную возможность изучать вкусы целевой аудитории. «Кросс-медиа формирует парадигму смены обратного канала, что наиболее заметно в социальных медиа, где кросс-медиа является динамическим процессом сообщения, которое проходит сквозь социальные сети как обратный канал и есть постоянным, динамическим обменом с аудиторией» [4, с. 299].

О коммуникационном аспекте данного явления упоминают многие авторы. Так, у В. Челомбитко находим: «Кросс-медиа подразумевают не только интегрирование взаимодополняющих сообщений из разных источников; не меньшее значение имеют реакция и обратная связь от целевой аудитории кампании» [5, с. 243]. Таким образом, претерпевают изменения социальные функции СМИ: кросс-медийность делает аспект сотрудничества с аудиторией более выразительным.

Использование в журналистской деятельности YouTube позволяет расширить аудиторию. Об этом пишет И. Тонких, упоминая три разновидности присутствия журналистов на этой площадке: корпоративные каналы СМИ, персональные каналы сотрудников СМИ и видеоблоги (влоги), представляющие гражданскую журналистику [6, с. 85].

Значение видеоконтента в новых медиа возрастает. Редакции газет и журналов экспериментируют с различными жанрами и формами подачи видеоматериалов в интернете, начиная еще

с нулевых годов. Первыми видеоматериалами были в основном презентации сотрудниками своих текстов. «Корреспондент или обозреватель, сидя на своем рабочем месте или стоя на фоне плаката с логотипом издания, пересказывал свою последнюю публикацию» [7, с. 102]. Позже подобные «пересказы» начали дополнять примитивным видеорядом, постепенно их сменили сюжеты по мотивам публикации, интервью с экспертами, опросы. Проанализировав работу 14 современных YouTube-каналов российских газет, Л. Круглова пришла к выводу, что они «пока не могут конкурировать с популярностью топовых блогеров», но активно ищут свое место «в digital» [8].

По наблюдениям А. Градюшко, социальные сети часто выступают источником фактов, в том числе газеты могут подхватывать новостные поводы в YouTube. Кроме того, современная модель потребления информации требует изменения способов предоставления медиапродукта редакциями печатных СМИ, вовлекая их в общий информационный поток. «Присутствие и активная работа редакций на новых коммуникационных площадках позволяет им не только увеличить узнаваемость своих брендов в Интернете и повысить репутацию, но и способствует значительному увеличению числа пользователей» [9, с. 72]. Причем количество переходов на сайты СМИ с социальных сетей порой достигает половины от общего числа посетителей (что хорошо видно на примерах изданий «Браслаўская звезда» и «Дняпроўская праўда»). Сохранять тиражи и количество подписчиков бумажных версий газет представляется уже неактуальным, эффективнее наращивать присутствие в социальных сетях.

Исследуя вопрос адаптации печатных изданий Республики Беларусь к цифровой среде, А. Градюшко отмечает стремление к экспериментам с подходами к организации работы и форматами контента. Изучение YouTube-каналов газет «Беларусь сегодня», «Звезда», «Комсомольская правда» в Белоруссии, Intex-press, «Инфо-Курьер» показало, что их видеоматериалы довольно разнообразны (регулярные передачи, авторские видеоблоги, прямые эфиры, блиц-опросы, репортажи и др.). Поскольку производство видео требует творческих и финансовых затрат, не все редакции позволяют себе полноценно им заниматься. У некоторых региональных СМИ это получается лучше, чем у республиканских. Например, на Гродненщине создан успешный инновационный медийный кластер. Редакция газеты «Ашмянскі веснік», кроме сайта, работает с соцсетями, создает видеоролики, набирающие сотни просмотров на YouTube [10, с. 68].

Приступая к обзору аналогичных процессов и явлений в украинском сегменте медиарынка, отметим, что в начале 2021 г., по данным компании GlobalLogic, аудитория интернета в нашей стране составила почти 30 млн, что равняется примерно 67% населения (на 33% больше, чем в 2019 г.). С начала 2020 по начало 2021 г. к социальным сетям присоединились 7 млн украинцев, а общее количество пользователей достигло 26 млн человек. Самой популярной социальной сетью является YouTube. Она охватывает 96% всех пользователей интернета и в ней украинцы проводят в среднем почти 40 мин в день [12]. По данным компании «Kantar Україна», на YouTube заходят чаще, чем на Facebook; по частоте обращений впереди только Google («бесценная тройка лидеров» среди сайтов) [13].

Одной из причин высокой популярности YouTube в мире (соответственно и в Украине) служит то, что эта социальная сеть наименее опасна для психического здоровья молодого поколения. К такому выводу пришло Королевское общество здравоохранения Великобритании, которое провело опрос 1479 человек в возрасте от 14 до 24 лет о том, как YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook и Twitter влияют на их счастье и самочувствие (оценивание проходило по 14 критериям, в том числе депрессия, одиночество, буллинг). Самые негативные показатели принадлежат Instagram, тогда как YouTube – самые положительные [13].

Несмотря на высокие рейтинги этой социальной сети в Украине, не все традиционные СМИ спешат использовать ее в своей деятельности. Если говорить именно о бумажной прессе, даже репосты чужих материалов с YouTube многим, видимо, кажутся то ли слишком трудным, то ли лишним делом. Так, В. Садивный в статье за 2017 г. сетует на то, что «не удалось найти ни одной газеты районного масштаба, на сайте которой более-менее регулярно подавались бы событийные видеосюжеты» [14, с. 44]. Ряд сайтов областных печатных изданий содержит отдельные рубрики с видеоматериалами, но ролики принадлежат преимущественно пресс-службам или телеканалам.

В нашем исследовании выборку составили 50 YouTube-каналов, в той или иной мере представляющих печатную прессу Украины. Печатные СМИ были условно разделены на 4 категории: 1 – газеты, отказавшиеся от бумажных версий в пользу работы исключительно онлайн; 2 – издания, являющиеся частью гибридных медиа; 3 – действующие газеты и журналы всеукраинского, межрегионального, областного, городского и районного уровней; 4 – украинские ответвления международных глянцевого журналов.



В первой категории исследуемых СМИ наиболее интересный случай представляет издание «Сегодня». Основанная в 1997 г. всеукраинская общественно-политическая газета, имеющая несколько региональных представительств, в конце 2006 г. приобрела интернет-версию (segodnya.ua). В 2007 г. в концепцию работы сайта была заложена идея о том, что он должен функционировать в качестве самостоятельной медийной площадки, постепенно он стал местом экспериментов с digital. В последнее время приоритеты «Сегодня» – это телеэфир, а также сайт и другие самые разнообразные интернет-площадки (в том числе SoundCloud и Apple Podcasts, поскольку редакция начала осваивать аудиоформат, готовя тематические подкасты). В YouTube представлены следующие каналы: «Сегодня» (подписаны 516 тыс. человек), «Спорт Сегодня» (4,07 тыс. подписчиков) и «LIFE Сегодня» (3,63 тыс. подписчиков). На них можно увидеть не только выпуски теленовостей, но и видеоролики, напоминающие сетевое творчество блогеров.

Другое крупное общественно-политическое печатное издание, отказавшееся от бумажной версии, – «Зеркало недели» («Дзеркало тижня»), имеет совсем другую историю.

В 1994 г. была основана русскоязычная газета, в 1997 г. – ее первый сайт mirgor.kiev.ua (страницы в веб-архиве с 1998 г.), в 2000 г. сайт находился по адресу zerkalo-nedeli.com, в 2002 г. начал издаваться на бумаге украиноязычный аналог газеты. С весны 2007 г. функционирует сайт с доменным именем zn.ua. В декабре 2019 г. вышел последний выпуск бумажной версии «Зеркала недели». Редакция продолжает работать в интернете, использует социальные сети. Но у YouTube-канала «ZN UA Дзеркало тижня. Україна» всего чуть более 200 подписчиков. Видеоролики изготовлены самостоятельно, не отличаются высоким качеством, имеют относительно небольшое количество просмотров.

В таблице отражена деятельность 25 наиболее активных YouTube-каналов изданий только 2–4-й категорий.

К слову, среди областных печатных СМИ, утративших бумажную версию, стоит отметить издание «Реальная газета Ижица». Это бывший луганский общественно-политический еженедельник, с 2014 г. – только информационно-аналитический онлайн-проект «Реальная газета» (realgazeta.com.ua). На его YouTube-канал подписано 1,34 тыс. человек.

#### Печатные издания Украины, активно вовлеченные в информационное пространство YouTube

Печатные издания	Домен сайта	Веб-адрес и количество подписчиков YouTube-канала (на 03.04.21)
1. Журнал Vouge UA	vogue.ua	<a href="https://bit.ly/3fD58Zh">https://bit.ly/3fD58Zh</a> 234 тыс.
2. Газета «Комсомольская правда в Украине»	kp.ua	<a href="https://bit.ly/2PPsfFf">https://bit.ly/2PPsfFf</a> 53,9 тыс.
3. Газета «Вести»	vesti.ua	<a href="https://bit.ly/2Pxpqsq">https://bit.ly/2Pxpqsq</a> 42 тыс.
4. Газета «Газета по-українськи», журнал «Країна»	gazeta.ua	<a href="https://bit.ly/2R18gE5">https://bit.ly/2R18gE5</a> 30,9 тыс.
5. Журнал «Новое время»	nv.ua	<a href="https://bit.ly/2Oj8GV1">https://bit.ly/2Oj8GV1</a> 15 тыс.
6. Журнал Pink	pink.ua	<a href="https://bit.ly/3udmgci">https://bit.ly/3udmgci</a> 12 тыс.
7. Газета «Високий Замок»	wz.lviv.ua	<a href="https://bit.ly/3wsUx9e">https://bit.ly/3wsUx9e</a> 9,41 тыс.
8. Газета «Агробізнес Сьогодні»	agro-business.com.ua	<a href="https://bit.ly/3fIV2Gp">https://bit.ly/3fIV2Gp</a> 7,36 тыс.
9. Журнал Viva!	viva.ua	<a href="https://bit.ly/3uiP17m">https://bit.ly/3uiP17m</a> 5,93 тыс.
10. Журналы «Власть денег», «Ділова столиця»	dsnews.ua	<a href="https://bit.ly/3uinJ0Y">https://bit.ly/3uinJ0Y</a> 3,03 тыс.
11. Газета «День»	day.kyiv.ua	<a href="https://bit.ly/31KCops">https://bit.ly/31KCops</a> 3,69 тыс.
12. Газета KyivPost	kyivpost.com	<a href="https://bit.ly/3rMj1XK">https://bit.ly/3rMj1XK</a> 3,6 тыс.
13. Газета «Кременчуцький ТелеграфЪ»	telegraf.in.ua	<a href="https://bit.ly/3cMhNHI">https://bit.ly/3cMhNHI</a> 2,84 тыс.
14. Журнал CosmopolitanUkraine	cosmo.com.ua	<a href="https://bit.ly/3mh5Lt3">https://bit.ly/3mh5Lt3</a> 2,5 тыс.
15. Журнал «Український тижень»	tyzhden.ua	<a href="https://bit.ly/3mijP5q">https://bit.ly/3mijP5q</a> 2,35 тыс.
16. Журнал Forbes Ukraine	forbes.ua	<a href="https://bit.ly/3wzjU9N">https://bit.ly/3wzjU9N</a> 1,84 тыс.
17. Журнал «Бізнес»	business.ua	<a href="https://bit.ly/3IH6g6a">https://bit.ly/3IH6g6a</a> 1,55 тыс.
18. Журнал «Отдохни!»	—	<a href="https://bit.ly/3mxfCuZ">https://bit.ly/3mxfCuZ</a> 1,04 тыс.
19. Газета «Одесская жизнь»	odessa-life.od.ua	<a href="https://bit.ly/3ukC5hl">https://bit.ly/3ukC5hl</a> 768
20. Газета «Рівне вечірне»	rivnepost.rv.ua	<a href="https://bit.ly/3wrL7uY">https://bit.ly/3wrL7uY</a> 735
21. Газета «Край»	kray.com.ua	<a href="https://bit.ly/3uv72j7">https://bit.ly/3uv72j7</a> 663
22. Журнал «Агробізнес Україна»	agrobusiness.com.ua	<a href="https://bit.ly/2QWY936">https://bit.ly/2QWY936</a> 654
23. Газета «Индустриальное Запорожье»	iz.com.ua	<a href="https://bit.ly/3rQNdke">https://bit.ly/3rQNdke</a> 559
24. Газета «Районка»	rayonka.com	<a href="https://bit.ly/2OtAUgo">https://bit.ly/2OtAUgo</a> 551
25. Газета «Юридична газета»	yur-gazeta.com	<a href="https://bit.ly/2OjcyWq">https://bit.ly/2OjcyWq</a> 521

Во второй категории одно из наиболее заметных СМИ – «Новое время». В 2014 г. были основаны еженедельный общественно-политический журнал «НВ» и почти одновременно – сайт nv.ua. Весной 2018 г. начала вещание «первая украинская общенациональная радиостанция разговорного формата» – «Радио НВ». «Радио будет максимально интегрировано на сайт NV.ua с прямой видео- и аудиотрансляцией, возможностью интерактива для слушателей и подкастами. Кроме сайта NV.ua, в интернете «Радио НВ» будет доступно и через свои каналы в Facebook и YouTube, а также в специализированных радиийных приложениях», – объясняли представители руководства «медиадома» (так позиционирует себя «НВ») [15].

Сейчас данный проект успешно реализован. В частности у YouTube-канала «Радио НВ» 121 тыс. подписчиков. У НВ есть еще три YouTube-канала, имеющих отношение именно к радио: «Без кісток» (30,37 тыс. подписчиков), «Богдан Амосов» (17,8 тыс.) и совсем новый – «Радіо НВ. Без політики» (пока только 64 подписчика). Все они наполнены полноценными видео, значительную часть которых составляют видеозаписи радиопередач в студии. Кроме того, есть канал просто «НВ» с 15 тыс. подписчиками (5-е место в таблице). На нем размещены видео, изготовленные сотрудниками «НВ», в том числе сочетающиеся с материалами сайта (в публикациях на сайте делают их репосты в качестве видеоиллюстраций). Ролики выполнены достаточно качественно и касаются многих тем. Особенно интересны рубрики «Видеографіка», Shorts, представляющие разновидность компактного информирования с целью экономии внимания аудитории.

В составленном нами списке печатных изданий Украины, активно вовлеченных в информационное пространство социальной сети YouTube, СМИ третьей и четвертой категорий оказались перемешанными. Возглавляет его журнал Vouge UA, на YouTube-канал которого подписаны 234 тыс. человек, что является рекордным показателем для печатного издания, не связанного ни с телевидением, ни с радио. Как известно, бренд Vogue принадлежит транснациональной корпорации Condé Nast International. На украинском медиарынке появился в 2013 г., с тех пор пользуется большой популярностью. На официальном сайте журнала vogue.com есть рубрика Vouge Videos с качественными фирменными видеороликами (залитыми непосредственно на сайт, а не на YouTube), что свидетельствует: данный формат давно освоен издательством на высоком профессиональном уровне и исключительно хорошо финансируется.

Газета «Комсомольская правда в Украине», конечно, отстает от Vouge UA, но все же довольно заметна на YouTube – у нее 53,9 тыс. подписчиков. Большинство из опубликованных видеороликов изготовлены редакцией и содержат интервью с известными персонами.

У YouTube-канала Povesti от газеты «Вести» 42 тыс. подписчиков и совершенно другой подход: видеоролики креативнее – как по содержанию, так и по оформлению, напоминают творчество блогеров, все свои.

«Газета по-українськи» и журнал «Країна» имеют общий сайт и общий YouTube-канал с 30,9 тыс. подписчиками. Ролики содержат в основном различные документальные видеоматериалы, касающиеся резонансных событий. Изредка – выпуски программы «Бочка».

После уже упомянутого нами канала «Новое время» следует канал журнала Pink с 12 тыс. подписчиками (видеоролики рекламируют текущие выпуски, содержат советы по здоровому образу жизни, моде и т. п.).

YouTube-канал газеты «Високий Замок» под названием «Балючі теми» с 9,41 тыс. подписчиками выделяется тем, что, во-первых, имея сравнительно высокий рейтинг, представляет не всеукраинское, а областное издание, а во-вторых, полностью является авторским проектом главного редактора Наталии Балюк, которая лично обсуждает со своими гостями разные актуальные для общества темы. Видеоролики изготовлены вполне качественно.

Каналы с количеством подписчиков меньше 10 тыс., но больше 1 тыс. человек занимают в нашем списке 7–18-е места. Кроме издания «Високий Замок», это газета «Агробізнес Сьогодні», журналы Viva!, «Власть денег», «Ділова столиця», газеты «День», KyivPost, «Кременчуцький ТелеграфЪ», журналы Cosmopolitan Ukraine, «Український тиждень», Forbes Ukraine, «Бізнес», «Отдохни!».

Последние 6 мест с количеством подписчиков менее 1 тыс., но более 500 у YouTube-каналов газет «Одесская жизнь», «Рівне вечірне», «Край», журнала «Агробізнес Україна», газет «Индустриальное Запорожье», «Районка», «Юридична газета». Если продолжить таблицу вниз, после них должны идти «Полезная газета Новомосковска» (436) и журнал «Дніпро» (403).

Как видно, наблюдается значительный разрыв в популярности между каналами неоспоримых лидеров и остальных активистов. Если продолжать таблицу, указав каналы, у которых количество подписчиков не достигает 100, в нее могут войти еще около 20 изданий (в том числе «Голос України», «Нова доба», «Запорізька правда», «Сім днів», «Бучанські новини» и др.). Помимо этого, на YouTube можно обнаружить

каналы печатных СМИ, на которые подписаны всего несколько человек, пустые, недоработанные или заброшенные.

Бывают случаи, когда на одном канале YouTube представлено сразу несколько печатных СМИ. Например, *более 1,5 тыс.* подписчиков у канала «БУХГАЛТЕР LIVE» от «Издательской группы АС». Другой пример – портал AgroTimes (agrotimes.ua), презентующий журналы «Наше Птахівництво», «Плантатор», «Садівництво по-українськи», AgroTimes и The Ukrainian Farmer. На YouTube-канале у него *192* подписчика.

Нередко газеты, у которых нет собственных YouTube-каналов, публикуют на своих сайтах иконку-гиперссылку на YouTube-канал дружественного телевизионного канала, иногда – радиостанции.

То, что объединение в холдинги помогает традиционным СМИ (в первую очередь, печатным) увереннее чувствовать себя в интернете, касается не только центральных, но и локальных медиа. Один из многих примеров – информационная группа «ПРО-100» (Бердянский район Запорожской области), в которую входят газеты «Бердянские ведомости», «Ведомости юга», «Бердянск деловой», радио «Азовская волна» и ТРК «ЮГ». У нее один общий сайт pro.berdiansk.biz, а на нем – переход на YouTube-канал ТРК «ЮГ» с *2,28 тыс.* подписчиками. Другой пример – медиацентр «Край» (г. Городенка Ивано-Франковской обл.), объединяющий интернет-издание kraj.com.ua и одноименную газету, на YouTube-канале которого *663* подписчика. По такому же принципу работает «МВ»-холдинг (г. Мелитополь Запорожской области), в который входят предприятия «Пресса», «Издательский дом МГТ» и рекламное агентство «МВ-плюс». На основе сайта газеты «Мелитопольские ведомости» mv.org.ua функционирует интернет-портал, с которого можно перейти на YouTube-канал «Местные Вести» (*356* подписчиков).

Любопытный случай – YouTube-канал газеты «Районка» (г. Пологи Запорожской области) довольно успешный для своего уровня: у него *551* подписчик, много просмотров. При ближайшем рассмотрении становится ясно, что это единая новостная организация с ТРК «Славия». Но представленные «Районкой» видеоролики – не подкасты и не телевизионная продукция: часть из них – любительские видео читателей, а часть – короткие информационные сообщения, специально изготовленные для YouTube.

**Заключение.** Применение кросс-медийности редакциями печатных СМИ имеет свою предысторию. Экспериментирование с несвойственными принту форматами, в том числе публикация и даже самостоятельное производство

видео, заметно стартовало в нулевых годах текущего столетия, хотя первые публикации видео на сайтах газет в США появились в конце 1990-х гг. [14]. Развитие социальных сетей, гражданской журналистики, мобильных устройств привели к усилению этой линии в деятельности газетчиков, а также способствовали выносу подобного контента за рамки сайта издания, на альтернативные технические площадки, не принадлежащие СМИ. Со временем в редакциях стали все чаще создаваться отделы управления интернет-проектами. В ряде случаев они перетянули на себя всю активность – бумажные версии ряда изданий закрылись, работа продолжается исключительно онлайн.

Отношение всех газет и журналов в целом к возможностям, предлагаемым видеохостингом YouTube, неравномерное. Наблюдается большая амплитуда степени присутствия на YouTube печатных изданий: одни редакции вообще им не пользуются; другие завели каналы, но не уделяют им должного внимания; третьи, наоборот, – не только стали профессионально заниматься видео, но даже выдвинули эту разновидность контента на первый план (что превращает их, по сути, в гибридные СМИ). Даже в первой двадцатке наиболее активных каналов, принадлежащих печатным изданиям, разница между первыми и последними исчисляется в десятках и сотнях тысяч подписчиков: нижние показатели не дотягивают и до тысячи, верхние – достигают более 200 тыс.

Если рассматривать по отдельности однотипные печатные СМИ примерно одинакового уровня по масштабам распространения, можно заметить, что внутри каждого сегмента тоже разнородно. Так, среди дорогих гляцевых журналов есть совершенно не представленные на YouTube (например, украинское ответвление Elle), с каналами, едва дотягивающими до 2 тыс., и огромным числом подписчиков – свыше 10 тыс. Некоторые областные издания обгоняют на YouTube центральные, а районные – областные. Нет также четкой зависимости между тематической направленностью издания и его популярностью на видеохостинге. Как ни странно, гарантированным признаком успешности не является даже объединение с телевидением или радио.

Логика подсказывает, что причин, по которым YouTube-канал печатного издания достигает успеха, несколько; важную роль играет их сочетание. Во-первых, это, конечно, желание заниматься видео. Во-вторых, финансирование, наличие необходимой материальной базы – адекватной студии, техники. В-третьих, сотрудничество с другими видами СМИ. В-четвертых, и это самое главное, – правильный подход к организации

деятельности издания на YouTube, исходящий из понимания того, что канал – не что-то второсортное, не дополнение к «настоящему» СМИ, бумажной газете (хотя вначале может казаться именно так), а отдельная площадка для массмедийной работы, требующая специфических подходов.

Канал должен быть ярко и понятно оформлен. Видеоролики должны отвечать общему характеру информационного пространства социальных сетей – быть броскими, легкими для восприятия, с сильной коммуникативной составляющей, т. е. вызывать эмоциональный отклик, желание дискутировать и т. п. По времени – не обязательно

короткими, но длинные ролики обязательно должны иметь динамичный сюжет, касаться актуальных вопросов, содержать встречи с интересными людьми. Нельзя не учитывать и качество съемки, монтажа, редактирования материалов.

Из-за того, что положение печатных СМИ в современном информационном цифровом пространстве во всем мире самое слабое, именно на их примере лучше всего видно, какие профессиональные решения в медиа сегодня являются наиболее удачными. Поэтому имеет смысл непрерывно изучать их опыт освоения гибридных схем функционирования на медиарынке.

### Список литературы

1. Лосева Н. Аудитория новых медиа // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин [и др.]; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. С. 31–85.
2. Шевченко В. Е. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа // Кросмедіа: контент, технології, перспективи: моногр. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2018. С. 7–20.
3. Рябічев В. Л. Мультиплатформна концепція в сучасній журналістиці // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. С. 98–101.
4. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. С. 297–300.
5. Челомбитько В. Ф. Кросс-медийный подход в информационных и коммуникативных технологиях // Информационные системы и технологии: материалы 4-й Междунар. науч.-техн. конф. ИСТ-2015. Харьков: НТМТ, 2015. С. 243–244.
6. Тонкіх І. Ю. Перспективи використання YouTube-каналів у журналістській діяльності // Наукова школа Романа Іванченка: матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: КПІ імя Ігоря Сікорського, 2019. С. 82–86.
7. Круглова Л. А. Гибридные медиа: роль видео в новых медиа // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 2010. № 4. С. 101–105.
8. Круглова Л. А. Российские газеты на платформе YouTube: опыт взаимодействия // Медиа-скоп. 2020. Вып. 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2642> (дата обращения: 26.03.21).
9. Градюшко А. А. Социальные медиа как инструмент современной интернет-журналистики // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2012. № 2. С. 69–73.
10. Градюшко А. А. Платформа YouTube как площадка для массмедиа: оценка эффективности // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2019. № 2 (225). С. 63–69.
11. Українська аудиторія соцмереж за рік пандемії збільшилася на 7 млн людей – дослідження [Электронный ресурс]. URL: <https://bit.ly/2P1IzTt> (дата обращения: 21.03.21).
12. Жиленко Д. Рейтинг популярних сайтів за лютий 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://bit.ly/3wd3SII> (дата обращения: 21.03.21).
13. Вчені назвали найнебезпечніші і найкорисніші соцмережі [Электронный ресурс]. URL: <https://bit.ly/2NWuKVL> (дата обращения: 21.03.21).
14. Садівничий В. Типи, види та особливості подання контенту крос медіа // Кросмедіа: контент, технології, перспективи. Київ, 2018. С. 40–47.
15. Радио НВ начало вещание в 40 городах Украины [Электронный ресурс]. URL: <https://bit.ly/3dAbxC3> (дата обращения: 31.03.21).

### References

1. Loseva N. New media audience. *Kak novyye media izmenili zhurnalistiku. 2012–2016* [How new media have changed journalism. 2012–2016]. Ekaterinburg, Humanitarnyy universitet Publ., 2016, pp. 31–85 (In Russian).

2. Shevchenko V. E. Convergence as the main feature of modern media. *Krosmedia: kontent, tekhnologii, perspektivi* [Crossmedia: content, technologies, prospects], Kiïv, VPTs “Kiïvs’kiy universitet” Publ., 2018, pp. 7–20 (In Ukrainian).
3. Ryabichev V. L. Multiplatform concept in modern journalism. *Naukovi zapiski Institutu zhurnalistiki* [Scientific notes of the Institute of Journalism], 2013, vol. 52, pp. 98–101 (In Ukrainian).
4. Vasylyk L. Je. Cross-media as a trend of modern journalism. *Naukovi zapiski Institutu zhurnalistiki* [Scientific notes of the Institute of Journalism], 2013, vol. 52, pp. 297–300 (In Ukrainian).
5. Chelombit'ko V. F. Cross-media approach in information and communication technologies. *Materialy 4-y Mezhdunar. nauch.-tekhn. konf. IST-2015 “Informatsionnyye sistemy i tekhnologii”* [Materials of the 4th International scientific and technical conf. IST-2015 “Information systems and technologies”], Khar’kov, 2015, pp. 243–244 (In Russian).
6. Tonkikh I. Yu. Prospects for the use of YouTube channels in journalism. *Materiali VII Mizhnarodnoï naukovo-praktichnoï konferentsii “Naukova shkola Romana Ivanchenka”* [Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference “Roman Ivanchenko Scientific School”], Kiïv, 2019, pp. 82–86 (In Ukrainian).
7. Kruglova L. A. Hybrid media: the role of video in new media. *Vestnik. Moskovskogo un-ta* [Bulletin of Moscow University], series X, Journalism, 2010, no. 4, pp. 101–105 (In Russian).
8. Kruglova L. A. *Rossiyskiye gazety na platforme YouTube: opyt vzaimodeystviya* [Russian newspapers on the YouTube platform: interaction experience]. *Mediaskop* [Midiastop], 2020, issue 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/2642> (accessed 26.03.21).
9. Gradyushko A. A. Social media as a tool for modern online journalism. *Vestnik BNTU* [Bulletin of the Belarusian National Technical University], series IV, Philology Journalism Pedagogy, 2012, no. 2, pp. 69–73 (In Russian).
10. Gradyushko A. A. YouTube platform as a media platform: evaluating effectiveness. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], series IV, Print- and Mediatechnologies, 2019, no. 2 (225), pp. 63–69 (In Russian).
11. *Ukrains’ka auditoriya sotsmerezh za rik pandemii zbil’shilasya na 7 mln lyudey – doslidzhennya* [Ukrainian audience of social networks during the year of the pandemic increased by 7 million people – a study]. Available at: <https://bit.ly/2P1HzTt> (accessed 21.03.21).
12. Zhilenko D. *Reyting populyarnikh saytiv za lyutyi 2021* [Ranking of popular sites for February 2021]. Available at: <https://bit.ly/3wd3SII> (accessed 21.03.21).
13. *Vcheni nazvali naynebezpechnishi i naykorisnishi sotsmerezhi* [Scientists have named the most dangerous and useful social networks]. Available at: <https://bit.ly/2NWuKVL> (accessed 21.03.21).
14. Sadivnichiy V. Types, types and features of cross-media content presentation. *Krosmedia: kontent, tekhnologii, perspektivi* [Crossmedia: content, technologies, prospects]. Kiïv, 2018, pp. 40–47 (In Ukrainian).
15. *Radio NV nachalo veshchaniye v 40 gorodakh Ukrainy* [Radio NV began broadcasting in 40 cities of Ukraine]. Available at: <https://bit.ly/3dAbxC3> (accessed 31.03.21).

### Информация об авторе

**Чабаненко Мирослава Викторовна** – кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры журналистики. Запорожский национальный университет (69600, г. Запорожье, ул. Жуковского, 66-а, Украина). E-mail: [m\\_v\\_chabanenko@ukr.net](mailto:m_v_chabanenko@ukr.net)

### Information about the author

**Chabanenko Miroslava Viktorovna** – PhD (Social Communications), Assistant Professor, the Department of Journalism. Zaporizhzhia National University (66-a, Zhukovskogo str., 69600, Zaporozhye, Ukraine). E-mail: [m\\_v\\_chabanenko@ukr.net](mailto:m_v_chabanenko@ukr.net)

Поступила 27.05.2021

УДК 070:476(043.3)

**Чжао Лян**

Белорусский государственный университет

**АКТУАЛЬНЫЕ НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ  
СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ ТЕОРИИ МЕДИАТИЗАЦИИ**

Изобретение фотографии, электричества, кинематографа, радиовещания, цветной печати, первые эксперименты с телевидением – все это на рубеже XIX–XX вв. обусловило развитие комплекса наук о коммуникации с выделением такой ее формы, как массмедиа. К массмедиа традиционно относят книжные и газетные издательства, информационные агентства, редакции прессы, радиовещания, телевидения, кино-, видео-, звукозаписывающие компании, которые имеют соответствующую материально-техническую инфраструктуру.

В статье рассматриваются современные подходы к определению терминов «медиа» и «медиа-тизация». В компаративном контексте анализируются взгляды авторитетных исследователей на сущность медиа-тизации, влияние этого процесса на развитие общества, его отдельных сфер. Характеризуется состояние развития теории медиа-тизации в англо- и русскоязычном научном дискурсе, китайской социальной науке, описывается практика проведения научных конференций, стратегически ориентированных исследований в рамках определенных программ, посвященных изучению феномена медиа-тизации.

Многие эмпирические исследования не имеют прочной связи с теорией медиа-тизации. Одним словом, теория медиа-тизации находится в процессе бурного развития, однако сущностное ее понимание еще недостаточно определено. А с началом XXI в. новым этапом в разработке и систематизации теории медиа-тизации стала практика проведения научных конференций, стратегически ориентированных исследований в рамках определенных программ.

**Ключевые слова:** коммуникация, медиа, медиа-тизация, теория медиа-тизации, массмедиа.

**Для цитирования:** Лян Ч. Актуальные научные подходы к моделированию современной концепции теории медиа-тизации // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 77–83.

**Chzhao Lyan**

Belarusian State University

**ACTUAL SCIENTIFIC APPROACHES TO MODELING  
THE MODERN CONCEPT OF THE THEORY OF MEDIATIZATION**

The invention of photography, electricity, cinema, radio broadcasting, color printing, the first experiments with television – all this at the turn of the XIX–XX centuries led to the development of a complex of communication sciences with the allocation of such a form as mass media. The mass media traditionally includes book and newspaper publishers, news agencies, editorial offices of the press, radio broadcasting, television, film, video, and sound recording companies that have the appropriate material and technical infrastructure.

The article discusses modern approaches to the definition of the terms “media” and “mediatization”. In a comparative context, the author analyzes the views of authoritative researchers on the essence of mediatization, the impact of this process on the development of society and its individual spheres. The state of development of the theory of mediatization in the English and Russian-language scientific discourse, Chinese social science is characterized, the practice of holding scientific conferences, strategically oriented research within the framework of certain programs devoted to the study of the phenomenon of mediatization is described.

Many empirical studies do not have a strong connection with the theory of mediatization. In a word, the theory of mediatization is in the process of rapid development, but its essential understanding is not yet sufficiently defined. And since the beginning of the XXI century, a new stage in the development and systematization of the theory of mediatization has become the practice of holding scientific conferences, strategically oriented research within the framework of certain programs.

**Key words:** communication, media, mediatization, theory of mediatization, mass media.

**For citation:** Lyan Ch. Actual scientific approaches to modeling the modern concept of the theory of mediatization. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 77–83 (In Russian).

**Введение.** Общепринятое определение человека как социального существа дает ученому фундаментальную отправную точку для начала любого исследования в области гуманитарных наук. В цивилизациях Древнего мира активное участие индивидуума в жизни общества считалось неоспоримой добродетелью, а в Афинах граждан, избегавших посещения публичных мероприятий, подвергали ostracism, изгоняли за пределы полиса. С развитием человечества социальная значимость общения, информации и коммуникации неуклонно возрастала, достигнув своего пика в настоящее время, когда даже такие глобальные кризисные явления, как пандемия коронавируса, ограничивая этот процесс в офлайн-формате, стимулируют его в виртуальной среде.

Термин «медиа» (от *medium*) в переводе с латыни обозначает середину, посредничество, среду. Широкое распространение он получил в 1860-е гг., когда в США стало модным посещать платные спиритические сеансы общения с душами умерших. Подобные сеансы ознаменовали зарождение общества массового потребления и массовой культуры, которыми сопровождался переход промышленно развитых западных стран к периоду научно-технического прогресса. Изобретение фотографии, электричества, кинематографа, радиовещания, цветной печати, первые эксперименты с телевидением – все это на рубеже XIX–XX вв. обусловило развитие комплекса наук о коммуникации с выделением такой ее формы, как массмедиа. К массмедиа традиционно относят книжные и газетные издательства, информационные агентства, редакции прессы, радиовещания, телевидения, кино-, видео-, звукозаписывающие компании, которые имеют соответствующую материально-техническую инфраструктуру.

**Основная часть.** В современной теории коммуникации и массмедиа особое внимание уделяется исследованиям медиатизации, иначе говоря, социальным последствиям оперирования информацией, когда она рассматривается как объективная первооснова всех процессов жизнедеятельности государства, общества и человека. В этом контексте датский ученый Йенсен К. Б. разделил медиа на три группы. Первые дают возможность человеку самостоятельно или вместе с другими людьми познавать действительность для осуществления жизнедеятельности: устная и письменная формы языка, научное и художественное творчество. Медиа второй категории, в функционировании которых используется техника, позволяют в значительной степени преодолевать два главных барьера в процессе коммуникации – пространство и время (разовые и периодические печатные издания, радио, кино, телевидение). Медиа третьего уровня основаны на цифровых информационно-

коммуникационных технологиях. Они создают сильную конкуренцию традиционным средствам массовой коммуникации, но у последних есть возможность на равных соревноваться с ними в глобальной сети. Датский ученый особо подчеркивает такой важный аспект, как влияние процесса развития медиа на общество. «Каждый из этих типов медиа способствует социальному структурированию определенным образом, и они делают это, участвуя в производстве и распространении в обществе значения, которое накапливается как культура» [1].

Среди множества школ теории коммуникаций для нас наибольший интерес представляет Торонтская, поскольку именно ее представители (Г. Иннис, М. Маклюэн, У. Дж. Онг, Б. Андерсон и другие ученые) наиболее глубоко и всесторонне занимались изучением феномена медиа, а также его корреляций с прогрессом цивилизации. Именно Г. Иннис в конце 1950-х гг. одним из первых начал комплексно исследовать взаимозависимость между типом социальной организации и системой массовой коммуникации. Основным выводом ученого состоял в том, что каждый исторический период сопровождается стремлением властных структур установить монополию над СМК, а объективным решением этих проблем становится появление в результате технического прогресса нового типа медиа, что влечет за собой значительные изменения в политической, экономической, культурной, идеологической сферах жизни общества [2].

Наиболее известным представителем Торонтской школы теории коммуникаций стал Маршалл Маклюэн, который в работах «Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего» (*The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*) 1962 г., «Понимание медиа: Внешние расширения человека» (*Understanding Media: The Extensions of Man*) 1964 г., «Медиа – это сообщение: Перечень последствий» (*The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects, with Quentin Fiore*) 1967 г., «Война и мир в глобальной деревне» (*War and Peace in the Global Village*) 1968 г. изложил свои достаточно оригинальные взгляды относительно влияния медиа на общество и личность человека. Начав исследовательскую деятельность с изучения феномена массовой культуры, М. Маклюэн выдвинул ряд неоднозначных суждений, которые до сих пор вызывают дискуссии. Вместе с тем, несмотря на парадоксальность некоторых выводов, работы Маклюэна намного опередили свое время.

Определения медиа, которые он предложил, допускают достаточно широкое толкование. Под медиа сегодня понимается система массовой коммуникации, когда в широкой трактовке посредническая функция в общении человека с другими людьми и внешней средой может выполняться

не только человеком, но и любыми искусственно созданными объектами. В этом случае такими объектами служат различные созданные людьми технические средства, помогающие обмену информацией между внутренним миром индивидуума и социальным миром [3, с. 32].

Мы согласны с мнением российского исследователя Дукина Р. А., что в русскоязычном научном сообществе термин «медиа» чаще интерпретируется как «средства коммуникации» [4, с. 24–26]. В современной науке существует большое количество подходов к пониманию сущности медиатизации. Как справедливо отмечает научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова Гуреева А. Н., «терминологически понятие «медиатизации» зачастую отождествляют со схожими по звучанию понятиями «медиазации» и «медиазации». Подобные термины, которых в условиях развития медиа сегодня огромное множество, – «медиазация», «медиазация», «медиазация» и «медиализация» порождают многочисленные дискуссии и разнообразные интерпретации в связи с языковыми различиями исследователей и спецификой конкретного перевода» [5, с. 192–208]. Хотя все четыре варианта пришли из англоязычной науки, нам это напоминает аналогичную ситуацию в русскоязычной теории коммуникации, когда ученые ведут многолетние дискуссии, стремясь найти различия между терминами «имидж» и «образ», тогда как в англоязычной науке такой «проблемы» не существует. Поэтому представляется целесообразным сосредоточиться на одном термине «медиатизация» с целью достижения наиболее объективного и конкретного результата исследования двустороннего процесса корреляции медиа и различных сфер жизнедеятельности общества, в ходе которого они оказывают друг на друга постоянное и существенное влияние.

Считается, что первым термин «медиатизация» применил Дж. Б. Томпсон, который в работе *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media* [6] отметил возрастающее влияние медиа на общество. Со временем изучение феномена медиатизация стала важной частью современных исследований коммуникации, объектом которых является трансформация общества, в первую очередь политики, под влиянием медиа, а предметом – закономерности и механизмы этого взаимовлияния с возрастанием доминирующих средств массовой коммуникации, особенно новых медиа. Если британский социолог рассматривал медиатизацию в рамках общекультурных процессов, то шведский исследователь Кент Асп первым стал изучать влияние СМИ на политическую жизнь, когда «политическая система в значительной степени находится под влиянием и

приспосабливается к требованиям средств массовой информации в их освещении политики» [7, с. 336].

К. Асп полагает, что процесс медиатизации политики развивается при таких условиях, когда СМИ являются основным или единственным источником политической информации и в связи с этим могут влиять и в значительной степени формировать представления публики о политической реальности. Следует отметить, что единственным источником информации СМИ в действительности быть не могут, поскольку всегда существуют другие, формальные и неформальные каналы коммуникации. Основные положения теории К. Аспа о влиянии СМИ на политические процессы получили свое развитие в работах других исследователей.

Так, датский ученый Стиг Хьярвард считает, что медиатизация является социальным процессом, при котором средства массовой коммуникации настолько внедрены в общественную жизнь, что они не могут рассматриваться отдельно от других институтов общества [8, с. 9–26]. Возрастающая зависимость социума от медиа и особенностей их функционирования, по мнению С. Хьярварда, с аксиологической точки зрения имеет одновременно позитивные и негативные последствия. Это объясняется комплексом объективных причин: ослаблением регулирующей роли государства, снижением действенности этических норм и кодексов, произвольным характером направлений и различными уровнями развития самой медиасреды. Хьярвард отмечает, что использование публичной персоной медиума, например аккаунта в социальной сети или блога, не всегда оказывает существенное влияние на политику как сферу деятельности. Это только частное проявление глобального процесса медиатизации, в ходе которого социальные структуры и способы их взаимодействия с гражданами и между собой меняются под воздействием прогресса информационно-коммуникационных технологий. С помощью таких технологий люди изменяют все сферы общественной жизни, что в итоге оказывает значительное влияние на формирование и отражение общественного мнения, группового и индивидуального сознания [9, с. 105–134]. Поэтому Хьярвард считает, что теория медиатизации должна изучать существенные тенденции трансформации общества в контексте возрастающего воздействия медиа на социальные институты и области человеческой деятельности.

Оригинальный подход к пониманию медиатизации предложил немецкий ученый Винфрид Шульц, занимающийся исследованиями методов коммуникации, закономерностей влияния средств массовой информации на политику.



Анализируя закономерности корреляции СМИ и общества, он выделил четыре основных функциональных вида взаимодействия: расширение, замещение, объединение, приспособление [10, с. 87–101]. Развивая суждение М. Маклюэна о том, что «медиа – это внешнее расширение человека», В. Шульц утверждает, что общение людей ограничено пространством, временем и средствами выразительности. Средства массовой коммуникации уменьшают эти барьеры, одновременно расширяя парадигму выразительных средств человека.

Замещение рассматривается в двух аспектах: управленческом и представительском. В первом случае оно касается замены устаревших, не связанных с массмедийной деятельностью форм и методов работы различных общественных институтов. Во втором речь идет о выполнении медийной организацией как частью более крупной структуры представительских функций связей с внешней средой. Например, пресс-служба компании распространяет официальную информацию от лица всей компании, а отдельные редакции, являясь только частью национальной системы СМИ, претендуют на выражение общественного мнения в целой стране.

Благодаря использованию медиа происходит объединение относящихся и не относящихся к массовой информации видов деятельности с целью достижения наиболее оптимальных результатов как внутри организации (корпоративные медиа), так и вне ее – продвижение товаров и услуг, реклама, связи с общественностью и т. д. По этому поводу Билл Гейтс сказал: «В будущем на рынке останется два вида компаний: те, кто в Интернете, и те, кто вышел из бизнеса» [11].

Согласно «институционалистской» концепции средства массовой информации устанавливают нормы социального взаимодействия (медиадиалогия), к которым объективно вынуждены приспособляться, адаптироваться различные общественные институты. Именно с медиадиалогией В. Шульц связывает долгосрочные социально-культурные изменения, утверждая, что у общества нет другой альтернативы, кроме как в дальнейшем подчиниться ей.

Основными представителями этой школы медиатизации являются Дэвид Алтейд и Роберт Сноу, которые обосновали термин «медиадиалогика» в 1979 г. Они считали, что логика СМИ формирует фонд знаний, который генерируется и распространяется в обществе. Д. Алтейд и Р. Сноу предположили, что медиадиалогика преимущественно включает в себя закономерности форматирования информации, которые определяют, как классифицируется материал, выбор способа его представления в средствах массовой информации и другие характеристики. Вслед за институционалистской С. Хьярвард выделил в

зарубежной теории медиатизации еще несколько школ, отличающихся между собой подходами к анализу причин возникновения и закономерностям развития исследуемого процесса [12]. Социально-конструктивистская концепция основывается на понимании медиатизации как социального и культурного процесса. Сторонники этого подхода критикуют медийную логику, утверждая, что бессмысленно описывать специфику, которую определенная среда может иметь сама по себе. Источник возрастающего влияния СМИ, по их мнению, заключается только в практической деятельности медиа, которая понимается не как причинность или просто действие, но как сила, формирующая действия по определенным шаблонам. Теория социального конструктивизма ставит своей целью понять, как производится и воспроизводится влияние средств массовой коммуникации через практику социального взаимодействия.

Материалистическая школа изучает влияние средств массовой информации в общей перспективе. Основное внимание здесь уделяется тому, как отдельные виды средств массовой информации оказывают воздействие на социальное устройство, технологический характер отношений человека с другими членами общества. Эта теория исходит из утверждения, что конкретные медиатехнологии, например издательские или телевизионные, следует рассматривать как ключевой фактор в формировании общества нового типа.

Если все вышеперечисленные школы рассматривают медиа в качестве субъекта воздействия, а общество – как его объект, то социокультурный подход основывается еще и на исследовании взаимосвязи между изменениями системы средств массовой коммуникации и социокультурными изменениями в практике разного рода общения, в коммуникативной модели действительности. В реальности массмедиа не обязательно всегда вызывают преобразования, но они стали важнейшей составной частью коммуникации личности, групп, организаций, стран и регионов в сфере политики, экономики, образования, здравоохранения и других с внешней средой. Социокультурный подход в теории медиатизации основан на исследовании способов встраивания СМК в культурные трансформации, влияния на взаимосвязи между различными видами культуры, например, доминирующей и субкультур. Такой анализ показывает, что медиатизация субкультурных групп в большинстве случаев приводит к тому, что они становятся частью основной культуры, меняют свой неформальный имидж и вовлекаются в процесс коммерциализации.

С. Хьярвард и Л. Н. Петерсен обобщили роль медиа в социокультурных изменениях следующим образом: «(1) Когда различные формы субкультур

пытаются использовать средства массовой информации в своих собственных целях, они часто становятся (повторно) встроенными в основную культуру; 2) Национальная культурная политика часто служит рычагом для усиления медиатизации; (3) Медиатизация влечет за собой трансформацию способов осуществления управления и контроля, приобретения и защиты репутации в обществе; и (4) Технологические разработки формируют возможности медиа и, таким образом, являются отдельной частью процесса медиатизации» [13, с. 1–7]. В русскоязычной коммуникативистике понятие «медиатизации» впервые было использовано в 1991 г. в научно-аналитическом обзоре Т. В. Андриановой и А. И. Ракитова «Современные тенденции информатизации и медиатизации общества». Авторы охарактеризовали медиатизацию как составную часть процесса информатизации общества с рыночной экономикой. Данный процесс объективно необходим потому, что субъекты экономической деятельности для обеспечения своего устойчивого функционирования должны постоянно производить и потреблять все возрастающее количество информации. Со временем медиатизация распространяется практически на все сферы жизнедеятельности общества, в частности, она влияет на «содержание массовой культуры и культуры элитарной, их пропорции и взаимоотношения качественно меняются» [14, с. 117]. По мере качественного изменения и увеличения масштаба процесса медиатизации на практике возрастало и внимание к нему исследователей, активизировалась попытка его теоретического осмысления. Среди ученых, занимающихся научной разработкой данного феномена, следует назвать Анохину В. В., Гурееву А. Н., Дукина Р. А., Загидуллину М. В., Землянову Л. М., Рогозину И. В., Почепцова Г. Г., Шаронова Д. И. и многих др. Сегодня в широком смысле под медиатизацией понимают многогранное влияние медиа на социум в целом или на его отдельные страты, а также на человека в процессе коммуникации. Исследователь Рогозина И. В., например, дает такое определение медиатизации: «Это процесс и результат глобального воздействия на мышление индивидов при помощи различных медиа, выражающегося в формировании картины мира посредством специфических медийных когнитивов...» [15, с. 120–126].

Развивая данный аспект теории медиатизации, профессор Вартанова Е. Л. предложила свое определение современного индивидуума как человека медийного. «Сама идея «человека медийного» – это идея человека, существование которого напрямую формируется процессом получения, потребления и осмысления медиатизированной информации, медийной средой, и социальное, индивидуальное бытование фактически

реализуется в информационных и коммуникационных процессах» [16]. Такой индивидуум активно коммуницирует в медиапространстве, где функционируют как традиционные газеты, журналы, радиовещание и телевидение, так и новые медиа. Современного человека невозможно исключить из того в значительной степени медиатизированного социального пространства, в котором он живет.

А белорусский исследователь Пивоварчик Т. А. отмечает поведенческие аспекты влияния медиатизации на личность: «если традиционно коммуникативная активность или пассивность человека интерпретировалась, прежде всего, как индивидуальное качество личности, то сегодня медиатизированная действительность «навязывает» характер и способы коммуникативной активности человека, оказывается сильнее, чем его природная предрасположенность. Наличие доступных сервисов (например, генераторов мемов) подвигает человека к расширению способов его коммуникативной активности» [17, с. 149–152].

Объединяя индивида и общество как объекты воздействия медиа, российский исследователь Загидулина М. В. вводит в научный оборот понятие «панмедиатизация», которым обозначает «проникновение медиа во все сферы деятельности человека, в том числе сферу межперсонального общения, личного пространства и повседневных практик, ранее осуществлявшихся без посредников либо опиравшихся на посредничество медиумов неэлектронного типа (например, печатных книг)» [18, с. 60–77]. А сторонница культурологического подхода Землянова Л. М. предлагает термин «мультимедиатизация» для характеристики способности медиа видоизменять общественные представления о реальности и подчинять своим имиджам массовую аудиторию. Одной из существенных характеристик массмедиа она считает их способность оперативно передавать информацию на большие пространства, оказывая влияние на «морфологию современной культуры, ее содержание, функции и власть над умами» [19, с. 159].

Все это многообразие теоретических подходов к изучению процесса медиатизации пока не характерно для комплекса социально-гуманитарных наук в КНР. Как отмечает исследователь Буридэ, «китайские ученые довольно поздно столкнулись с теорией медиатизации. Несмотря на то, что в 2000-х гг. такие исследователи, как Ся Вэньжун, Тун Бин, Чжан Таофу, Чжан Сяофэн, Цюань Янь, Шэнь Фань, Фан Янь опубликовали работы на схожие темы, они в то время рассматривали медиатизацию узко – как феномен СМИ – без определенной теоретической коннотации, так что напрямую это не было связано с европейскими коммуникативными исследованиями. Вслед за

бурной дискуссией о медиатизации западного толка в 2014 г. китайские ученые начали активно переводить западные труды по медиа и коммуникации, осознанно знакомить коллег с названным феноменом. .... Тан Шичжэ, Пань Чжундан, Чжоу Сян, Ли Цзя также предложили интерпретацию концепций медиатизации, медиалогии, метапроцесса, трансформации социального пространства.... В последние пять лет в Китае наблюдается нехватка теоретических и эмпирических исследований по теме. Вместе с тем многие эмпирические исследования не имеют прочной связи с теорией медиатизации. Одним словом, теория медиатизации находится в процессе бурного развития, однако сущностное ее понимание еще недостаточно определено.» [20, с. 289].

**Заключение.** С началом XXI в. новым этапом в разработке и систематизации теории медиатизации стала практика проведения научных конференций, стратегически ориентированных

исследований в рамках определенных программ. С 2010 по 2016 г. при финансовой поддержке Исследовательского общества Германии реализовывалась международная программа Mediatized Worlds, координатором которой был профессор Кротц Ф. (Friedrich Krotz), глава Центра медиа, коммуникационных и информационных исследований Университета Бремена.

При Европейской ассоциации исследований коммуникации и образования (European Communication Research and Education Association, ECREA) создано отделение Mediatization, по инициативе которого были проведены конференции «Медиатизация в глобальной перспективе: сравнение теоретических подходов в цифровом мире (Лиссабон, 2017), «Доверие, контроль и конфиденциальность: медиатизация детства и подростков в цифровую эпоху» (Прага, 2018). Также издается в электронном формате на базе Университета Стамбула тематический сборник *New Media / New Society?*.

### Список литературы

1. Клаус Б. Дж., Николас В. Дж. Справочник по коммуникационным исследованиям: качественные и количественные методологии. Лондон: Taylor & Francis, 2002. 268 с.
2. Гарольд А. И. Империя и коммуникации. Торонто: Dundurn Пресс, 2007. 288 с.
3. Роберт К. Л. Неправильное понимание Маклюэна: установление рекорда прямо. Торонто: Kindle Edition, 2013. 199 с.
4. Дукин Р. А. Медиатизация современного общества: влияние социальных медиа // *Theory and practice of social development*. 2016. No. 2. С. 24–26.
5. Гуреева А. Н. Теоретическое понимание медиатизации в условиях цифровой среды // *Journal Moscow State University*. 2016. No. 10. С. 192–208.
6. Беверли М. Э. Кембридж: политика. Стэнфорд: Стэнфордский университет, 1995. 337 с.
7. Олаф Хоффманн, Роланд Шталь. Руководство по связям с общественностью. Висбаден: Nabu Press, 2010. 459 с.
8. Хьярвард С. Медиатизация религии: теория СМИ как агентов религиозных изменений // *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*. 2008. No. 6. С. 199.
9. Хьярвард С. Медиатизация общества: теория СМИ как агентов социальных и культурных изменений // *Nordicom Review*. 2008. No. 2. С. 105–134.
10. Шульц В. Реконструкция медиатизации как аналитической концепции // *European Journal of Communication*. 2004. No. 1. Р. 87–101.
11. Билл Гейтс Цитаты Билла Гейтса [Электронный ресурс]. URL: <https://socratify.net/quotes/bill-geits/114989> (дата обращения: 05.07.2021).
12. Хьярвард С. Медиатизация культуры и общества. Лондон: Routledge, 2013. 192 с.
13. Хьярвард С., Ниброс Л. *Medie / Kultur*. Медиатизация и культурные изменения Петерсен // *Journal of media and communication research*. 2013. No. 54. С. 1–7.
14. Андрианова Т. В., Ракитов А. И. Современные тенденции информатизации и медиатизации общества. М.: ИНИОН, 1991. 117 с.
15. Рогозина И. В. Функции и структура медиакартины мира // *Methodology of modern psycholinguistics*, 2003. С. 120–126.
16. Вартанова Е. Л. «Человек медийный» – новая ступень эволюции или приложение к гаджету? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nkj.ru/open/27523/> (дата обращения: 05.07.2021).
17. Пивоварчик Т. А. Медиатизация как фактор развития коммуникативной активности личности // *Корпоративные стратегические коммуникации: новые тренды в профессиональной деятельности: материалы II Междунар. науч.-практ. конф.* Минск, 2018. С. 149–152.
18. Загидуллина М. В. Интермедийность в эпоху тотальной медиатизации: как технологии влияют на литературу и ее теорию // *Павермановские чтения. Литература. Музыка. Театр: сб. науч. трудов*. 2017. С. 60–77.

19. Землянова Л. М. Гуманитарная миссия современной глобализирующейся коммуникативистики. М.: Московский университет, 2010. 272 с.
20. Буридэ. Концепт «медиатизация» в современных китайских исследованиях // Сб. науч. статей студентов, магистрантов, аспирантов. 2019. Вып. 22. 372 с.

### References

1. Klaus B. J., Nicholas W. J. A *Spravochnik po kommunikatsionnym issledovaniyam: kachestvennyye i kolichestvennyye metodologii* [Handbook of Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies]. London, Taylor & Francis Publ., 2002, 268 p.
2. Harold A. I. *Imperiya i kommunikatsii* [Empire and Communications]. Toronto, Dundurn Press, 2007, 288 p.
3. Robert K. L. *Nepravil'noye ponimaniye Makluena: ustanovleniye rekorda pryamo* [McLuhan Misunderstood: Setting the Record Straight]. Toronto, Kindle Edition Publ., 2013, 199 p.
4. Dukin R. A. Mediatization of Modern Society: The Impact of Social Media. *Theory and practice of social development*, 2016, no. 2, pp. 24–26 (In Russian).
5. Gureeva A. N. Theoretical understanding of mediatization in the digital environment. *Journal Moscow State University*, 2016, no. 10, pp. 192–208 (In Russian).
6. Beverly M. E. *Kembridg: politika* [Cambridge: politics]. Stanford, Stenfordskiy universitet Publ., 1995. 337 p.
7. Hoffjann O., Roland S. *Rukovodstvo po svyazyam s obshchestvennost'yu* [Association communication manual]. Wiesbaden, Nabu Press Publ., 2010. 459 p.
8. Hjarvard S. The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 2008, vol. 6, no. 1. P. 199 (In Russian).
9. Hjarvard S. The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 2008, no. 2, pp. 105–134 (In Russian).
10. Schults W. Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 2004, no. 1, pp. 87–101 (In Russian).
11. Bill Gates. *Tsitaty Billa Geytsa* [Quotes of Bill Gates]. Available at: <https://socratify.net/quotes/bill-geits/114989> (accessed 05.07.2021).
12. Stig Hjarvard. *Mediatizatsiya kul'tury i obshchestva* [The Mediatization of Culture and Society]. London, Routledge Publ., 2013. 192 p.
13. Medie Kultur. Mediatization and Cultural Change by Stig Hjarvard and Line Nybro Petersen. *Journal of media and communication research*, 2013, no. 54, pp. 1–7 (In Russian).
14. Andrianova T. V., Rakitov A. I. *Sovremennyye tendentsii informatizatsii i mediatizatsii obshchestva* [Modern trends in informatization and mediatization of society]. Moscow, UNION Publ., 1991. 117 p.
15. Rogozin I. V. Functions and structure of the media picture of the world. *Methodology of modern psycholinguistics*, 2003, pp. 120–126 (In Russian).
16. Vartanova E. L. “Chelovek mediynny – novaya stupen' evolyutsii ili prilozheniye k gadzhetu?” [“Media Man” – a New Stage of Evolution or an Application to a Gadget?]. Available at: <https://www.nkj.ru/open/27523/> (accessed 05.07.2021).
17. Pivovarchik T. A. Mediatization as a factor in the development of a person's communicative activity. *Materialy II Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. “Korporativnyye strategicheskiye kommunikatsii: novyye trendy v professional'noy deyatel'nosti”* [Second International Scientific and Practical Conference “Corporate strategic communications: new trends in professional activity”]. Minsk, 2018, pp. 149–152 (In Russian).
18. Zagidullina M. V. Intermediation in the era of total mediatization: how technologies affect literature and its theory. *Sb. nauch. trudov “Pavermanovskiy chteniye. Literatura. Muzyka. Teatr”* [International Scientific and Practical Conference “Powerman readings. Literature. Music. Theatre”]. Moscow, 2017, pp. 60–77 (In Russian).
19. Zemlyanova L. M. *Gumanitarnaya missiya sovremennoy globaliziruyushchey kommunikativistiki* [Humanitarian mission of modern globalizing communication science]. Moscow, Moskovskiy Universitet Publ., 2010, 272 p.
20. Buride The concept of “mediatization” in contemporary Chinese studies. *Sb. nauchnykh statey studentov, magistrantov, aspirantov* [Collection of scientific articles of students, undergraduates, graduate students]. Minsk, 2019. 372 p. (In Russian).

### Информация об авторе

**Чжао Лян** – аспирант кафедры медиалогии. Белорусский государственный университет (220004, г. Минск, ул. Кальварийская, 9, Республика Беларусь). E-mail: zhaoliangabcd@gmail.com

### Information about the author

**Chzhao Lyan** – PhD student, the Department of Media Theory. Belarusian State University (9, Kalvariyskaya str., 220004, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: zhaoliangabcd@gmail.com

Поступила 20.08.2021

# ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО. ФИЛОЛОГИЯ

## PUBLISHING. PHILOLOGY

---

УДК 81'37

**Е. С. Астапкина**

Белорусский государственный университет

### **НОРМА / ЭТАЛОН (СТАНДАРТ) КАК УНИВЕРСАЛИЯ И СЕМАНТИЧЕСКИЙ ОРИЕНТИР КАЧЕСТВЕННЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ**

Существенный объем информации, воспринимаемой органами чувств, закрепляется, воспроизводится и воспринимается в семантике качественных прилагательных, которые тем самым отражают логику восприятия мира человеком. В осмыслении человеком окружающей действительности признак «качество» играет одну из главных ролей, поскольку именно он дает возможность не только распознавать те или иные фрагменты (объекты) реальности, но и объединять их на основе обобщенной качественной характеристики, формируя тем самым модель окружающего мира. Многообразие прилагательных как части речи предопределяет широкий спектр направлений их исследования: в том числе построение семантической классификации прилагательных, изучение особенностей их грамматики, выявление закономерностей их деривационного развития и др.

В статье рассматривается понятие нормы / эталона (стандарта) в контексте анализа семантики качественных прилагательных – на примере осязательных прилагательных. Данное понятие идентифицировано как языковая универсалия, представляющая ориентацию семантики качественных прилагательных. Исследование основано на материале всех осязательных прилагательных русского, белорусского, английского и немецкого языков. Выявлена системообразующая роль «нормы» как центральной семантической категории кластера норма / эталон (стандарт). А выделение в различных языках лексико-семантической группы осязательных прилагательных базируется на их семантической ориентации на норму / эталон (стандарт).

**Ключевые слова:** семантика, норма, эталон, стандарт, качественное прилагательное, осязательное прилагательное, универсалия.

**Для цитирования:** Астапкина Е. С. Норма / эталон (стандарт) как универсалия и семантический ориентир качественных прилагательных // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. № 2 (249). С. 84–89.

**E. S. Astapkina**

Belarusian State University

### **NORM / ETALON (STANDARD) AS A UNIVERSAL AND SEMANTIC REFERENCE POINT FOR QUALITATIVE ADJECTIVES**

A significant amount of information perceived by the senses is fixed, reproduced and perceived in the semantics of qualitative adjectives, which thereby reflect the logic of human perception of the world. In a person's understanding of the surrounding reality, the attribute "quality" plays one of the main roles, since it makes it possible not only to recognize certain fragments (objects) of reality, but also to combine them on the basis of a generalized qualitative characteristic, thereby forming a model of the surrounding world. The variety of adjectives as a part of speech determines a wide range of directions of their research: including the construction of the semantic classification of adjectives, the study of the features of their grammar, the identification of the laws of their derivational development, etc.

The article deals with the notion of norm / standard in the context of analyzing the semantics of qualitative adjectives – on the base of tactile adjectives. This concept is identified as a linguistic universal that represents the orientation of semantics of qualitative adjectives. The research is based on the material of all tactile adjectives in Russian, Belarusian, English and German. The system-forming role of "norm" as the central semantic category of the norm/standard cluster is revealed. And the selection of a lexico-semantic group of tactile adjectives in various languages is based on their semantic orientation to the norm / standard (standard).

**Key words:** semantics, norm, etalon, standard, qualitative adjective, tactile adjective, universal.

**For citation:** Astapkina E. S. Norm / etalon (standard) as a universal and semantic reference point for qualitative adjectives. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 84–89 (In Russian).

**Введение.** Существенный объем информации, воспринимаемой органами чувств, закрепляется, воспроизводится и воспринимается в семантике качественных прилагательных, которые тем самым отражают логику восприятия мира человеком. В осмыслении человеком окружающей действительности признак «качество» играет одну из главных ролей, поскольку именно он дает возможность не только распознавать те или иные фрагменты (объекты) реальности, но и объединять их на основе обобщенной качественной характеристики, формируя тем самым модель окружающего мира [1, с. 78].

Многообразие прилагательных как части речи предопределяет широкий спектр направлений их исследования: в том числе построение семантической классификации прилагательных, изучение особенностей их грамматики, выявление закономерностей их деривационного развития и др. (см., например, [2]). Пожалуй, наиболее востребованным аспектом в данном контексте является семантическое моделирование качественных прилагательных, основой которого, в свою очередь, является репрезентация их соотношения с той или иной *нормой* либо *эталоном (стандартом)*. Прилагательные с семантикой осязания, как показал их предварительный анализ, являются компактной и содержательно однородной группой лексики, на примере которой – в сопоставительном аспекте – может быть продуктивно описана присущая всем качественным прилагательным ориентация семантики на определенную норму либо эталон. Таким образом, *объектом* данного исследования являются качественные прилагательные с семантикой осязания (осязательные прилагательные) в русском, белорусском, английском и немецком языках. *Предметом* рассмотрения в данной работе, в свою очередь, является специфика ориентации семантики осязательных прилагательных на ту или иную норму либо эталон (стандарт). *Материал* был извлечен путем сплошной выборки из современных толковых словарей русского, белорусского, английского и немецкого языков [3, 4, 5, 6]. *Целесообразность* данного описания – в выяснении и описании типологической актуальности ориентации на ту или иную норму либо эталон (стандарт) семантики осязательных прилагательных.

**Основная часть.** Атрибутивная семантика осязательного восприятия во всех рассматриваемых языках (русском, белорусском, английском и немецком) представлена следующими группами *осязательных прилагательных*: *температурными адъективами* (прилагательными) (со значимостью ‘горячий’ / ‘холодный’), *адъективами внешних особенностей* (со значимостью ‘сухой’ / ‘мокрый’ и ‘качество поверхности’) и

*адъективами внутреннего строения* (со значимостью ‘твердый’ / ‘мягкий’). Общий объем корпуса лексем такого рода согласно выполненной сплошной выборке составил 429 единиц: в том числе 84 адъектива для русского языка, 140 – для белорусского, 98 – для английского, 107 – для немецкого языка.

Распространенность осязательных прилагательных во многом обусловлена тем, что признаки предметов, очевидно, воспринимаются легче, если в сознании носителя языка уже сформированы некая *норма* либо *эталон (стандарт)* оценки данного признака – применительно к определенному классу предметов – или же если норма / эталон (стандарт) замещается представлением о некоторых возможностях предмета обладать каким-либо признаком из ряда однотипных. Так, например, представление о *красном цвете* связано с цветом крови, о *сладком вкусе* – со вкусом сахара и т. д. Антонимические отношения при этом не обязательны, но нередко синонимические соответствия градационного типа для обозначения разной степени признака.

В сущности, норма и эталон (стандарт), видимо, являются вариантами (экспонентами) одной семемы, что подтверждается экспликацией соответствующей семантики. Вместе с тем в русском и белорусском языках как «норма», так и «эталон» являются практически равно востребованными ориентирами семантики качественных прилагательных, в то время как в английском и немецком языках лексема «эталон» практически отсутствует. Однако, как показывает анализ (см. ниже), соответствующая концептуальная семантика присутствует в германских языках, будучи представлена расширенным толкованием «нормы» (англ. *norm*, нем. *Norm*) и семантикой лексемы «стандарт» (англ. *standard*, нем. *Standard*).

Определение «нормы» присутствует в словарях и русского, и белорусского языков.

**НОРМА 1.** обычно мн.: нормы, норм. Общепринятое и обязательное для членов того или иного сообщества правило (предписывающее или запрещающее что-л.), порядок осуществления чего-л.; образец поведения или действия. *Моральные, этические нормы. Следовать общечеловеческим нормам. Устарелая, необоснованная н. классового подхода. Соблюдать нормы литературного языка. Нарушить норму поведения // Узаконенное установление. Юридические, правовые нормы. Нормы международного права.*

**2.** Установленная мера, размер чего-л.; средняя величина чего-л. *Дневная, сменная, годовая норма. Обычная, повышенная, завышенная, заниженная норма. Норма выработки, выпуска чего-л. Норма выпадения осадков. Нормы питания для*

детей и взрослых. Вести, пересмотреть, снизить, выполнить, перевыполнить норму. Сделать сто холодильников сверх нормы [3].

**НОРМА**, -ы, ж. 1. Установленная мера, установленная памеры чаго-н. [Аграном] сачыў за ачысткай насення і нормаі высееў. Брыль [Сцёпка:] І мяне залічылі на рабфак звыш нормы, а потым усё ўладзілася. Колас // Установленная мера прадукцыйнасці працы. Нормы выпрацоўкі. □ Бригада хутка стала вылучацца сярод іншых: і нормы перавыконваліся і якасць работы з кожным днём узрасла. Кулакоўскі // Спец. Тое, што і нарматыў. Тэхнічныя нормы. □ Трэба было зманціраваць маслаправод турбіны. Па норме на гэта адводзіўся роўна месяц. Дадзімаў // Установленная мера якіх-н. спартыўных дасягненняў. Выканаць норму майстра спорту // Сярэдняя, звычайная велічыня чаго-н. Норма атмасфернага ціску. Норма выпадзення ападкаў [4].

Соответственно, применительно к русскому языку понятие «эталон» снабжено следующей дескрипцией:

**ЭТАЛОН**, -а; м. [франц. *étalon*] 1. Точный образец установленной единицы измерения; сама такая точная мера. Эталон метра. Эталон времени. Эталон килограмма. Международный, государственный эталон единиц массы. 2. Мерило, стандарт, образец. Эталон красоты. Эталон поведения. Эталон для подражания. Служить эталоном для кого-л. [3]

В белорусском языке «эталон» трактуется так:

**ЭТАЛОН**, -а, м. 1. Дакладны узор устаноўленай адзінкі вымярэння. Эталон метра // Вельмі дакладны вымяральны прыбор, прызначаны для правэркі іншых такіх прыбораў. 2. перан. Кніжн. Узор, стандарт для параўнання з чым-н. «Ляўкоўскія» вершы Купалы сталі для творчай моладзі эталонам. Было боязна разбурыць новай сустрэчай тое хваляючае дзіцячае ўяўленне аб чалавеку, які ў сэрцы працягваў жыць эталонам характа, розуму, душэўнай тонкасці і абаяльнасці [4].

В английском и немецком языках понятие «эталона» раскрывается в семантике лексем англ. *norm*, *standard* и нем. *Norm*, *Standart*:

**Norm** – 1 the usual or normal situation, way of doing something etc. *Be/become the norm. Short term contracts are now the norm with some big companies. Joyce's style of writing was a striking departure from the literary norm* ('норма – 1 обычная или нормальная ситуация, способ что-л. делать и т. д. Быть/стать нормой. Краткосрочные контракты стали нормой в некоторых крупных компаниях. Стиль письма Джойса был разительным отклонением от литературной нормы') [5].

**Standard** – 1. LEVEL OF QUALITY/ACHIEVEMENT [countable, uncountable] the level that is

considered to be acceptable, or the level that someone or something has achieved. *Students have to reach a certain standard or they won't pass. The airline has rigorous safety standards* ('стандарт – 1. УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА / УСПЕХА уровень, который считается приемлемым, или уровень, которого достиг кто-л. или что-л. Студенты должны достичь определенного стандарта (=уровня), иначе они не сдадут экзаме. У этой авиакомпании строгие стандарты безопасности') [5].

**Norm** – 1. allgemein anerkannte, als verbindlich geltende Regel für das Zusammenleben der Menschen: *etische Normen, sprachliche Normen*. 2. übliche, den Erwartungen entsprechende Beschaffenheit, Größe, Qualität o. Ä.; Durchschnitt ('норма – 1. Общеизвестное, обязательное правило сосуществования людей: этические нормы, языковые нормы. 2. Обычное состояние, размер, качество и т. п., соответствующее ожиданиям; средний') [6].

**Standard** – 1. etwas, was als mustergültig, modellhaft angesehen wird und wonach sich anderes richtet; Richtschnur, Maßstab, Norm ('стандарт – 1. нечто, что считается образцовым, примерным и на что ориентируются другие; руководство, стандарт, норма') [6].

Таким образом, лексема «норма», являясь интернационализмом, играет центральную, системообразующую роль в семантике осязательных прилагательных в рассматриваемых языках.

Указание на норму / эталон (стандарт) – некий «образцовый» признак – так или иначе присутствует в лексикографических описаниях семантики осязательных прилагательных (тактильных адъективов). Так, смысл следующей лексемы русского языка толкуется через сравнение именно с нормой / эталоном (стандартом):

Рус. *одеревенелый* – 'ставший деревянным, жестким как дерево'; *пружинистый* – 'пружинистый, упругий как пружина' [3].

В белорусском языке подобная семантика также «материализуется», при этом указание на «эталон» присутствует уже в структуре слова (например, *акамянелы* – камень, *акацянелы* – кость, *адзеравянелы (задзеравянелы)* – дерево). Соответствующая семантика закреплена в слове: бел. *акамянелы* – 'які стаў цвёрдым як камень, ператварыўся ў камень'; *адзеравянелы* – 'які стаў цвёрдым як дрэва, ператварыўся ў драўніну'; *закацянелы* – 'акамянелы, цвёрды як коска' [4].

Достаточно распространено указание на норму / эталон (стандарт) в немецком языке:

*Bretthart* – 'hart wie ein Brett; sehr hart' 'твердый как доска, очень твердый'; *butterweich* – 'sehr weich, so weich wie Butter' 'очень мягкий, мягкий как масло'; *eisig* – 'kalt wie Eis;

schneidend kalt' 'холодный как лед, пронизывающий'; *flaumweich* – 'so weich wie Flaum' 'мягкий как пух' [6].

Следует отметить, что в немецком языке указание на норму / эталон (стандарт) закрепляется самой конструкцией сложного слова, например, *beinhart* – нем. 'твердый как кость', *knochenhart* – нем. 'твердый как кость', *bretthart* – нем. 'твердый как доска', *eisenhart* – нем. 'твердый как сталь', *stahlhart* – нем. 'твердый как сталь', *steinhart* – нем. 'твердый как камень', *knochen trocken* – нем. 'сухой как кость', *strohtrocken* – нем. 'сухой как солома' [6].

В английском языке указание на норму / эталон (стандарт), обладающее полнотой данного признака (равно как и вообще его не обнаруживающее), менее типично, но также может быть закреплено в составе соответствующего сложного слова: например, для выражения признака 'очень горячий' используется указание на образ сильно нагретого предмета (англ. *red-hot* – 'накаленный докрасна', *white-hot* – 'раскаленный добела'). Подобным образом, описание чего-либо 'очень холодного' происходит с помощью указания на объект, который воплощает образ 'холода' (англ. *ice-cold* – 'холодный как лед').

Можно констатировать, что в русском, белорусском и английском языках типично указание на норму / эталон (стандарт) посредством сравнительных конструкций, а в немецком языке аналогичная отсылка, как правило, уже представлена в структуре слова.

Это может быть проиллюстрировано на примере прилагательных со значением 'гладкий':

- рус. *гладкий как стекло*, *гладкий как лёд*;
- бел. *гладкі як шкло*;
- англ. *smooth like silk* – 'гладкий как шелк';
- нем. *schneeglatt* – 'гладкий как снег'; *spiegelglatt* – 'гладкий как зеркало'; *eisglatt* – 'гладкий как лед'; *schlüpfrig wie ein Aal* – 'скользящий как угорь'.

При этом свойство 'гладкий' как норма качества поверхности не знает разновидностей, тогда как аномальная «негладкость» поверхности весьма разнородна, ср. *шершавый*, *шероховатый*, *заскорузлый*, *колючий* и т. п. [7, с. 429].

В связи с распространенностью практики ориентации значимости лексики на некий языковой образ – норму / эталон (стандарт) – «норма» как категория была описана Э. Сэпиром (в описании семантики параметрических прилагательных) [8]; в дальнейшем соответствующий подход был развит в работах Ю. Д. Апресяна [9] и Н. Д. Арутюновой [10]. В частности, норма «... обозначает такое положение вещей, которое должно представляться (или представляется большинству говорящих как наиболее вероятное в данной конкретной ситуации)» [9,

с. 60–62]. Таким образом, норма / эталон (стандарт) может рассматриваться как **универсалия** – распространенная и типичная лингвистическая категория, присущая многим языкам.

Важность учета ориентации качественных прилагательных подкрепляется продолжающейся разработкой данной категории в метаописаниях: в частности, выделяют различные виды «норм», представленные в семантике прилагательных: *видовая норма*, *норма пропорции*, *норма ожидания*, *ситуативная норма*.

Зачастую норма в толковании прилагательных оказывается *ситуативной* или *переменной*, которая заполняется в конкретных словосочетаниях информацией о соответствующем параметре [11, с. 137]. Так, точкой отсчета для качественных прилагательных, которая очевидно имеется в общем фонде знаний говорящего и слушающего, является «... усредненная ситуация, "нормальное, обычное положение вещей"» [12, с. 60].

К ситуативной норме может относиться не только сам признак, но и ситуативно определяемая степень его проявления, заданная необходимостью, потребностью и т. д., например, *достаточно гладкий* – *слишком гладкий* – *недостаточно гладкий*. Это становится возможным благодаря тому, что каждому предмету присущ ряд качеств, которые могут содержаться в предмете в различной степени, что позволяет, опять же, говорить о **градуальности нормы** осязательных прилагательных как его важнейшей *категориальности*: его количественной градации, степени проявления, интенсивности, а также и градуируемой природе признака, выраженного прилагательным [13, 14].

С нормой / эталоном (стандартом) связано и следующее наблюдение Г. И. Кустовой: чем ближе некоторый класс объектов к человеку, тем больше он (человек) «вмешивается» в установление критериев «нормы» (среднего значения параметра для данного вида объектов) и отклонений от нее. В связи с этим релевантным оказывается деление прилагательных на «параметрические прилагательные, которые первоначально ориентированы на некоторую "автономную" норму параметра для данного типа объектов» (например, *длинный* – *короткий*) и «экспериментальные прилагательные», норма для которых определяется «нормальным» ощущением человека, его нормальным самочувствием при взаимодействии с объектом, обладающим определенными признаками, а также его ожиданиями: например, чтобы определить, что предмет *горячий*, *горький*, *твердый*, *жесткий*, надо пробовать, прикасаться, нажимать и т. д.) [15, с. 280–284]. Указание на норму / эталон (стандарт) в представленных ниже примерах присутствует имплицитно:



*Горячий* (рус. 'имеющий высокую температуру; сильно нагретый') – *теплый* ('дающий тепло, являющийся источником тепла') – *холодный* ('имеющий низкую температуру, с низкой или относительно низкой температурой (воздуха, воды и т. п.)') [3].

*Гарачы* (бел. 'які мае высокую тэмпературу; моцна нагрэты') – *цёплы* ('які змяшчае ў сабе пэўную колькасць цяпла; сярэдні паміж гарачым і халодным') – *халодны* ('з нізкай або адносна нізкай тэмпературай (вада, вецер ((паветра, цела)')) [4].

*Hot* (англ. 'something that is hot has a high temperature – used about weather, places, food, drink, or objects OPP cold') – *warm* ('slightly hot, especially in a pleasant way OPP cool') – *cold* ('something that is cold has a low temperature OPP hot') [5].

*Heiß* (нем. 'sehr warm, von [relativ] hoher Temperatur') – *warm* ('eine verhältnismäßig hohe Temperatur habend') – *kalt* ('wenig od. keine Wärme enthaltend, ausstrahlend: von niedriger Temperatur') [6].

Так, прототипом «нормальной» температуры является температура человеческого тела, которая выступает субъективным термическим нулем. Следует также отметить особый статус лексем рус. *теплый*, бел. *цёплы*, англ. *warm* 'теплый', нем. *warm* 'теплый': в их прямом значении выражена средняя степень проявления температурного признака, которая тем не менее соответствует субъективной «норме». В данной ситуации целесообразно рассмотрение осязательных прилагательных в составе «скалярно-антонимического комплекса», под которым понимается «объединение поляризованных значений, относящихся к одному параметру объекта и разделенных градационной шкалой, в середине которой проходит ось симметрии, соответствующая норме признака» [10, с. 231]. Можно предположить, что самые частотные реакции на стимул,

выраженный осязательным прилагательным, будут соответствовать норме / эталону (стандарту), представляющему большинству говорящих как наиболее вероятный ориентир, подходящий в данном контексте.

**Заключение.** Таким образом, выделение в различных языках лексико-семантической группы осязательных прилагательных базируется на их семантической ориентации на норму / эталон (стандарт). Ключевым понятием в данной связи является лексема «норма» (рус. *норма*, бел. *норма*, англ. *norm*, нем. *Norm*). Следует отметить специфичность ориентации на норму / эталон (стандарт) в разных языках. Так, в русском и белорусском языках востребована лексема «эталон» (рус. *эталон*, бел. *эталон*), а в английском и немецком – «стандарт» (англ. *standard*, нем. *Standard*). Это вполне логично: невозможно представить единый для всех языковых систем языковой ориентир нормы / эталона (стандарта). Таким образом, понятие нормы / эталона (стандарта) является классификационным, поскольку, как правило, вводит отсылку на «точку отсчета» при анализе значимости осязательных прилагательных. На понятии нормы / эталона (стандарта), например, базируется дифференциация прилагательных на *параметрические прилагательные* и *экспериментальные прилагательные*. Можно констатировать, что осязательные прилагательные обозначают признаки, которые находятся на шкале по одну либо по другую сторону от той или иной точки отсчета и толкуются через понятие нормы / эталона (стандарта) – семантического ориентира класса качественных прилагательных. Норма / эталон (стандарт) может рассматриваться как *универсалия* – распространенная и типичная лингвистическая категория, присущая многим языкам.

### Список литературы

1. Кубрякова Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004. 560 с.
2. Баркович А. А. Функциональность диады «коммуникационный – коммуникативный»: дискурсивный аспект // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2015. № 5 (37). С. 37–52.
3. Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. СПб.: Норинт, 1998. 1536 с.
4. Суднік М. Р., Крыўко М. Н. Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы: Больш за 65 000 слоў. Мінск: БелЭн, 2005. 784 с.
5. Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners / 5th ed. Harlow: Pearson Education Ltd. Publ., 2009. 2081 p.
6. Osterwinter R. Duden Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich, 2007. 2016 s.
7. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика. М.: Новое литературное обозрение, 2004. 581 с.
8. Сэпир Э. Градуирование // Новое в зарубежной лингвистике. 1985. Вып. XVI. С. 43–78.
9. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. М.: Языки русской культуры, 1995. 213 с.
10. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 339 с.

11. Кронгауз М. А. Норма: Семантический и прагматический аспекты // Сокровенные смыслы. 2004. С. 137–141.
12. Вольф Е. М. Грамматика и семантика прилагательного (на мат. иберо-романских языков). М.: Наука, 1978. 200 с.
13. Иванова А. Б. Имена прилагательные как средство обозначения большой и малой степени качества (на мат. совр. англ. яз) // Исследования молодых ученых. 1999. Ч. 2. С. 132–139.
14. Панфилов В. З. Категории мышления и языка, становление и развитие категории качества // Вопросы языкознания. 1976. № 6. С. 3–18.
15. Кустова Г. И. Типы производных значений и механизмы языкового расширения. М.: Языки славянской культуры, 2004. 472 с.

### References

1. Kubryakova E. S. *Yazyk i znaniye: na puti polucheniya znaniy o yazyke: Chasti rechi s kognitivnoy tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and Knowledge: Towards Knowledge of Language: Parts of Speech from a Cognitive Perspective. The role of language in knowing the world]. Moscow, Yazyki slavyanskay kul'tury Publ., 2004. 560 p.
2. Barkovich A. A. Functionality of the “communicational-communicative” dyad: the discursive aspect. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State University], series Philology, 2015, no. 5 (37), pp. 37–52 (In Russian).
3. Kuznetsov S. A. *Bol'shoy tolkovyy slovar' russkogo yazyka* [The big dictionary of the Russian language]. St. Petersburg, Norint Publ., 1998. 1536 p.
4. Sudnik M. R., Kryuko M. N. *Tlumachal'ny slounik belaruskay litaraturnay movy: bol'sh za 65 000 slou* [Dictionary of Belarusian literary language: More than 65,000 words]. Minsk, BelEn Publ., 2005. 784 p.
5. *Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners*. 5th ed. Harlow, Pearson Education Ltd. Publ., 2009. 2081 p.
6. Osterwinter R. *Duden Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich, 2007. 2016 s.
7. Kreydlin G. E. *Neverbal'naya semiotika* [Non-verbal semiotics]. Moscow, Novoye literaturnoye obozreniye Publ., 2004. 581 p.
8. Sapir E. Gradation. *Novoye v zarubezhnoy lingvistike* [New in foreign linguistics], 1985, vol. XVI, pp. 43–78 (In Russian).
9. Apresyan U. D. *Leksicheskaya semantika. Sinonimicheskiye sredstva yazyka* [Lexical semantics. Synonymic means of language]. Moscow, Yazyki russkoy kul'tury Publ., 1995. 213 p.
10. Arutyunova N. D. *Tipy yazykovykh znacheniy: Otsenka. Sobytiye. Fakt* [Types of linguistic meaning: Evaluation. Event. Fact]. Moscow, Nauka Publ., 1988. 339 p.
11. Krongauz M. A. Norm: Semantic and pragmatic aspects. *Sokrovennyye smysly* [Hidden meanings], 2004, pp. 137–141 (In Russian).
12. Volf E. M. *Grammatika i semantika prilagatel'nogo (na materiale iberoromanskikh yazykov)* [Grammar and Semantics of the Adjective: on the material of Ibero-Romanic languages]. Moscow, Nauka Publ., 1978. 200 p.
13. Ivanova A. B. Adjectives as a means of denoting great and small degrees of quality (on the material of contemporary English). *Issledovaniya molodykh uchenykh* [Research of young academics], 1999, vol. 2, pp. 132–139 (In Russian).
14. Panfilov V. Z. Categories of thought and language, formation and development of the category of quality. *Voprosy yazykoznaneya* [Linguistic issues], 1976, no. 6, pp. 3–18 (In Russian).
15. Kustova G. I. *Tipy proizvodnykh znacheniy i mekhanizmy yazykovogo rasshireniya* [Types of derived meanings and mechanisms of linguistic expansion]. Moscow, Yazyki slavyanskay kul'tury Publ., 2004. 472 p.

### Информация об авторе

**Астапкина Екатерина Сергеевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языкознания. Белорусский государственный университет (220050, г. Минск, пр-т Независимости, 4, Республика Беларусь). E-mail: [astapkina@gmail.com](mailto:astapkina@gmail.com)

### Information about the author

**Astapkina Ekaterina Sergeevna** – PhD (Philology), Assistant Professor, the Department of English Linguistics. Belarusian State University (4, Nezavisimosti Ave., 220050, Minsk, Belarus). E-mail: [astapkina@gmail.com](mailto:astapkina@gmail.com)

Поступила 20.08.2021

УДК 81'1

**Е. Н. Василенко**

Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова

**«ЯЗЫК ВРАЖДЫ» КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ КОНФЛИКТОВ,  
ОСНОВАННЫХ НА СТЕРЕОТИПАХ**

Актуальность исследования феномена «языка вражды» в современной гуманитаристике сложно переоценить. «Язык вражды» как форма манифестации враждебности по отношению к определенным социальным группам несет в себе значительную социальную опасность, так как может быть формой проявления того или иного вида дискриминации или нетерпимости и приводить к развитию социальных конфликтов разного уровня. В основе «языка вражды» лежат социальные предубеждения и стереотипы, что обуславливает необходимость его изучения в качестве формы проявления конфликтов, основанных на стереотипах.

В статье «язык вражды» рассматривается с позиций лингвоконфликтологии. Уделяется внимание понятию лингвоправовых конфликтов, или речевых преступлений, составляющей которых может быть «язык вражды», понимаемый как совокупность языковых средств, выражающих негативное, основанное на стереотипах или предубеждениях, отношение к адресату – носителю ценностей, отличных от ценностей адресанта, и, как следствие, вербализующих тот или иной вид дискриминации или нетерпимости. Рассматриваются стереотипы как основа процесса социальной категоризации. Делается вывод о том, что «язык вражды» как форма проявления межгрупповых конфликтов, основанных на стереотипах, в отличие от вербальной агрессии, может иметь более «мягкий» характер, всегда направлен на определенную социальную группу и базируется на универсальной семиотической оппозиции *свой – чужой*. «Язык вражды» признается непосредственной составляющей интолерантного дискурса.

**Ключевые слова:** «язык вражды», конфликт, лингвоконфликтология, речевое преступление, стереотип, предубеждение, социальная группа, вербальная агрессия, интолерантный дискурс, дискурс вражды.

**Для цитирования:** Василенко Е. Н. «Язык вражды» как форма проявления конфликтов, основанных на стереотипах // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. №. 2 (244). С. 90–97.

**E. N. Vasilenko**

Mogilev State A. Kuleshov University

**HATE SPEECH AS A FORM OF MANIFESTATION  
OF CONFLICTS BASED ON STEREOTYPES**

The relevance of hate speech studies in modern humanities can hardly be overestimated. Hate speech as a form of manifestation of hostility towards certain social groups carries a significant social danger, since it can be an indicator of discrimination or intolerance and lead to the development of social conflicts of different levels. Hate speech is always based on social prejudices and stereotypes, which makes it necessary to study it as a form of manifestation of conflicts based on stereotypes.

The article considers hate speech from the standpoint of linguoconflictology. Special attention is paid to the concept of speech crimes, hate speech being their immediate component. Hate speech is understood as a set of language means expressing negative, based on stereotypes or prejudices, attitude towards the addressee as a carrier of values different from those of the addresser and, as a result, verbalizing one or another type of discrimination or intolerance. Stereotypes are viewed as the basis of the process of social categorization. It is concluded that hate speech as a form of manifestation of intergroup conflicts based on stereotypes – in contrast to verbal aggression – can possess a “milder” character, is always aimed at a certain social group and is based on the fundamental semiotic opposition *‘we’ versus ‘other’*. Hate speech is recognized as an immediate component of intolerant discourse.

**Key words:** hate speech, conflict, speech, linguoconflictology, speech crime, stereotype, prejudice, social group, verbal aggression, intolerant discourse, discourse of hate.

**For citation:** Vasilenko E. N. Hate speech as a form of manifestation of conflicts based on stereotypes. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (244), pp. 90–97 (In Russian).

**Введение.** Изучение «языка вражды» (*hate speech*) как формы манифестации враждебности по отношению к определенным социальным группам представляет собой одну из наиболее

актуальных проблем не только лингвистики, но и смежных с нею дисциплин [1, 2]. Наиболее широкое освещение в научных исследованиях это явление получило в последние два десятилетия.

Так, проведенный в 2020 г. количественный и качественный анализ публикаций, представленных в базе *Web of Science*, выявил, что объем научных работ на данную тематику неуклонно возрастает с 2006 г. [3, р. 4].

Метафорически можно утверждать, что «язык вражды» представляет собой своего рода бич современного общества. Как правило, «язык вражды» направлен на социальные группы, выделяемые на основании врожденных или неизменяемых, т. е. так называемых неотъемлемых характеристик (*protected characteristics*), например, происхождения [4, 5, 6], расы [7, 8, 9], пола, гендера или гендерной идентичности [10, 11, 12, 13, 14]. В основе «языка вражды» всегда лежит исторический стереотип о более низком статусе той или иной группы [15, р. 101]. Негативные стереотипы и предубеждения могут приводить к развитию социальных фобий и, как следствие, социальных межгрупповых конфликтов, что обуславливает необходимость изучения «языка вражды» в качестве формы проявления конфликтов, основанных на стереотипах.

**Основная часть.** Лингвоконфликтология выделяется в отдельное исследовательское направление в конце XX в. в связи с «демократизацией» публичных форм коммуникации, снятием ограничений, негласно установленных в былые времена для массмедиа» [16, с. 296]. В центре внимания лингвистической, или речевой, конфликтологии находятся речевые (языковые, коммуникативные – в различной терминологии) конфликты, понимаемые как «состояние противоборства двух сторон (участников конфликта), в процессе которого каждая из сторон сознательно и активно действует в ущерб противоположной стороне, эксплицируя свои действия вербальными и прагматическими средствами» [17, с. 145].

Н. Д. Голев пишет, что лингвоконфликтология «ест базовая лингвистическая дисциплина, объединяющая язык и право на их глубинном уровне, поскольку и в том и другом конфликтность составляет сущностное свойство» [18, с. 137].

Т. В. Чернышова выделяет три группы ограничений, которые предупреждают реализацию конфликтного потенциала языка: 1) морально-этические, зафиксированные в национальных пословицах, афоризмах, крылатых словах; 2) естественно-языковые, формируемые и устанавливаемые как языковые нормы и нормы речевого поведения, регулирующие правила употребления языка в разных сферах общения; 3) правовые, регулируемые законодательством и вступающие в силу в тех случаях, когда конфликт не предотвращен другими способами [19, с. 2].

Правовые аспекты речевой деятельности – а именно возникающие лингвоправовые конфликты – регулируются рядом законодательных документов. Вслед за Е. С. Кара-Мурзой полагаем,

что лингвоправовой конфликт и речевое преступление – это «один и тот же феномен, рассматриваемый под разными названиями в разных дисциплинах: как лингвоправовой конфликт – в лингвоконфликтологии и в юрислингвистике; как языковое / речевое преступление – в лингвоэкспертологии» [20, с. 21].

Лингвоправовые конфликты, или речевые преступления, – «острые формы словесного конфликта, интерпретированные через призму закона» [21, с. 57]. Такие правонарушения (например, унижение чести, достоинства и деловой репутации, оскорбление, клевета и др.) совершаются «посредством вербального поведения, путем использования продуктов речевой деятельности, то есть текстов, распространяемых в средствах массовой информации. В самом тексте опубликованного или переданного в эфир материала (и только в нем) заключен сам *Corpus delicti*, все объективные признаки судимого деяния. Никаких других источников доказательства правонарушений по делам этой категории не существует, и только текст является главным предметом исследования и юридической оценки» [22, с. 104].

Отдельный вид лингвоправовых конфликтов составляют речевые преступления, совершаемые на почве ненависти или вражды. Они являются разновидностью уголовных деяний, мотивированных предубеждением: «Именно данный мотив отличает преступления на почве ненависти от других видов преступлений. Преступление на почве ненависти – это не какое-либо одно, конкретное правонарушение. Это может быть акт утраты, применение угроз, причинение ущерба имуществу, нападение, убийство или любое другое уголовное деяние» [23, с. 18].

Таким образом, в преступлениях на почве ненависти выделяются два компонента: подпадание под действие уголовного права и наличие мотива предубеждения. Оставив вне поля нашего внимания первый компонент как относящийся к сфере юриспруденции и лингвоэкспертологии, остановимся подробнее на предубеждениях и стереотипах, приводящих к разного рода – не только уголовно-правовым – социальным межгрупповым конфликтам.

Организующей конфликтного взаимодействия выступает категория толерантности: «Вопросы толерантности возникают только в ситуации конфликта, или – шире – разногласий. [...] Если конфликт или разногласия между субъектами отсутствуют, т. е. одному из субъектов взаимодействия нет дела до ценностей другого, то следует говорить о безразличии – категория толерантности не является организующей такого взаимодействия» [24, с. 19].

Л. П. Крысин выделяет несколько факторов, которые могут влиять на степень толерантности

партнеров по речевой коммуникации, а именно: общность языкового кода, общность апперцепционной базы, принадлежность к одной социальной общности, «своя» – «чужая» среда общения, расположенность партнеров коммуникации к общению друг с другом, а также ряд ситуативных факторов. Интерес для нашего исследования представляет фактор принадлежности к одной социальной общности: «Как правило, разные социальные группы имеют собственные системы ценностей, иногда значительно отличающиеся друг от друга: то, что в одной социальной среде оценивается положительно, в другой может восприниматься как отрицательное или не иметь никакой оценки» [25, с. 29].

Особенностью процесса социальной категоризации является уникальная природа социальных категорий, которые имеют размытые границы и являются абстрактными и изменчивыми: «Так, практически любой предмет, имеющий небольшой размер, четыре ножки и столешницу, может быть безошибочно категоризирован как «стол». В условиях СК [социальной категоризации – Е. В.] достаточно сложно спонтанно отнести кого-то к “зеленым” или к “христианам”, так как нам часто неизвестно, какие именно признаки позволяют поместить человека в ту или иную категорию. Категоризация объектов в социальные категории носит скорее вероятностный характер» [26, с. 115].

К основным функциям социальной категоризации относятся функция экономии когнитивных ресурсов и напрямую связанная с ней функция упрощения сложного мира [27]. Реализация этих функций осуществляется благодаря процессу активации социальных стереотипов, которая может быть как автоматической, так и мотивированной. Автоматическая активация имеет место в случае, когда стереотип возникает в сознании произвольно, т. е. без каких-либо усилий или осознанных мыслей: под влиянием контекста, предубеждений или ввиду когнитивной загруженности [28, р. 128–134]. В случае мотивированной активации процессу способствуют мотивы и цели людей, т. е. стереотипы активируются для достижения человеком какой-либо цели, если их применение может ей поспособствовать, а в случаях, когда применение стереотипа может помешать достижению цели, активация стереотипа блокируется [29, р. 524].

Важнейший, на наш взгляд, аспект из вышеперечисленных – это влияние предубеждений на формирование стереотипов. Предубеждения представляют собой древнейшую форму когнитивного освоения мира человеком [30, р. 173]. Социальные предубеждения, возникшие в ходе развития социальных отношений, и социальные стереотипы практически всегда неразрывно связаны:

предубеждения поддерживают стереотипы, а стереотипы, в свою очередь, способствуют сохранению предубеждений. Предубеждения берут начало от мотивационного импульса: «То есть причина, по которой у человека закрепляются стереотипные представления и удерживаются негативные чувства по отношению к другой группе, состоит в том, чтобы достичь своих собственных психологических целей. Более конкретно, мы недолюбливаем других, чтобы быть более высокого мнения о самих себе» [31, с. 77].

Стереотипы выполняют три важнейшие функции: когнитивную (способствуют быстрой категоризации других людей); функцию самозащиты ‘ego-defensive function’ (защищают Я-концепцию индивида от внутренних и внешних угроз) и функцию социальной адаптации (помогают индивиду «вписаться» в свою социальную группу) [28, р. 103–104].

Активация стереотипов в процессе социальной категоризации имеет как положительные, так и – в основном – отрицательные последствия. Еще в 1922 г. У. Липпман писал, что стереотипы представляют собой своего рода картинки социальных групп в нашей голове (‘pictures in our heads’) [32]. Роль стереотипов в социальных суждениях настолько велика, что Дж. Барг назвал их «когнитивными монстрами» (‘cognitive monsters’) [33].

Ключевое значение для процесса социальной категоризации имеет противопоставление своей и чужой социальной группы (ингруппа и аутгруппа соответственно): люди проявляют благосклонное отношение к членам своей группы и предубеждения в отношении членов чужой социальной группы. Так, например, психологи установили, что мы склонны видеть людей, принадлежащих к одной и той же социальной группе, более похожими, чем они есть на самом деле, а людей из разных социальных групп – более разными, чем они есть на самом деле [34, р. 521]. Тенденция видеть членов социальных групп похожими друг на друга особенно сильна для членов аутгрупп, что приводит к так называемому эффекту однородности чужой группы (‘outgroup homogeneity’) – тенденции рассматривать членов чужих групп как более похожих друг на друга, чем членов своей группы [35, 1986].

Таким образом, стереотипы как упрощенные образы социальных групп лежат в основе процесса социальной категоризации. Опасность такого когнитивного упрощения заключается в том, что негативные стереотипы и предубеждения могут приводить к возникновению межгрупповых конфликтов, в том числе социально-политических [36]. Т. Нельсон пишет: «Фактически все войны, сражения и другие акты группового насилия на протяжении всей истории человечества

являлись результатом разного рода предрассудков, стереотипов или дискриминации» [31, с. 16].

Важнейшей формой проявления межгрупповых конфликтов, основанных на стереотипах, является «язык вражды».

«Язык вражды» как объект изучения представляет собой достаточно новое явление в мировой гуманитаристике, в связи с чем его, как правило, не причисляют к формам конфликта (ср., однако, [37]). Например, А. К. Зайцев, помимо сложных форм борьбы, а именно протеста, бунта, революции и войны, выделяет четыре простые формы: бойкот, саботаж, травлю, физическую и – что важно для нашего исследования – словесную агрессию. Вербальная агрессия, по замечанию автора, представляет собой форму конфликта, которая «состоит в выдвижении обвинений, оскорблениях, распространении сплетен, неблагоприятных оценок и мнений с целью дискредитации противника в глазах общественного мнения. Все это может проводиться открыто, например, в форме “черной пропаганды” или исподтишка при помощи слухов и сплетен. Чаще всего то и другое используется одновременно» [38, с. 117].

Такое определение словесной агрессии в целом соотносится с нашим пониманием «языка вражды» как совокупности языковых средств, выражающих негативное отношение говорящего к адресату. Однако несмотря на то, что в некоторых лингвистических исследованиях отмечается, что данные термины могут рассматриваться как синонимичные (например, И. Дзялошинский пишет, что «более или менее точным эквивалентом чересчур метафорического понятия “язык вражды” является термин “речевая агрессия”» [39, с. 168], а Л. В. Енина даже использует в качестве синонимов термины «интолерантность» и «речевая агрессия» [40, с. 151]), или что «язык вражды» представляет собой одну из форм речевой агрессии [41, с. 22–23; 42, с. 101], подчеркнем, что понятие «языка вражды» не эквивалентно понятию вербальной агрессии по двум причинам.

Во-первых, агрессивное поведение «может проистекать из чувства враждебности, мотивироваться им, но само этим чувством не является. Враждебность еще не есть агрессия [...]» [43, с. 255]. Враждебное отношение к адресату не обязательно проявляется в агрессивном поведении,

в том числе речевом: оно может принимать более «мягкие» формы.

Во-вторых, субъектом и объектом речевой агрессии может выступать человек или группа людей безотносительно их принадлежности к какой-либо социальной группе, в то время как «язык вражды» всегда направлен на определенную социальную группу и базируется на универсальной семиотической оппозиции *свой – чужой*.

Определение «языка вражды» с такой позиции выглядит следующим образом: «язык вражды» – совокупность языковых средств, выражающих негативное, основанное на стереотипах или предубеждениях, отношение к адресату – носителю ценностей, отличных от ценностей адресанта, и, как следствие, вербализующих тот или иной вид дискриминации или нетерпимости [2, 6, 12, 13, 14, 36, 44].

В целом мы полагаем, что речевая агрессия и «язык вражды» находятся между собой в тех же отношениях, что и типы дискурсов, формой проявления которых они являются, а именно конфликтного дискурса и интолерантного дискурса соответственно.

**Заключение.** Речевые преступления, совершаемые на почве ненависти или вражды, составляют отдельный вид лингвоправовых конфликтов. Такого рода правонарушения мотивированы предубеждением, т. е. они возникают в ходе или результате социальных конфликтов, причиной развития которых являются предубеждения или стереотипы об отдельных социальных группах. Социальные стереотипы влияют на восприятие человеком представителей «своей» и «чужой» социальных групп и носят оценочный характер: как правило, «своя» группа оценивается положительно, а «чужая» – отрицательно. Способы и средства вербализации враждебности в отношении отдельных социальных групп получили в мировой гуманитаристике обобщенное название «язык вражды». «Язык вражды» как форма проявления межгрупповых конфликтов, основанных на стереотипах, в отличие от вербальной агрессии, может иметь более «мягкий» характер, всегда направлен на определенную социальную группу и базируется на универсальной семиотической оппозиции *свой – чужой*. «Язык вражды» является непосредственной составляющей интолерантного дискурса.

### Список литературы

1. Василенко Е. Н. «Язык вражды» как предмет научного анализа и как социальный феномен (теоретическое обоснование перспектив исследования) // Филология и человек. 2019. № 4. С. 136–145.
2. Vasilenko E. Online hate speech in Belarus: Highlighting the topical issues // Zeitschrift für Slawistik. 2021. Vol. 66, issue 4. P. 1–20. DOI: 10.1515/slav-2021-0026.
3. Paz M. A., Montero-Díaz J., Moreno-Delgado A. Hate Speech: A Systematized Review // SAGE Open. 2020. No. 10. P. 1–12. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244020973022> (accessed: 23.05.2021). DOI: 10.1177/2158244020973022.

4. Assimakopoulos S., Baider F. H., Millar S. Online hate speech in the European Union: a discourse-analytic perspective. Cham: Springer, 2017. 90 p.
5. Pejchal V. Hate speech regulation in post-communist countries: Migrant crises in the Czech and Slovak Republics // *International journal for crime, justice and social democracy*. 2018. Vol. 7, issue 2. P. 58–74. URL: <https://www.crimejusticejournal.com/article/view/905/668> (accessed: 23.05.2021). DOI: 10.5204/ijcjsd.v7i2.500.
6. Василенко Е. Ксенофобская риторика: тематическая организация интолерантного дискурса // *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2020. Вип. 21. С. 123–132.
7. Ortiz S. M. “You can say I got desensitized to it”: How men of color cope with everyday racism in online gaming // *Sociological perspectives*. 2019. Vol. 62, issue 4. P. 572–588. DOI: 10.1177/0731121419837588.
8. Graham R. Race, social media, and deviance // *The Palgrave handbook of international cybercrime and cyberdeviance* / ed. by T. J. Holt, A. M. Bossler. Cham: Palgrave Macmillan, 2020. P. 67–90.
9. Hill A. Free speech v. free blacks: Racist policing and calls to harm // *First amendment studies*. 2020. Vol. 54, issue 2. P. 190–196. DOI: 10.1080/21689725.2020.1837655.
10. Mason-Bish H., Duggan M. ‘Some men deeply hate women, and express that hatred freely’: Examining victims’ experiences and perceptions of gendered hate crime // *International review of victimology*. 2020. Vol. 26, issue 1. P. 112–134. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0269758019872903> (accessed: 23.05.2021). DOI: 10.1177/0269758019872903.
11. Oliva T. D., Antonialli D. M., Gomes A. Fighting hate speech, silencing drag queens? Artificial intelligence in content moderation and risks to LGBTQ voices online // *Sexuality & culture*. 2021. Vol. 25. P. 700–732. DOI: 10.1007/s12119-020-09790-w.
12. Vasilenko E. Gender-biased hate speech functioning in media: factor-production specifics (a Belarusian case study) // *Discourse linguistics and beyond*. Vol. 5, Types of discourses via applied research / ed. by I. Oukhvanova, J. Senderska. Kielce: UJK, 2019. P. 119–133.
13. Vasilenko E. Sexist hate speech: Topical organization of intolerant discourse // *Językoznawstwo*. 2020. No. 14. P. 47–60. DOI: 10.25312/2391-5137.14/2020\_03ev.
14. Василенко Е. Гендерно обусловленный «язык вражды» в Беларуси: факторы и специфика // *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2019. Вип. 20. С. 21–28.
15. Lakoff, R. T. *The language war*. Berkeley: Univ. of California Press, 2000. 322 p.
16. Шаронов И. А., Козодаева М. Невежливость и «антивежливость»: две мишени речевого этикета // *Вежливость и антивежливость в языке и коммуникации: материалы Междунар. науч. конф., Москва, 23–24 окт. 2018 г. М., 2018. С. 292–299.*
17. Третьякова В. С. Конфликт как феномен языка и речи // *Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры*. 2003. № 27. С. 143–152.
18. Голев Н. Д. Юридизация языковых конфликтов как основание их типологии // *Юрислингвистика*. 2008. № 9. С. 137–156.
19. Чернышова Т. В. Лингвоконфликтология: новые возможности формирования компетенций магистров журналистики // *Ученые записки Новгородского государственного университета*. 2015. № 1 (1). С. 1–4. URL: <https://www.novsu.ru/file/1147339> (дата обращения: 18.07.2021).
20. Кара-Мурза Е. С. Лингвоконфликтология и конфликты в русском медиапространстве (анализ двойного кейса) // *Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2, Языкознание*. 2020. Вып. 19. № 1. С. 18–27.
21. Кара-Мурза Е. С. Лингвоконфликтология как направление в духе экологии языка // *Экология языка и коммуникативная практика*. 2014. № 2. С. 55–68.
22. Ратинов А. Р. Послесловие юриста. «Когда не стесняются в выражениях...» // *Понятия чести, достоинства и деловой репутации. Спорные тексты СМИ и проблемы их анализа и оценки юристами*. М., 2004. С. 101–116.
23. Законодательство против преступлений на почве ненависти: Практическое руководство / БДИПЧ ОБСЕ. Варшава: Polygrafus Andrzej Adamiak, 2009. 82 с. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/a/1/36427.pdf> (дата обращения: 18.07.2021).
24. Михайлова О. А. Толерантность в речевой коммуникации: когнитивные, прагматические и этические основания // *Культурные практики толерантности в речевой коммуникации* / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2004. С. 15–26.
25. Крысин Л. П. Толерантность как социолингвистическая категория // *Культурные практики толерантности в речевой коммуникации* / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2004. С. 27–32.
26. Агадуллина Е. Р. Социальная категоризация: представления об объекте и специфике процесса // *Вестник Московского университета. Сер. 14, Психология*. 2008. № 1. С. 114–120.

27. Fiske S. T., Neuberg S. L. A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation // *Advances in experimental social psychology*. New York, 1990. Vol. 23. P. 1–74. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60317-2.
28. Whitley B. E. Jr., Kite M. E. *The psychology of prejudice and discrimination*. Wadsworth: Cengage Learning, 2010. 692 p.
29. Kunda Z., Spencer S. J. When do stereotypes come to mind and when do they color judgment? A goal-based theoretical framework for stereotype activation and application // *Psychological bulletin*. 2003. Vol. 129. P. 522–544. DOI: 10.1037/0033-2909.129.4.522.
30. Astafurova T. N., Olyanich A. V. Semiolinguistics of protective communication // *Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2, Языкознание*. 2019. Вып. 18, № 3. С. 172–181.
31. Нельсон Т. Психология предубеждений. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. 384 с.
32. Lippmann W. The world outside and the pictures in our heads // *Public opinion*. 1922. P. 3–32.
33. Bargh J. The cognitive monster: The case against the controllability of automatic stereotype effects // *Dual process theories in social psychology* / ed. by S. Chaiken, Y. Trope. New York: Guilford Press, 1999. P. 361–382.
34. Stangor C., Jhangiani R., Tarry N. *Principles of Social Psychology*. Minneapolis: Open Textbook Library, 2014. 553 p. URL: <http://uiclis.unsyiah.ac.id/oer/files/original/0580db2c157c3861211191e6b9b4f83e.pdf> (accessed: 23.08.2021).
35. Linville P. W., Salovey P., Fischer G. W. Stereotyping and perceived distributions of social characteristics: An application to ingroup-outgroup perception // *Prejudice, discrimination and racism* / ed. by J. F. Dovidio, S. L. Gaertner. Orlando, FL: Academic Press, 1986. P. 165–208.
36. Василенко Е. «Язык вражды» как форма проявления социально-политического конфликта // *Коммуникация в эпоху протестов* / под ред. Х. Куссе. Берлин: Peter Lang, 2021. С. 9–23.
37. Хроменков П. Н. Лингвопрагматика конфликта: исследование методом количественного контент-анализа: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. М., 2016. 405 л.
38. Зайцев А. К. Социальный конфликт. М.: Academia, 2001. 461 с.
39. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Образы вражды в российских СМИ: социальные, культурные, профессиональные факторы // *Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет*. Чебоксары, 2019. С. 168–182.
40. Енина Л. В. Этническая интолерантность в отражении уральских газет // *Культурные практики толерантности в речевой коммуникации* / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург, 2004. С. 150–164.
41. Kuße H. *Aggression und Argumentation. Mit Beispielen aus dem russisch-ukrainischen Konflikt*. Wiesbaden: Harrassowitz, 2019. 230 p.
42. Кирдун А. А., Андреева А. В. Язык вражды в современной массовой коммуникации Беларуси // *Вестник Минского государственного лингвистического университета. Сер. 1, Филология*. 2017. № 6 (91). С. 100–110.
43. Ильин Е. П. *Психология общения и межличностных отношений*. СПб.: Питер, 2009. 576 с.
44. Василенко Е. Н. «Язык вражды»: к определению термина // *Романовские чтения – 13: сб. статей Междунар. науч. конф., посвящ. 105-летию МГУ имени А. А. Кулешова, Могилев, 25–26 окт. 2018 г. Могилев*, 2019. С. 126–127.

## References

1. Vasilenko E. N. Hate speech as an object of scientific research and as a social phenomenon (theoretical grounding of research prospects). *Filologiya i chelovek* [Philology and Person], 2019, no. 4, pp. 136–145 (In Russian).
2. Vasilenko E. Online hate speech in Belarus: Highlighting the topical issues. *Zeitschrift für Slawistik*, 2021, vol. 66, issue 4, pp. 1–20. DOI: 10.1515/slav-2021-0026.
3. Paz M. A., Montero-Díaz J., Moreno-Delgado A. Hate Speech: A Systematized Review. *SAGE Open*, 2020, no. 10, pp. 1–12. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244020973022> (accessed 23.05.2021). DOI: 10.1177/2158244020973022.
4. Assimakopoulos S., Baider F. H., Millar S. *Online hate speech in the European Union: a discourse-analytic perspective*. Cham, Springer Publ., 2017. 90 p.
5. Pejchal V. Hate speech regulation in post-communist countries: Migrant crises in the Czech and Slovak Republics. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 2018, vol. 7, issue 2, pp. 58–74. Available at: <https://www.crimejusticejournal.com/article/view/905/668> (accessed 23.05.2021). DOI: 10.5204/ijcjsd.v7i2.500.
6. Vasilenko E. Xenophobic rhetoric: Thematic organization of intolerant discourse. *Filologichni studii. Naukoviy visnik Krivoriz'kogo derzhavnogo pedagogichnogo universitetu* [Philological Studies: Scientific Bulletin of Kryvyi Rih State Pedagogical University], 2020, issue 21, pp. 123–132 (In Russian).



7. Ortiz S. M. “You can say I got desensitized to it”: How men of color cope with everyday racism in online gaming. *Sociological Perspectives*, 2019, vol. 62, issue 4, pp. 572–588. DOI: 10.1177/0731121419837588.
8. Graham R. Race, social media, and deviance. In: Holt T. J., Bossler A. M. (eds.) *The Palgrave handbook of international cybercrime and cyberdeviance*. Cham, Palgrave Macmillan Publ., 2020, pp. 67–90.
9. Hill A. Free speech v. free blacks: Racist policing and calls to harm. *First Amendment Studies*, 2020, vol. 54, issue 2, pp. 190–196. DOI: 10.1080/21689725.2020.1837655.
10. Mason-Bish H., Duggan M. ‘Some men deeply hate women, and express that hatred freely’: Examining victims’ experiences and perceptions of gendered hate crime. *International Review of Victimology*, 2020, vol. 26, issue 1, pp. 112–134. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0269758019872903> (accessed 23.05.2021). DOI: 10.1177/0269758019872903.
11. Oliva T. D., Antonialli D. M., Gomes A. Fighting hate speech, silencing drag queens? Artificial intelligence in content moderation and risks to LGBTQ voices online. *Sexuality & Culture*, 2021, vol. 25, pp. 700–732. DOI:10.1007/s12119-020-09790-w.
12. Vasilenko E. Gender-biased hate speech functioning in media: factor-production specifics (a Belarusian case study). In: Oukhvanova I., Senderska J. (eds.) *Discourse linguistics and beyond. Vol. 5: Types of discourses via applied research*. Kielce, UJK Publ., 2019, pp. 119–133 (In English).
13. Vasilenko E. Sexist hate speech: Topical organization of intolerant discourse. *Językoznawstwo*, 2020, no. 14, pp. 47–60. DOI: 10.25312/2391-5137.14/2020\_03ev.
14. Vasilenko E. Gender-based hate speech in Belarus: Factors and specifics. *Filologichni studii. Naukoviy visnik Krivoriz'kogo derzhavnogo pedagogichnogo universitetu* [Philological Studies: Scientific Bulletin of Kryvyi Rih State Pedagogical University], 2019, issue 20, pp. 21–28 (In Russian).
15. Lakoff R. T. *The language war*. Berkeley, Univ. of California Press Publ., 2000. 322 p.
16. Sharonov I. A., Kozodaeva M. Impoliteness and “anti-politeness”: two targets of speech etiquette. *Materialy Mezhdunar. nauch. konf. “Vezhlivost’ i antivezhlivost’ v yazyke i kommunikatsii”* [Proceedings of the International Scientific Conference “Politeness and anti-politeness in Language and communication”]. Moscow, 2018, pp. 292–299 (In Russian).
17. Tret'yakova V. S. Conflict as a phenomenon of language and speech. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta* [News Ural Federal University Journal], series 1, Problems of Education, Science and Culture, 2003, no. 27, pp. 143–152 (In Russian).
18. Golev N. D. The legitimization of language conflicts as the basis of their typology. *Yurilingvistika* [Legal linguistics], 2008, no. 9, pp. 137–156 (In Russian).
19. Chernyshova T. V. Linguoconflictology: new opportunities for the formation of competencies of Masters of Journalism. *Uchenyye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Memoirs of Novgorod State University], 2015, no. 1 (1), pp. 1–4 (In Russian). Available at: <https://www.novsu.ru/file/1147339> (accessed 18.07.2021).
20. Kara-Murza E. S. Linguoconflictology and conflicts in the Russian media space (double case analysis). *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta* [Science Journal of Volgograd State University], series 2, Linguistics, 2020, vol. 19, no. 1, pp. 18–27 (In Russian).
21. Kara-Murza E. S. Linguoconflictology as a direction in the spirit of language ecology. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika* [Ecology of Language and Communicative Practice], 2014, no. 2, pp. 55–68 (In Russian).
22. Ratinov A. R. The lawyer's afterword. “When they are not shy in their expressions...”. In: Simonov A. K., Gorbanevskiy M. V. (eds.) *Ponyatiya chesti, dostoinstva i delovoy reputatsii. Spornyye teksty SMI i problemy ikh analiza i otsenki yuristami* [Concepts of honour, dignity and business reputation. Controversial media texts and problems of their analysis and evaluation by lawyers]. Moscow, 2004, pp. 101–116 (In Russian).
23. *Zakonodatel'stvo protiv prestupleniy na pochove nenavisti: Prakticheskoye rukovodstvo* [Hate crime laws: A practical guide]. ODIHR. Warsaw, Polygrafus Andrzej Adamiak Publ, 2009. 82 p. Available at: <https://www.osce.org/files/f/documents/a/1/36427.pdf> (accessed 18.07.2021).
24. Mikhaylova O. A. Tolerance in speech communication: cognitive, pragmatic and ethical grounds. *Kul'turnyye praktiki tolerantnosti v rechevoy kommunikatsii* [Cultural practices of tolerance in speech communication]. Ekaterinburg, 2004, pp. 15–26 (In Russian).
25. Krysin L. P. Tolerance as a sociolinguistic category. *Kul'turnyye praktiki tolerantnosti v rechevoy kommunikatsii* [Cultural practices of tolerance in speech communication]. Ekaterinburg, Izd-vo Ural'skogo universiteta Publ., 2004, pp. 27–32 (In Russian).
26. Agadullina E. R. Social categorization: ideas about the object and the specifics of the process. *Vestnik Moskovskogo universiteta* [Moscow State University Bulletin], series 14, Psychology, 2008, no. 1, pp. 114–120 (In Russian).
27. Fiske S. T., Neuberg S. L. A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. *Advances in experimental social psychology*. New York, 1990, vol. 23, pp. 1–74. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60317-2.

28. Whitley B. E. Jr., Kite M. E. *The psychology of prejudice and discrimination*. Wadsworth, Cengage Learning Publ., 2010. 692 p.
29. Kunda Z., Spencer S. J. When do stereotypes come to mind and when do they color judgment? A goal-based theoretical framework for stereotype activation and application. *Psychological bulletin*, 2003, vol. 129, pp. 522–544. DOI: 10.1037/0033-2909.129.4.522.
30. Astafurova T. N., Olyanich A. V. Semiolinguistics of protective communication. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta* [Science Journal of Volgograd State University], series 2, Linguistics, 2019, vol. 18, no. 3, pp. 172–181 (In Russian).
31. Nelson T. *The psychology of prejudice*. New York, Allyn & Bacon, 2002. 308 p. (Russ. ed.: Nel'son T. *Psikhologiya predubezhdeniy*. St. Petersburg, Praym-Evroznak Publ., 2003. 384 p.)
32. Lippmann W. The world outside and the pictures in our heads. *Public opinion*. 1922, pp. 3–32 (In English).
33. Bargh J. The cognitive monster: The case against the controllability of automatic stereotype effects. *Dual process theories in social psychology*. New York, Guilford Press Publ., 1999, pp. 361–382.
34. Stangor C., Jhangiani R., Tarry H. *Principles of Social Psychology*. Minneapolis, Open Textbook Library, 2014. 553 p. Available at: <http://uilis.unsyiah.ac.id/oer/files/original/0580db2c157c3861211191e6b9b4f83e.pdf> (accessed 23.08.2021).
35. Linville P. W., Salovey P., Fischer G. W. Stereotyping and perceived distributions of social characteristics: An application to ingroup-outgroup perception. *Prejudice, discrimination and racism*. Orlando, FL, Academic Press Publ., 1986, pp. 165–208.
36. Vasilenko E. Hate speech as a manifestation of socio-political conflict. *Kommunikatsiya v epokhu protestov* [Communication in the era of protests], 2021, pp. 9–23 (In Russian).
37. Khromenkov P. N. *Lingvopragmatika konflikta: issledovaniya metodom kolichestvennogo kontent-analiza. Dis. ... dokt. filol. nauk* [Linguopragmatics of conflict: research by the method of quantitative content analysis. Diss. DSc (Philosophy)]. Moscow, 2016. 405 p.
38. Zaytsev A. K. *Sotsial'nyy konflikt* [Social conflict]. Moscow, Academia Publ., 2001. 461 p.
39. Dzyaloshinskiy I. M. Dzyaloshinskaya M. I. Images of enmity in the Russian mass media: social, cultural, professional factors. *Rossiyskiye SMI: kak sozdavetsya obraz vraga. Stat'i raznykh let* [Russian mass media: how the image of the enemy is created. Articles of different years]. Cheboksary, 2019, pp. 168–182 (In Russian).
40. Enina L. V. Ethnic tolerance in the reflection of the Ural dialects. *Kul'turnyye praktiki tolerantnosti v rechevoy kommunikatsii* [Cultural practices of tolerance in speech communication]. Ekaterinburg, 2004, pp. 150–164 (In Russian).
41. Kuße H. Aggression und Argumentation. Mit Beispielen aus dem russisch-ukrainischen konflikt [Aggression and reasoning. With examples from the Russian-Ukrainian conflict]. Wiesbaden, Harrassowitz Publ., 2019. 230 p.
42. Kirdun A. A., Andreeva A. V. Hate speech in modern mass communication in Belarus. *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Minsk State Linguistic University], series 1, Philology, 2017, no. 6 (91), pp. 100–110 (In Russian).
43. Il'in E. P. *Psikhologiya obshcheniya i mezhlchnostnykh otnosheniy* [Psychology of communication and interpersonal relations]. St. Petersburg, Piter Publ., 2009. 576 p.
44. Vasilenko E. N. Hate speech: to the definition of the term. *Sbornik statey Mezhdunar. nauch. konf., posvyashchennoy 105-letiyu MGU imeni A. A. Kuleshova "Romanovskiye chteniya – 13"* [Collection of articles of the International Scientific Conference, dedicated to 105th anniversary of Mogilev State A. Kuleshov University "Romanov readings – 13"], Mogilev, 2019, pp. 126–127 (In Russian).

### Информация об авторе

**Василенко Екатерина Николаевна** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной лингвистики. Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова (212022, г. Могилев, ул. Космонавтов, 1, Республика Беларусь). E-mail: e.n.vasilenko@gmail.com

### Information about the author

**Vasilenko Ekaterina Nikolayevna** – PhD (Philology), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Theoretical and Applied Linguistics. Mogilev State A. Kuleshov University (1, Kosmonavtov str., 212022, Mogilev, Republic of Belarus). E-mail: e.n.vasilenko@gmail.com

Поступила 10.09.2021

УДК 655.535.52:070

Д. П. Зылевiч, Н. У. Канапацкая  
Беларускі дзяржаўны тэхналагiчны ўнiверсiтэт

### СТРУКТУРА, ЗМЕСТ І ФУНКЦЫІ ЗАГALOVACHНАГА КОМПЛЕКСУ ПЕРЫЯДЫЧНАГА ВYДАННЯ (НА ПРЫКЛАДЗЕ ГАЗЕТЫ «ЗВЯЗДА»)

Мэта артыкула – выявіць і апісаць структуру загаловачнага комплексу грамадска-палiтычнай беларускамоўнай газеты «Звязда». У цэнтры ўвагі аўтараў такія элементы загаловачнага комплексу, як рубрыка, падрубрыка, асноўны заглавак, унутраныя загатоўкі, лiд, шапка. Прыведзены асноўныя патрабаванні да загатоўка, яго трактоўкі, ахарактарызавана найбольш распаўсюджаная структура загаловачнага комплексу «Звязды».

Аўтары артыкула прыводзяць прыклады загатоўкаў розных відаў, характарызуюць элементы загаловачнага комплексу з пункту гледжання аб’ёму: назвы рубрык найчасцей складаюцца з аднаго слова, падрубрык – з двух-трох, асноўны заглавак – гэта 4–6 слоў, падзаглавак звычайна даўжэйшы. Унутраныя загатоўкі матэрыялаў таксама не бываюць буйнымі. Найбольшы па аб’ёме і адпаведна найбольш iнфарматыўны элемент загаловачнага комплексу – гэта лiд.

Стылістыка загаловачнага комплексу газеты «Звязда» нейтральная, і гэта, як лічаць аўтары артыкула, у поўнай меры адпавядае мэтаваму прызначэнню (грамадска-палiтычнае выданне) і чытацкаму адрасу газеты (дарослы чытач, які цікавіцца грамадскім і палiтычным жыццём краіны). Асноўная функцыя загаловачнага комплексу гэтай газеты – iнфармацыйная. Экспрэсіўна-ацэначная, рэкламная і функцыя пераканання праяўляюцца значна менш.

У заключэнні аўтары артыкула адзначаюць, што газета «Звязда» – гэта сучаснае перыядычнае выданне, якое развіваецца згодна з сусветнымі тэндэнцыямі ў перыёдыцы. Загатоўкі розных узроўняў, якія ўжывае газета на сваіх старонках, утвараюць гарманiчны загаловачны комплекс.

**Ключавыя словы:** перыядычнае выданне, загаловачны комплекс, рубрыка, віды загатоўкаў, функцыі загатоўкаў.

**Для цытавання:** Зылевiч Д. П., Канапацкая Н. У. Структура, змест і функцыі загаловачнага комплексу перыядычнага выдання (на прыкладзе газеты «Звязда») // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт-і медiateхналогiі. 2021. № 2 (249). С. 98–103.

D. P. Zylevich, A. V. Konopatskaya  
Belarusian State Technological University

### STRUCTURE, CONTENT AND FUNCTIONS OF THE HEADLINE COMPLEX OF A PERIODICAL EDITION (ON THE EXAMPLE OF THE NEWSPAPER “ZVYAZDA”)

The purpose of the article is the identification and the description of the structure of the headline complex of the sociopolitical Belarusian-language newspaper “Zvyazda”. The authors focus on elements of the headline complex: the heading, subheading, main heading, internal headings, lead, header. There are the main requirements for the headline, its interpretations and the characteristic of the most common structure of the headline complex “Zvyazda”.

The authors of the article give examples of different types of headlines, characterize the elements of the headline complex in terms of volume: the names of headings most often consist of one word, subheadings – of two or three, the main heading is 4–6 words, the subheading is usually longer. Internal headings of materials are also not large. The lead is the largest and the most informative element of the headline complex by volume.

The style of the headline complex of the newspaper “Zvyazda” is neutral, and this, according to the authors of the article, fully corresponds to the intended purpose (sociopolitical publication) and the reader's address of the newspaper (an adult reader interested in the social and political life of the country). The main function of the headline complex of this newspaper is informational. The expressive-evaluative, advertising and persuasion functions are less pronounced.

In conclusion, the authors of the article note that the newspaper “Zvyazda” is a modern periodical edition that develops according to world trends in periodicals. The headlines of various levels that the newspaper uses on its pages form a harmonious headline complex.

**Key words:** periodical, headline complex, rubric, types of headlines, functions of headlines.

**For citation:** Zylevich D. P., Konopatskaya A. V. Structure, content and functions of the headline complex of a periodical edition (on the example of the newspaper “Zvyazda”). *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 98–103 (In Russian).

**Уводзіны.** Сучасны чытач перыядычнага выдання не схiльны чытаць усю газету ўважлiва, удумлiва, ад першага да апошняга радка. У яго няма для гэтага ўстойлiвага матыва. Найчасцей мы праглядваем выданне, выхоплiваем з яго загалюўкі розных узроўняў, шрыфтавыя і каляровыя вылучэннi, фотаздымкi, спыняючыся на тых матэрыялах, якiя падалiся нам цікавымі. Загалюўкі, а дакладней iх змест, стыль, лексiка, мастацкiя і дызайнерскiя прыёмы, арыентуюць нас у газеце, вызначаючы жаданне чытаць цi адкласцi нумар у бок [1]. Загалюўкі розных узроўняў рэпрэзентуюць і дыферэнцыруюць газетны тэкст, вызначаюць алгарытмiку чытацкiх дзеянняў.

Цяжка ўявіць, але яшчэ дзвесце гадоў таму назад матэрыялы ў газетах нярэдка друкавалiся без загалюўкаў. На сённяшнi дзень журналісты і рэдактары, як правiла, не абмяжоўваюцца адным асноўным загалюўкам для публікацыі. Звычайна выкарыстоўваецца і падзаглавак. Як піша С. М. Гурэвіч, «звычайны заглавак дае першаснае ўяўленне аб тэме і змесце публікацыі. Падзаглавак – найчасцей тэматычны – удакладняе, паясняе, зрэдку развівае заглавак, якi стаіць над ім» (тут і далей пераклад на беларускую мову наш – Д. З.) [2].

Матэрыял можа пачынацца з лiда – гэта першы абзац, выдзелены графічна, якi прадстаўляе апорны факт. Тэкст публікацыі можа мець унутраныя загалюўкі, якiя адлюстроўваюць яго змест і структуру.

Над асноўным загалюўкам цi збоку ад яго можа ўказвацца рубрыка, яна звычайна характарызуе тэматычны блок матэрыялаў нумара, выступае ў якасцi маркёра. Матэрыялы адной паласы цi яе часткi або цэлага разварота могуць быць аб'яднаны агульнай тэмай, тады яны аб'ядноўваюцца і агульным загалюўкам – шапкай. Асноўная задача шапкi – «прыцягнуць увагу чытача да падборкi матэрыялаў на актуальную тэму, кiдка і сцiсла выказаць агульны сэнс гэтых матэрыялаў» [3, с. 11].

Усе пералiчаныя намi элементы газетнай публікацыі – заглавак, падзаглавак, унутраны заглавак, лiд, шапка, рубрыка – утвараюць сабой заглавачны комплекс выдання, аналізу якога на матэрыяле газеты «Звязда» і прысвечаны дадзены артыкул.

Мэта артыкула – выявіць і апісаць структуру заглавачнага комплексу грамадска-палiтычнай беларускамоўнай газеты «Звязда». Аб'ектам даследавання сталi нумары газеты за люты 2021 г., прадметам – элементы заглавачнага комплексу.

У рабоце выкарыстоўваюцца апісальны метады даследавання (назiранне, апiсанне, супастаўленне), метады кампанентнага аналізу, рэдактарскi аналіз.

Актуальнасць аналізуемай тэмы абумоўлена недастатковай даследаванасцю сучасных падыходаў

да праектавання газеты, якая б была канкурэнтаздольнай на фоне сучасных медыя і разнапланавых iнтэрнэт-рэсурсаў. У гэтым сэнсе практыка апярэджвае тэорыю. Газетныя загалюўкі найчасцей з'яўляюцца прадметам даследавання філолагаў, але рэдактары і журналісты таксама звяртаюцца да асэнсавання практычнага вопыту ў гэтым плане [4].

Метадалагічнай базай для нашага даследавання паслужылі працы В. С. Мужава, Э. А. Лазаравай, С. М. Гурэвіча, Д. Сурнiна, Ю. А. Бяловай, Ж. А. Нікіфаравай, М. І. Шостака, Ю. В. Трубнiкавай, М. А. Дрога, І. А. Сырова і iнш.

Асноўная частка. Спачатку прывядзём азначэнне тэрміна «заглавак». С. М. Гурэвіч піша: «заглавак зараз уяўляе сабой арганiчны першы элемент тэкставай публікацыі, непарыўна з ёй звязаны, больш за тое – выцякае з яе зместу» [2]. З. А. Муталiева і З. І. Дабрыева называюць заглавак «раўнапраўным элементам газетнага тэксту, уваходзячым у яго і ўзаемазвязаным з iншымi элементамi цэлага твора» [5, с. 46].

Прывядзём iншыя трактоўкi. П. М. Зекiева лiчыць, што «iмя тэксту ў гэтым выпадку разглядаецца спажыўцом iнфармацыі як нешта, што стаіць па-за твора, як самастойны твор газетнага жанру сам па сабе гатовы ў дастатковай ступенi iнфармаваць і аказваць уплыў» [6]. Ю. М. Фаткабарава ў сваёй дысертацыі таксама піша, што заглавак газетных СМІ – гэта самастойны, адасоблены элемент сiстэмы, «семантычна, прагматычна і функцыянальна звязаны з тэкстам паведамлення, але стаіць па-за ім» [7, с. 19].

Значыць, з аднаго боку, заглавак з'яўляецца структурным элементам газетнага тэксту, а з другога – гэта самастойны твор. З улiкам таго, што сучасны чытач не адразу і не заўсёды чытае газету ад першага да апошняга радка, а «выхоплiвае» з яе загалюўкі, вызначаючы, што будзе чытаць, то можна сказаць, што зараз узмацняецца тэндэнцыя да другой трактоўкi загалюўка. У сувязі з гэтым журналісты часцей выкарыстоўваюць загалюўкі, якiя супастаўляюцца тэксту, выклiкаюць адпаведныя асацыяцыі, а не з'яўляюцца квітэсэнцыяй яго зместу: «найбольш прадуктыўны тып у публіцыстыцы сёння – iнтрыга ў загалюўку» [8, с. 125].

А. В. Калеснiчэнка ў сваім вучэбным дапаможнiку па практычнай журналістыцы прыводзiць такія патрабаваннi да газетнага загалюўка. Заглавак павiнен быць ясным выказаннем, заключаць асноўную iдэю тэксту, не супярэчыць зместу матэрыялу, быць карэктным, зразумела сфармуляваным, выклiкаць цікавасць у чытача [9, с. 97]. Акрамя таго, заглавак адлюстроўвае пазiцыю выдаўца, цi сацыяльнай групы, цi дзяржавы і аказвае ўплыў рацыянальнымi (лiчбы, факты) або эмацыянальнымi (вобразы, ацэнкi)

сродкамі [10]. Палітычная ангажыраванасць, на нашу думку, сустракаецца значна часцей, чым акадэмічная бесстароннасць.

Назавём асноўныя функцыі загатоўка. Даследаваннем гэтага пытання займаліся такія навукоўцы, як Кастамарава В. Г., Лазарава Э. А., Мужаў В. С., Сыроў І. А., Нікіфарава Ж. А. і інш. Сярод мноства функцый асноўнымі, на нашу думку, з'яўляюцца інфармацыйная, рэкламная, экспрэсіўна-ацэначная і функцыя пераканання [11].

Загаловачны комплекс газеты «Звязда» характарызуецца напоўненасцю. У яго ўваходзяць амаль усе элементы, прадстаўленыя ў даследаваннях, на якія мы абаяраліся: рубрыка, заглавак, падзаглавак, лід і ўнутраныя загатоўкі.

Многія рубрыкі газеты з'яўляюцца пастаяннымі, але могуць узнікаць і новыя, каб аб'яднаць артыкулы на адну тэму. Наша даследаванне паказала, што газета «Звязда» мае наступныя пастаянныя рубрыкі: «Надзённае», «Сёння», «Інфармбюро», «Светагляд», «Люстэрка», «Суседзі», «Соцыум», «Напрыканцы». Хочацца звярнуць увагу і на іх лагічнае размяшчэнне (ад агульнага да прыватнага), і на іх сэнсавую і лексічную спалучальнасць.

Ёсць рубрыкі, якія сустракаюцца толькі ў некаторых выпусках газеты, напрыклад «Спорт-тайм», «Захапленне», «Камунальныя стасункі», «Аб'ектыў», «Ваша права». У час важных для краіны падзей, святаў, пасяджэнняў у газеце з'яўляюцца адпаведныя рубрыкі: 23 лютага – рубрыка «Плацдарм», 20 лютага – рубрыка «Да дня роднай мовы», VI Усебеларускі народны сход – рубрыкі «Перспектыва», «Вынікі і высновы», «Выступленні», 15 лютага – рубрыка «Водгулле» і г. д.

Можна таксама выдзяліць такі элемент загаловачнага комплексу, як падрубрыка, якая часта сустракаецца на старонках газеты. У рубрыцы «Сёння» ёсць падрубрыкі «Кадры», «Надвор'е», «На слыху». Падрубрыка ўдакладняе тэму артыкула на старонцы, дапамагае чытачу зразумець, што за матэрыял знаходзіцца перад ім. Напрыклад, падрубрыка «З першых вуснаў» паказвае, што артыкул змяшчае інфармацыю з асабістых сустрэч Прэзідэнта або з пасяджэнняў, якія ён наведваў. Падрубрыкі «Крымінал», «Надвор'е», «Усміхнемся», «Новыя кнігі», «Грошы» больш ясна канкрэтызуюць тэму артыкулаў: злачынствы, прагноз надвор'я, анекдоты, навінкі кніжнай індустрыі, эканамічныя падзеі. «Нечакана», «Справа маладых», «Падрабязнасці» і іншыя не даюць вялікай канкрэтыкі, але праводзяць межы паміж артыкуламі адной рубрыкі. Падрубрыкі таксама мяняюцца ў залежнасці ад тэмы артыкулаў або могуць зусім адсутнічаць.

Найбольш распаўсюджанай структурай загаловачнага комплексу «Звязды» з'яўляецца наступная: рубрыка, падрубрыка, асноўны заглавак

артыкула, падзаглавак, лід і некалькі ўнутраных загатоўкаў. Ёсць артыкулы, загатоўкі якіх даюцца на першай старонцы. Разам з загатоўкам там змяшчаюцца падзаглавак і лід, якія не паўтараюцца на старонцы артыкула. Замест іх перад тэкстам артыкула змяшчаецца наступнае: (Заканчэнне. Пачатак на 1-й стар.).

Прыклад прыклад загаловачнага комплексу:  
Рубрыка: «Надзённае».

Падрубрыка: «З першых вуснаў».

Заглавак: «Трэба эфектыўна выкарыстоўваць фармат форуму для вырашэння найбольш актуальных пытанняў».

Падзаглавак: «Прэзідэнт Аляксандр Лукашэнка правёў нараду па пытаннях падрыхтоўкі і правядзення VI Усебеларускага народнага сходу».

Лід: «У нарадзе ўзялі ўдзел спікеры абедзвюх палат беларускага парламента, кіраўнікі Адміністрацыі і спраў Прэзідэнта, Мінскага гарвыканкама і Беларускага інстытута стратэгічных даследаванняў».

Унутраныя загатоўкі: «Узровень – высокі»; «Рашэнні – уважаныя»; «Аб'явілі байкот – байкатуйце»; «Мэта – зрабіць краіну лепшай».

Аналіз паказаў, што загаловачны комплекс названай рубрыкі «Надзённае» найчасцей мае менавіта такую структуру, як у прыведзеным прыкладзе. Калі прачытаць усе ўзроўні загатоўкаў ад назвы рубрыкі да ўнутраных загатоўкаў, змест матэрыялу становіцца цалкам зразумелым, калі трэба падрабязнасці – чытайце уважліва ўвесь матэрыял. Яшчэ ў гэтай рубрыцы нярэдка сустракаецца ўрэзка на заліўцы, якая таксама мае сваю падрубрыку: «Каментарый у тэму». Тут кратка даецца каментарый спецыяліста па заяўленай тэме.

Прыклад іншы прыклад загаловачнага комплексу.

Рубрыка: «Краіна здароўя».

Падрубрыка: «Скажыце, доктар...»

Заглавак: «Навошта нам абследавацца?»

Падзаглавак: «Якія віды раку выяўляе скрынінг».

Лід: «У Беларусі плануецца ўвядзенне яшчэ дзвюх праграм скрынінга раку – страўніка і лёгкага [...]».

Унутраных загатоўкаў матэрыял не мае, бо ўяўляе сабой інтэрв'ю, у якім функцыю структурнага члянэння выконваюць пытанні да доктара, вылучаныя паўтлустым шрыфтам. Асабліва ўдала ў гэтым загаловачным комплексе выглядаюць падрубрыка і заглавак, якія ўтвараюць адно цэлае.

Зрэдку сустракаюцца інтрыгуючыя загатоўкі, якія не маюць падзагатоўка і ўнутраных загатоўкаў. Тады зразумець, пра што матэрыял, дапамагае ілюстрацыя, размешчаная зверху, пад загатоўкам. Так, матэрыял пад назвай «Жалезнае

братэрства» аб супрацоўніцтве Беларусі і Кітая «маркіруе» фотаздымак з назвай індустрыяльнага парка і сцягамі дзвюх дзяржаў.

М. І. Шостак выдзяляе шэсць відаў загаловаў-каў СМІ ў залежнасці ад ступені інфарматыўнасці:

– заглавак-хроніка, які паведамляе аб падзеях і, як правіла, дубліруе навіну;

– заглавак-«бягучы радок», калі частка сказа выносіцца ў заглавак, далей сказ працягваецца ў тэксце;

– заглавак-рэзюмэ (рэзюмэ прамое, гульнёвае, іранічнае і інш.);

– заглавак-цытата, калі прыводзяцца словы вядомага суразмоўцы;

– заглавак-інтрыга, у якім ёсць мнагазначнасць, асацыяцыйныя сувязі;

– заглавак-«жахліўчык», які псіхалагічна напружвае чытача [12].

Прывядзём прыклады для кожнага віду загаловаў-каў з лютаўскіх нумароў газеты «Звязда» за 2021 г.

1. Заглавак-хроніка («Вайскоўцы ў М’янме абвясцілі надзвычайнае становішча»; «ААЭ ўпершыню дадуць замежнікам магчымасць атрымаць грамадзянства»; «Бальніцы вяртаюцца да звыкллага рэжыму»; «У Германіі пачалася моцная паводкі»).

2. Заглавак-«бягучы радок» («Год быў цяжкі, але прадуктыўны»).

3. Заглавак-рэзюмэ («Правілы “маскіроўкі”»; «Іран цікавіць усіх!..»; «У Эміратах ведаюць нашу згушчонку»).

4. Заглавак-цытата («Мы, як і раней, хочам быць астраўком бяспекі ў Еўропе, краінай, ад якой ідуць толькі мірныя ініцыятывы»; «Для мяне прырода – гэта абсалютны прыярытэт»; «Цаніце і шануйце тое, што маеце»).

5. Заглавак-інтрыга («Адзінаццаць смелых»; «Дапамог з рамонтам кватэры...»).

6. Заглавак-«жахліўчык» («Дзесяць гадоў хаосу»).

З пункту гледжання сінтаксісу асноўны заглавак найчасцей уяўляе сабой просты сказ. Заглавак і падзаглавак могуць быць адным сказам, з дапамогай памеру і гарнітуры шрыфту падзеленым на дзве часткі: «“Армейскі” капітал, маладзёжны ўзрост і грант для «студэнта года» (заглавак) абмяркоўвалі гродзенскія студэнты на сустрэчы з маладымі дэлегатамі ІV Усебеларускага сходу» (падзаглавак). Яшчэ прыклад: «Паштальён на колах» (заглавак), «або Асаблівасці працы вясковага кур’ера» (падзаглавак).

У якасці загаловаў і падзагаловаў могуць выступаць два суседнія сказы з адной цытаты: «Маладзё гатова ехаць у глыбінку» (заглавак). «Неабходна стварыць для іх камфортныя ўмовы» (падзаглавак). Шкада, што ў гэтым прыкладзе была абрана цытата са стылістычнай памылкай (ва ўжыванні займенніка). Такі від загаловаў падрабязна апісаны Л. С. Баннік [13].

Падзаглавак звычайна ўдакладняе асноўны заглавак, але бывае, што дадае інтрыгі: «Адзінаццаць смелых» (заглавак), «А яшчэ – таленавітых, крэатыўных, патрыятычных» (падзаглавак). У такім выпадку канкрэтыку ўносіць лід, з якога мы даведваемся, што гаворка ідзе пра 11 фіналістаў конкурсу «Студэнт года». Звычайна інтрыгуючы заглавакны комплекс мае рубрыка «Неасабісты суб’ектыў», у якой можна сустрэць, напрыклад, такі заглавак «Трасца з ферамонамі» з падзаглавакам «або Колькі каштуе “суперпрыз на барабане”».

Гульня слоў, распаўсюджаная ў некаторых перыядычных выданнях [14], у «Звяздзе» сустракаецца рэдка: «Будаваць – не бедаваць», «Самая класная класная гадзіна!»

Найчасцей асноўны змест газетнага матэрыялу зразумелы, нават калі чытач праігнаруе назву рубрыкі: «Горкі малыя, праблемы вялікія» (заглавак), «Як дзецям пазбегнуць траўмаў зімой» (падзаглавак). У названым артыкуле ёсць урэзкі на каляровым фоне са сваімі назвамі «Забаронена» і «Правілы карыстання цюбінгам». Заглавакны комплекс разам з імі з’яўляецца вельмі інфарматыўным.

Уважлівы чытач, асабліва пастаянны чытач газеты, безумоўна, адзначыць якасна прадуманы заглавакны комплекс газеты, у якім кожны ўзровень прыносіць сваё:

Рубрыка: «Таямніцы і адкрыцці».

Падрубрыка: «Каго мы бачым!».

Заглавак: «Удала схаваўся».

Падзаглавак: «Знайшлі від хамелеонаў, які лічыўся вымерлым»

Лід: «На Мадагаскары выявілі хамелеона [...]».

У газеце шырока распаўсюджаны ўнутраныя загаловакныя, яны разбіваюць буйныя памеры матэрыялы і добра спалучаюцца паміж сабой. Напрыклад, матэрыял Людмілы Рублеўскай з назвай «Беларускія кнігі мусяць быць для нас прыярытэтам» мае наступныя падзагаловакныя: «Пра крызіс сусветнага кніжнага гандлю», «Пра аўтограф-сесіі ў час пандэміі», «Пра электронныя кнігі», «Пра кнігу на роднай мове». Такія назвы тэматычна групіруюць тэкст, дапамагаюць вылучыць у ім асноўныя думкі, знайсці патрэбную інфармацыю.

Вядомы журналіст Шостак М. пісаў: «Сёння загаловакны, як правіла, будуецца па нетрадыцыйных для расійскай прэсы мадэлях. Доўгі час дамінаючыя прынцыпы, згодна з якімі загаловакны павінны быць сціслымі і кароткімі, змяніліся на супрацьлеглыя. І наогул, наступіў час “аўтарскай свабоды”: у загаловакны пайшлі абрэвіятуры, лічбы, імёны ўласныя, слэнг і размоўныя словы, іншамоўныя фрагменты» [9, с. 44]. У «Звяздзе» прыклады падобнай «аўтарскай свабоды» таксама можна знайсці, але не часта: «Настрой падорыць

“пээфка» (заглавак), «Магілёўскія фотамастакі прапаноўць далучыцца да традыцыі абменьвацца навагоднімі RF-паштоўкамі» (падзаглавак).

Зрэдку на старонках газеты можна сустрэць такі элемент заглавачнага комплексу, як шапка. Звычайна ён выкарыстоўваецца для аб’яднання адной тэмай невялікіх паведамленняў, каментарыяў. Напрыклад:

Рубрыка: «Размова па сутнасці».

Падрубрыка: «VI Усебеларускі народны сход».

Шапка: «Праз прызму».

Шапка ў гэтым нумары аб’ядноўвае паведамленні трох чалавек: кіраўніка справамi Белавушскага сельскага савета Столінскага раёна Наталлі Касцюк, кіраўніка сялянска-фермерскай гаспадаркі «ДАК» Дзяржынскага раёна Дзмітрыя Крылова і старшыні СВК «Калгас “Радзіма”» Бялыніцкага раёна Аляксандра Лапацентава. У якасці назваў паведамленняў выкарыстоўваюцца цытаты, якія размешчаны на каляровай заліўцы са знакам «дзвукоссе».

Цікава было звярнуць увагу і на даўжыню заглаўкаў у газеце. Паводле нашых назіранняў, даўжыня асноўнага заглаўка ў газеце «Звязда» ў межах 4–10 слоў, найчасцей ад 4 да 6 слоў. Д. Е. Патрахова ў адным са сваіх артыкулаў, прысвечаных супастаўляльнаму аналізу аб’ёму і функцый заглаўка газетных матэрыялаў на базе рускамоўных, англамоўных і нямецкамоўных СМІ, адзначае, што «ў сярэднім заглаўкі аб’ёмам ад 6 да 11 слоў з’яўляюцца найбольш распаўсюджанымі»

для ўсіх моў, якія яна даследавала [15, с. 80]. Як бачым, газета «Звязда» імкнецца да лаканічнасці. Назвы рубрык найчасцей складаюцца з аднаго слова, падрубрык – з двух-трох. Заглавак – гэта 4–6 слоў, падзаглавак звычайна даўжэйшы. Унутраныя заглаўкі матэрыялаў таксама не бываюць буйнымі. Найбольшы па аб’ёме і адпаведна найбольш інфарматыўны элемент заглавачнага комплексу – гэта лід. Ён візуальна падкрэсліваецца, бо набраны паўтлустым шрыфтам з водступам управа, роўным шырыні абзацнага водступу ў артыкуле. З усіх элементаў заглавачнага комплексу рэдка сустракаецца шапка, аднак функцыя гэтага элемента не прадугледжвае яго абавязковую наяўнасць у кожным нумары.

Заключэнне. Стылістыка заглавачнага комплексу газеты «Звязда» нейтральная, і гэта ў поўнай меры адпавядае мэтаваму прызначэнню (грамадска-палітычнае выданне) і чытацкаму адрасу газеты (дарослы чытач, які цікавіцца грамадскім і палітычным жыццём краіны). Асноўная функцыя заглавачнага комплексу гэтай газеты – інфармацыйная. Экспрэсіўна-ацэначная, рэкламная і функцыя пераканання праяўляюцца значна менш.

У цэлым можна сказаць, што газета «Звязда» – гэта сучаснае перыядычнае выданне, якое развіваецца згодна з сусветнымі тэндэнцыямі ў перыядыцы, мае ўласную рэдакцыйную палітыку і фірменны стыль. Заглаўкі розных узроўняў, якія ўжывае газета на сваіх старонках, утвараюць гарманічны заглавачны комплекс.

### Спіс літаратуры

1. Бугаева И. В., Сидорченко К. М. Параметры привлекательного для целевой аудитории заголовка СМИ // Известия Юго-Западного государственного университета. Сер. Лингвистика и педагогика. 2019. Т. 9, № 2(31). С. 41–48.
2. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие для вузов. Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text10/05.htm>. Дата доступа: 28.08.2021.
3. Бессонов А. П. Газетный заголовок. Ленинград: Наука, 1958. 62 с.
4. Дрога М. А. Особенности заголовков в современной российской прессе (на материале новостей о Китае) // Современный дискурс-анализ. 2018. № 3 (20). Ч. 2. С. 233–238.
5. Муталиева З. А., Добриева З. И. Классификация заголовков // Lingua-universum. 2019. № 2. С. 44–46.
6. Зекиева П. М. Заголовочный комплекс в газете как макроструктура имени статьи // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 2: Филология и искусствоведение. 2011. № 1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zagolovochnyy-kompleks-v-gazete-kak-makrostruktura-imeni-stati>. Дата доступа: 28.08.2021.
7. Фаткабарова Ю. М. Структурно-семантическая характеристика кратких газетных сообщений: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. М., 2007. 23 с.
8. Ляпун С. В. Заглавие как элемент текста и аспекты его изучения // Лингвистика текста. 1995. С. 124–126.
9. Колесниченко А. В. Практическая журналистика: учеб. пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. 180 с.
10. Агапова А. Н. Заголовок в современной русской прессе: эпистемический и прагматический аспекты: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2011. 185 с.
11. Тертыйный А. А. Заголовок – слово главное // Журналист. 2004. № 1 (21). С. 80–82.
12. Шостак М. Репортер: профессионализм и этика. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/7544532/page:27/>. Дата доступа: 28.08.2021.

13. Банник Л. С., Харченко Н. П. Заголовки-цитаты в современной газетной публицистике: тезисы. Владивосток: Дальневосточный университет, 2005. 190 с.
14. Вахтель Н. М. Речевые акты эмоционального воздействия в позиции газетного заголовка // Вестник Воронежского государственного университета. 2004. № 2. С. 47–49.
15. Потрахова Д. Е. Объем и функции заголовков статей в сопоставительном аспекте // *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*. 2020. Т. 16. Вып. 2 (48). С. 80–92.

### References

1. Bugaeva I. V., Sidorchenko K. M. Parameters of an attractive media title to the target audience. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta* [Proceedings of the Southwestern State University], series Linguistics and Pedagogy, 2019, vol. 9, no. 2 (31), pp. 41–48 (In Russian).
2. Gurevich S. M. *Gazeta: vchera, segodnya, zavtra* [Newspaper: yesterday, today, tomorrow]. Available at: <http://evartist.narod.ru/text10/05.htm> (accessed 28.08.2021).
3. Bessonov A. P. *Gazetnyy zagolovok* [Newspaper headline]. Leningrad, Nauka Publ., 1958. 62 p.
4. Droga M. A. Features of headlines in the modern Russian press (based on the material of news about China). *Sovremennyy diskurs-analiz* [Modern discourse analysis], 2018, no. 3 (20), parte 2, pp. 233–238 (In Russian).
5. Mutaliev Z. A., Dobrieva Z. I. Classification of headers. *Lingua-universum*, 2019, no. 2, pp. 44–46 (In Russian).
6. Zekieva P. M. *Zagolovochnyy kompleks v gazete kak makrostruktura imeni stat'i* [The headline complex in the newspaper as a macrostructure of the article name]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/zagolovochnyy-kompleks-v-gazete-kak-makrostruktura-imeni-stati> (accessed 28.08.2021).
7. Fatkabrarova Yu. M. *Strukturno-semanticheskaya kharakteristika kratkikh gazetnykh soobshcheniy: Avtoref. dis. ... kand. filol. nauk* [Structural and semantic characteristics of brief newspaper reports. Abstract of thesis PhD (Philology)]. Moscow, 2007. 23 p.
8. Lyapun S. V. The title as an element of the text and aspects of its study. *Lingvistika teksta* [Text linguistics], 1995, pp. 124–126 (In Russian).
9. Kolesnichenko A. V. *Prakticheskaya zhurnalistika* [Practical journalism]. Moscow, Izd-vo Mosk. un-ta Publ., 2008. 180 p.
10. Agapova A. N. *Zagolovok v sovremennoy russkoy presse: epistemicheskii i pragmaticheskii aspekty: Dis. ... kand. filol. nauk* [The headline in the modern Russian press: epistemic and pragmatic aspects. Diss. PhD (Philology)]. Volgograd, 2011. 185 p.
11. Tertychnyy A. A. The title is the main word. *Zhurnalist* [Journalist], 2004, no. 1 (21), pp. 80–82 (In Russian).
12. Shostak M. *Reporter: professionalizm i etika* [Reporter: Professionalism and ethics]. Available at: <https://studfile.net/preview/7544532/page:27/> (accessed 28.08.2021).
13. Bannik L. S., Harchenko N. P. *Zagolovki-tsitaty v sovremennoy gazetnoy publitsistike* [Headlines-quotes in modern newspaper journalism]. Vladivostok, Dal'nevostochnyy universitet Publ., 2005. 190 p.
14. Vakhtel' N. M. Speech acts of emotional impact in the position of a newspaper headline. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Voronezh State University], 2004, no. 2, pp. 47–49 (In Russian).
15. Potrakhova D. E. The scope and functions of the headings of articles in the comparative aspect. *Studia Germanica, Romanica et Comparatistica*, 2020, vol. 16, no. 2 (48), pp. 80–92 (In Russian).

### Звесткі пра аўтараў

**Зылевiч Дзiна Паўлаўна** – кандыдат фiлалагiчных навук, дацэнт, дацэнт кафедры рэдакцыйна-выдавецкiх тэхналогiй. Беларускi дзяржаўны тэхналагiчны ўнiверсiтэт (220006, г. Мiнск, вул. Свiрдлова, 13а, Рэспублiка Беларусь). E-mail: [din-a@tut.by](mailto:din-a@tut.by)

**Канапашкая Настасся Уладзiславаўна** – студэнтка. Беларускi дзяржаўны тэхналагiчны ўнiверсiтэт (220006, г. Мiнск, вул. Свiрдлова, 13а, Рэспублiка Беларусь). E-mail: [nastassiakon@gmail.com](mailto:nastassiakon@gmail.com)

### Information about the authors

**Zylevich Dina Pavlovna** – PhD (Philology), Assistant Professor, Associate Professor, the Department of Editorial and Publishing Technologies. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [din-a@tut.by](mailto:din-a@tut.by)

**Konopatskaya Anastasiya Vladislavovna** – student. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [nastassiakon@gmail.com](mailto:nastassiakon@gmail.com)

Паступiў 08.09.2021



УДК 81'374.822

**Е. Е. Иванов<sup>1</sup>, М. Руис-Соррилья Крусате<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова<sup>2</sup>Университет Барселоны, Испания**ПРИНЦИПЫ И СТРУКТУРА ИСПАНСКО-БЕЛОРУССКОГО  
ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ**

Одной из проблем современной славистики является сопоставительное описание фразеологии и паремиологии славянских и неславянских языков и создание славянско-неславянских фразеологических и паремиологических словарей. Актуальной в этой связи является разработка принципов и структуры белорусско-испанского паремиологического словаря. В статье рассматриваются принципы дифференциации национально специфических и общих с другими языками (интернациональных, универсальных) единиц паремиологического фонда языка. Выявление и разграничение межъязыковой специфичности / общности пословиц предлагается осуществлять в синхроническом аспекте при помощи сопоставления структурно-семантических моделей пословиц разных языков в проекции на языки родственных групп, ареальных контактов, типологических общностей. Определяются и дифференцируются типы межъязыковых сходств / различий паремиологических единиц, имеющих аналоги в других языках, на основании полного / частичного совпадения лексико-грамматической структуры пословицы. Выделяются те межъязыковые типы сходств / различий паремиологических единиц, которые являются наиболее значимыми для лексикографического описания. Определяются принципы и структура словарной репрезентации белорусских и испанских пословиц в двуязычном сопоставительном паремиологическом словаре. Приводятся примеры отдельных зон словарной статьи в испанско-белорусском словаре пословиц.

Исследование выполнено по заданию Государственной программы научных исследований 2021–2025 гг. (государственная регистрация № 20211335).

**Ключевые слова:** паремиология, пословицы, межъязыковое сопоставление, белорусский язык, испанский язык, двуязычный сопоставительный словарь, зоны лексикографического описания пословиц.

**Для цитирования:** Иванов Е. Е., Руис-Соррилья Крусате М. Принципы и структура испанско-белорусского паремиологического словаря // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. № 2 (244). С. 104–111.

**E. E. Ivanov<sup>1</sup>, M. Ruiz-Zorrilla Cruzate<sup>2</sup>**<sup>1</sup>Mogilev State A. Kuleshov University<sup>2</sup>University of Barcelona, Spain**PRINCIPLES AND STRUCTURE OF SPANISH-BELARUSIAN  
PAREMIOLOGICAL DICTIONARY**

One of the problems of modern Slavic studies is the comparative description of phraseology and paremiology of Slavic and non-Slavic languages and the creation of Slavic – non-Slavic phraseological and paremiological dictionaries. In this regard, the development of the principles and structure of the Belarusian Spanish paremiological dictionary is relevant. The article presents the principles of differentiation of nationally specific and common with other languages (international, universal) units of the paremiological fund of the language. It is proposed to identify and differentiate the interlanguage specificity / commonality of proverbs in a synchronic aspect by comparing the structural and semantic proverbs models of different languages projected on the languages of related groups, areal contacts and typological communities. The types of interlingual similarities / differences of paremiological units that have analogues in other languages are determined and differentiated on the basis of complete / partial coincidence of the proverb lexical and grammatical structure. Those interlanguage types of similarities / differences of paremiological units are highlighted, which are the most significant for the lexicographic description. The principles and structure of the dictionary representation of Belarusian and Spanish proverbs in a bilingual comparative paremiological dictionary are determined. Examples of separate zones of a dictionary entry in the Spanish-Belarusian dictionary of proverbs are given.

**Key words:** paremiology, proverbs, interlingual comparison, Belarusian, Spanish, bilingual comparative dictionary, zones of proverbs lexicographic description.

**For citation:** Ivanov E. E., Ruiz-Zorrilla Cruzate M. Principles and structure of Spanish-Belarusian paremiological dictionary. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (244), pp. 104–111 (In Russian).

**Введение.** Прошло почти полвека с того времени, как в 1982 г. на одном из заседаний Комиссии по славянской фразеологии при Международном комитете славистов было принято решение о необходимости описания славянской фразеологии и паремиологии в сопоставительном аспекте со славянскими и неславянскими языками и создания славянско-славянских и славянско-неславянских словарей фразеологических, паремиологических единиц.

С тех пор в отношении белорусского языка в этом направлении сделано немало. Описаны фразеологические параллели белорусского и английского, польского, русского языков в таких изданиях, как «*Англа-беларускі слоўнік фразеалагізмаў параўнальнага тыпу*» (1984) Л. Д. Корсака, Л. С. Мартиновича, «*Русско-белорусский фразеологический словарь*» (1991) И. А. Киселева, «*Малы руска-беларускі слоўнік прыказак, прымавак і фразем*» (1991) З. Санько, «*Беларуска-польскі фразеалагічны слоўнік*» (2000) А. С. Аксамитова и М. Чурак. В последнее время создан «*Русско-белорусский словарь сравнений*» (2018) Т. В. Володиной и В. М. Мокиенко [1], белорусские устойчивые выражения представлены в полилингвальных словарях библеизмов [2, 3].

Белорусские пословицы в отношении к паремиологическим единицам других языков последовательно описаны в шестязычном словаре пословиц, поговорок и крылатых слов «*Proverbia et dicta*» (1993) под редакцией Н. А. Гончаровой. В последние годы создан ряд переводных словарей пословиц белорусского языка и русского языка [4, 5], польского языка [6], английского языка [7], немецкого языка [8], а также фундаментальный мультилингвальный справочник «*Універсальны і інтэрнацыянальны кампаненты ў парэміялагічным складзе беларускай мовы: беларуска-іншамоўны слоўнік*» (2020) Ю. А. Петрушевой [9].

Испанско-белорусские паремиологические параллели частично представлены в ряде многоязычных справочников [3, 9, 10], однако никогда не были предметом специального сравнительно-сопоставительного изучения и лексикографического описания [11].

Разработка принципов и структуры испанско-белорусского паремиологического словаря требует рассмотрения таких важных и взаимосвязанных проблем, как разграничение в пословичных фондах языков специфического и общего (на фоне других языков), типология межъязыковых соответствий пословиц и их значимость в сопоставительной и переводной паремиографии, способы лексикографической репрезентации различных типов межъязыковых пословичных соответствий в соответствующих зонах сопоставительного словаря.

**Основная часть.** Как правило, объем национального компонента в пословичном фонде

неоправданно преувеличивается, что ведет к ошибкам в определении как национально специфических тех единиц, которые есть также в других языках, а во многих случаях являются результатом иноязычного заимствования. Такое стремление видеть национальное там, где его нет, приводит к существенным искажениям не только в интерпретации национально-языковой картины мира, но и в словарном описании межъязыковых пословичных соответствий. Так, в белорусской паремиографии довольно часто квалифицируются как национально-культурно маркированные такие пословицы, которые имеют прямые аналоги в других языках, в том числе и в испанском языке, напр.: бел. *Да пары збан ваду носіць <вушка адарвецца – збан наб'ецца>* [12, с. 61] = “*The pitcher goes so long to the water / well / fountain until it breaks (or until its handle / neck breaks)*” [10, p. 287] = исп. *Tantas veces va el cántaro a la fuente que alguna (que al fin) se quiebra (dexta / deja) el asa ó la frente* [9, с. 39–40]; бел. *Поле бачыць, а лес чуе* [12, с. 120] = “*Fields have eyes (or see) and wood / bush has ears (or listen)*” [9, с. 64; 10, p. 120] и т. п.

Национальный компонент пословичного фонда любого языка не ограничивается только единицами исконного происхождения. Так, значительное количество пословиц в современных европейских языках имеет весьма древнее происхождение, восходящее к образованию родственных языков либо к давним языковым контактам, проследить которые в большинстве случаев затруднительно, а часто и вовсе невозможно (этимологический и исторический анализ пословиц всегда субъективен). При этом состав национально специфических пословиц определяется, как правило, безотносительно фактов иных языков и лингвокультур, в том числе и родственных. Однако в своем большинстве пословичный фонд гораздо более интернационален, чем это обычно принято считать. Так, в составе активных пословиц белорусского языка [13] употребляется не менее 70% единиц, общих с другими языками, прежде всего с активными пословицами русского языка [14]. Большинство таких единиц давно ассимилировались в белорусском языке, приобрели в нем национально-языковую форму и даже национально-культурную семантику, благодаря отдельным компонентам своего лексического состава [15]. В то же время многие иноязычные пословицы, которые калькировались в давнее время, воспринимаются современными носителями белорусского языка как исконные, однако отражают транснациональные (чужие для традиционной белорусской культуры) фрагменты языковой картины мира [16].

Для объективного определения и описания в пословичном фонде национального компонента (специфического по отношению к иным языкам)

можно предложить «метод синхронической дифференциации», который предполагает синхроническую межъязыковую проекцию пословиц на широкий языковой материал, актуальный для современного носителя языка. Только при помощи метода синхронической дифференциации можно выявить национально специфические единицы (их объем, характер, способы маркирования) на фоне таких пословиц, которые встречаются в других языках, но представлены в каждом языке в виде национально специфических вариантов, напр.: “*All that glitters is not gold / silver / diamond* ‘Не все, что блестит золото / серебро / бриллиант’ = *All is not flour that is white* ‘Не все мука, что белого цвета’ = *We do not eat everything (or every bird) that is flying* ‘Мы не едим все (каждую птицу), что летит’ = *All is not whalebone that is white* ‘Не все кость кита, что белое’” [7, с. 15; 8, с. 56; 9, с. 78–79; 10, р. 125]; “*Better one bird / pigeon / sparrow / in the hand / plate than two / ten / hundred in the air (or on the branch / fence / roof etc.)* ‘Лучше одна птичка / голубь / воробей в руке / в тарелке, чем две / десять / сотня в воздухе (на ветке / на заборе / на крыше и т. д.)’ = *Better a small bird (blue tit / magpie / sparrow etc.) in the hand than a larger bird (capercaillie / great grouse / crane / falcon / partridge / pigeon / stork etc.) in the air / skies / forest etc.* ‘Лучше маленькая птичка (лазоревка / сойка / воробей и др.) в руке, чем большая птица (глухарь / большой тетерев / журавль / сокол / куропатка / воробей / аист и др.) в воздухе / в небе / в лесу и т. д.’ = *Better a chicken / sparrow / thrush today than a bustard / capercaillie / gander tomorrow* ‘Лучше цыпленок / воробей / дрозд / сегодня, чем дрофа / глухарь / гусь завтра’ = *Better an egg today than a hen tomorrow* ‘Лучше яйцо сегодня, чем курица завтра’” [5, с. 66–67; 6, с. 59–61; 9, с. 62–64; 10, р. 194]; “*Fields have eyes (or see) and wood / bush has ears (or listen)* ‘Поля имеют глаза (видят), а дерево / куст имеет уши (слушает)’ = *The day has eyes and the night has ears* ‘День имеет глаза, а ночь имеет уши’ = *The sea listens (or has ears) and the wood sees* ‘Море слушает (имеет уши), а лес видит’” [9, с. 64–65; 10, р. 120] и т. п.

Правильное определение специфических / общих с другими языками пословиц позволяет получить наиболее объективный фактический материал для поиска межъязыковых сходств и различий в пословичных фондах сравниваемых языков [17].

Проблема дифференциации межъязыковых пословичных соответствий может быть решена на основе сравнения пословиц разных языков в направлении «от содержания к форме». Такое сравнение позволяет выделить всего 9 типов межъязыковых сходств и различий, которые основаны на полном или частичном совпадении или, наоборот,

несовпадении семантики и лексико-грамматической структуры пословиц [18, 19]. В результате сопоставления пословиц русского и белорусского языков выявлены все 9 типов межъязыковых сходств и различий:

1) пословицы совпадают целиком по семантике и не совпадают по лексико-грамматической структуре: рус. *До свадьбы заживет* и бел. *Пакуль жаніцца – загаіцца*;

2) пословицы совпадают целиком по семантике и только частично по лексико-грамматической структуре: рус. *Попытка не пытка* и бел. *Спроба не хвароба*, где совпадает синтаксическая структура предложений, но отличается их лексический состав;

3) пословицы совпадают целиком как по семантике, так и по лексико-грамматической структуре: рус. *Язык без костей* и бел. *Язык без касцей*;

4) пословицы совпадают только частично по семантике и не совпадают по лексико-грамматической структуре: рус. *Мыльные бранятся, только тешатся* и бел. *Хто каго любіць, той таго і чубіць* (бел. употребляется еще и в значении ‘За бесцырымоннымі, абуральнымі паводзінамі можа быць схавана сапраўдная сімпатыя; гаворыцца жартам, калі хто-н. нехаця прычыняе непрыемнасць сімпатычнаму яму чалавеку’);

5) пословицы совпадают только частично как по семантике, так и по лексико-грамматической структуре: рус. *Перемелется – мука будет* и бел. *Ліха перамелецца – дабро будзе* (рус. употребляется еще и в значении ‘Все пройдет со временем, переменится к лучшему’), где совпадают отдельные лексемы (рус. *перемелется* – бел. *перамелецца*; рус. *будет* – бел. *будзе*), а также частично синтаксическая структура предложений (бессоюзное предложение).

6) пословицы совпадают только частично по семантике и целиком по лексико-грамматической структуре: рус. *Бодливой корове бог рог не дает* и бел. *Бадлівай карове бог рог не дае* (рус. употребляется еще и по отношению к тому, кто ‘желает чего-н., стремится к чему-н., но не имеет возможности осуществить свои желания, стремления’);

7) пословицы не совпадают как по семантике, так и по лексико-грамматической структуре: рус. *В чужой монастырь со своим уставом не ходят* и бел. *Воўк сабакі не баіцца, але звягі не любіць*;

8) пословицы не совпадают по семантике, но совпадают частично по лексико-грамматической структуре: рус. *Кто ищет, тот найдет* и бел. *Не шукаючы, не знойдзеш* (рус. *ищет* – от *искать* и бел. *не шукаючы* – от *шукаць*; рус. *найдет* – от *найти* и бел. *не знойдзеш* – от *знайсці*);

9) пословицы не совпадают по семантике, но совпадают целиком по лексико-грамматической структуре: рус. *Не лезь вперед (наперед, поперед) батьки в пекло* (в значении ‘Не берись за опасное,

нелегкое дело раньше старшего по годам, более опытного человека; говорится как предупреждение о возможных трудностях или как объяснение причин чьей-н. неудачи») и бел. *Не лезь раней бацькі ў пекла* (в значении ‘Давярай больш вопытным; гаворыцца, калі хто-не. імкнецца апярэ-дзіць іншых’) [20].

Данная типология легла в основу описания белорусских соответствий русских пословиц в сопоставительном и переводном словарях [4, 5]. Необходимо отметить, что межъязыковые пословичные типы 4–6 не всегда поддаются однозначному определению для тех пословиц, которые полностью переосмыслены, а также утратили свою внутреннюю форму [21].

Разработанная типология межъязыковых соответствий пословиц была верифицирована на материале белорусского и немецкого языков [22], белорусского и английского языков [23], белорусского и французского языков [24], а также использована для сравнения белорусских и иноязычных фразеологизмов и пословиц на широком европейском языковом фоне [25], что позволяет распространить ее принципы на сопоставительное описание белорусских и испанских пословиц.

Установлено, что наибольшей значимостью при сопоставительном описании испанских и белорусских пословиц обладают следующие типы межъязыковых соответствий:

- совпадающие полностью и по значению, и по лексико-грамматической структуре, ср.: исп. *Ojo por ojo, diente por diente* и бел. *Вока за вока, зуб за зуб* (3 тип);

- полностью совпадающие по значению и только частично по лексико-грамматической структуре, ср.: исп. *Quien no tiene cabeza, debe tener piernas* и бел. *За дурной галавой нагам небалазе* (2 тип);

- полностью совпадающие по значению и не совпадающие по лексико-грамматической структуре, ср.: исп. *Una sola golondrina no hace (el) verano* и бел. *Гракі цяпла не прыносяць* (1 тип);

- частично совпадающие по значению и полностью не совпадающие по лексико-грамматической структуре, ср.: исп. *Más vale el hueso de hoy, que no el pollo de mañana* и бел. *Лепш верабей у жмені, чым жораў у небе* (4 тип).

Выделенные четыре типа целесообразно рассматривать как основные и достаточные для словарного описания белорусских соответствий испанских пословиц.

Разработка методов и приемов описания пословиц в словарях различного типа является одной из актуальных проблем современной белорусской паремиологии [26]. Методология сравнительной паремиологии (на европейском фоне) только начинает разрабатываться в белорусском языкознании [27, 28, 29, 30] и опирается на сопоставительное словарное описание пословиц

испанского языка и других славянских языков [31, 32, 33].

Принципы и структура описания пословиц испанского и белорусского языков в словаре сопоставительного типа определяются исходя из сложившихся в белорусской двуязычной паремиологии традиций с учетом специфики выделенной типологии межъязыковых сходств и различий [4, 5, 6, 7, 8].

Словарная статья в «Испанско-белорусском паремиологическом словаре» представлена 5 зонами: 1) заголовочная единица (испанская пословица с указанием ее вариантных и факультативных компонентов); 2) буквальная перевод испанской пословицы на белорусский язык; 3) стилистическая характеристика испанской пословицы (если это необходимо); 4) семантизация – толкование значения и ситуации употребления испанской пословицы; 5) белорусские соответствия и эквиваленты испанской пословице.

Пословичные соответствия в правой части словарной статьи (белорусские пословицы) размещаются по мере убывания их совпадений и, соответственно, увеличения расхождений в лексико-грамматическом и/или семантическом планах с заголовочной единицей (испанской пословицей), ср. исп. *Quien boca ha, a Roma va* и соответствия бел. 1) *Язык і да Рыма давядзе*, 2) *Язык і Вільні дапытае*, 3) *Невядомая дарога на канцы языка*, 4) *Пытаючыся, дапытаешся*.

Наилучшим параграфемным средством выделения типов межъязыковых пословичных соответствий является набор широко известных и употребительных символов математической логики (соответственно, = ‘равнозначность’, ≅ ‘сильная эквивалентность’, ~ ‘собственно эквивалентность’, а также ≈ ‘приближенная равнозначность’). Указанные параграфемы в отличие от произвольной символики или обычной нумерации (а также композиционно-графических параметров текста) позволяют не только кодифицировать типы межъязыковых соответствий, но и репрезентировать характер сходств и различий пословиц разных языков. Кроме этого, собственно лингвистический смысл символов математической логики сам по себе мотивирован их общепринятыми в логике и математике значениями.

Таким образом, в «Испанско-белорусском паремиологическом словаре» словарная статья имеет следующую структуру.

**Tal hijo, tal padre.** (‘Такі сын, такі бацька’). У характары і паводзінах хлопца звычайна паўтараюцца недахопы ці станоўчыя рысы яго бацькі. Гаворыцца, калі тлумачаць той ці іншы ўчынак або пэўныя асабістыя якасці хлопца адпаведнымі паводзінамі, якасцямі характару яго бацькі. = *Які бацька, так <i>сын. ≅ Якое дрэва, такі <i>клін, які бацька, такі <i>сын. ≅ Калі бацька рыбак, то*

*і сын глядзіць на ваду. ~ Якое карэнне, такое і насенне. ~ Які куст, такі і адростак. ~ Вецвейка ад дрэва недалёка адскочыла. ~ Яблык ад яблыні недалёка падае. ≈ Ад крывого дрэва не бывае прамого ценю. ≈ Якая клепка, такая бочка, якая маці, такая дочка.*

В рассматриваемом словаре предполагается отразить наиболее активные в испанском языке пословицы [31], к которым будут подобраны широко известные и массово употребительные в белорусском языке пословичные соответствия [34].

**Заключение.** Разработка принципов и структуры испанско-белорусского словаря основана на синхронической дифференциации межъязыковой общности / специфичности и типологии межъязыковых сходств / различий пословиц белорусского и других славянских и неславянских языков.

Метод синхронической дифференциации специфического и общего (на фоне других языков) позволяет максимально объективно устанавливать и описывать как национально-языковое, так и национально-культурное своеобразие пословиц, определять объем и характер не только специфических (на фоне других языков) единиц, но ассимилированных иноязычных единиц в составе пословичных фондов испанского и белорусского языков.

Наибольшую значимость при сравнительно-сопоставительном описании имеют четыре типа межъязыковых соответствий испанских и белорусских пословиц: 1) совпадающие полностью как по значению, так и по лексико-грамматической структуре; 2) совпадающие полностью по значению и только частично по лексико-грамматической структуре; 3) полностью совпадающие по значению и не совпадающие по лексико-грамматической структуре; 4) частично совпадающие по значению и полностью не совпадающие по лексико-грамматической структуре.

Словарная статья в испанско-белорусском паремиологическом словаре дифференцируется на 5 отдельных зон. В первых четырех зонах описывается испанская пословица, а в пятой даются ее белорусские эквиваленты, которые размещаются по возрастанию их различий (по убыванию сходств) в лексико-грамматическом и семантическом планах испанской пословице.

Испанско-белорусский паремиологический словарь адресован студентам, аспирантам и преподавателям университетов, специалистам в области сопоставительной паремиологии и паремиографии, переводчикам и литературным редакторам.

### Список литературы

1. Володина Т. В., Мокиенко В. М. Русско-белорусский словарь сравнений. Минск: Беларуская навука, 2018. 811 с.
2. Балакова Д., Вальтер Х., Венжинович Н. Ф., Гутовская М. С., Иванов Е. Е., Мокиенко В. М. Лепта библейской мудрости: библейские крылатые выражения и афоризмы на русском, английском, белорусском, немецком, словацком и украинском языках. Могилев: МГУ, 2014. 208 с.
3. Лепта библейской мудрости: русско-славянский словарь библейских выражений и афоризмов с соответствиями в германских, романских, армянском и грузинском языках: в 2 т. / под ред. Е. Е. Иванова, В. М. Мокиенко, Д. Балаковой, Х. Вальтера. Могилев: МГУ, 2019. Т. 1. 334 с.; Т. 2. 308 с.
4. Иванов Е. Е. Русско-белорусский словарь пословиц: 777 пословиц русского языка, свыше 5000 белорусских паремиологических эквивалентов и соответствий: в 2 ч. Могилев: Брама, 2001. Ч. 1. 144 с.; Ч. 2. 164 с.
5. Иванов Е. Е., Мокиенко В. М. Русско-белорусский паремиологический словарь. Могилев: МГУ, 2007. 242 с.
6. Иванова С. Ф., Иваноў Я. Я. Польска-беларускі парэміялагічны слоўнік. Магілёў: МДУ, 2007. 192 с.
7. Англа-беларускі парэміялагічны слоўнік / пад рэд. Я. Я. Иванова. Магілёў: МДУ, 2009. 240 с.
8. Иваноў Я. Я., Раманава Н. К. Беларуска-нямецкі парэміялагічны слоўнік. Магілёў: МДУ, 2006. 108 с.
9. Петрушэўская Ю. А. Універсальны і інтэрнацыянальны кампаненты ў парэміялагічным складзе беларускай мовы: беларуска-іншамоўны слоўнік. Магілёў: МДУ, 2020. 316 с.
10. Paczolay G. European Proverbs in 55 Languages, with Equivalents in Arabic, Persian, Sanskrit, Chinese, and Japanese. Veszprém: Veszprémi Nyomda, 1997. 528 p.
11. Иванов Е. Е., Петрушевская Ю. А. Белорусская паремиология конца XX – начала XXI века (1991–2014 гг.): библиографический обзор // Паремиология в дискурсе. 2015. С. 252–292.
12. Иванова С., Иваноў Я. Слоўнік беларускіх прыказак, прымавак і крылатых выразаў. Мінск: БФС, 1997. 262 с.
13. Ivanov E. E. Paremiological Minimum and Basic Paremiological Stock (Belarusian and Russian). Prague: RSS, 2002. 136 p.
14. Иванов Е. Е. Паремеиологический минимум и основной паремеиологический фонд // Паремеиология в дискурсе. 2015. С. 48–66.
15. Петрушевская Ю. А. Интернациональные, заимствованные и исконно языковые единицы в составе паремеиологического фонда современного белорусского языка // Вестник НовГУ. Сер. «Филологические науки». 2014. № 77. С. 123–126.

16. Петрушэўская Ю. А. Нацыянальная адметнасць прыказкавага фонду беларускай мовы // Ученые записки ВГУ имени П. М. Машерова. 2018. Т. 27. С. 150–154.
17. Зверева Ю. С., Иванов Е. Е., Шестернева А. Н. Сравнительная типология фразеологии английского и белорусского языков (актуальность, методология, перспективы исследования) // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте – 2015. 2016. С. 164–168.
18. Іваноў Я. Я. Прынцыпы супастаўляльнага апісання афарыстычнай парэміялогіі беларускай і рускай моў // *Studia slawistyczne*. 2003. Т. 4. С. 49–55.
19. Ivanov E., Feldman V. Principles of the Contrastive Description of Aphoristic Paremiology (in Belarussian and Russian Languages) // *Acta Germano-Slavica*. 2007. Vol. 1. P. 85–97.
20. Іваноў Я. Я. Парэміялагічныя сістэмы беларускай і рускай моў: падабенствы і разыходжанні // Філолагічны студыі. 2011. Вып. 6. Ч. 2. С. 53–63.
21. Иванов Е. Е. Парадоксальные пословицы в русском и белорусском языках // Вестник НовГУ. Сер. «Филологические науки». 2014. № 77. С. 21–24.
22. Иванов Е. Е., Романова Н. К. Типы межъязыковых сходств и различий паремиологических единиц (на материале белорусского и немецкого языков) // *Acta Albaruthenica, Rossica, Polonica VII.*, 2006. P. 161–164.
23. Иванов Е. Е., Петрушевская Ю. А. Различия в семантике и структуре белорусских и английских пословиц // Актуальные проблемы преподавания иностранных языков в высшей школе Республики Беларусь. 2011. С. 213–215.
24. Биндасова О. Ю., Иванова С. Ф., Филимонова И. Ю. Лексико-грамматическая организация французских и белорусских пословиц (сравнительный анализ) // *Acta Germano-Slavica*. 2008. Вып. 3. С. 144–159.
25. Іваноў Я. Я. Універсальнае і нацыянальнае ў фразеалагічнай і парэміялагічнай падсістэмах беларускай мовы ў еўрапейскім моўным кантэксце (актуальнасць, метадалогія, перспектывы даследавання) // Славянская фразеология в синхронии и диахронии. 2016. Вып. 3. С. 46–49.
26. Иванов Е. Е. Белорусская паремиология и афористика в общеевропейском контексте (актуальные проблемы изучения) // XV Міжнародны з’езд славістаў, Мінск, 20–27 жніўня 2013 г.: тэзісы дакладаў: у 2 т. Мінск, 2013. Т. 1. С. 322–323.
27. Іваноў Я. Я. Беларускія прыказкі з біблейных крыніц (матэрыялы да руска-беларуска-англійскага слоўніка біблейскага) // Авраамиевские чтения. 2014. С. 11–24.
28. Балакова Д., Вальтер Х., Иванов Е. Е., Мокиенко В. М. О переводном словаре наиболее употребительных библеизмов (в английском, белорусском, немецком, русском, словацком, украинском языках) // *Acta Germano-Slavica*. 2015. Вып. 6. С. 154–163.
29. Вальтер Х., Иванов Е. Е., Мокиенко В. М. Белорусские пословицы в контексте европейской паремиологии (о русско-немецко-белорусском словаре пословиц с иноязычными параллелями) // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания филологических дисциплин. 2015. С. 209–214.
30. Іваноў Я. Я., Максімава В. А. Англійскія эквіваленты беларускіх прыказак (лексікаграфічны аспект) // Восточнославянские языки и литературы в европейском контексте – 2015. 2016. С. 191–196.
31. Mokienko V. M., Ruiz-Zorilla Cruzate M., Walter H., Zainouldinov A. *Russisch-Deutsch-Spanisches Wörterbuch aktueller Sprichwörter mit europäischne Parallelen*. Greifswald: E.-M.-A.-Universität, 2009. 193 s.
32. Туровер Г. Я. Словарь пословиц: испанско-русский и русско-испанский. М.: Дрофа: Русский язык Медиа, 2009. 208 с.
33. Гнездилова В. А. Испанско-русский словарь пословиц и поговорок. М.: Мирта-принт, 2018. 159 с.
34. Ivanov E. E. “Paremiological Minimum” of the Belarusian Language // *Acta Germano-Slavica*. 2008. Vol. 3. P. 283–302.

### References

1. Volodina T. V., Mokienko V. M. *Russko-belorusskiy slovar' sravneniy* [Russian-Belarusian dictionary of comparisons]. Minsk, Belaruskaya navuka Publ., 2018, 811 p.
2. Balakova D., Val'ter Kh., Venzhinovich N. F., Gutovskaya M. S., Ivanov E. E., Mokienko V. M. *Lepta bibleyskoy mudrosti: bibleyskiye krylatyye vyrazheniya i aforizmy na russkom, angliyskom, belorusskom, nemetskom, slovatskom i ukrainskom yazykakh* [The Biblical wisdom mite: Biblical winged expressions and aphorisms in Russian, English, Belarusian, German, Slovak and Ukrainian]. Mogilev, MGU Publ., 2014. 208 p.
3. Ivanov E. E., Mokienko V. M., Balakova D., Val'ter H. *Lepta bibleyskoy mudrosti: russko-slavyanskiy slovar' bibleyskikh krylatykh vyrazheniy i aforizmov s sootvetstviyami v germanskikh, romanskikh, armyanskom i gruzinskom yazykakh* [Biblical wisdom mite: Russian-Slavic dictionary of Biblical winged expressions and aphorisms with equivalents in German, Romance, Armenian and Georgian languages]. Mogilev, MGU Publ., 2019. Vol. 1: A–O. 288 p. Vol. 2: P–Ya. 308 p.

4. Ivanov E. E. *Russko-belorusskiy slovar' poslovic* [Russian-Belarusian Dictionary of Proverbs]. Mogilev, Brama Publ., 2001. Vol. 1. 144 p. Vol. 2. 164 p.
5. Ivanov E. E., Mokienko V. M. *Russko-belorusskiy paremiologicheskiy slovar'* [Russian-Belarusian paremiological dictionary]. Mogilev, MGU Publ., 2007. 242 p.
6. Ivanova S. F., Ivanou Ya. Ya. *Pol'ska-belaruski paremyalagichny slounik* [Polish-Belarusian paremiological dictionary]. Magileu, MDU Publ., 2007, 192 p.
7. Ivanou Ya. Ya. *Angla-belaruski paremyalagichny slounik* [English-Belarusian paremiological dictionary]. Magileu, MDU Publ., 2009. 240 p.
8. Ivanou Ya. Ya., Ramanava N. K. *Belaruska-nyametski paremyalagichny slounik* [Belarusian-German paremiological dictionary]. Magileu, MDU Publ., 2006. 108 p.
9. Petrusheuskaya Yu. A. *Universal'ny i internatsyyanal'ny kampanenty u paremyalagichnym skladze belaruskay movy: belaruska-inshamouny slounik* [Universal and international components in the paremiological structure of the Belarussian language: Belarussian-foreign dictionary]. Magileu, MDU Publ., 2020. 316 p.
10. Paczolay G. *European Proverbs in 55 Languages, with Equivalents in Arabic, Persian, Sanskrit, Chinese, and Japanese*. Veszprém, Veszprémi Nyomda Publ., 1997. 528 p.
11. Ivanov E. E., Petrusheuskaya Yu. A. Belarusian paremiology of the late XX – early XXI ct. (1991–2014): bibliographic overview. *Paremiologiya v diskurse* [Paremiology in Discourse], 2015, pp. 252–292 (In Russian).
12. Ivanova S., Ivanou Ya. *Slounik belaruskikh prykazak, prymavak i krylatyh vyrazau* [Dictionary of Belarusian proverbs, sayings and winged expressions]. Minsk, BFS Publ., 1997. 262 p.
13. Ivanov E. E. *Paremiological Minimum and Basic Paremiological Stock (Belarusian and Russian)*. Prague, RSS Publ., 2002. 136 p.
14. Ivanov E. E. Paremiological minimum and basic paremiological fond. *Paremiologiya v diskurse* [Paremiology in Discourse], 2015, pp. 48–66 (In Russian).
15. Petrusheuskaya Yu. A. International, borrowed and primordially linguistic units as part of the paremiological fond of the modern Belarusian language. *Vestnik NovGU* [Vestnik NovSU], issue “Philological Sciences”, 2014, no. 77, pp. 123–126 (In Russian).
16. Petrusheuskaya Yu. A. National peculiarity of the Belarusian language. *Uchenyye zapiski VGU imeni P. M. Masherova* [Scientific notes of Vitebsk State P. M. Masherov University], 2018, vol. 27, pp. 150–154 (In Belarusian).
17. Zvereva Yu. S., Ivanov E. E., Shesternyova A. N. Comparative typology of phraseology of the English and Belarusian languages (relevance, methodology, research prospects). *Vostochnoslavjanskiye yazyki i literatury v evropeyskom kontekste – 2015* [East Slavic languages and literature in the European context – 2015], 2016, pp. 164–168 (In Russian).
18. Ivanou Ya. Ya. Principles of the comparative description of the aphoristic paremiology of the English and Belarusian languages. *Studia slavistyczne*, 2003, 4, pp. 49–55 (In Belarusian).
19. Ivanov E., Feldman V. Principles of the Contrastive Description of Aphoristic Paremiology (in Belarussian and Russian Languages). *Acta Germano-Slavica*, 2007, vol. 1, pp. 85–97 (In English).
20. Ivanou Ya. Ya. Paremiological systems of the Belarusian and Russian languages: common and difference. *Filologichni studii* [Philological Studies], 2011, vol. 6, part 2, pp. 53–63 (In Ukrainian).
21. Ivanov E. E. Paradoxical proverbs of the Russian and Belarusian languages. *Vestnik NovGU* [Vestnik NovSU], issue “Philological Sciences”, 2014, no. 77, pp. 21–24 (In Russian).
22. Ivanov E. E., Romanova N. K. Types of interlanguage similarities and differences of paremiological units (based on the material of the Belarusian and German languages). *Acta Albaruthenica, Rossica, Polonica VII*, 2006, pp. 161–164 (In Russian).
23. Ivanov E. E., Petrusheuskaya Yu. A. Differences in the semantics and structure of Belarusian and English proverbs. *Aktual'nyye problemy prepodavaniya inostrannykh yazykov v vysshey shkole Respubliki Belarus'* [Actual problems of teaching foreign languages in higher education of the Republic of Belarus], 2011, pp. 213–215 (In Russian).
24. Bindasova O. Yu., Ivanova S. F., Filimonova I. Yu. Lexico-grammatical organization of French and Belarusian proverbs (comparative analysis). *Acta Germano-Slavica*, 2008, vol. 3, pp. 144–159 (In Russian).
25. Ivanou Ya. Ya. Universal and national in the phraseological and paremiological subsystems of the Belarusian language in the European language context (relevance, methodology, research prospects). *Slavyanskaya frazeologiya v sinkhronii i diakhronii* [Slavic phraseology in synchronicity and diachrony], 2016, vol. 3, pp. 46–49 (In Belarusian).
26. Ivanov E. E. Belarusian paremiological and aphoristics in the European context (actual problems of study). *XV Mizhunar. z'ezd slavistau* [XV International Congress of Slavists]. Minsk, 2013, vol. 1, pp. 322–323 (In Russian).
27. Ivanou Ya. Ya. Belarusian proverbs from biblical sources (materials for the Russian-Belarusian-English dictionary of biblicalisms). *Avraamiyevskiy chteniya* [Abrahamic readings], 2014, pp. 11–24 (In Belarusian).

28. Balakova D., Val'ter H., Ivanov E. E., Mokienko V. M. About the advanced dictionary of the most common biblicalisms in English, Belarusian, German, Russian, Slovak, Ukrainian languages. *Acta Germano-Slavica*, 2015, vol. 6, pp. 154–163 (In Russian).

29. Val'ter H., Ivanov E. E., Mokienko V. M. Belarusian proverbs in the context of European paremiology (on the Russian-German-Belarusian dictionary of proverbs with foreign language parallels). *Aktual'nyya problemy filologii i metodyki vykladannya filalogichnykh dystsyplin* [Current problems of philology and methods of teaching philological disciplines], 2015, pp. 209–214 (In Russian).

30. Ivanou Ya. Ya., Maksimava V. A. English equivalent of Belarusian proverbs (lexicographic aspect). *Vostochnoslavyanskiye yazyki i literatury v evropeyskom kontekste – 2015* [East Slavic languages and literature in the European context – 2015], 2016, pp. 191–196 (In Russian).

31. Mokienko V. M., Ruiz-Zorrilla Cruzate M., Walter H., Zainouldinov A. *Russisch-Deutsch-Spanisches Wörterbuch aktueller Sprichwörter mit europäischne Parallelen*. Greifswald, E.-M.-A.-Universität Publ., 2009, 193 s.

32. Turover G. Ya. *Slovar' poslovits: ispansko-russkiy i russko-ispanskiy* [Dictionary of Proverbs: Spanish-Russian and Russian-Spanish]. Moscow, Drofa Publ., Russkiy yazyk Media Publ., 2009, 208 p.

33. Gnezdilova V. A. *Ispansko-russkiy slovar' poslovits i pogovorok* [Spanish-Russian Dictionary of Proverbs and Sayings]. Moscow, Mirta-print Publ., 2018, 159 p.

34. Ivanov E. E. “Paremiological Minimum” of the Belarusian Language. *Acta Germano-Slavica*, 2008, vol. 3, pp. 283–302 (In English).

### Информация об авторах

**Иванов Евгений Евгеньевич** – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики. Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова (212022, г. Могилев, ул. Космонавтов, 1, Республика Беларусь). E-mail: ivanov-msu@mail.ru

**Марк Руис-Соррилья Крусате** – доктор филологии, профессор, факультет филологии и коммуникаций. Университет в Барселоне (08007, Barcelona, Via de les Corts Catalanes, 585, Spain). E-mail: m.ruizzorrilla@ub.edu

### Information about the authors

**Ivanov Evgeniy Evgen'yevich** – PhD (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics. Mogilev State A. Kuleshov University (1, Kosmonavtov str., 212022, Mogilev, Republic of Belarus). E-mail: ivanov-msu@mail.ru

**Marc Ruiz-Zorrilla Cruzate** – DSc (Philology), Professor, Faculty of Philology and Communication. University of Barcelona (585, Via de les Corts Catalanes, 08007, Barcelona, Spain). E-mail: m.ruizzorrilla@ub.edu

Поступила 01.09.2021



УДК 070

**А. В. Канановіч**

Беларускі дзяржаўны тэхналагічны ўніверсітэт

**ГАЗЕТА «ПРЕССБОЛ»:  
ЭТАПЫ СТАНАЎЛЕННЯ І РАЗВІЦЦЯ**

Адзначаецца важная роля газеты «Прессбол» – лідара сярод беларускай спартыўнай прэсы – у інфармацыйнай прасторы Беларусі. Разглядаюцца асобныя тыпалагічныя адметнасці выдання падчас дзейнасці пяці галоўных рэдактараў спартыўнага медыярэсурсу з 1991 па 2021 гг.: заснавальнікі, тыраж, тэхнічныя магчымасці для працы карэспандэнтаў, матэрыяльны складнік рэдакцыі, стварэнне сайта і афармленне падпіскі на PDF-версію. Аналізуюцца колькасныя паказчыкі выхаду газеты на тыдзень (адзін, два, чатыры разы) і іх уплыў на стварэнне перыядызацыі газеты. З улікам двух крытэрыяў (асоба рэдактара і перыядычнасць выхаду на тыдзень) прапанавана выдзяляць тры этапы станаўлення і развіцця выдання. Робіцца выснова, што для поўнага і аб'ектыўнага выдзялення этапаў неабходна вывучыць тэматычны і жанравы дыяпазон выдання, а таксама сацыяльна-палітычныя і эканамічныя паказчыкі.

**Ключавыя словы:** спартыўная прэса, газета «Прессбол», перыядызацыя, галоўны рэдактар, кошт выдання, заснавальнікі прэсы, этапы развіцця выдання.

**Для цытавання:** Канановіч А. В. Газета «Прессбол»: этапы станаўлення і развіцця // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт-медiateхнолагіі. 2021. № 2 (249). С. 112–116.

**A. V. Kananovich**

Belarusian State Technological University

**PRESSBALL NEWSPAPER: STAGES  
OF FORMATION AND DEVELOPMENT**

The important role of the newspaper Pressball – the leader among the Belarusian sports press – in the information space of Belarus is noted. Separate typological features of the publication are considered during the activities of the five chief editors of the sports media resource from 1991 to 2021: founders, circulation, technical capabilities for correspondents, the material component of the editorial office, the creation of a website and subscription to the PDF version. The quantitative indicators of the newspaper's weekly output (one, two, four times) and their impact on the creation of the newspaper's periodization are analyzed. Taking into account two criteria (the identity of the editor and the frequency of publication for a week), it is proposed to distinguish three stages of the formation and development of the publication. It is concluded that in order to fully and objectively identify the stages, it is necessary to study the thematic and genre range of the publication, as well as socio-political and economic indicators.

**Key words:** sports press, Pressball newspaper, periodization, editor-in-chief, cost of publication, founders of the press, stages of development of the publication.

**For citation:** Kananovich A. V. Pressball newspaper: stages of formation and development. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies, 2021, no. 2 (249), pp. 112–116 (In Russian).*

**Уводзіны.** На працягу апошніх 30 гадоў газета «Прессбол» з'яўляецца адным з галоўных інфармацыйных рэсурсаў Беларусі, які дазваляе чытачу аператыўна атрымліваць цікавую і аб'ектыўную інфармацыю пра спартыўныя падзеі краіны і свету. Спатсмены і кіраўнікі ведамстваў схільныя лічыць яе выданнем, якое не мае аналагаў сярод спартыўнай прэсы Беларусі [1], самай папулярнай спартыўнай крыніцай Беларусі з наватарскімі падыходамі пры кампануючы нумара і падрыхтоўцы кантэнта, лідарам сярод беларускай спартыўнай прэсы, «які можа пахваліцца як эксклюзіўнымі навінамі і матэрыяламі пра топавых беларускіх спартсменаў, так і рэпартажамі з менш рэйтынжавых, але не менш важных мерапрыемстваў, звязаных з сацыяльным складнікам

спорту» [2]. «Я всегда любил читать прессу, – признаваўся алімпійскі чэмпіён па гандболе А. Каршакевіч, адносна ўражанняў ад першых нумароў выдання. – А здесь – ого! – новая газета. Конечно, сразу все внимание на страницу, где о гандболе написано. Понравилось, что не забыли обо всех легионерах. Кто сколько забросил, как сыграл. Было приятно. Но поначалу новое издание удивление не вызвало. Затем, с каждым свежим номером, появилось чувство: это все-таки что-то новаторское» [3].

А вось уражанні ад газеты каментатара тэлеканала «Матч ТВ» Прыгалоўкіна С.: «Вы, друзья, пишете о спорте как таковом – профессионально, оперативно, честно и независимо – порой с юмором и иронией. С помощью ваших публикаций

открыл не только новые для себя команды, но и географические названия... «Крумкачы», «Речица», «Узда», «Клецк», «Марына Горка» [4].

Нягледзячы на высокую ацэнку працы журналістаў, усеагульную вядомасць і міжнароднае прызнанне, высокі рэйтынг «Прессбола», комплексныя даследаванні, прысвечаныя этапам станаўлення газеты, у нашай навуковай літаратуры не праводзіліся. На сёняшні дзень выяўлены толькі шэраг артыкулаў, у якіх разглядаюцца некаторыя лінгвістычныя асаблівасці выдання [5, 6, 7], дзе сярод іншых згадваецца і газета «Прессбол».

Задача артыкула – распрацаваць крытэрыі і прапанаваць перыядызацыю станаўлення і развіцця газеты «Прессбол». Вырашэнне пастаўленай задачы дазволіць глыбей асэнсаваць заканамернасці развіцця не толькі аналізаванага выдання, але і ўсёй сучаснай спартыўнай журналістыкі Беларусі.

Матэрыяламі для даследавання паслужылі электронны архіў газеты «Прессбол», які на 17.09.21 г. складаў 40 495 экз., вытрымкі з інтэрнэт-рэсурсу газеты, відэаматэрыялы, прысвечаныя перыядычнаму выданню.

**Асноўная частка.** Пад тэрмінам «перыядызацыя газеты» мы будзем разумець раздзяленне жыццёвага цыкла выдання на асобныя этапы. Перыядызацыя любой газеты або часопіса немагчыма без дакладных крытэрыяў. Яна патрабуе аб'ектыўнасці і ўстойлівых метадалагічных арыенціраў, сярод якіх сучасныя даследчыкі вылучаюць тры: 1) сацыяльна-палітычныя і эканамічныя змены, што адбываюцца ў грамадстве (А. Слука) [8]; 2) асоба і дзейнасць галоўнага рэдактара (А. Унучак) [9]; 3) комплекснае спалучэнне трох складнікаў: асоба рэдактара, рэдакцыйна-выдавецкая палітыка, тэматычная адметнасць (У. Куліковіч) [10].

На наш погляд, адным з асноўных крытэрыяў выдзялення этапаў развіцця спартыўнай газеты «Прессбол» павінна стаць асоба рэдактара, паколькі менавіта ў яго кампетэнцыі знаходзяцца ўсе пытанні (творчыя, адміністрацыйныя), звязаныя з арганізацыяй бесперапыннай работы рэдакцыі па выпуску медыйнага прадукту. Ад яго як адносіць пэўнага светапогляду залежыць ідэалагічная пазіцыя выдання і шмат іншага [11].

На чале газеты «Прессбол» за час яе існавання стаялі пяць кіраўнікоў: Аляксандр Барысевіч (16 студзеня 1991 г. – 17 мая 1995 г.); Уладзімір Беражкоў (18 мая 1995 г. – 8 красавіка 2014 г.); Сяргей Кайко (9 красавіка 2014 г. – 30 чэрвеня 2020 г.); Дзмітрый Герчыкаў (1 ліпеня 2020 г. – 1 снежня 2020 г.); Сяргей Лісічкін (18 снежня 2020 г. – па цяперашні час).

А. Барысевіч узначальваў выданне з першага па 213-ы нумар. Гэта быў своеасаблівы перыяд станаўлення, калі распрацоўваліся канцэпцыя і

стыль выдання. У загаловах першых нумароў было шмат гумару, а на старонках многа рэкламы, пад якую адводзіліся палосы. Газета часта мяняла адрас рэдакцыі. Першыя нумары ў 1991 г. рыхтаваліся ў Мінску на вуліцы Кірава, 8. Пачынаючы з № 8 (з 13 сакавіка 1991 г. па 28 чэрвеня 1994 г.) – г. Мінск, Камунальныя завулак, 3. З № 168 (з 28 чэрвеня 1994 г. па 16 кастрычніка 1995 г.) – г. Маладзечна, вул. Машэрава, 6. У гэты перыяд газета перажыла непрыемны момант. У 1994 г. выданне амаль тры месяцы (з 17 сакавіка па 7 чэрвеня) па фінансавых прычынах не магло выходзіць у свет, таму што кіраўніцтва Акцыянернага таварыства «Хакейны клуб “Цівалі”» пакінула рэдакцыю без сродкаў для існавання.

Пасля таго, як заснавальнікамі газеты сталі ТАА «Белінтэрпайп» і ТАА «Прессбол», а галоўным рэдактам быў абраны Беражкоў У., становішча палепшылася. За дваццаць гадоў Беражкоў зрабіў газету самай запатрабаванай і якаснай у галіне спартыўнай прэсы. Напрыклад, у снежні 2000 г. у выходных даных штотыднёвы тыраж быў 960 892 экз. Пры гэтым у аўторак і пятніцу газета выходзіла на шаснаццаці палосах, у сераду і чацвер – на васьмі. «Нумары ў чацвер» сталі з'яўляцца непасрэдна з XXI ст. Пры У. Беражкове ў карэспандэнтаў з'явілася магчымасць асвятляць мерапрыемствы непасрэдна з месцаў падзей – Алімпійскія гульні ў Нагана (1998), Сіднэі (2000), Солт-Лэйк-Сіці (2002), Афінах (2004), Турыне (2006), Пекіне (2008), Лондане (2012), Сочы (2014). Менавіта галоўны рэдактар паспрыяў у 2016 г. пераезду рэдакцыі ў будынак «Дом футбола» па адрасе Мінск, пр-т Пераможцаў, 20/3.

Як адзначыў у інтэрв'ю да 20-гадовага юбілею газеты У. Беражкоў, «Прессбол» першапачаткова збіраў калектыў, які ўсіх уразіць сваёй працай. «Я ніколі не думаў, што гэта газета будзе мяне карміць. Думаў, што гэта КВЗ, праект на час. Аднак 20 гадоў сталі адным імгненнем» [12].

Яго справу працягнуў С. Кайко, які дагэтуль адпрацаваў ў рэдакцыі газеты 19 гадоў. Пры ім канцэпцыя істотна не змянілася. Адзінае, у сувязі з пераходам на двухразовы выхад нумароў у тыдзень змяніўся спосаб падачы артыкулаў. Увага стала надавацца не апісанню падзей, а аналітычнаму асэнсаванню. Аднак у канцы чэрвеня 2020 г. С. Кайко вымушаны быў пакінуць пасаду галоўнага рэдактара: «Решение не мое, – прызнаваўся кіраўнік. – Оно принято большинством голосов учредителей ООО «Прессбол-91». О причинах, думаю, лучше спросить у них. Мне же прямо сейчас важнее реакция коллег, журналистов – людей, с которыми я оставался в тесном контакте все эти шесть лет. Ситуация была необратимой, но они выступили» [13].

Працягваць традыцыі мінулых гадоў рашэннем саўладальнікаў ТАА «Прессбол» было вырашана

даверыць Д. Герчыкаву, які дагэтуль працаваў у рэдакцыі 9 гадоў. Аднак пакінуць свой адбітак ў развіцці выдання ён не паспеў. Д. Герчыкаў прабыў на пасадзе пяць месяцаў і па сацыяльна-грамадзянскіх прычынах вымушаны быў саступіць месца кіраўніка [14].

Пятым у гісторыі газеты галоўным рэдактарам быў прызначаны Лісічкін С. Пры ім пачаў стварацца новы калектыў. На працягу некалькіх месяцаў выданне пакінулі сем журналістаў. Гэта было звязана з новым падыходам пры стварэнні газеты, а таксама з сацыяльна-культурнай сітуацыяй у краіне [15]. На іх месцы прыйшлі пазаштатныя карэспандэнты. Некаторыя з іх раней працавалі на тэлебачанні. Адпаведна іх спосаб падачы матэрыялаў нагадвае рэпартаж, а не газетны артыкул. Сёння газета шукае свой стыль і спрабуе захаваць тыраж.

Аналіз выхату нумароў газеты за тыдзень таксама дазваляе ўстанавіць пэўную сістэму, якая можа быць улічана пры распрацоўцы пытання перыядызацыі.

Выяўлена, што на працягу 1991–1995 гг. газета «Прессбол» выходзіла адзін раз на тыдзень. Заснавальнікамі яе выступалі «Мінскі дзяржразліковы хакейны клуб «Дынама» і асацыяцыя спартыўнай прэсы БССР (з 1991 па 1993 г.); Акцыянернае таварыства «Хакейны клуб «Цівалі» (са студзеня па сакавік 1994 г.); ТАА «Белінтэрпайп» і ТАА «Прессбол» (з чэрвеня 1994 па снежань 1995 г.). У выходных даных у той час указвалася не канкрэтная дата, а тыднёвы перыяд (напрыклад, «19–26 декабря 1995 г.»). Колькасць палос у кожным нумары вар’іравалася – ад 8 да 16.

Са студзеня па кастрычнік 1996 г. колькасць нумароў павялічылася. Амаль дзевяць месяцаў газета выдавалася двойчы на тыдзень, у выходных даных перасталі змяшчаць тыраж выдання, хаця яшчэ ў пачатку 1996 г. размяшчалі «круглую» колькасць – 500 000. Менавіта ў гэты перыяд рэдакцыя пераехала ў памяшканне ў Мінску па вуліцы Крапоткіна, 91А, дзе займала пяты паверх на адзінаццаць кабінетаў са спадарожнікавымі антэнамі. Па гэтым адрасе яна рыхтавалася 20 гадоў.

Чатыры разы на тыдзень «Прессбол» выходзіла з кастрычніка 1996 па чэрвень 2017 г. Гэта звязана з фінансавай незалежнасцю газеты, калі заснавальнікамі ў апошнія 24 гады з’яўляліся арганізацыі, напрамую звязаныя з рэдакцыяй: ЗАТ «Прессбол ТСЖ» (з 23 мая 1997 па 29 снежня 2001 г.); УП «Прессбол Плюс» (з 4 студзеня 2002 па 30 чэрвеня 2009 г.); ТАА «Прессбол-91» (з 1 ліпеня 2009 г. па цяперашні час). Тыднёвы тыраж дасягаў 1 000 000 экз.

На гэты перыяд прыйшліся дзве важныя для рэдакцыі падзеі. 17 сакавіка 2020 г. пачаў сваю работу афіцыйны сайт газеты «Прессбол»,

а 2 чэрвеня 2011 г. з’явілася магчымасць афармляць падпіску на PDF-версію выдання.

На сайце можна было знаёміцца з навінамі спартыўнага жыцця, пакідаць свае каментарыі на форуме, пазаштатныя аўтары маглі змяшчаць матэрыялы. З цягам часу з’явілася магчымасць удзельнічаць у конкурсе прагнозаў на вынікі футбольных матчаў праз свой акаўнт. Вельмі хутка сайт Pressball.by стаў вядучым спартыўным партамалам у краіне, за 20 гадоў існавання ён не мае сабе роўных.

Падпіска на PDF-выданне, на жаль, сябе не апраўдала. Спачатку яе афармляць было выгадна. Калі папяровая версія на пачатак чэрвеня 2011 г. каштавала 1 550 540 рублёў (па пошце) і 1 450 000 рублёў (праз аплату на рахунак рэдакцыі), то PDF-версія мела кошт 650 000. Пры гэтым на e-mail «свежы» нумар прыходзіў адразу пасля падпісання яго ў друк у каляровым выглядзе. А папяровую версію можна было атрымаць толькі на наступны дзень у чорна-белым варыянце. Першы PDF-нумар меў тыраж 564 экз. Далей ён дасягнуў 850 экз. Аднак у нумары ад 17 верасня 2021 г. указана: «плюс 61 по электронной подписке».

Здавалася б, электронныя носбіты выцскаюць паперу. Але ў дадзеным выпадку адзначым недасканаласць сістэмы перадачы даных. PDF-файл не застрахованы ад перадачы іншаму карыстальніку. Падпісчыку не забаронена перасылаць файл неабмежаванай колькасці адрасатаў. Адпаведна, лічбу 61 можна смела памнажаць у сотні, а то і ў тысячы разоў.

3 ліпеня 2017 г. па цяперашні час газета вярнулася да двухразовага выхату на тыдзень. Такі крок звязаны з падзеннем тыражу (на сёння ён складае 307 800 экз.) Адпаведна тыраж падае ў сувязі з тым, што чытач не мае магчымасці апэратыўна атрымаць навіны. Газета зараз выходзіць у аўторак і пятніцу. Значыць, калі спартыўнае мерапрыемства завяршылася ў панядзелак увечары, то пра яго можна будзе прачытаць толькі ў пятніцу. У 1990-я гг. нумар здаваўся ў друк у 2–3 гадзіны ночы, а раніцай газету можна было набыць ці атрымаць па пошце. Цяпер стаяць жорсткія рамкі – 20.45. У такім выпадку пра апэратыўнасць і казаць немагчыма. У сувязі з гэтым і PDF-версія стала неактуальнай. Яе кошт на другое паўгоддзе 2021 г. складае 120 рублёў, а на папяровую версію – 138 рублёў. Як бачым, кошт за 100 гадоў падраўняўся.

**Заклучэнне.** Такім чынам, можна з упэўненасцю сцвярджаць, што газета «Прессбол» адносіцца да наватарскіх спартыўных выданняў сучаснай Беларусі (1991–2021 гг.). За трыццацігадовы перыяд існавання яна перажыла і ўзлёты, і непрыемныя моманты ў сваёй гісторыі. З улікам двух асноўных крытэрыяў (асоба рэдактара і перыядычнасць выхату на тыдзень) папярэдне можна ўстанавіць тры этапы развіцця выдання:

I этап – 1991–1995 гг. (галоўны рэд. Аляксандр Барысевіч; выхад газеты адзін раз на тыдзень);

II этап – 1996–2017 гг. (галоўныя рэдактары: Уладзімір Беражкоў – з 18 мая 1995 па 8 красавіка 2014 г.; Сяргей Кайко – з 9 красавіка 2014 па 30 чэрвеня 2020 г.; тэндэнцыя да павелічэння нумароў на тыдзень ад двух да чатырох);

III этап – 2017 па сёняшні дзень (галоўныя рэдактары Дзмітрый Герчыкаў з 1 ліпеня 2020 па 1 снежня 2020 г.; Сяргей Лісічкін – з 18 снежня 2020 г. – па цяперашні момант; выхад газеты два разы на тыдзень).

Для таго каб удакладніць асобныя моманты перыядызацыі, неабходна вывучыць тэматычны і жанравы дыяпазон выдання, а таксама сацыяльна-палітычныя і эканамічныя складнікі.

### Спіс літаратуры

1. Пранович И. «Прессбол»: газета, которой нет аналогов. Режим доступа: <https://studlive.by/abiturienty/gazeta-programma-internet-resurs-bez-kotorogo-nam-ne-zhit-2.html>. Дата доступа: 07.09.2021.
2. Румас С. Ярких идей от ярких людей // Прессбол. 2016. № 6. С. 9–12.
3. Каршакевич А. За правду // Прессбол. 2021. № 3. С. 4–9.
4. Приголовкин С. Ярких идей от ярких людей // Прессбол. 2016. № 6. С. 21–34.
5. Важник С. А. Текстовые реминисценции в газетных заголовках как вид языковой игры (на материале газеты «Прессбол») // Русский язык: система и функционирование (к 75-летию филологического факультета): сб. материалов VI Междунар. науч. конф., Минск, 28–29 окт. 2014 г.: в 2 ч. Ч. 1 / редкол.: И. С. Ровдо (отв. ред.) [и др.]. Минск: Изд. центр БГУ, 2014. С. 183–188.
6. Никулин Н. Д. Тенденции развития российских и белорусских СМИ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/154229/1/%D0%9D%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B8%D0%BD.pdf>. Дата доступа: 07.09.2021.
7. Микитюк А. Д., Петрова Л. И. Спортивная журналистика: жанровые особенности // Труды БГТУ. 2015. № 9, Издат. дело и полиграфия. С. 106–109.
8. Слука А. Г. Беларуская журналістыка: падручнік. Мінск: БДУ, 2011. 447 с.
9. Унучак А. «Наша Ніва» і беларускі нацыянальны рух (1906–1915 гг.). Мінск: Беларуская навука, 2008. 184 с.
10. Куліковіч У. І., Качан А. В. Рэдакцыйна-выдавецкая мадэль газеты «Наша Ніва» ў ацэнцы дадзенай // Труды БГТУ. 2011. № 9, Издат. дело и полиграфия. С. 102–105.
11. Ким М. Н. Роль главного редактора в управленческой системе редакции // Управленческое консультирование. 2015. № 6. С. 182–189.
12. Редактор «Прессбола» Владимир Бережков // SportOnline TUT [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=hjm6iCaKwMw&t=83s>. Дата доступа: 20.09.2021.
13. Кайко С. Мне прямо сейчас важнее реакция коллег, журналистов. Ситуация была необратимой, но они выступили // Прессбол. Режим доступа: <https://www.pressball.by/news/other/361108>. Дата доступа: 18.09.2021.
14. Как убивали «Прессбол». История краха легендарной газеты // Родны футбол [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=MZbuAeNPz1I&t=446s>. Дата доступа: 20.09.2021.
15. Новым главным редактором «Прессбола» стал Сергей Лисичкин // Sputnik.by [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sputnik.by/20201217/Novym-glavnym-redaktorom-Pressbola-stal-Sergey-Lisichkin-1046418152.html>. Дата доступа: 22.09.2021.

### References

1. Pranovich I. “Pressbol”: *gazeta, kotoroy net analogov* [Pressball: a newspaper that has no analogues]. Available at: <https://studlive.by/abiturienty/gazeta-programma-internet-resurs-bez-kotorogo-nam-ne-zhit-2.html> (accessed 07.09.2021).
2. Rumas S. Bright ideas from bright people. *Pressbol* [Pressball], 2016, no. 6, pp. 9–12 (In Russian).
3. Karshakevich A. For the truth. *Pressbol* [Pressball], 2021, no. 3, pp. 4–9 (In Russian).
4. Prigolovkin S. Bright ideas from bright people. *Pressbol* [Pressball], 2016, no. 6, pp. 21–34 (In Russian).
5. Vazhnik S. A. Textual reminiscences in newspaper headlines as a type of language game (based on the material of the “Pressball”). *Sb. materialov VI Mezhdunar. nauch. konf. “Russkiy yazyk: sistema i funktsionirovaniye (k 75-letiyu filologicheskogo fakul'teta)”* [Collection of materials of the VI International Scientific Conference “Russian language: system and functioning (to the 75th anniversary of the Faculty of Philology”]. Minsk, 2014, pp. 183–188 (In Russian).
6. Nikulin N. D. *Tendentsii razvitiya rossyskikh i belorusskikh SMI* [Trends in the development of Russian and Belarusian mass media]. Available at: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/154229/1/%D0%9D%D0%B8%D0%BA%D1%83%D0%BB%D0%B8%D0%BD.pdf> (accessed 07.09.2021).

7. Mikityuk A. D., Petrova L. I. Sports journalism : genre features. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], 2015, no. 9, Publishing and Printing, pp. 106–109 (In Russian).
8. Sluka A. G. *Belorusskaya zhurnalistika* [Belorussian Journalism]. Minsk, BDU Publ., 2011. 447 p.
9. Vnuchek A. “*Nasha Niva*” i belaruskі natsyyanal’ny rukh (1906–1915 gg.) [“Nasha Niva” and the Belorussian national movement (1906–1915)]. Minsk, Belaruskaya navuka Publ., 2008. 184 p.
10. Kulikovich V. I., Kachan A. V. Editorial and publishing model of the newspaper “Nasha Niva” in the assessment of researchers. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], 2011, no. 9, Publishing and Printing, pp. 102–105 (In Russian).
11. Kim M. N. The role of the editor-in-chief in the editorial management system. *Upravlencheskoye konsul’tirovaniye* [Management consulting], 2015, no. 6, pp. 182–189 (In Russian).
12. Editor of Pressball Vladimir Berezhev. *Sport Online TUT*. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=hjm6iCaKwMw&t=83s> (accessed 20.09.2021).
13. Kayko S. The reaction of colleagues and journalists is more important to me right now. The situation was irreversible, but they acted. *Pressbol* [Pressball]. Available at: <https://www.pressball.by/news/other/361108> (accessed 18.09.2021).
14. How the «Pressball» was scored. The story of the collapse of the legendary newspaper. *Rodny futbol* [Native football]. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=MZbuAeNPz1I&t=446s> (accessed 20.09.2021).
15. Sergey Lisichkin became the new editor-in-chief of Pressball. *Sputnik.by*. Available at: <https://sputnik.by/20201217/Novym-glavnym-redaktorem-Pressbola-stal-Sergey-Lisichkin-1046418152.html> (accessed 22.09.2021).

### Інфармацыя пра аўтара

**Канановіч Аляксандр Віктаравіч** – магістр філалагічных навук, аспірант кафедры рэдакцыйна-выдавецкіх тэхналогій. Беларускі дзяржаўны тэхналагічны ўніверсітэт (220006, г. Мінск, вул. Свядлова, 13а, Рэспубліка Беларусь). E-mail: [master0686@yandex.ru](mailto:master0686@yandex.ru)

### Information about the author

**Kananovich Aleksandr Viktorovich** – Master of (Philology), PhD student, the Department of Editing and Publishing Technologies. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [master0686@yandex.ru](mailto:master0686@yandex.ru)

Паступіў 29.08.2021

УДК 028.5

**Н. И. Ковалевская**

Белорусский государственный технологический университет

**ЧИТАТЕЛЬСКИЙ ДНЕВНИК КАК ИНСТРУМЕНТ СМЫСЛОВОГО ЧТЕНИЯ**

Современное образование не успевает актуализировать традиционные формы обучения на фоне быстро развивающегося информационного общества. Классические методы работы с текстом теряют свою привлекательность. Информационное пространство заставляет по-новому взглянуть на само определение значения слова «чтение».

В статье рассмотрена актуальность развития навыков смыслового чтения у детей, охарактеризованы умения, составляющие навыки смыслового чтения. Отдельное внимание уделено рассмотрению возможностей читательского дневника как средства развития навыков смыслового чтения.

Проведен анализ печатных читательских дневников, разработанных издательствами «Аверсэв», «Эксмо», «Высновы», «МИФ», и электронных. Дана сравнительная характеристика: описаны структура изданий, задания, памятки, закладки.

В качестве рекомендаций предложена концепция читательского дневника, который совмещает традиционную и нетрадиционную формы.

**Ключевые слова:** смысловое чтение, умения смыслового чтения, навыки смыслового чтения, читательский дневник.

**Для цитирования:** Ковалевская Н. И. Читательский дневник как инструмент смыслового чтения // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии, 2021. № 2 (249). С. 117–125.

**N. I. Kovalevskaya**

Belarusian State Technological University

**FOREIGN METHODS OF ATTRACTION CHILDREN TO READ**

Modern education does not have time to update traditional forms of education against the background of a rapidly developing information society. Classic methods of working with text are losing their appeal. The information space forces us to take a fresh look at the very definition of the meaning of the word “reading”.

The article examines the relevance of the development of semantic reading skills in children, characterizes the skills that make up the skills of semantic reading. Special attention is paid to considering the possibilities of a reader's diary as a means of developing semantic reading skills.

The analysis of printed readers' diaries, developed by the publishing houses “Aversev”, “Eksmo”, “Vysnovy”, “MYTH”, and electronic. A comparative characteristic is given: the structure of editions, tasks, memos, bookmarks are described.

As a recommendation, the concept of a reader's diary is proposed, which combines traditional and non-traditional forms. As a recommendation, the concept of a reader's diary is proposed, which combines traditional and non-traditional forms.

**Key words:** semantic reading, semantic reading skills, semantic reading skills, reader's diary.

**For citation:** Kovalevskaya N. I. Foreign methods of attraction children to read. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 117–125 (In Russian).

**Введение.** Впервые проблема обучения смысловому чтению возникла в середине XIX в., и это выразилось в противоречии между навыком механического озвучивания текста и пониманием учеником информации, изложенной в тексте. В XXI в. в современном образовании смысловое чтение стало приоритетной проблемой мирового масштаба.

Советом Европы определены пять ключевых компетенций образованного человека, в число которых входят компетенции умения работать с информацией, связанные с возрастанием информатизации общества. Это владение технологиями смыслового продуктивного чтения, понимание их применения, слабых и сильных сторон и способов критического суждения в отношении информации,

распространяемой массмедийными средствами и рекламой [1].

Умение запрашивать, искать, отбирать, оценивать и перерабатывать нужную информацию является неотъемлемой частью функциональной грамотности человека.

Современные дети обладают системно-смысловым типом сознания, у них преобладает смысловая сфера как ориентация на смысл деятельности, что вызывает необходимость формирования смыслового восприятия и переработки текстовой информации уже на начальном этапе обучения чтению [2]. В настоящее время усиливается тенденция отказа детей от чтения книг и предпочтение других источников информации. Экранная зависимость

приводит к неспособности ребенка концентрироваться на каком-либо занятии. Таким детям необходима постоянная внешняя стимуляция, которую они привыкли получать с экрана, им трудно воспринимать слышимое и читать, понимая отдельные слова и короткие предложения, они не могут связывать их, в результате не понимают текста в целом [3, 4].

Психологическими составляющими смыслового чтения являются: зрительное восприятие, произвольное внимание, смысловая память, логическое мышление, мотивация.

Выбирая средства, методы, техники и технологии изучения любого предмета, необходимо работать над смысловой стороной чтения.

Для обучения смысловому чтению используются следующие методы и приемы:

- развитие умения анализировать задание;
- поиск ключевых слов в задании и умение вчитываться в инструкцию;
- ответы на поставленные вопросы (как письменные, так и устные);
- определение последовательности событий в прочитанном тексте;
- формулирование простых выводов после прочтения текста;
- преобразование прочитанного текста в таблицу;
- сопоставление иллюстративного материала с текстовой информацией;
- объяснение различных ситуаций с помощью прочитанного текста;
- умение, опираясь на прочитанный текст, доказывать свою точку зрения, опровергать какие-либо утверждения;
- нахождение нужной информации в различных информационных источниках: словарях, справочниках, энциклопедиях и т. д. [5, 6]

Такие глобальные процессы информатизации общества, как увеличение с каждым годом количества текстовой информации, предъявление новых требований к ее анализу, систематизации и скорости ее переработки, поставили родителей, педагогов и издателей перед необходимостью разработки новых подходов к обучению чтению.

Читая различные произведения и записывая общее содержание в читательский дневник, ребенок тренирует не только навыки письма, но и учится анализировать произведение, выделять основную мысль автора, понять, что же своим произведением автор хотел донести до читателя. Ребенок развивает читательские навыки, культуру читателя [7, 8].

**Основная часть.** На сегодняшний день существует множество видов и форм читательских дневников.

Формы читательских дневников можно подразделить на две большие группы: традиционные и нетрадиционные. К традиционным дневникам

относятся печатные версии читательских дневников, а к нетрадиционным – электронные [9, 10, 11].

Проведем маркетинговое исследование читательских дневников, существующих на белорусском рынке.

В качестве объектов сравнительного анализа были выбраны читательские дневники издательства «Аверсэв», «Высновы», «Эксмо», «МИФ», электронные дневники.

Дневник издательства «Аверсэв» (рис. 1) предназначен для учащихся младших классов.



Рис. 1. Читательский дневник издательства «Аверсэв»

Издание поможет ребенку систематизировать свои впечатления от книги, которую он читает, глубже понять смысл произведения, а родителям и учителям осуществить контроль над процессом чтения.

Дневник имеет большей частью положительные отзывы от пользователей. Многим импонирует, что в нем есть задания, в которых нужно проявить свои творческие способности (например, нарисовать) (рис. 2), а также присутствует график чтения книг, который ребенок может составить для себя самостоятельно.

Рис. 2. Разворот читательского дневника издательства «Аверсэв»

Дневник помогает тренировать память, учит анализировать прочитанное, понимать его смысл, находить главное, выражать мысли, развивать речь и воображение.

Еще одним белорусским изданием является читательский дневник издательства «Высновы» (рис. 3).

Дневник рассчитан на учащихся начальной школы. Это издание предназначено для записи прочитанных произведений, содержания, мыслей и впечатлений.



Рис. 3. Читательский дневник издательства «Высновы»

Его содержание довольно стандартное. Даны рекомендации, как работать с дневником. Есть список книг, который ребенок заполняет самостоятельно. Для записи на каждую книгу отводится две страницы. Задания слишком простые (рис. 4).

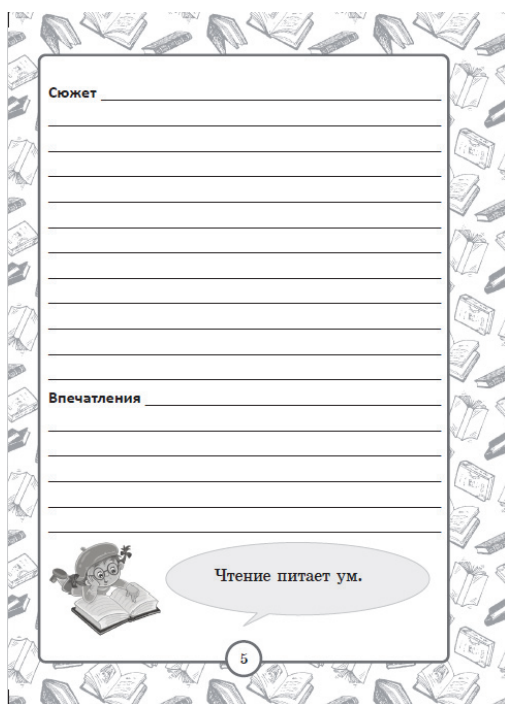


Рис. 4. Разворот читательского дневника издательства «Высновы»

Оформление издания не привлечет внимание ребенка.

Интересным дизайном выделяется читательский дневник «Диппер и Мэйбл. Гравити Фолз» (издательство «Эксмо»).

Читательский дневник интересен ярким оформлением обложки (рис. 5), на которой расположены герои популярного мультфильма «Гравити Фолз».



Рис. 5. Читательский дневник издательства «Эксмо»

Несмотря на яркое оформление, содержание дневника довольно бедно. Страницы пустые, оформлены в форме таблицы (рис. 6).

Отсутствуют пояснения, для чего ведется дневник. Нет творческих, стимулирующих заданий.

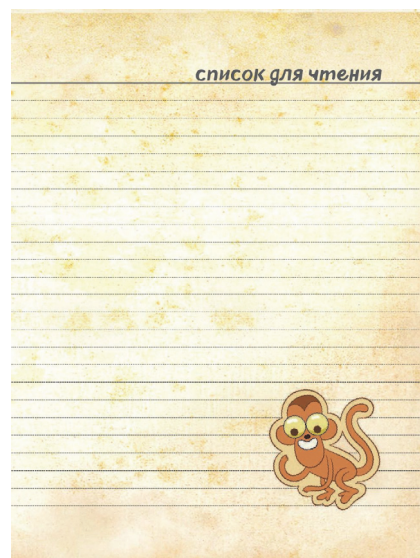


Рис. 6. Страницы читательского дневника издательства «Эксмо»

На момент покупки учащихся привлекут герои любимого мультфильма и яркое оформление, но поскольку само содержание дневника оригинальностью не отличается, пользователю быстро наскучит его заполнять.



Читательский дневник «Ученая сова» издательства «Эксмо» очень нравится детям: красивое оформление, очень милые картинки, цитаты (рис. 7).



Рис. 7. Читательский дневник «Ученая сова» издательства «Эксмо»

На каждом развороте красивое оформление с рамочками и рисунками милых персонажей (рис. 8).



Рис. 8. Разворот читательского дневника «Ученая сова» издательства «Эксмо»

Однако отсутствие пояснений, для чего ведется дневник и как его вести, творческих и интересных заданий сделает заполнение такого дневника скучным и утомительным.

На редкость интересным оказался читательский дневник Марты Райцес (рис. 9), выпущенный издательством «МИФ».

Издание предназначено для детей 8–14 лет. На обороте перечислено, чему может научить этот читательский дневник.

Дневник состоит из двух частей. В первой приводится 5 причин, почему нужно вести дневник (рис. 10), объясняется, чем можно заниматься в

данном издании после прочтения книги: например, записывать свои впечатления и понравившиеся цитаты, рисовать любимых героев, составлять словарь непонятных слов, придумывать кроссворд или интеллект-карту, искать рецепт блюда, упоминавшегося в книге, придумывать фанфик. В качестве примера приводятся фамилии знаменитых людей, которые записывали мысли о прочитанном.



Рис. 9. Читательский дневник Марты Райцес издательства «МИФ»

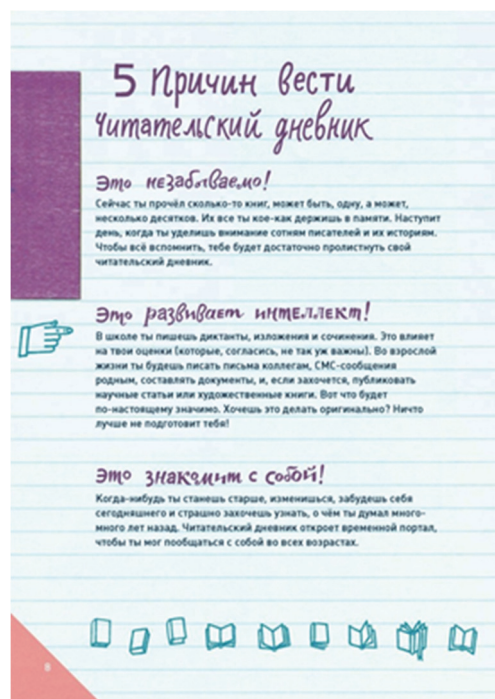


Рис. 10. Страница читательского дневника Марты Райцес издательства «МИФ»

В первой части также есть примеры, составленные детьми, учениками Марты, что является

мотивирующим фактором. Это дает хороший стимул читателю вести дневник. Приведены пояснения, что можно делать в читательском дневнике, советы о том, как писать о своих мыслях и чувствах, рекомендации по оформлению рисунков, составлению словаря книги, примеры фанфиков, рецензии.

Интересен раздел «Тайны двух полок» (рис. 11). Читателю предлагается разделить книги на те, которые уже прочитаны, и те, которые еще предстоит прочитать. Таким образом, ребенок будет ставить перед собой цель – переместить книгу с одной полки на другую и пополнить свою библиотеку еще одной хорошей книгой.



Рис. 11. Раздел «Тайна двух книжных полок»

Вторая часть дневника – творческие страницы, которые читатель может заполнить как пожелает (рис. 12).

Прочитав книгу, ребенок должен самостоятельно выбрать, какое задание ему бы хотелось выполнить: составить кроссворд или словарь, написать впечатления или фанфик, найти рецепт, нарисовать иллюстрацию и т. д. Затем он сможет выполнить выбранное задание, в котором есть специальные пустые страницы. Там ребенок пишет название книги, автора, переводчика, дату прочтения и заполняет страницы.

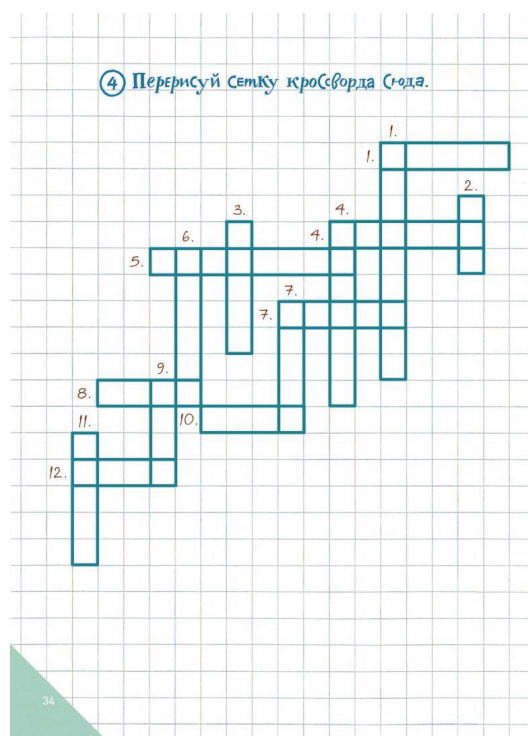


Рис. 12. Творческие страницы

Не нужно стараться уместить свои мысли в границах отведенных страниц, не обязательно писать и делать только то, что предлагает автор. Страницы читательского дневника можно использовать как угодно – все зависит от фантазии ребенка.

Дневник дает полную свободу действий. В него можно выписывать понравившиеся цитаты из книг, можно рисовать иллюстрации к прочитанным книгам, выписывать интересные факты, придумывать кроссворды по книгам, отзывы.

Необходимо отметить, что задачи дневника довольно разнообразны. Они развивают у ребенка

способность творчески мыслить, пополняют словарный запас. Например, составить кроссворд или словарь книги, описать впечатления или придумать фанфик, нарисовать иллюстрацию к книге.

Все задания носят развлекательный характер, направлены на развитие логического и творческого мышления.

Читательский дневник научит:

- свободно выражать и записывать на бумаге свои мысли;
- рассуждать логически, анализировать, находить закономерности, работать с информацией;
- обращать внимание на детали;
- запоминать важное.

Поможет развить писательское мастерство, расширит кругозор, научит через анализ литературного произведения лучше понимать себя и других людей, привьет любовь к литературе и чтению, разнообразит досуг.

Дневник написан живым разговорным языком, побуждающим ребенка относиться ко всему, что он делает, легко и не бояться творить.

Привлекает дизайн дневника, каждый разворот оформлен по-новому: большая клетка, косая линия, точки, разноцветные страницы и т. д.

Однако следует отметить, что в дневнике страницы рассчитаны на анализ восьми книг.

Анализ печатных (традиционных) дневников показал, что чаще всего простая табличная форма дневников неинтересна для учащихся, а заполнение такой формы для школьников – скучное и утомительное занятие. Также ведение читательского дневника может дать отрицательный эффект: и вместо того, чтобы развить интерес учащегося к чтению, будет способствовать охлаждению интереса к знакомству с литературными произведениями. На такие дневники достаточно много негативных отзывов потребителей. Они отмечают, что данные издания скучные, нет мотивации их заполнения, шаблонные задания.

Однако в настоящее время появляется все больше разновидностей читательских дневников, которые помогают учащимся выражать собственное мнение и ставить проблемные вопросы.

Нетрадиционный читательский дневник – электронный дневник – это дневник читателя в новом формате, созданный с помощью различных компьютерных программ. Это те же впечатления о прочитанной книге, но уже представленные на веб-странице с помощью различных интернет-сервисов и программ [5].

Электронный читательский дневник способствует:

- развитию информационной грамотности учащихся;
- воспитанию их информационной культуры;
- приобретению навыков сетевого общения;

– формированию навыков самостоятельного отбора информации;

– творческой самореализации [4, 12].

У каждого учащегося может быть оригинальный дневник. Все зависит от его собственного воображения, смысловой функции дневника и уровня информационной грамотности ребенка.

Такой читательский дневник может отражать личные впечатления владельца дневника о прочитанной книге, список избранных, уже прочитанных или тех книг, которые планируется прочитать. Дневник может быть оформлен в виде таблицы, книжки, слайд-шоу, отсканированных изображений, в виде самостоятельно созданных видеороликов, размещенных на YouTube, это также могут быть собственные вики-странички, блоги и многое др.

Вариантов оформления электронных читательских дневников достаточно много:

– ребус (можно зашифровать название книги, имена героев, автора);

– облако слов (можно необычно и ярко представить книгу; нужно подобрать слова и выбрать форму облака, тогда облако из слов получится в виде выбранной ранее фигуры);

– коллаж (композиция, в которой можно соединить несколько изображений, создать фон и сделать красивую надпись);

– дневник читателя в форме книги (учащиеся могут создавать в любом текстовом редакторе или сделать его в виде презентации PowerPoint);

– дневник в виде путешествий литературных героев на Google-карте (на карте учащиеся отмечают географические объекты, которые встречаются в литературном произведении: страны, населенные пункты, реки, моря, озера, маршруты; метки на карте дополняются описаниями, фрагментами из произведений, картинками художников об этих событиях, фотографиями, ссылками на интернет-ресурсы, видео, аудиокниги);

– аудиодневник читателя (учащиеся могут отразить свое отношение к прочитанному произведению, пересказать его, озвучить свои рекомендации слушателям-сверстникам, а также записать творческое эссе или сделать звуковую открытку с использованием картинки, анимации, голоса);

– блог (сайт, на котором учащийся размещает отзывы о прочитанных книгах) может содержать коллективную работу учеников;

– видеоблог (форма блога, в котором основным средством передачи информации является видео; можно записать видеоподборку о любимой книге, создать бук-трейлер) [5].

Электронный читательский дневник неограничен по объему, но ограничен по времени заполнения (чтение с экрана).

Чтение подростков все чаще трансформируется, перемещается из офлайн в онлайн. «Электронная» культура оказывает на детское чтение все большее влияние. Меняются привычки и способы взаимодействия детей и подростков с информацией, в том числе с текстами в разных форматах [13].

Детям необходима постоянная внешняя стимуляция, которую они привыкли получать с экрана, им трудно воспринимать слышимое и читать: понимая отдельные слова и короткие предложения, они не могут связывать их, в результате не понимают текста в целом. Необходимо разрабатывать новые подходы к обучению чтению.

Международные исследования показывают тесную связь между качеством чтения в электронной среде и качеством чтения текста, представленного на бумажном носителе, т. е. если учащиеся показывают высокий или низкий уровень грамотности, читая на бумажном носителе, то они показывают аналогичные результаты, читая в электронной среде [14].

Обучение экранному чтению требует как теоретического переосмысления понятия чтения, так и создания новых технологий обучения.

В качестве средства для решения обозначенной проблемы мы разработали концепцию читательского дневника элементами дополненной реальности. Это даст возможность совместить достоинства печатного и электронного дневников. Ребенок будет учиться самостоятельно устанавливать соотношение между собой, текстом и окружающим миром.

**Заключение.** На современном этапе развития информационного общества необходимо научить детей работать не только с печатными, но и с электронными изданиями. Все это связано с таким понятием, как функциональная грамотность – способность человека использовать умения чтения и письма в условиях получения информации из текста и в целях передачи такой информации. В этом плане интересны слова Алвина Тофлера: «В XXI веке безграмотным будет считаться не тот, кто не умеет читать и писать, а тот, кто не умеет учиться и переучиваться, используя умения читать и писать».

Реализация оценочного компонента предоставляет широкие возможности по активизации, планированию чтения, коррекции его, совместной работе после прочитанного, способствует развитию самостоятельного, творческого мышления, ответственного отношения к чтению, повышает мотивацию самосовершенствования [1].

Читательский дневник стал инструментом для формирования смыслового чтения: «умения думать до чтения, во время чтения и после чтения» [15]. Он развивает познавательный интерес и стимулирует учащихся к систематическому чтению, обуславливает формирование важных качеств личности: ответственности, умения преодолевать трудности, самостоятельности, творческой деятельности.

Ведение грамотно и логически структурированного читательского дневника поможет развить у ребенка стойкий интерес к чтению и повысить мотивацию к осмысленному чтению через положительные эмоции.

### Список литературы

1. Методы и приемы обучения смысловому чтению обучающихся в учебнике на ценностно-смысловой основе [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-priemy-obucheniya-smyslovomu-chteniyu-obuchayuschih-sya-v-uchebnike-na-tsennostno-smyslovoy-osnove> (дата обращения: 21.07.2021).
2. Смысловая сфера современного ребенка как основа профилактики, коррекции и развития [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smyslovaya-sfera-sovremennogo-rebenka-kak-osnova-profilaktiki-korreksii-i-razvitiya> (дата обращения: 19.06.2021).
3. Человек в современном мире: тенденции и потенциальные возможности развития [Электронный ресурс]. URL: [http://psyrus.ru/library/pdf/novgorod\\_sbornik.pdf](http://psyrus.ru/library/pdf/novgorod_sbornik.pdf) (дата обращения: 21.07.2021).
4. Формирование навыков смыслового чтения [Электронный ресурс]. URL: [https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/883/1/%D0%AF%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D.%D0%92.\\_%D0%9F%D0%9F%D0%9E%D0%B1\\_1202.pdf](https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/883/1/%D0%AF%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D.%D0%92._%D0%9F%D0%9F%D0%9E%D0%B1_1202.pdf) (дата обращения: 20.06.2021).
5. Читательский дневник: история и современность [Электронный ресурс]. URL: [http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/4739/%D0%97%D1%8B%D1%80%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%94\\_%D0%90\\_%D0%92%D0%9A%D0%A0.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/4739/%D0%97%D1%8B%D1%80%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%94_%D0%90_%D0%92%D0%9A%D0%A0.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата обращения: 20.06.2021).
6. Читательский дневник: эволюция стиля и содержания [Электронный ресурс]. URL: [https://kanozoboz.ru/article/chitatelskiy\\_dnevnik\\_evolyutsiya\\_stilya\\_i\\_soderjaniya/](https://kanozoboz.ru/article/chitatelskiy_dnevnik_evolyutsiya_stilya_i_soderjaniya/) (дата обращения: 18.07.2021)
7. Стефановская Н. А. Социологические исследования чтения: теория, методика, практика. М.: Литера, 2013. 143 с.
8. Чтение и время: материалы VI науч.-практ. конф. 2014 г. / Брян. обл. науч. универс. б-ка имени Ф. И. Тютчева. Брянск, 2014. URL: [http://libryansk.ru/files/project/chtenie\\_i\\_vremya/2.html](http://libryansk.ru/files/project/chtenie_i_vremya/2.html) (дата обращения: 12.02.2017).

9. Чудинова В. П. Функциональная неграмотность – проблема развитых стран // Социологические исследования. 1994. № 3. С. 98–102.

10. Чудинова В. П., Кабачек О. Л. Дети и библиотеки в меняющейся медиасреде. М.: Школьная б-ка, 2004. 336 с.

11. Куликова Е. В. Продвижение детского чтения // Как создаются читающие нации: опыт, идеи, образцы: сб. материалов / Фонд «Пушкинская библиотека», Центр книги Б-ки Конгресса США, Бри-танский совет. М., 2006. С. 24–29.

12. Сушко Н. И. Анализ читательских интересов детей и подростков: проблемы чтения, издания и доступности печатной продукции // Труды БГТУ. Сер. IX, Издат. дело и полиграфия. 2009. Вып. XVII. С. 97–101.

13. Ковалевская Н. И., Петрова Л. И. Читательские интересы детей и подростков: проблемы чтения // Чтение на евразийском перекрестке: материалы Междунар. форума. Челябинск, 27–28 мая 2010 г. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств, Челябинск, 2010. С. 219–221.

14. Мелентьева Ю. П. Чтение: явление, процесс, деятельность. М.: Наука, 2010. 180 с.

15. Сушко Н. И. Проблемы и тенденции в чтении детей в условиях развития новых информаци-онных технологий // Детская литература и воспитание: сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Тверь / Тверской гос. ун-т. Тверь, 2009. С. 158–162.

### References

1. *Metody i priemy obucheniya smyslovomu chteniyu obuchayushchikhsya v uchebnike na tsennostno-smyslovoy osnove* [Methods and techniques of teaching semantic reading of students in a text-book on a value-semantic basis]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-priemy-obucheniya-smyslovomu-chteniyu-obuchayushchikhsya-v-uchebnike-na-tsennostnosmyslovoy-osnove> (accessed 21.07.2021).

2. *Smyslovaya sfera sovremennogo rebenka kak osnova profilaktiki, korrektsii i razvitiya* [The semantic sphere of the modern child as the basis of prevention, correction and development]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/smyslovaya-sfera-sovremennogo-rebenka-kak-osnova-profilaktiki-korrekcii-i-razvitiya> (accessed 19.06.2021)

3. *Chelovek v sovremennom mire: tendentsii i potentsial'nyye vozmozhnosti razvitiya* [Man in the modern world: trends and potential development opportunities]. Available at: [http://psyrus.ru/library/pdf/novgorod\\_sbornik.pdf](http://psyrus.ru/library/pdf/novgorod_sbornik.pdf) (accessed 21.07.2021).

4. *Formirovaniye navykov smyslovogo chteniya* [Formation of semantic reading skills]. Available at: [https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/883/1/%D0%AF%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D.%D0%92.%D0%9F%D0%9F%D0%9E%D0%B1\\_1202.pdf](https://dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/883/1/%D0%AF%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9D.%D0%92.%D0%9F%D0%9F%D0%9E%D0%B1_1202.pdf) (accessed 20.06.2021)

5. *Chitatel'skiy dnevnik: istoriya i sovremennost'* [Reader's diary: history and modernity]. Available at: [http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/4739/%D0%97%D1%8B%D1%80%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%94\\_%D0%90\\_%D0%92%D0%9A%D0%A0.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://elib.cspu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/4739/%D0%97%D1%8B%D1%80%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%94_%D0%90_%D0%92%D0%9A%D0%A0.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (accessed 20.06.2021).

6. *Chitatel'skiy dnevnik: evolyutsiya stilya i sodержaniya* [Man in the modern world: trends and potential development opportunities]. Available at: [https://kanozoboz.ru/article/chitatelskiy\\_dnevnik\\_evolyutsiya\\_stilya\\_i\\_soderzhaniya/](https://kanozoboz.ru/article/chitatelskiy_dnevnik_evolyutsiya_stilya_i_soderzhaniya/) (accessed 18.06.2021)

7. Stefanovskaya N. A. *Sotsiologicheskiye issledovaniya chteniya: teoriya, metodika, praktika* [Sociological reading research: theory, methodology, practice]. Moscow, Litera Publ., 2013. 143 p.

8. *Materialy VI nauchno-practicacskoy konferentsii "Chteniyе i vremya"* [Materials of the scientific VI and Practical Conference "Reading and time"]. Bryansk, 2014. Available: [http://libryansk.ru/files/project/chtenie\\_i\\_vremya/2.html](http://libryansk.ru/files/project/chtenie_i_vremya/2.html) (accessed 20.02.2017).

9. Chudinova V. P. Functional illiteracy – the developed countries the problem. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological studies], 1994, no. 3, pp. 98–102 (In Russian).

10. Chudinova V. P., Kabachek O. L. *Deti i biblioteki v menyayushcheysya mediasrede* [Children and library in a changing media environment]. Moscow, Shkol'naya biblioteka Publ., 2004. 336 p.

11. Kulikova E. V. Promoting Children's Reading. *Sbornik materialov "Kak sozdayutsya chitayushchiye natsii: opyt, idei, obraztsy"* [Collection of materials "As the reading nations are created: experience, ideas, samples"]. Moscow, 2006, pp. 24–29 (In Russian).

12. Sushko N. I. Analysis of reading interests of children and adolescents: reading problems, publication and availability of printed materials. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], series IX, Printing and Publishing, 2009, issue XVII, pp. 97–101 (In Russian).

13. Kovalevskaya N. I., Petrova L. I. Reader's interests of children and adolescents: reading problems]. *Materialy Mezhdunarodnogo foruma "Chteniye na evraziyskom perekrestke"* [Proceedings of the International forum "The reading on the Eurasian crossroads"]. Chelyabinsk, 2010, pp. 219–221 (In Russian).

14. Melent'yeva Ju. P. *Chteniye: yavleniye, protsess, deyatel'nost'* [Reading: the phenomenon, process, activity]. Moscow, Nauka Publ., 2010. 180 p.

15. Sushko N. I. Problems and tendencies in reading children in the conditions of development of new information technologies]. *Sbornik trudov Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. "Detskaya literatura i vospitaniye"* [Proceedings of the International scientific-practical conference "Children's Literature and Education"]. Tver', 2009, pp. 158–162 (In Russian).

#### **Информация об авторе**

**Ковалевская Наталья Ивановна** – старший преподаватель кафедры редакционно-издательских технологий. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: naivs@tut.by

#### **Information about the author**

**Kovalevskaya Natal'ya Ivanovna** – Senior Lecturer, the Department of Editing and Publishing Technology. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: naivs@tut.by

*Поступила 15.09.2021*

УДК 659.126.1

**А. И. Журавлева, Н. И. Ковалевская**  
Белорусский государственный технологический университет  
**ВИЗУАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ БРЕНДА  
(НА ПРИМЕРЕ КОНДИТЕРСКОЙ ALINKA TSVIRKO)**

Рынок кондитерских изделий – очень обширный сегмент товаров питания. Создание сильного бренда в сегменте кондитерских изделий является приоритетной задачей белорусских производителей в связи с наличием на рынке интернациональных продуктовых компаний. Проблема брендинга кондитерских изделий стала актуальной в связи с тем, что даже в маленьком круассане потребители видят не просто источник энергии. Сегодня, покупая любое кондитерское изделие, человек хочет получить как качественный продукт, так и новый опыт, яркие впечатления от упаковки или названия.

Выделить свое изделие среди прочих поможет правильно выбранный способ позиционирования и удачные маркетинговые мероприятия бренда. Грамотный брендинг позволяет повысить вовлеченность покупателей: они начинают считать полюбившийся продукт неотъемлемой частью своей жизни и ассоциируют свой имидж с образом бренда.

В статье проведено исследование о необходимости визуальной идентичности бренда и процесса ее формирования, что послужит основой для разработки визуальной идентичности компании *alinka.tsvirko*. На основе проведенных исследований создан запоминающийся и оригинальный стиль, соответствующий ценностям бренда. Чтобы он был последовательным, были даны рекомендации по использованию фирменного стиля, которые должны помочь в разработке точек взаимодействия с клиентами, включая социальные сети, визитные карточки, бланки и т. д.

**Ключевые слова:** брендинг, фирменный стиль, визуальная идентификация, бриф, логотип, айдентика.

**Для цитирования:** Журавлева А. И., Ковалевская Н. И. Визуальная идентификация бренда (на примере кондитерской *Alinka Tsvirko*) // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологий, 2021. № 2 (249). С. 126–135.

**A. I. Zhuravleva, N. I. Kovalevskaya**  
Belarusian State Technological University  
**VISUAL BRAND IDENTIFICATION  
(ON THE EXAMPLE OF THE CONFECTIONERY ALINKA TSVIRKO)**

The confectionery market is a very extensive segment of food products. The creation of a strong brand in the confectionery segment is a priority task of Belarusian manufacturers due to the presence of international food companies on the market. The problem of branding confectionery products has become urgent due to the fact that even in a small croissant, consumers see not just a source of energy. Today, when buying any confectionery product, a person wants to get both a high-quality product and a new experience, vivid impressions of the packaging or name.

The correctly chosen method of positioning and successful marketing events of the brand will help to distinguish your product among others. Competent branding allows you to increase the involvement of customers: they begin to consider their favorite product an integral part of their life and associate their image with the image of the brand.

The article presents a study on the need for a visual identity of the brand and the process of its formation, which will serve as the basis for the development of the visual identity of the company *alinka.tsvirko*. Based on the conducted research, a memorable and original style was created that corresponds to the brand values. To make it consistent, recommendations were given on the use of corporate identity, which should help in the development of points of interaction with customers, including social networks, business cards, letterheads, and so on.

**Key words:** branding, corporate identity, visual identification, brief, logo, identity.

**For citation:** Zhuravleva A. I., Kovalevskaya N. I. Visual brand identification (on the example of the confectionery *Alinka Tsvirko*). *Proceedings of BSTU, issue 4, Print and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 126–135 (In Russian).

**Введение.** Многие маркетологи признают важность создания и управления фирменным стилем и имиджем бренда. Однако, как правило,

упускается из виду процесс создания визуальной идентичности бренда. Рассматривая визуальную идентичность бренда, некоторые люди

считают, что достаточно только логотипа. Тем не менее визуальная идентичность – это больше, чем просто логотип. Успешная визуальная идентичность – это сочетание различных форм, цветов, шрифтов и образов, которые выбираются сознательно для того, чтобы передать правильные сообщения и эмоции, выявить ценности бренда и донести его историю до аудитории [1, 2, 3].

Когда будет создан фирменный стиль и рекомендации по его использованию со всеми необходимыми элементами (брендбук), то бренд сможет следовать этим рекомендациям, чтобы поддерживать согласованность и последовательность образа бренда и его опыта в сознании клиентов. Для этого все точки соприкосновения с клиентами бренда, например, презентация продаж, веб-сайт компании или визитки сотрудников, должны быть разработаны в соответствии с руководящими принципами. С достижением согласованности бренд будет дольше оставаться в сознании клиентов, а также клиентам будет легче и быстрее распознать бренд по сравнению с другим [4, 5, 6].

В рамках работы будет проведено исследование о необходимости визуальной идентичности и процесса ее формирования, что послужит основой для разработки визуальной идентичности компании Alinka Tsvirko. Работа велась в тесном сотрудничестве с заказчиком для лучшего понимания истории компании, а также, чтобы узнать о потребностях и ожиданиях клиентов. Это обеспечило огромную поддержку в создании визуальной идентичности, которая может успешно донести ценности бренда и его историю до целевой аудитории.

**Основная часть.** Alinka Tsvirko – это новый бренд начинающего кондитера из Минска. Производит широкий спектр кондитерской продукции: бисквитные торты, муссовые торты, пироги, брауни капкейки, трайфлы чизкейки, конфеты, кейкпопсы.

Главный упор в своей деятельности компания делает на качество издаваемой продукции, индивидуальный подход к каждому клиенту, доступную цену.

Целевая аудитория бренда – люди всех возрастов, которые активны, оптимистичны, жизнерадостны и любят есть десерты. Это представители среднего класса разных профессий, но с определенным акцентом на женскую часть аудитории.

Так как бренд Alinka Tsvirko реализует свою продукцию через социальные сети и его самый большой клиентский поток находится в сети Instagram, то для сравнительного анализа подбираются организации со схожим количеством подписчиков: «Бисквитофф», slasti\_ot\_nasti\_minsk, macakes.by.

Компания «Бисквитофф» – небольшая кондитерская студия в г. Минске. Их ассортимент состоит из различных тортов, чизкейков, капкейков

и трайфлов. Также возможно создание торта по индивидуальному заказу.

Домашний кондитер slasti\_ot\_nasti\_minsk готовит торты, чизкейки, капкейки, трайфлы и пряники.

Домашний кондитер macakes.by радует своих клиентов сладостями с 2017 г. Занимается исключительно тортами, капкейками и трайфлами.

У всех перечисленных конкурентов есть четко выраженный стиль. Об этом можно судить по социальным сетям организаций. Личный сайт имеется только у компании «Бисквитофф». У каждой из этих организаций, кроме Alinka Tsvirko, есть логотип (рис. 1).



Рис. 1. Логотипы кондитерских

Логотип slasti\_ot\_nasti\_minsk можно охарактеризовать как стильный, простой и четкий. Использование теплого оттенка розового передает некую сладость, очарование и чувственность. А использование говорящей картинкой – торта, сразу дает знать, что это за бренд. К тому же это вызовет у потенциальных клиентов желание попробовать продукцию. Также используется рукописный шрифт. Обычно рукописные шрифты редко применяются в логотипах, однако в кондитерских брендах это допустимо, потому что шрифт должен вызывать ассоциации с продуктом, а сладости – это что-то вкусное, сочное, тянущееся. И шрифт должен быть подходящим, не слишком формальным. Тем не менее в данном случае он не совсем хорошо сочетается с картинкой, потому что имеет довольно резкие очертания. Возможно, если бы дизайнер выбрал более геометрическую гарнитуру либо же, наоборот, рукописный шрифт с плавными линиями, то шрифт и картинка гармонировали бы друг с другом лучше. В целом все элементы логотипа сбалансированы: есть говорящая картинка, есть имя бренда и краткое описание «Кондитерская». По этому логотипу легко сказать, к какому виду относится организация, однако сам логотип можно было бы доработать. Что касается элементов фирменного стиля, то в своем профиле Instagram активно используется только фирменный цвет, и то для обложек «вечных» сторис, а не для оформления всего профиля. Основной способ рекламы – розыгрыши кондитерских изделий.

Логотип macakes.by не сразу считывается как логотип кондитерской. Единственное, что выдает его принадлежность к сладостям, это текст cakes в названии, что переводится с английского как



«торты». Отсутствует какой-либо графический элемент, который помог бы клиенту идентифицировать бренд с кондитерской. Зато очень хорошо выбран цвет, ведь известно, что красный, оранжевый и желтый – самые «вкусные» оттенки. Используется утонченный шрифт без засечек, который гармонично смотрится с эллипсом и фоном. Акцент в виде горизонтальной линии между инициалами и надписью помогает усилить значение слова «cakes», которое является ключевым для клиента. У данного бренда также почти не используются элементы фирменного стиля. Обложки «вечных» сторис выглядят так же, как и логотип, но с другим текстом. Бренд сам себя рекламирует, потому что уже собрал достаточную клиентскую базу, которая постепенно расширяется.

Логотип «Бисквитофф» состоит из тематической иллюстрации и акцентного заголовка с названием организации и небольшой надписи since 2000. Здесь все предельно ясно, торт напрямую говорит, что за бренд перед нами, а говорящее название не оставляет вопросов по поводу выпускаемой продукции. Есть довольно интересная иллюстрация: перед нами торт из двух коржей с прослойкой крема, а сверху лежат пирожные макаронс. В логотипе используется 4 цвета: желтый, голубой, серый и черный. Желтый означает движение, радость, солнце и тепло. Синий – доверие, лояльность, безопасность. Сочетание желтого и синего цвета – хорошее, давно известно, что желтый прекрасно «дружит» с голубым (синим). Однако серый и черный цвета портят концепцию и делают логотип «грязным». Гарнитура выбрана также подходящая: она отлично сочетается со стилем иллюстрации. По данному логотипу легко определить, чем занимается организация. Логотип как элемент фирменного стиля используется на упаковке готовой продукции, двери кондитерской и ценниках.

Данный бренд активно сотрудничает с различными крупными компаниями (например, KFC, Tut.by и др.), тем самым наращивает себе клиентскую базу и рекламирует свою продукцию. Помимо этого, в их аккаунте Instagram иногда проводятся розыгрыши продукции, что способствует рекламе бренда.

Компания Alinka Tsvirko еще не успела разработать личный логотип. На данный момент владелица бренда использует в своем аккаунте в качестве логотипа личное фото. Это плохо сказывается на узнаваемости бренда, и тем самым он заметно проигрывает в конкурентной борьбе. Именно поэтому и появилась необходимость в разработке фирменного стиля бренда.

Результаты сравнительного анализа отражены в таблице.

#### Анализ Instagram-аккаунтов

Параметры	slasti_ot_nasti_minsk	macakes.by	Biskvitoff
Удобства пользования			
Логотип на аватаре аккаунта	+	+	+
Наличие «вечных» историй	+	+	+
Грамотное описание профиля	+	+-	+-
Каталог продукции	+	+	+
Обновляемость профиля	+	+	+
Эстетичность			
Стилизованность	+-	+-	+-
Подобранная цветовая палитра	+-	+-	+-
Корректное отображение шрифтов	+	+	+
Единообразие	-	+-	-
Информативность			
Контактные данные	+	+-	+
Сведения о компании	+-	+-	+-
Наличие аудио-видео материалов	+	-	+
Наличие актуального прайса	-	-	-

Важно разработать не только логотип компании, потому что фирменный стиль переносится и на все прочие представительские документы и продукты организации. К таким продуктам, например, относятся социальные сети и сайт компании. На данный момент веб-сайтом владеет только компания «Бисквитофф», но зато у всех перечисленных организаций есть разработанные Instagram-аккаунты.

Для кондитерских компаний онлайн-маркетинг стал очень важным, это позволило им обмениваться информацией со своими потребителями по широкому кругу вопросов, включая продукцию. Внедрение социальных сетей, в частности Instagram, значительно улучшило каналы связи между компаниями и потребителями.

Анализ Instagram-аккаунтов *slasti\_ot\_nasti\_minsk*, *macakes.by* и «Бисквитофф» показал, что на данный момент бренды *slasti\_ot\_nasti\_minsk* и «Бисквитофф» превосходят своих конкурентов. У них более четко выражен фирменный стиль, а к брендам с хорошим фирменным стилем и доверия, как правило, больше.

Аккаунт *Alinka Tsvirko*, для которого будет разработан фирменный стиль, пока что отстает от других. В качестве рекомендаций для улучшения всех качества контента можно посоветовать устранить минусы, указанные в таблице. Достоинства и недостатки фирменных стилей конкурентов были учтены при разработке айдентики и брендбука для бренда *Alinka Tsvirko*.

Для того чтобы создать продукт, полностью отвечающий требованиям рынка, а также поставленным целям и задачам, необходимо определить исходные данные и предпочтения заказчика. В этом помогает разобраться бриф.

После того как заказчиком был заполнен бриф, началась работа над логотипом и остальными элементами фирменного стиля. В результате заказчику были представлены три различные концепции логотипа (рис. 2).

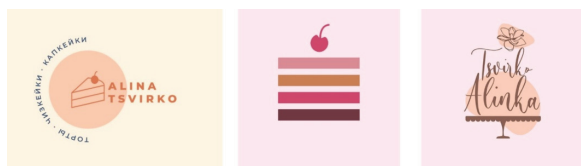


Рис. 2. Варианты логотипов

Выбор пал на второй вариант: торт с вишенкой, который в дальнейшем был видоизменен. Данный вариант лег в основу концепции брендбука.

Логотип кондитерской может дать много информации о ней: ее атмосферу, качество и характер изделий, ее уникальное торговое предложение, с помощью которого она стремится привлечь клиентов.

Если взглянуть на логотипы конкурентов, можно заметить основные тенденции в дизайне эмблем для кондитерских. Например, это могут быть «говорящие» иконки: кондитерские принадлежности, тортики, кексы и пр. (рис. 3).



Рис. 3. «Говорящие» иконки в кондитерских логотипах

Часто в разработке логотипов кондитерских используют «аппетитные» цвета (рис. 4). Всем известно, что цвета способны влиять на аппетит.

Например, красный, оранжевый и желтый – самые «вкусные» оттенки. Они поднимают настроение, способствуют повышению давления и, как следствие, вызывают желание перекусить.



Рис. 4. Розовый цвет в кондитерских брендах

Было принято решение за основу логотипа взять торт. Торт, как правило, состоит из нескольких коржей, пропитанных кремом, т. е. присутствует некая послойность. Отсюда пришла идея создать слои разных цветов, которые бы имитировали коржи торта. Чтобы было понятно, что это такое, была добавлена вишенка и подтек глазури на верхнем ярусе торта.

Рядом с тортиком располагается название компании в латинице, выполненное шрифтом без засечек (рис. 5). Торт является основным элементом логотипа – товарным знаком, поэтому может использоваться самостоятельно, без надписи. Название организации не может применяться без товарного знака.



Рис. 5. Логотип бренда *Alinka Tsvirko* без цвета

В брифе заказчик указал, что ему близок стиль минимализма. Этому стилю свойственны: лаконичность, простота, точность и ясность, поэтому построение знака начинается с простого прямоугольника, ширина и высота которого определяет единый параметр измерений на протяжении всего построения.

У товарного знака обязательно должно быть охранное поле. Границы полей охранной зоны определяются как 1/4 от высоты товарного знака (рис. 6).

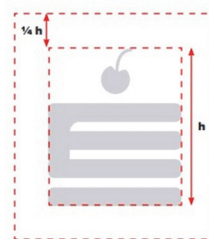


Рис. 6. Охранное поле товарного знака

Товарный знак должен хорошо читаться и быть узнаваемым на сложных носителях и небольших форматах, поэтому предусмотрены минимально допустимые размеры. Минимально допустимый размер логотипа: длина 17,5 мм, высота 10 мм. Использование меньших размеров логотипа не рекомендовано.

Цвет – часть образа бренда. В первую очередь компания Alinka Tsvirko занимается производством и продажей кондитерских изделий. Розовый, коричневый, бирюзовый, кремовый – для оформления кондитерской принято применять «сладкие» оттенки. Но не стоит забывать, что на первый план выходят не сами цвета, а их сочетания и особенность использования, т. е. колористика.

Таким образом, в качестве основных цветов используются три оттенка розового и песочный. Розовый – это цвет жизни, всего живого. Розовый цвет означает романтичность, доброту, любовь, страстность. Вызывает чувство комфорта, успокаивает, избавляет от навязчивых мыслей.

Песочный цвет считается нейтральным и в то же время универсальным. Его еще можно назвать светлым оттенком коричневого, хотя многие воспринимают песочный как самостоятельный. Песочный цвет символизирует сдержанность, респектабельность, интеллект и постоянство. Светлые, мягкие оттенки располагают собеседника и несут в себе умиротворение.

Фирменные цвета предназначены для сквозного использования в идентификации бренда. Они соответствуют рецептуре палитры PANTONE Solid Coated и имеют фактическое соответствие в цветовых таблицах и RGB. Для правильной цветопередачи ниже приведены цифровые значения различных палитр для разных способов воспроизведения (рис. 7).

PANTONE 7425 XGC / Solid Color Coated C 23 M 99 Y 50 K 6 R 184 G 34 B 88 Ближай к оттенку Черу (Вишня)	PANTONE 7428 C / Solid Color Coated C 43 M 86 Y 56 K 40 R 106 G 44 B 62 Ближай к оттенку Wine (Вино)
PANTONE 701 C / Solid Color Coated C 6 M 58 Y 22 K 0 R 230 G 134 B 153 Ближай к оттенку Mauve (Лиловый)	PANTONE 7591 C / Solid Color Coated C 22 M 55 Y 69 K 4 R 192 G 125 B 89 Ближай к оттенку Ember Glow (Янтарное свечение)

Рис. 7. Фирменные цвета

Перечисленные цвета обязательны к использованию при оформлении рекламной, имиджевой и прочей продукции в рамках и интересах бренда.

После создания цветовой палитры бренда логотип стал цветным.

Цвет очень важен в брендинге, потому что именно на нем основаны первые впечатления клиентов. Кроме того, цвет – это секрет создания хорошей идентичности компании. Цвета – это больше, чем то, что мы видим, потому что они передают эмоции, чувства и переживания.

Шрифт в логотипе зачастую дает больше, чем просто название компании. Шрифты передают ощущение стиля и индивидуальности бренда [7, 8, 9].

Очень важно создать баланс между удобочитаемостью и запоминаемостью.

Для разработки фирменного стиля следует создать набор шрифтов. Он состоит из основных и наборных шрифтов. Основные предназначены для оформления рекламных материалов, содержащих текстовые материалы, и являются основными при оформлении типографики больших и средних гарнитурных величин.

Основная гарнитура – Montserrat. Это шрифт из коллекции Google Fonts, созданный специально для использования в интернете, однако активно применяется и в полиграфии. Это гладкий шрифт без засечек, который идеально подойдет почти для любого контекста. Имеется 18 начертаний, что позволяет его эффективно использовать в любых текстах. Также у данной гарнитуры округлые формы, которые совпадают с закруглениями на логотипе, поэтому гарнитура и логотип очень гармонизируют друг с другом.

Для набора больших объемов текста и текстовых наборов минимальной гарнитурой следует использовать наборный шрифт – любой стандартный шрифт без засечек.

Рекомендуется применять шрифтовые гарнитуры, которые являются стандартными и уже встроены в большинство компьютеров. Тогда при просмотре документа не произойдет подстановки другой гарнитуры, что приведет к нарушению разметки страницы (рис. 8).

Montserrat	АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
Arial	АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890
Tahoma	АБВГДЕЖЗИЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ абвгдежзийклмнопрстуфхцчшщъыьэюя ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Рис. 8. Фирменные гарнитуры

Типографика позволяет создать определенную атмосферу и индивидуальность бренду. Вместе с правильно подобранной гарнитурой бренд может заиграть разными красками: он может быть современным, романтичным, застенчивым или жестким, достаточно просто выбрать правильный шрифт и его расположение [10, 11].

Поскольку сейчас мир построен на мультимедиа, последний шаг в создании фирменного стиля бренда – это расширенный визуальный язык с

поддерживающей графикой, элементами дизайна, значками и фотографиями.

В настоящее время очень часто встречаются дизайны, в основе которых используются художественные акварельные эффекты и стили. Несмотря на обилие тенденций и стандартов, акварельные мазки как вид обработки фотографий и элементов применяются часто и придают дизайну необычность и красоту. Мазки используются по-разному, но для одной цели: подчеркнуть уникальность бренда.

Акварельные торты – актуальный кондитерский тренд последних лет. В этой технике фантазировать можно бесконечно: смешивать цвета в различных сочетаниях, добавлять драматизма или русского космизма – и каждый раз получать новый результат.

Таким образом, дополнительным элементом фирменного стиля компании Alinka Tsvirko является паттерн. Паттерны – это повторяющиеся элементы, которые помогают донести целевой аудитории ценность бренда, делают его узнаваемым и запоминающимся: самые разнообразные узоры, линии, фигуры, животные или стилизованная продукция компании. Паттерны можно использовать везде: визитки, упаковка, канцтовары, промо-материалы – множество идей для применения. Еще паттерны отлично смотрятся в дизайне сайтов.

Для бренда Alinka Tsvirko паттерн выполнен в виде хаотичных мазков (рис. 9). Эти мазки в данном случае символизируют крем, а темные точки – различные добавки: изюм, шоколад, орешки и кондитерские посыпки. Вдохновением послужили тренды на подобные дизайны тортов с мазками.



Рис. 9. Фирменный паттерн

Здесь все также используется фирменная цветовая схема. Паттерн можно применять в качестве фонового изображения в разнообразной полиграфической и сувенирной продукции.

После того как выбраны фирменные цвета, шрифты, логотип и прочие элементы фирменного стиля, пришло время воплотить в жизнь идентичность бренда, разработать его фирменную полиграфическую продукцию, которую в дальнейшем можно использовать не только по назначению,

но и для рекламы своей продукции. Для бренда кондитерских изделий важно продумать дизайн упаковки будущих товаров. Однако существуют и общие элементы фирменного стиля, такие как визитная карточка, фирменный конверт, фирменный бланк и т. д.

Визитная карточка – компактный бумажный, картонный или пластиковый носитель основной информации о каком-либо предприятии или человеке (стандартный размер 50×90 мм). Среди размещенных на визитке сведений, как правило, можно найти имя владельца, контактные данные (телефонные номера, адреса, названия аккаунтов в социальных сетях и т. д. и логотип (рис. 10).



Рис. 10. Лицо и оборот личной визитки

Для визитки используется фирменная гарнитура в двух начертаниях, товарный знак (на лицевой стороне) и логотип (на обороте визитки). Весь дизайн выполнен в соответствии с фирменными цветами. Все так же применяются «мазки» крема, но не такие пестрые, как на других элементах фирменного стиля, так как визитка имеет небольшой формат и обилие цветов и форм здесь ни к чему хорошему не приведет.

Фирменный бланк может многое сказать об имидже бренда, он является важной частью стратегии продаж и маркетинговых коммуникаций вашей компании.

Хорошо продуманный фирменный бланк может привлечь внимание к бренду и произвести наилучшее первое впечатление [12].

Несмотря на то, что бренд Alinka Tsvirko небольшой и не особо нуждается в данный момент в фирменном бланке, создать его все-таки необходимо. По левому краю бланка располагается фирменный паттерн в виде мазков крема, в «шапке» бланка будет находиться информация о компании, контактные данные и пр. В центре бланка будет располагаться основной текст, написанный фирменной наборной гарнитурой, а в нижней части бланка – логотип.

Таким образом, грамотно и качественно выполненный фирменный бланк способствует созданию положительного имиджа компании, подчеркивает ее надежность и основательность. Фирменные бланки наравне с почтовыми конвертами и визитками являются элементом фирменного стиля компании.

Конверты с логотипом компании – это часть брендированной внутренней канцелярии. Такие

конверты прежде всего работают на имидж компании. Однако недостаточно просто поместить логотип компании на конверт. Внимание следует обратить и на внешний вид конверта, материал, используемый для его изготовления, способы печати и отделки (рис. 11).



Рис. 11. Фирменный конверт

Хотя на сегодняшний день в большинстве случаев компании пользуются для обмена корреспонденцией электронной почтой, в бизнес-среде по-прежнему в ходу и бумажный документооборот. Ряд писем можно посылать только на бумажных носителях, поэтому стоит разработать интересный дизайн и напечатать фирменные конверты.

В 2021 г. упаковка перестала быть просто емкостью для хранения и транспортировки. Даже самая простая картонная коробка, в которой доставляют еду, упаковывают выпечку, делают напитки на вынос, способна произвести стойкое впечатление на клиента, привлечь внимание или наоборот оттолкнуть. Эта продукция требует повышенного внимания. [13]

Стоит отметить, что коробки для капкейков — это «одежда» для кондитерских изделий. Она должна обеспечивать не только сохранность продукции при транспортировке, но и производить приятное впечатление (рис. 12).



Рис. 12. Фирменная упаковка для капкейков

Созданный дизайн легко адаптировать под любой размер упаковки. Это могут быть прямоугольные, квадратные и треугольные упаковки, что на дизайне никак не скажется. Для фона используется фирменный паттерн, а по центру размещается фирменный логотип бренда.

Топпер — это элемент декора, имеющий плоскую или объемную форму, изготовленный из любого материала — съедобного и несъедобного. Дизайн топперов для продукции бренда Alinka Tsvirko можно увидеть на рис. 13.



Рис. 13. Топперы для капкейков

За основу берется товарный знак в фирменном цвете. Также допустимо пустить по кругу топпера надпись, как это сделано на фирменной визитке. Если капкейки имеют холодные темные оттенки, то отличным решением будет применение топпера с товарным знаком в черно-белом цвете.

Маркетинг — залог успеха любого бизнеса. Если нужно добиться успеха в маркетинге кондитерского бренда, то надо правильно спланировать маркетинговые идеи.

Так как фирменный стиль уже создан, то самым лучшим решением будет разработка оформления социальных сетей и рекламы в интернете. В социальных сетях можно применять различные стратегии маркетинга, чтобы продвигать свой бренд.

Для продвижения своей кондитерской продукции компания Alinka Tsvirko использует площадку Instagram. Для нее и были разработаны шаблоны оформления профиля, а также «вечных сторис».

«Вечные сторис» используются почти всеми пользователями Instagram: кто-то просто сохраняет изображения и видео на память, а кто-то применяет их для более удобной навигации по профилю бренда. Кондитерские бренды чаще всего добавляют в них прайсы на кондитерские изделия, отзывы клиентов, процессы изготовления тортов и т. д.

Был разработан дизайн «сторис» для прайса (рис. 14).



Рис. 14. Оформление «вечных сторис»

В таком же стиле было разработано оформление профиля (рис. 15).



Рис. 15. Оформление постов профиля

Для продвижения бренда нужна реклама. Главная задача рекламных записей – привлечь пользователя. Для запуска эффективной рекламной кампании в Instagram или рекламы чего-нибудь нужно грамотно подобрать креативы – продумать текст, изображения, какую-то механику [14].

Вовлекающие посты привлекают внимание к аккаунту и повышают вовлеченность подписчиков. Они начинают чаще ставить лайки, комментировать посты или переходить по ссылкам. А еще к вовлекающим постам относятся те, которые знакомят пользователей с продуктом и помогают лучше изучить его [15].

Вовлекающие посты, которые просто поднимают активность, могут никак не относиться к кондитерскому бренду. Распространенный пример – простейшие игры, в которых подписчики могут составить себе имя или образ на карнавал исходя из номеров телефонов, дат рождений и т. д. Результаты обычно получаются смешными, а на составление «имени» не нужно много времени, поэтому пользователи активно пишут комментарии.

Но самая простая механика для вовлекающего поста – розыгрыш, т. е. приз предлагается всем, кто подпишется на аккаунт бренда и проявит активность: например, поставит лайки, прокомментирует публикации, отметит друзей в комментариях или просто сделает заказ (рис. 16).

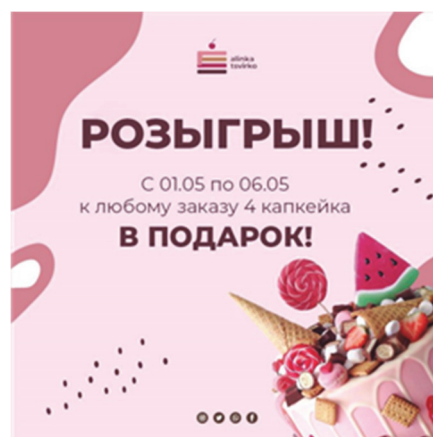


Рис. 16. Примеры рекламы розыгрыша кондитерского бренда

Баннерная реклама в интернете – еще один действенный метод преподнести покупателю выгодные предложения в формате изображения, анимации или видео (рис. 17).



Рис. 17. Пример квадратного веб-баннера

Эффективность от баннеров достигается за счет помещения анимированных или статичных изображений на сайтах с высоким показателем посещаемости. Либо это могут быть сайты, связанные с деятельностью бренда, что обеспечит приток только целевой аудитории.

**Заключение.** Рекомендуются, чтобы компания, вводящая фирменный стиль в эксплуатацию, продолжала развивать и дополнять текущие руководящие принципы бренда.

Также важно, чтобы эта компания информировала своих сотрудников о том, что они должны строго следовать руководящим принципам для поддержания согласованности визуальной идентичности и в конечном итоге впечатления от бренда.

Таким образом, реклама играет значительную роль в процессе информирования о бренде, а также в формировании имиджа, выделении бренда из массы конкурентов, разработке ценностей, позиционировании, формировании индивидуальности, построении эффективных ассоциаций, формировании лояльности к бренду [1, 3].

### Список литературы

1. Бренд-маркетинг: базовые основы и понятия [Электронный ресурс]. URL: [http://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie\\_biznesa](http://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie_biznesa) (дата обращения: 15.03.2021).
2. Процессы и этапы брендинга [Электронный ресурс]. URL: [https://spravochnick.ru/marketing/tovar\\_usluga\\_produkt/process\\_i\\_etapy\\_brendinga](https://spravochnick.ru/marketing/tovar_usluga_produkt/process_i_etapy_brendinga) (дата обращения: 15.03.2021).
3. Характеристика главных элементов фирменного стиля [Электронный ресурс]. URL: [https://koloro.ru/blog/brending-i-marketing/harakteristika\\_elementov\\_firmennogo\\_stilya.html](https://koloro.ru/blog/brending-i-marketing/harakteristika_elementov_firmennogo_stilya.html) (дата обращения: 15.03.2021).
4. Виды логотипов [Электронный ресурс]. URL: <https://turbologo.ru/blog/vidy-logotipov> (дата обращения: 17.03.2021).
5. Чем шрифт отличается от гарнитуры [Электронный ресурс]. URL: <https://pills.com/blog/49> (дата обращения: 19.03.2021).
6. Фирменный блок как элемент фирменного стиля бренда [Электронный ресурс]. URL: <https://www.os-design.ru/blog/firmennii-blok-kak-elementfirmennogo-stilya-brenda> (дата обращения: 20.03.2021).
7. Рекламospособность товарного знака [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberpedia.su/13x10e04.html> (дата обращения: 21.03.2021).
8. Комплексное решение фирменного стиля кондитерской студии «Сахар» [Электронный ресурс]. URL: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5b8ecc4c7966e1073081bc15.pdf> (дата обращения: 03.04.2021).
9. Instagram [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram> (дата обращения: 22.03.2021).
10. Фирменный стиль и его значение для компании [Электронный ресурс]. URL: <https://vatelmarketing.ru/articles/brand/firmennyu-stil-i-ego-znachenie-dlya-kompanii/> (дата обращения: 21.03.2021).
11. Дизайн-проект фирменного стиля кондитерской фабрики [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=904796> (дата обращения: 21.03.2021).
12. Бренд-технологии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bibliotekar.ru/biznes-17/7.htm> (дата обращения: 10.04.2021).
13. Фирменный стиль: его функции и основные элементы [Электронный ресурс]. URL: <http://www.elitarium.ru/firmennyj-stil-tovarnyj-znak-marka-sloganlogotip-ehlementtovar-upakovka-ideya-nositel-kommunikaciyazanazvanie> (дата обращения: 21.03.2021).
14. Пути формирования и продвижения бренда [Электронный ресурс]. URL: [https://libeldoc.bsuir.by/bitstream/123456789/40139/1/Brishten\\_Puti.pdf](https://libeldoc.bsuir.by/bitstream/123456789/40139/1/Brishten_Puti.pdf) (дата обращения: 09.03.2021).
15. Современные методы продвижения бренда в социальных сетях [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-metody-prodvizheniya-brenda-v-sotsialnyh-setyah/viewer> (дата обращения: 09.03.2021).

### References

1. *Brand-marketing: bazovyye osnovy i ponyatiya* [Brand marketing: basic basics and concepts]. Available at: [http://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie\\_biznesa](http://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie_biznesa) (accessed 15.03.2021).
2. *Protsessy i etapy brandinga* [Branding processes and stages]. Available at: [https://spravochnick.ru/marketing/tovar\\_usluga\\_produkt/process\\_i\\_etapy\\_brendinga](https://spravochnick.ru/marketing/tovar_usluga_produkt/process_i_etapy_brendinga) (accessed 15.03.2021).
3. *Kharakteristika glavnykh elementov firmennogo stilya* [Characteristics of the main elements of the corporate identity]. Available at: [https://koloro.ru/blog/brending-i-marketing/harakteristika\\_elementov\\_firmennogo\\_stilya.html](https://koloro.ru/blog/brending-i-marketing/harakteristika_elementov_firmennogo_stilya.html) (accessed 15.03.2021).
4. *Vidy logotipov* [Types of logos]. Available at: <https://turbologo.ru/blog/vidy-logotipov> (accessed 17.03.2021).
5. *Chem shrift otlichayetsya ot garnitury* [How does a font differ from a typeface]. Available at: <https://pills.com/blog/49> (accessed 19.03.2021).
6. *Firmennyy blok kak element firmennogo stilya brenda* [Corporate block as an element of the brand's corporate identity]. Available at: <https://www.os-design.ru/blog/firmennii-blok-kak-elementfirmennogo-stilya-brenda> (accessed 20.03.2021).
7. *Reklamosposobnost' tovarnogo znaka* [Advertising capacity of a trademark]. Available at: <https://cyberpedia.su/13x10e04.html> (accessed 21.03.2021).
8. *Kompleksnoye resheniye firmennogo stilya konditerskoy studii "Sakhar"* [A comprehensive solution of the corporate identity of the confectionery studio "Sugar"]. Available at: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5b8ecc4c7966e1073081bc15.pdf> (accessed 03.04.2021).
9. *Instagram* [Instagram]. Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Instagram> (accessed 22.03.2021).
10. *Firmennyu stil' i yego znachenie dlya kompanii* [Corporate identity and its significance for the company]. Available at: <https://vatelmarketing.ru/articles/brand/firmennyu-stil-i-ego-znachenie-dlya-kompanii/> (accessed 21.03.2021).

11. *Dizayn-proyekt firmennogo stilya konditerskoy fabriki* [Design project of the corporate identity of the confectionery factory]. Available at: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=904796> (accessed 21.03.2021).

12. *Brend-tekhnologii* [Brand-technology]. Available at: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=904796> (accessed 10.04.2021).

13. *Firmennyi stil': yego funktsii i osnovnyye elementy* [Corporate identity: its functions and main elements]. Available at: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=904796> (accessed 21.03.2021).

14. *Puti formirovaniya i prodvizheniya brenda* [Ways to form and promote a brand]. Available at: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=904796> (accessed 09.03.2021).

15. *Sovremennyye metody prodvizheniya brenda v sotsial'nykh setyakh* [Brand-technology]. Available at: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=904796> (accessed 09.03.2021).

#### **Информация об авторах**

**Журавлева Анна Игоревна** – студентка. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: [anayaleaf@yandex.by](mailto:anayaleaf@yandex.by)

**Ковалевская Наталья Ивановна** – старший преподаватель кафедры редакционно-издательских технологий. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: [naivs@tut.by](mailto:naivs@tut.by)

#### **Information about the authors**

**Zhuravleva Anna Igorevna** – student. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [anayaleaf@yandex.by](mailto:anayaleaf@yandex.by)

**Kovalevskaya Natal'ya Ivanovna** – Senior Lecturer, the Department of Editing and Publishing Technology. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [naivs@tut.by](mailto:naivs@tut.by)

*Поступила 15.09.2021*



УДК 004:655.4/5.(075)

У. І. Куліковіч, А. В. Варанецкая  
Беларускі дзяржаўны тэхналагічны ўніверсітэт

### ВЫКАРЫСТАННЕ ІНТЭРНЕТ-РЭСУРСАЎ У РЕДАКТАРСКАЙ ДЗЕЙНАСЦІ

Укараненне беларускай мовы ў інфармацыйныя тэхналогіі, стварэнне электронных слоўнікаў і новых праграм для апрацоўкі і ўдасканалення тэкставых матэрыялаў на сённяшні дзень з'яўляецца актуальнай задачай і не губляе сваёй актуальнасці дзякуючы пастаяннаму пашырэнню ролі камп'ютарызацыі ў жыцці чалавека. Таму і прынятыя ў тэхналогіі літаратурнага рэдагавання асноўныя прыёмы і метады – стартавай пляцоўкі для росквіту рэдактарскага таленту і аўтарскай творчасці – дапаўняюцца выкарыстаннем сучасных дасягненняў камп'ютарных тэхналогій. Артыкул прысвечаны агляду анлайн-інструментаў для рэдагавання тэкставай інфармацыі на беларускай мове. Падрабязна разглядаюцца замежныя і айчыныя камп'ютарна-лінгвістычныя сродкі для ўдасканалення якасці тэкстаў: праверкі правапісу, стылістычнай адпаведнасці і барацьбы з плагіятам – выяўляюцца іх перавагі і недахопы. Асабліва ўвага надаецца распрацоўкам Лабараторыі распазнавання і сінтэзу маўлення Аб'яднанага інстытута праблем інфарматыкі Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі, прыводзіцца дапоўненая метадыка вычыткі тэкстаў з дапамогай шэрагу сэрвісаў платформы corpus.by. Даюцца рэкамендацыі па ўкараненні дадзеных інструментаў у паўсядзённую практычную дзейнасць рэдактараў, карэктараў і аўтараў, акрэсліваюцца абставіны, на якія неабходна звяртаць увагу пры іх выкарыстанні.

**Ключавыя словы:** арфаграфія, памылка, граматыка, праверка правапісу, інфармацыйны стыль, унікальнасць тэксту.

**Для цытавання:** Куліковіч У. І., Варанецкая А. В. Выкарыстанне інтэрнет-рэсурсаў у рэдактарскай дзейнасці // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 136–141.

U. I. Kulikovich, A. V. Varanetskaya  
Belarusian State Technological University

### THE USE OF INTERNET RESOURCES IN EDITORIAL PRACTICE

The introduction of the Belarusian language into information technologies, the creation of electronic dictionaries and new programs for improving text materials is an urgent task today and does not lose its relevance, thanks to the constant expansion of the role of computerization in human life. Therefore, the basic techniques and methods adopted in the technology of literary editing – a launching pad for the prosperity of editorial talent and author's creativity – are supplemented by the use of modern computer technology achievements. The article is devoted to the review of online tools for editing text information in the Belarusian language. Foreign and domestic computer-linguistic tools for improving the quality of texts are considered in detail: spell checking, stylistic compliance and combating plagiarism – their advantages and disadvantages are revealed. Special attention is paid to the developments of the speech recognition and synthesis laboratory of the Joint Institute of Informatics Problems of the National Academy of Sciences of Belarus, an updated method of proofreading texts using a number of platform services is provided corpus.by. Recommendations are given on the implementation of these tools in the daily practical activities of editors, proofreaders and authors, the circumstances that need to be paid attention to when using them are outlined.

**Key words:** spelling, mistake, grammar, spell check, information style, uniqueness of the text.

**For citation:** Kulikovich U. I., Varanetskaya A. V. The use of internet resources in editorial practice. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 136–141 (In Russian).

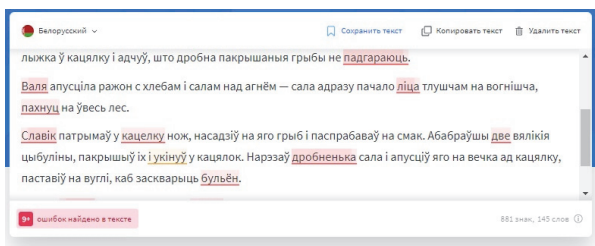
**Уводзіны.** Пытанні аўтаматызацыі рэдакцыйна-выдавецкага працэсу належаць да ліку актуальных і запатрабаваных. Выкарыстанне інфармацыйных тэхналогій падчас падрыхтоўкі рукапісу да друку дазваляе дасягнуць хуткасці без страты якасці, што істотна ўплывае на магчымасці выдавецтваў заставатам канкурэнтаздольнымі.

Праблемы аўтаматызацыі комплексных працэсаў у выдавецкай справе разглядаюцца ў працах М. М. Неўдах і М. А. Зільберглейта [1], В. М. Тарасова, В. У. Чакрыгінай, В. М. Шэрстабітавай [2],

В. Ф. Ткачэнка і І. Н. Няжынскай [3]. Аналізам рускамоўных інтэрнет-рэсурсаў займаліся Л. Ю. Шчыпіцына [4], В. В. Нагель [5], Ю. Д. Галляк [6] і інш., беларускамоўных – А. А. Барковіч [7], А. А. Волчак і У. В. Порыцкі [8]. У асноўным даследчыкі ацэньваюць патрэбы рэсурсаў для ажыццяўлення лінгвістычных даследаванняў або выкладання, таму агляд камп'ютарных тэхналогій, якія дапамагаюць удасканаліваць матэрыялы на этапе рэдагавання, лічыцца актуальным.

Задача артыкула – ахарактарызаваць шэраг інтэрнет-рэсурсаў, якія здольны аптымізаваць дзейнасць рэдактара з тэкставымі матэрыяламі: правяраць правапіс, адпаведнасць інфармацыйнаму стылю і ўнікальнасць беларускамоўнага тэксту; акрэсліць ролю гэтых рэсурсаў для працы рэдактара.

**Асноўная частка.** Шэраг сэрвісаў праверкі правапісу ў анлайн-асяроддзі бясконцы, але толькі адзінкі здольныя апрацоўваць тэксты на беларускай мове. Сярод такіх інструментаў стаў папулярным сэрвіс LanguageTool. Распрацоўшчыкі яго сцвярджаюць, што дадзеная платформа падтрымлівае больш чым трыццаць моў, сярод якіх маецца і беларуская [9]. Карыстальніку неабходна дадаць тэкст, а рэсурс правярае граматыку і арфаграфію, прымяняючы тэхналогію, заснаваную на штучным інтэлекце. Аналіз стылю, танальнасці і афармлення тэксту завяршаецца вылучэннем недахопаў колерам і прадстаўленнем прымальных варыянтаў з улікам кантэксту. Застаецца абраць неабходнае і памылка аўтаматычна выпраўляецца. Адзначым, што сэрвіс знаходзіць большасць арфаграфічных памылак, аднак граматычныя недахопы не заўважае. Напрыклад, падчас апрацавання матэрыялу апіскі і памылкі пры перадачы якання, дзекання на пісьме, ў (нескладовага), падоўжаных і падвоеных зычных былі выяўлены, але граматычная памылка (*кацялку* замест *кацялка*) прапушчана сэрвісам, магчыма, па прычыне недакладнага ўліку кантэксту (мал. 1).



Мал. 1. Вынікі працы сэрвісу LanguageTool

Лабараторыяй распазнавання і сінтэзу маўлення Аб'яднанага інстытута праблем інфарматыкі Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі распрацаваны шэраг сэрвісаў па рэдагаванні электронных масіваў тэкстаў на беларускай мове, якія размешчаны на платформе [www.Corpus.by](http://www.Corpus.by) [10]. Дадае праграмнае забеспячэнне працуе ў рэжыме анлайн і не патрабуе ўсталявання на камп'ютар [11]. Для зручнага выкарыстання ў канкрэтных практычных сферах шматлікая колькасць распрацаваных сэрвісаў падзелена па тэматычных даменах.

У раздзеле «вычытка» захаваны сэрвісы, з дапамогай якіх рэдактар, карэктар ці непасрэдна аўтар могуць правяраць тэксты ў электронным выглядзе на дасканаласць правапісу, асобна на правапіс «ў», зрабіць падлікі частотнасці сімвалаў і слоў, а таксама выканаць ідэнтыфікацыю амаграфіаў.

Вядома, што рэдагаванне тэкстаў уключае не толькі апрацоўку асноўнага тэкставага матэрыялу, але і працу над апаратам выдання. Таму рэдактару прапануецца звяртацца і да наступных раздзелаў:

– «УДК», які дапамагае ў працы з падборам і расшыфроўкай; тут таксама можна згенерываваць алфавітна-прадметны паказальнік;

– «пісьменнік», дзе знаходзяцца сэрвісы па праверцы правапісу, генератар спасылак на публікацыі, а таксама сэрвіс-раманізатар па транслітарцыі імёнаў і геаграфічных назваў, які распрацаваны з улікам дзеючых нарматыўных актаў Рэспублікі Беларусь. Асаблівай ўвагі патрабуе генератар спасылак на публікацыі, таму што менавіта гэты сэрвіс здольны значна скараціць час рэдактара і аўтара над складаннем спіса літаратуры. Сэрвіс распрацаваны згодна з ГОСТ 7.1-2003. Бібліяграфічны запіс. Бібліяграфічнае апісанне і Інструкцыяй па афармленні дысертацыі, аўтарэферата і публікацый ВАК. Для генерацыі спасылак неабходна выбраць тып крыніцы (артыкул часопіса, матэрыялы канферэнцыі, кніга або электронны рэсурс); мову афармлення публікацыі (даступныя руская, беларуская і англійская); увесці імя і прозвішча аўтара або аўтараў, калі іх некалькі; дадаць назву твора, колькасць старонак, год публікацыі, горад, месца, выдавецтва;

– «лінгвіст»: руска-беларускі перакладчык, сінтэзатары маўлення, сэрвісы па ўпарадкаванні даных, рэфератар тэксту, прагназаванне працягласці прамовы, дыялекталагічныя карты і інш.;

– у раздзеле «праграміст» маюцца сэрвісы, якія таксама могуць быць карыснымі ў дзейнасці рэдактара, асабліва ў сферы інтэрнет-выданняў: генератар QR-кода, апрацоўка табліц, захаванне зместу інтэрнет-старонкі, падлік частотнасці сімвалаў і інш.

Супрацоўнікамі Лабораторыі распазнавання і сінтэзу маўлення прыведзена метадыка вычыткі электроннага тэксту праз распрацаванае праграмнае забеспячэнне, сутнасць якой палягае ў паслядоўнай апрацоўцы тэксту наступнымі анлайн-сэрвісамі:

- «Падлік частотнасці сімвалаў»;
- «Праверка правапісу»;
- «Праверка правапісу ў»;
- «Ідэнтыфікатар амаграфіаў».

Дадае метадыка вычыткі ахоплівае толькі арфаграфічны раздзел правапісу. Правільнасць дапасавання слоў і расстаноўкі знакаў прыпынку знаходзіцца па-за кампетэнцыяй сэрвісаў.

Першы этап «Падлік частотнасці сімвалаў» дапамагае правярыць графічны правапіс і часткова пунктуацыю. Аўтары распрацаванай метадыкі рэкамендуюць прагледзець выніковы спіс і правярыць у ім наступнае:

- ці аднолькавая колькасць дужак ( ), [ ];
- ці аднолькавая колькасць падвоеных двукоссяў “ ” і « »;

– ці маюцца ў тэксце адзіночныя двукоссі ", якія не павінны быць, калі ўжо выкарыстоўваюцца падвоеныя двукоссі “ ” і « »;

– ці правільна выкарыстоўваецца злучок /-/, кароткі /-/, доўгі /-/- працяжнікі;

– ці ёсць лацінскія літары ў кірылічным тэксце.

Вынікі сэрвісу прадстаўляюцца ў выглядзе табліцы, у якой пададзена інфармацыя пра назву сімвала, частату яго ўжывання і кантэкст. Так, з дапамогай рэсурса можна заўважыць няпарнае ўжыванне дужак і двукосся, што можа стаць прыкметай таго, што ў тэксце ёсць пунктуацыйныя памылкі. Акрамя таго, сродак адрознівае ўжыванне правага адзіночнага двукосся ў якасці апострафа, што з'яўляецца сур'ёзным графічным хібам і абавязкова павінна выпраўляцца карыстальнікам.

Аднак аналізуючы табліцу з вынікамі працы сэрвісу на дадзеным этапе, непадрыхтаванаму карыстальніку нязручна вылучаць вышэй пералічаныя моманты, таму што звесткі пра сімвалы не ўпарадкаваны. Для самастойнага ўпарадкавання інфармацыі прадугледжана сартыроўка даных, якую можна знайсці толькі інтуітыўна.

На этапе «Праверка правапісу» выяўляецца наступнае:

1. Словы, у якіх ужытыя лацінскія сімвалы: калі ў словах кірылічнага напісання ёсць візуальна аднолькавыя лацінскія сімвалы (/a/, /i/, /o/, /c/ і г. д.), то далей тэкст будзе апрацоўвацца недакладна, таму такія сімвалы трэба выявіць і замяніць кірылічнымі.

2. Словы з памылкамі: усе словы, якіх няма ў слоўніках, пазначаюцца сэрвісам як невядомыя. Карыстальніку неабходна прагледзець спіс невядомых і пазначыць словы без памылак, астатнія – выправіць.

Таксама сэрвіс дае магчымасць ігнараваць пэўныя словы. Гэта можа спатрэбіцца пры вычытцы карыстальнікам вузкасפעцыяльнага тэксту, каб выключыць пападанне загадзя невядомага сэрвісу слова ў спіс невядомых і паскорыць прагляд гэтага спіса [11].

На дадзеным этапе карыстальніку даецца магчымасць самастойна абраць слоўнікі беларускай мовы, у адпаведнасці з якімі будзе правярацца правапіс. Шэраг арфаграфічных і граматычных слоўнікаў падабраны згодна з дзеючымі правіламі правапісу беларускай мовы. Вынікі правэркі падаюцца ў выглядзе табліцы, дзе выпісана слова з памылкай і побач пададзены кантэкст. Адзначым, што сэрвіс не дае парады, як выправіць памылкі, а толькі ўказвае на іх наяўнасць (мал. 2). Пасля азнаямлення з табліцай карыстальніку прапановіцца пазначыць словы без памылак і пачаць пераправерку. Граматычныя недакладнасці, пры выяўленні якіх неабходна ўлічваць кантэкст, не знойдзены сэрвісам.

Вынік			
<b>ПАЗНАЧЭ СЛОВЫ БЕЗ ПАМЫЛАК І КЛІКНІЦЕ «ПЕРАПРАВЕРЫЦЬ!» ( 7 )</b>			
<input type="checkbox"/>	бульён	1	... вуглі, каб заскварыць <b>бульён</b> . Потым Славік дастаў ...
<input type="checkbox"/>	жардзіне	1	... падвешаным на сырой <b>жардзіне</b> . У ім варыліся ...
<input type="checkbox"/>	кацёлку	2	... выкіпела вада ў <b>кацёлку</b> , падвешаным на сырой ... ... Славік патрымаў у <b>кацёлку</b> нож: насадзіў на ...
<input type="checkbox"/>	ліца	1	... сала адразу пачало <b>ліца</b> тлушчам на вогнішча, ...
<input type="checkbox"/>	пахнуц	1	... тлушчам на вогнішча, <b>пахнуц</b> на ўвесь лес. ...
<input type="checkbox"/>	поплу	1	... дастаў з гарачага <b>поплу</b> некалькі зморзчаных бульбін ...
<input type="checkbox"/>	сырэшкі	1	... ім варыліся грыбы: <b>сырэшкі</b> , зялёны ды апенкі. ...
<b>СЛОВЫ, ПАЗНАЧАНЫЯ ЯК ПРАВІЛЬНЫЯ ( 1 )</b>			
<input checked="" type="checkbox"/>	славік	4	... Нагінаючыся над агнём, <b>Славік</b> стараўся ўбачыць, ці ... ... ў лоб, але <b>Славік</b> усё ж пабоўтаў ... ... на ўвесь лес. <b>Славік</b> патрымаў у кацёлку ... ... заскварыць бульён. Потым <b>Славік</b> дастаў з гарачага ...

Мал. 2. Вынікі працы сэрвісу «Праверка правапісу»

Алгарытм сэрвісу «Праверка правапісу «Ў» шукае сімвалы /y/, /U/, /ÿ/, /Ÿ/ і глядзіць на папярэдні сімвал, правяраючы правільнасць ужывання і ўлічваючы актуальныя выключэнні з правілаў правапісу. Дадзены інструмент працуе дасканала, улічваючы выключэнні, абрэвіятуры ў тэксце і словы-амографы.

Сэрвіс «Ідэнтыфікатар амографіў» паказвае карыстальніку амографы – словы, якія маюць аднолькавае напісанне і рознае вымаўленне, напрыклад, мўзыка і музўка. Карыстальніку прапануецца прагледзець выніковую табліцу, якая складаецца са спіса амографіў, варыянтаў націску, тыпаў амографіў, іх колькасці і кантэксту, і прыняць рашэнне, у якіх словах-амографіях і на якіх складах трэба пазначыць націскі, і ўнесці гэтыя націскі ў тэкст.

Алгарытм вычыткі заканчваецца на гэтым этапе, але можа быць дапоўненым у залежнасці ад тыпу тэксту. Так, любы рукапіс навуковай накіраванасці звычайна мае спіс літаратуры і можа быць дапоўнены кодам універсальнай дзесяцічнай класіфікацыі (УДК) і мець алфавітна-прадметны паказальнік. Таму, як мы лічым, карысна ўключаць у алгарытм падрыхтоўкі тэксту і такія камп'ютарна-лінгвістычныя сродкі платформы www.corpus.by, як сэрвісы па генерацыі спасылкаў літаратуры, алфавітна-прадметнага паказальніка і пошуку кода УДК.

Пры правэрцы правапісу рэдактар таксама можа карыстацца электроннымі варыянтамі слоўнікаў беларускай мовы, напрыклад slounik.org і руска-беларускі слоўнік skarnik.by, але неабходна памятаць пра ўступленне ў дзеянне Закона Рэспублікі Беларусь «Аб Правілах беларускай арфаграфіі і пунктуацыі» ад 23 ліпеня 2008 г., і правяраць, якім выданнем кіруецца электронны сродак, каб адрозніваць формы беларускай арфаграфіі: сучасную («афіцыйную») і класічную («тарашкевіцу») [12].

Інстытутам мовазнаўства імя Якуба Коласа Нацыянальнай акадэміі навук распрацаваны

Нацыянальны корпус беларускай мовы [13]. Корпус – гэта апрацаваны паводле пэўных правілаў збор тэкстаў у электроннай форме. Яго граматычная база можа шырока выкарыстоўвацца ў рэдактарскай рабоце пры праверцы ўжывальнасці таго ці іншага слова, яго граматычных форм і г. д.

Сёння для напісання стылістычна моцнага тэксту варта кіравацца прыёмамі інфармацыйнага стылю. Так, у папулярным выданні аб інфармацыйным стылі «Пиши, сокращай» М. Ільяхаў і Л. Сарычава грунтуюцца на працах савецкага перакладчыка і рэдактара Галь Н., амерыканскага прафесара Странка У. і даюць наступнае азначэнне гэтаму паняццю: інфармацыйны стыль – гэта рэдактарская дысцыпліна, якая дапамагае зрабіць складаны тэкст простым, вылучыць галоўнае і дапамагчы чытачу зрабіць высновы [14]. Акрамя таго, М. Ільяхаў распрацаваў аналітычную сістэму «Главред» – сэрвіс, які дапамагае знаходзіць у тэксце стоп-словы: рэкламныя, газетныя і бытавыя штампы, канцэлярызмы, недакладныя фармулёўкі, неаб’ектыўныя ацэнкі, плеаназмы, няправільна выкарыстаныя запазычаныя прыкметы дрэннага сінтаксісу, залежны стан, пабочныя словы і канструкцыі [15].

Сэрвіс працуе наступным чынам: карыстальніку неабходна дадаць тэкст, механізм шукае і падсвечвае стоп-словы, выводзіць прыклады і адзнаку, якая адлюстроўвае адносіны стоп-слоў да колькасці слоў у тэксце. Чым менш стоп-слоў, тым вышэйшы бал. Сістэма распрацавана галоўным чынам для тэкстаў на рускай мове, але здольна выяўляць сур’ёзныя недахопы і беларускамоўных матэрыялаў.

У час камп’ютарызацыі і інтэрнета магчымасць аўтаматызаванай барацьбы з неарыгінальнымі тэкстамі дазваляе рэдактару трымаць планку

якасці. Існуе вялікая колькасць сеткавых інструментаў для выяўлення плагіяту – праверкі ўнікальнасці тэксту, напрыклад «Text.ru», «Антиплагиат», «Content Watch» і інш. Большая частка функцый такіх сэрвісаў бясплатная. Карыстальніку неабходна дадаць тэкст у адпаведнае акно сэрвісу і запусціць праверку. У выніку сэрвіс выдае праэнт ўнікальнасці або праэнт запазычаняў і нават спасылкі на адпаведныя публікацыі. Пры аналізе ўлічваюцца словы, якія нясуць сэнсавую нагрузку, а прыназоўнікі, злучнікі, выклічнікі не ўлічваюцца. Таксама аналіз ажыццяўляецца па фразях і іх фрагментах, для гэтага тэкст дзеліцца на паслядоўнасці слоў з пэўным крокам. Напрыклад, сэрвіс «Text.ru» выяўляе высокі праэнт плагіяту пры някасным перапісванні тэкстаў па тэхніцы змянення кожнага чацвёртага або пятага слова; пры перастаноўцы слоў і сказаў; пры змене склону, часу і іншых граматычных катэгорый; пры дапісванні ў зыходны тэкст новых слоў.

**Заклучэнне.** Спецыяльна распрацаваных сэрвісаў для працы з беларускамоўнымі тэкстамі няшмат. Творча пераасэнсаваныя стандартныя прыёмы і метады рэдактарскай апрацоўкі тэксту з улікам сучасных дасягненняў сферы камп’ютарных тэхналогій могуць быць прыменены ў сучаснай выдавецкай і рэдактарскай працы. Так, для барацьбы з плагіятам яшчэ на этапе атрымання рукапісу рэдактар можа карыстацца сэрвісамі для праверкі ўнікальнасці. На этапах рэдагавання і карэктуры праблемныя месцы тэксту з пункту гледжання граматыкі і арфаграфіі становіцца магчымым вырашыць з дапамогай беларускага N-корпуса і сэрвісаў вычыткі платформы Corpus.by. Акрамя таго, дадзеныя сэрвісы могуць стаць інструментам падрыхтоўкі апарату выдання.

### Спіс літаратуры

1. Невдах М. М., Зильберглейт М. А. Автоматизированная оценка трудности учебных текстов // Труды БГТУ. 2011. № 9: Издат. дело и полиграфия. С. 111–118.
2. Тарасов В. Н., Чекрыгина В. В., Шерстобитова В. В. Автоматизация процесса допечатной подготовки // Вестник Самарского государственного технического университета. 2013. С. 34–40.
3. Нежинская И. Н., Ткаченко В. Ф. Разработка и исследование автоматизированной системы управления совместной допечатной подготовкой изданий // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2011. С. 55–58.
4. Щипицина Л. Ю. Информационные технологии в лингвистике. М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. 128 с.
5. Нагель О. В. Корпусная лингвистика и ее использование в компьютеризированном языковом обучении // Язык и культура. 2008. С. 53–59.
6. Голяк Ю. Д. Концепция разработки электронного словаря для семантических сетей и паутинов в компьютерных системах (на базе русского языка) // Компьютерная лингвистика: научное направление и учебная дисциплина. 2012. С. 31–35.
7. Барковіч А. А. Магчымасці корпусных даследаванняў спалучальнасці адзінак беларускай мовы // Компьютерная лингвистика: научное направление и учебная дисциплина. 2012. С. 5–8.
8. Волчек О. А., Порицкий В. В. Проект корпуса белорусскоязычной периодики и художественной прозы // Компьютерная лингвистика: научное направление и учебная дисциплина. 2012. С. 16–19.

9. Languagetool – Проверка грамматики и стилистики. URL: <https://languagetool.org/ru> (дата обращения: 21.08.2021).
10. Corpus.by – Платформа для апрацоўкі тэкставай і гукавой інфармацыі. URL: <https://www.corpus.by> (дата обращения: 25.08.2021).
11. Гецэвіч Ю. С., Лысы С. І., Станіслаўенка Г. Р. Рэдагаванне электронных масіваў тэкстаў на беларускай мове з выкарыстаннем камп’ютарна-лінгвістычных сэрвісаў платформы [www.corpus.by](http://www.corpus.by) // Карпаўскія навуковыя чытанні. Вып. 10. Ч. 1. 2016. С. 262–267.
12. Архипова Я. И., Куликович В. И. Белорусскоязычные словари в сети интернет // Библиотека в информационном обществе: сохранение традиций и развитие новых технологий. Тема года – «Эффективное использование информационных технологий и наукометрических инструментов в библиотечно-информационной, научной и образовательной деятельности»: доклады II Международ. науч. конф., Минск, 1–2 дек. 2016 г. Минск: Ковчег, 2016. С. 220–226.
13. Беларускі N-корпус. URL: <https://bnkorporus.info> (дата обращения: 30.08.2021).
14. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай: как создавать сильный текст. М.: Альпина Паблишер, 2019. 440 с.
15. Главред β. URL: <https://glvrd.ru> (дата обращения: 31.08.2021).

### References

1. Nevdakh M. M., Zil’bergleyt M. A. Automated assessment of the difficulty of educational texts. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], 2011, no. 9, Publishing and Printing, pp. 111–118 (In Russian).
2. Tarasov V. N., Chekrygina V. V., Sherstobitova V. V. Automation of the prepress preparation process. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [Bulletin of the Samara State Technological University], 2013, pp. 34–40 (In Russian).
3. Nezhinskaya I. N., Tkachenko V. F. Development and research of an automated management system for joint prepress preparation of publications. *Vostochno-Evropeyskiy zhurnal peredovykh tekhnologiy* [Eastern European Journal of Enterprise Technologies], 2011, pp. 55–58 (In Russian).
4. Shchipitsina L. J. *Informatsionnyye tekhnologii v lingvistike* [Information technologies in linguistics]. Moscow, FLINTA: Nauka Publ., 2013. 128 p.
5. Nagel’ O. V. Corpus linguistics and its use in computerized language teaching. *Yazyk i kul’tura* [Language and culture], 2008, pp. 53–59 (In Russian).
6. Golyak J. D. The concept of developing an electronic dictionary for semantic networks and webs in computer systems (based on the Russian language). *Komp’yuternaya lingvistika: nauchnoye napravleniye i uchebnaya distsiplina* [Computational linguistics: a scientific direction and an academic discipline], 2012, pp. 31–35 (In Russian).
7. Barkovich A. A. The possibilities of corpus studies of the compatibility of units of the Belarusian language. *Komp’yuternaya lingvistika: nauchnoye napravleniye i uchebnaya distsiplina* [Computational linguistics: a scientific direction and an academic discipline], 2012, pp. 5–8 (In Russian).
8. Volchek O. A., Porickij V. V. The project of the corpus of Belarusian-language periodicals and fiction language. *Komp’yuternaya lingvistika: nauchnoye napravleniye i uchebnaya distsiplina* [Computational linguistics: a scientific direction and an academic discipline], 2012, pp. 16–19 (In Russian).
9. *Languagetool – Proverka grammatiki i stilistiki* [Languagetool – Checking grammar and style]. Available at: <https://languagetool.org/ru> (accessed 21.08.2021).
10. *Corpus.by – Platforma dlya apratsoyki tekstavay i gukavoy infarmatsyi* [Corpus.by – Computational platform for electronic texts and speech processing]. Available at: <https://www.corpus.by> (accessed 25.08.2021).
11. Gecevich Yu. S., Lysy S. I., Stanislavenka G. R. Editing of electronic arrays of texts in the Belarusian language using the computer-linguistic services of the platform [www.corpus.by](http://www.corpus.by). *Karpauskiya navukovyja chytanni* [Karpov scientific readings], issue 10, part. 1, 2016, pp. 262–267 (In Belarusian).
12. Arkhipova Ya. I., Kulikovich V. I. Belarusian-language dictionaries on the Internet. *Doklady II Mezhdunar. nauch. konf. “Biblioteka v informatsionnom obshchestve: sokhraneniye traditsiy i razvitiye novykh tekhnologiy. Tema goda – “Effektivnoye ispol’zovaniye informatsionnykh tekhnologiy i naukometricheskikh instrumentov v bibliotечно-informatsionnoy, nauchnoy i obrazovatel’noy deyatel’nosti”* [Reports of the II International Scientific Conference “Library in the information society: preservation of traditions and development of new technologies. The theme of the year is “Effective use of information technologies and scientometric tools in library and information, scientific and educational activities”]. Minsk, 2016, pp. 220–226 (In Russian).

13. *Belaruski N-korpus* [Belarusian N-corpus]. Available at: <https://bnkorporus.info> (accessed 30.08.2021).
14. П'яхов М., Сарычева Л. *Pishi, sokrashchay: kak sozdavat' sil'nyy tekst* [Write, shorten: how to create a strong text]. Moscow, Al'pina: Publisher Publ., 2019. 440 p.
15. *Glavred β* [Glavred β]. Available at: <https://glvrd.ru> (accessed 31.08.2021).

### Інфармацыя пра аўтараў

**Куліковіч Уладзімір Іванавіч** – кандыдат філалагічных навук, дацэнт, загадчык кафедры рэдакцыйна-выдавецкіх тэхналогій. Беларускі дзяржаўны тэхналагічны ўніверсітэт (220006, г. Мінск, вул. Свядлова, 13а, Рэспубліка Беларусь). E-mail: [kulikovich@belstu.by](mailto:kulikovich@belstu.by)

**Варанецкая Аляся Вячаславаўна** – магістрант кафедры рэакцыйна-выдавецкіх тэхналогій. Беларускі дзяржаўны тэхналагічны ўніверсітэт (220006, г. Мінск, вул. Свядлова, 13а, Рэспубліка Беларусь). E-mail: [alesyavoronetskaya@yandex.by](mailto:alesyavoronetskaya@yandex.by)

### Information about the authors

**Kulikovich Uladzimir Ivanavich** – PhD (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Editorial and Publishing Technologies. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [kulikovich@belstu.by](mailto:kulikovich@belstu.by)

**Varanetskaya Alesia Vyachaslavauna** – Master's degree student, the Department of Editing and Publishing Technology. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [alesyavoronetskaya@yandex.by](mailto:alesyavoronetskaya@yandex.by)

*Паступіў 10.09.2021*

УДК 81-25

**А. М. Романова**

Белорусский государственный технологический университет

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ  
В НЕЯЗЫКОВОМ УЧЕБНОМ ВЫСШЕМ ЗАВЕДЕНИИ**

Обучение переводу научной и технической литературы в неязыковом УВО практико-ориентировано и предполагает овладение различными стратегиями перевода, научным стилем и логической последовательностью изложения сложного материала, достижением полноты изложения при отсутствии непосредственного контакта с получателем речи, терминологией на иностранном языке и обновлении этого знания в свете изменения норм речи в стране носителей языка. Автор приводит грамматические особенности научно-технического стиля в современном английском языке; синтаксическую структуру научно-технического текста; стилеобразующие факторы английской научной речи; стратегию перевода. Рассмотрены изменения, которые претерпел английский язык за последние двадцать лет в процессе ассимиляции иностранцев в Англии. Приведены специализированные сайты для переводчиков с учетом формально-логического стиля изложения технической английской литературы. Также описаны особенности и нормы перевода (когезия, зевгма, перевод заимствований путем дефинирования), формирование у студентов неязыкового учреждения высшего образования компетенций, необходимых для практико-ориентированного перевода (академической, речевой, технической, информационно-поисковой, контекстуальной или трансформационной). Все стилистические и терминологические особенности перевода, равно как и грамматические явления, в научной и технической литературе сопровождаются многочисленными примерами.

**Ключевые слова:** научный стиль, когезия, силлеспис, английский язык, неязыковое УВО.

**Для цитирования:** Романова А. М. Практико-ориентированное обучение переводу в неязыковом учебном высшем заведении // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. № 2 (244). С. 142–146.

**A. M. Romanova**

Belarusian State Technological University

**PRACTICE ORIENTED TRANSLATION TRAINING  
IN NON-LINGUISTIC UNIVERSITIES**

Training in the translation of scientific and technical literature in a non-linguistic University is practice-oriented and involves mastering various translation strategies, scientific style and logical sequence of presentation of complex material, achieving completeness of presentation in the absence of direct contact with the recipient of speech, terminology in a foreign language and updating this knowledge in the light of changes in the norms of speech in the country of native speakers. The author gives the grammatical features of the scientific and technical style in modern English; the syntactic structure of the scientific and technical text; style-forming factors of English scientific speech; translation strategy. The changes that the English language has undergone over the past twenty years in the process of assimilation of foreigners in England are considered. The article presents specialized websites for translators, taking into account the formal and logical style of presentation of technical English literature. It also describes the features and norms of translation (cohesion, zeugma, translation of borrowings by their definition), the formation of students of non-linguistic higher education institutions of the competencies necessary for practice-oriented translation (academic, speech, technical, information search, contextual or transformational). All stylistic and terminological features of translation, as well as grammatical phenomena, are accompanied by numerous examples in the scientific and technical literature.

**Key words:** scientific style, cohesion, syllepsis, English language, non-linguistic university.

**For citation:** Romanova A. M. Practice oriented translation training in non-linguistic universities. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (244), pp. 142–146 (In Russian).

**Введение.** Процесс обучения переводу в неязыковом УВО происходит применительно к технической литературе, для которой характерны точность языка и формально-логический стиль изложения, инверсия (обратный порядок слов).

Перевод такой литературы практико-ориентирован, поэтому обучение ему предполагает формирование у студентов следующих компетенций: академической (language competence), речевой (speech competence), технической (technological competence),

информационно-поисковой (information-mining competence), контекстуальной или трансформационной (transformational competence).

**Основная часть.** Научно-техническому стилю в современном английском языке присущи следующие грамматические особенности: широкое употребление множественного числа вещественных существительных (fats, oils, greases, steels, rare earths, sands, wools, gasolines, etc.); множественного числа в названиях инструментов (clippers, jointers, shears, dividers, compasses, trammels, etc.); использование предлога of для передачи видо-родовых отношений (the oxidizer of liquid oxygen, the fuel of kerosene); распространенность атрибутивных сочетаний со словами type, design, pattern, grade; повышенное использование причинно-следственных союзов и логических связей (since, therefore, it follows that, so, thus, it implies, involves, leads to, results in); широко употребляются безличные формы и конструкции с one. Например: "Protective clothing and dry-chemical-type fire extinguisher should be readily available in the area" [1].

Термины, обозначающие вещество и отвлеченное понятие, употребляются в обеих числовых формах без сдвига лексического значения и могут определяться числительными. Например: "Normally two horizontal permeabilities are measured". Объясняется это не ограничениями внутриязыкового порядка, а экстралингвистическими причинами [2].

Стройная и полная синтаксическая структура научно-технического текста объясняется важными стилеобразующими факторами научной речи (необходимость доходчивости и логической последовательности изложения сложного материала и традиционность). В них преобладают сложноподчиненные предложения. Немногочисленные простые предложения развернуты за счет однородных членов. Как правило, почти каждое существительное научного текста имеет постпозитивное или препозитивное определение, или и то и другое одновременно. Характерными для технических текстов являются препозитивные определительные группы, состоящие из целых цепочек слов: hydrogen-ion-potential recorders, anti-aircraft fire-control systems). Большое развитие определений этого типа связано с требованием точного ограничения используемых понятий. По этой же причине многие слова поясняются предложными, причастными, герундиальными и инфинитивными оборотами [3].

Как видно из представленных синтаксических, грамматических и морфологических особенностей данного текста, единственная функция научного стиля – интеллектуально-коммуникативная, другие функции факультативны. Научный стиль характерен для текстов, предназначенных для сообщения точных сведений из какой-либо

специальной области и для закрепления процесса познания. Именно этим обстоятельством и определяется характер особенностей научного стиля в английском языке [4].

Таким образом, можно выделить следующие стилеобразующие факторы английской научной речи: необходимость доходчивости и логической последовательности изложения сложного материала; традиционность изложения; достижение полноты изложения при отсутствии непосредственного контакта с получателем речи [5].

Технические тексты необходимо переводить так, чтобы любой специалист в той или иной технической области понял, о чем идет речь. А это достигается за счет сохранения формально-логического стиля на протяжении всего перевода с английского языка на русский и наоборот. Таким образом, перевод текстов с техническим английским более тяготеет к научному переводу с соблюдением правил перевода в той или иной технической сфере.

Стратегии перевода: 1) понимание оригинала текста предшествует переводу (*Л. Кэрол «Jabberwocky» – «Считалочки»*); 2) перевод смысла, а не буквальный перевод (He is a regular ass. – Он круглый дурак (а не регулярный осел)); 3) жертвовать менее важными элементами текста ради большего успеха перевода; 4) значение целого важно (по совокупности элементов); 5) перевод должен соответствовать нормам языка, на который вы переводите текст [6].

При переводе научной и технической литературы, изданной сегодня в Великобритании, следует учитывать тот факт, что здесь проживают 66 млн человек, подавляющее большинство которых являются потомками эмигрантов в 1–3 поколения. В процессе ассимиляции иностранцев в Англии за последние 20 лет английский язык претерпел следующие изменения:

1) слова потеряли истинный смысл, при этом его не отменили, а просто их «люпают» где угодно, например: *a terrific beauty* – страшная красота; *edgy feeling* – напряжение, но *edgy dress* – писк моды; *Delicious meal!* – Классная штука! (о новой вещи, шляпке, пр.); *slum dunk* (т. е. бросок в кольцо в баскетболе) – успешный; *Subway and manners!* – Хорошие манеры и метро не совместимы! [7];

2) широко используются слова-хамелеоны (weasel words) и двусмысленности (ambiguity), например: *nuts in your head* – сумасшедший; *requested floor (not wishing floor)* – нужный этаж [8];

3) в обиход вошли новые политкорректные термины и фразеологизмы, например: *to microwave mentally – if you don't do it, then don't do it at all*; *generation XL – fat children / suffering from overweight*; *femini NAZI – aggressive feminism*; *invictus games – games for army men invalided some way (like Para Olympic Games)* [9];



4) использование неологизмов, например: *Brexit* (брексит) и *Grexit* (грексит). Брексит (ударение на «е») образован из первых двух букв слова «Британия» и слова «exit» (выход). Имеется в виду выход Великобритании из Евросоюза. Неологизм образован по аналогии со словом «Grexit», которым обозначается возможный выход Греции из ЕС [10];

5) постепенно появляются искусственно образованные термины и словосочетания, например: *cherry-picking policy* – все выборочно (досл. «по ягодке собирают»); *nothing should be off the table* – нужно все решить; *behind the doors of #10* (= *in the Prime Minister's Cabinet*) – решение на высшем уровне; *a serious head scratching* – серьезная головомойка; *ABC drinking ulu social drinking* – пью только по праздникам (под праздниками понимаются годовщина “Anniversary”, день рождения “Birthday”, рождество “Christmas”) [11];

6) частое употребление сокращений с новым значением, которые противоречат правилу «говори кратко, но четко» (“Be brief, but clear!”), например: *GSM (good sense of humor)* – хорошее чувство юмора [12];

7) вербальная коммуникация происходит с образованием слов-сокращений (*Globish = global English*), использования искусственных фраз без смысловой нагрузки (*It's not my cup of tea / piece of cake*. – это не мое дело) [13].

Таким образом, человеку, работающему с языком, важно помнить следующее: 1) English changes every day due to social changes! – Английский язык претерпевает изменения ежедневно; 2) Keep trace to / of the language!!! – Следи за изменениями в языке.

Важно знать нормы языка, на который ты переводишь, так как на нем ты и делаешь перевод. Чтобы получить наиболее правильный вариант перевода, необходимо освоить использование различных приемов и методов перевода текста. Приемы перевода – это конкретный подход к реальной трудности при переводе. К ним относятся: перифразирование, развернутый перевод, антонимический перевод, калькирование. Для практики выберите упражнения с одним и тем же словом на перевод. Официальный сайт ООН ([www.un.org](http://www.un.org)) и [unstats.un.org](http://unstats.un.org)) предлагает архив текстов выступлений, докладов, резолюций на английском языке с переводом. Для практики достаточно выбрать такой документ и перевести его самостоятельно, а затем сравнить с официальным вариантом его перевода, чтобы увидеть возможные неточности и ошибки, которые вы допустили. Следует различать перевод буквальный / знаковый (*interlinear*) и смысловой (*transformation*), уметь делать коммунальный перевод (*community interpreting*), предполагающий достаточное владение терминологией для визита с иностранцем к врачу, в отели, т. д. [14].

С точки зрения стиля перевода нужно помнить:

а) что система языка включает жанры, образность, перевод может быть газетным, официальным, торжественным, научным;

б) синхронный перевод включает и реферирование (компрессия или замена текста), и аннотирование (оценка текста и выборка по нему).

В каждом стиле есть свой жанр, допускающий или не предполагающий использование метафор, образных выражений и пр.

Согласно стандарту перевода ГОСТ 7.36.2006, образные фразеологизмы в английских научных текстах при переводе на русский язык становятся нейтральными. Например: *the company took off another shoe to achieve the progress* – ... приняла меры, ускорила. При переводе одно предложение (англ.) будет передано лексически, а на другом языке (рус.) – синтаксически. Например: *Nobody knows everything for sure!* – Никто ничего не знает наверняка! [4].

Вот лишь некоторые особенности перевода, на которые стоит обратить внимание: тема и рема, зевгма, перевод заимствований и соблюдение полнотекстности.

Тема и рема. Любой текст должен быть связным и любое предложение имеет в себе то, что связывает его с контекстом – с предыдущим и последующим участками текста, т. е. в нем есть исходный посыл (от предыдущего) – «тема» и новая информация (к последующему) – «рема». Схема актуального членения русского предложения: «от темы к реме». Например: «Мальчик (тема) вышел в коридор (рема)». Далее повествование про коридор или про следование мальчика. Сравните «В коридор (тема) вышел мальчик (рема)»: далее повествование о том, что это за мальчик. В английском языке: “The boy came into a corridor” и “A boy came into the corridor”. Часто в английском языке рема помещена в начале предложения (но не всегда). При переводе необходимо ориентироваться не на грамматику английского оригинала, а на контекст и правила русского языка [4].

Зевгма – это стилистический прием значимого нарушения синтаксической связи или смыслового согласования в словосочетании или между предложениями. Это использование слова в предложении сразу в нескольких значениях или синтаксическая ошибка, при которой объединение в одной конструкции нескольких отличающихся грамматически слов приводит к неправильному согласованию с другим словом. Зевгма использует слово в одном (буквальном) грамматическом, но другом (метафорическом) смысловом отношении к двум соседним словам. Например: “He lost everything there was to lose: his friend, his purse, his head and finally his reputation” –

Он потерял все, что можно было потерять – друга, кошелек, голову и, наконец, репутацию [3].

**Особенности перевода заимствований.** Необходимо толковать при переводе заимствованные лексемы, так как представляется трудным подобрать им русский эквивалент. Такие лексемы, как *lookism*, *sizism*, *fattism*, *weightism*, лучше всего переводить путем их дефинирования, например, *lookism* – дискриминация по внешним данным, *sizeism* – дискриминация по физическим параметрам (ввиду того, что значение русской лексемы «размеризм» понятно не каждому), *fattism* – дискриминация полных людей, *weightism* – дискриминация по признаку физического веса, *ablism* – дискриминация по физическим способностям. С последним непосредственно связан другой термин – *disabled*, который рекомендуется использовать вместо *invalid* [3].

Социальные и культурные процессы в обществе влияют на смещение и дифференциацию семантических оттенков значения слова. Таким образом, из языка удаляются все те языковые единицы, которые задевают чувства, достоинство индивидуума, его расовую и половую принадлежность, возраст, состояние здоровья, социальный статус, внешний вид, а точнее – найти для них нейтральные и положительные эвфемизмы (т. е. смягченное выражение вместо резкого или нарушающего нормы приличия). Например:

chairman – chairperson (председатель), spokesman – spokesperson (делегат), cameraman – camera operator (оператор), foreman – supervisor (начальник) [14].

Процесс обучения переводу в неязыковом УВО происходит применительно к технической литературе. Технический английский язык точен и имеет формально-логический стиль изложения. В нем множество специализированных терминов, значение которых широко представлено в специализированных технических словарях, на сайтах для переводчиков (<http://translation-blog.ru/knowhow>) и сайтах-программах ([www.multitrans.ru](http://www.multitrans.ru)). Последний позволяет сохранять Ваш вариант перевода терминов как авторский.

**Заключение.** Обучение переводу такой литературы предполагает владение языком оригинала и тем языком, на который мы переводим. Как видно из представленных синтаксических, грамматических и морфологических особенностей научно-технического текста, единственная функция научного стиля – интеллектуально-коммуникативная, другие функции факультативны. Научный стиль характерен для текстов, предназначенных для сообщения точных сведений из какой-либо специальной области и для закрепления процесса познания. Именно этим обстоятельством и определяется характер особенностей научного стиля в английском языке.

### Список литературы

1. Володина М. Н. Когнитивно-информационная природа термина и терминологическая номинация: дисс. ... докт. филол. наук. М., 1998. 178 с.
2. Гореликова С. Н. Природа термина и некоторые особенности терминообразования в английском языке // Вестник ОГУ. 2002. № 6. С. 129–136.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. школа, 1990. 253 с.
4. Латышев Л. К. Курс перевода: эквивалентность перевода и способы ее достижения. М.: Международные отношения, 1981. 300 с.
5. Лотте Д. С. Образование системы научно-технических терминов // Основы построения научно-технической терминологии. 1961. 160 с.
6. Миньяр-Белоручев Р. К. Общая теория перевода и устный перевод. М.: Воениздат, 1980. 237 с.
7. Цвиллинг М. Я. Научная литература: язык, стиль, жанры. М.: Наука, 1985. 336 с.
8. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василюка. М.: Гардарики, 2003. 615 с.
9. Комиссарова В. Н. Проблемы перевода в свете теории коммуникации // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. М.: Международные отношения, 1978. 232 с.
10. Пумпянский А. Л. Лексические закономерности научной и технической литературы. Англо-русские эквиваленты: учеб. пособие. Калининград: КГУ, 1980. 83 с.
11. Стрелковский Г. М., Латышев Л. К. Научно-технический перевод. М.: Просвещение, 1980. 175 с.
12. Talbot J., Taylor. Linguistic Theory and Structural Stylistics. Oxford: Pergamon Press, 1981. 111 p.
13. Синдеев Ю. Англо-русский политехнический словарь. Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. 831 с.
14. Hornby A. S., Cowie A. P., Gimson A. C. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. London: Oxford Univ. Press, 1980. 1055 p.

### References

1. Volodina M. N. *Kognitivno-informatsionnaya priroda termina i terminologicheskaya nominatsiya*. Dis. ... dokt. filol. nauk [Cognitive-informational nature of the term and terminological nomination. Diss. DSc (Philology)]. Moscow, 1998. 178 p.

2. Gorelikova S. N. The nature of the term and some features of term formation in the English language // *Vestnik OGU* [OSU Bulletin], 2002, no. 6, pp. 129–136 (In Russian).
3. Komissarov V. N. *Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty)* [Translation theory (linguistic aspects)]. Moscow, Vysshaya shkola Publ., 1990. 253 p.
4. Latyshev L. K. *Kurs perevoda: ekvivalentnost' perevoda i sposoby ee dostizheniya* [Translation Course: Translation Equivalence and ways to achieve it]. Moscow, Mezhdunarodnyye otnosheniya Publ., 1981. 300 p.
5. Lotte D. S. Formation of a system of scientific and technical terms. *Osnovy postroyeniya nauchno-tekhnicheskoy terminologii* [Fundamentals of the construction of scientific and technical terminology], 1961. 160 p. (In Russian)
6. Min'yar-Beloruchev R. K. *Obshchaya teoriya perevoda i ustnyy perevod* [General theory of translation and interpretation]. Moscow, Voenizdat Publ., 1980. 237 p.
7. Cvilling M. Ya. *Nauchnaya literatura: yazyk, stil', zhanry* [Scientific literature: language, style, genres]. Moscow, Nauka Publ., 1985. 336 p.
8. Vasilik M. A. *Osnovy teorii kommunikatsii* [Fundamentals of communication theory]. Moscow, Gardariki Pub., 2003. 615 p.
9. Komissarova V. N. Translation problems in the light of communication theory. *Voprosy teorii perevoda v zarubezhnoy lingvistike* [Questions of translation theory in foreign linguistics], 1978. 232 p. (In Russian)
10. Pumpyanskiy A. L. *Leksicheskiye zakonomernosti nauchnoy i tekhnicheskoy literatury. Anglo-russkiye ekvivalenty* [Lexical patterns of scientific and technical literature. English-Russian equivalents]. Kaliningrad, KGU Publ., 1980. 83 p.
11. Strelkovskiy G. M., Latyshev L. K. *Nauchno-tekhnicheskyy perevod* [Scientific and technical translation]. Moscow, Prosveshcheniye Publ., 1980. 175 p.
12. Talbot J., Taylor. *Linguistic Theory and Structural Stylistics*. Oxford, Pergamon Press Publ., 1981. 111 p.
13. Sindeev Yu. *Anglo-russkiy politekhnicheskyy slovar'* [English-Russian Polytechnic Dictionary]. Rostov-na-Donu, Feniks Publ., 2002. 831 p.
14. Hornby A. S., Cowie A. P., Gimson A. C. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. London, Oxford Univ. Press Publ., 1980. 1055 p.

#### Информация об авторе

**Романова Анна Михайловна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры межкультурных коммуникаций и технического перевода. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: annaromanova@yahoo.com

#### Information about the author

**Romanova Anna Mikhaylovna** – PhD (Pedagogics), Assistant Professor, the Department of Intercultural Communication and Technical Translation. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: annaromanova@yahoo.com

Поступила 12.03.2021

УДК 659.1.01

**Т. В. Солодовникова**

Белорусский государственный университет

**СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БЕЛОРУССКОГО ПЛАКАТА  
КАК ДОМИНИРУЮЩЕЙ ФОРМЫ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ  
НА ТЕРРИТОРИИ БЕЛАРУСИ С 1914 ПО 1990 Г.<sup>1</sup>**

Статья посвящена особенностям развития плакатного искусства в контексте рекламной коммуникации на территории Беларуси с 1914 по 1990 г. Проведен детальный анализ содержания белорусских плакатов в указанный исторический период, рассмотрены факторы, способствовавшие их широкому распространению как средства информационного воздействия на целевую аудиторию. Отмечена зависимость рекламного дискурса от социально-политических трансформаций, происходивших в обществе и государстве.

В статье автор опирается на работы таких белорусских исследователей, как Голубович А. Г., Говин С. В., Шамшур В. В., Борозна М. Г., Саратовская Н. Н., Атрахович Е. И. Теоретический материал подкреплен многочисленными примерами белорусских плакатов, которые позволяют наглядно проследить специфику рекламной коммуникации в обозначенный период, в том числе затрагиваемую проблематику и особенности художественного исполнения.

Установлено, что изучение плакатного искусства как одной из форм рекламной коммуникации позволяет выявить основные аспекты социально-экономического и политического развития страны на конкретном историческом этапе. Практическое значение исследования заключается в возможности использования его результатов для периодизации рекламной коммуникации на территории Беларуси, а также для определения перспектив применения плакатов для донесения информации до целевой аудитории в современных условиях.

**Ключевые слова:** плакат, агитация, пропаганда, идеология, рекламная коммуникация.

**Для цитирования:** Солодовникова Т. В. Содержательные характеристики белорусского плаката как доминирующей формы рекламной коммуникации на территории Беларуси с 1914 по 1990 г. // Труды БГТУ, Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. № 2 (249). С. 147–152.

**T. V. Solodovnikova**

Belarusian State University

**CONTENT CHARACTERISTICS OF THE BELARUSIAN POSTER  
AS A DOMINANT FORM OF ADVERTISING COMMUNICATION  
IN THE TERRITORY OF BELARUS FROM 1914 TO 1990**

The article is devoted to the peculiarities of the development of poster art in the context of advertising communication on the territory of Belarus from 1914 to 1990. The paper contains a detailed analysis of the content of Belarusian posters in the specified historical period, considers factors that contributed to their widespread dissemination as a means of informational influence on the target audience. In the article is noted the dependence of the advertising discourse on the socio-political transformations taking place in the society and the state.

In the article, the author relies on the works of such Belarusian researchers as Golubovich A. G., Govin S. V., Shamshur V. V., Borozna M. G., Saratovskaya N. N., Atrakhovich E. I. The theoretical material is supported by numerous examples of Belarusian posters, which make it possible to visually trace the specifics of advertising communication in the indicated period, including the indexed issues and features of artistic performance.

It has been defined that the study of poster art as one of the forms of advertising communication makes it possible to identify the main aspects of the socio-economic and political development of the country at a specific historical stage. The practical significance of the study is based on the possibility of using its results for the periodization of advertising communication in the territory of Belarus, as well as for determining the horizons of using posters to convey information to the target audience in modern conditions.

**Key words:** poster, agitation, propaganda, ideology, advertising communication.

**For citation:** Solodovnikova T. V. Content characteristics of the Belarusian poster as a dominant form of advertising communication in the territory of Belarus from 1914 to 1990. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 147–152 (In Russian).

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований в рамках проекта «Рекламная коммуникация как результат моделирования информационно-коммуникативного пространства» («Ученый – 2021», № Г21У-001 от 01.07.2021).

**Введение.** По мнению А. Г. Голубович, «белорусское плакатное искусство – явление уникальное. Ни в одной другой стране мира оно не получило столь интенсивного развития, не было использовано политическим режимом в своих целях так эффективно и мощно, не привлекло к себе внимания лучших дизайнеров и ведущих художников-графиков, как в СССР. Плакат здесь долгое время оставался главным визуальным средством агитации за утопическое коммунистическое общество. Он способствовал формированию мировоззрения и поведения людей, находилась в точке пересечения идеологических, политических и исторических процессов» [1, с. 7]. По справедливому замечанию Е. И. Атрахович, «изучение генезиса, тенденций развития и перспективной эволюции белорусской школы плаката актуально в контексте современности, учитывая процессы глобализации, которые неизбежно приводят исследователей к необходимости научного анализа специфики национальной культуры» [2, с. 89]. Исследованию белорусского плаката преимущественно в аспекте становления национальной художественной школы посвящены работы М. И. Гончарова [3], А. Г. Голубович [1, 4], Е. И. Атрахович [2, 5, 6], М. Г. Борозна [7, 8, 9], В. В. Шамшур [10], Н. М. Бабуриной [11], С. В. Говина [12], Н. Н. Саратовской [13, 14, 15, 16]. Однако именно плакат долгое время был доминирующей формой рекламной коммуникации на территории современной Беларуси, чем и обусловлена актуальность подхода, представленного в данной статье.

**Основная часть.** В годы Первой мировой войны (1914–1918) преобладал агитационный плакат, использовавшийся для призыва в армию, помощи раненым. Рекламная коммуникация посредством плаката замещала газету, поскольку плакат был более доступен широким массам, содержал лаконичные лозунги и всем понятные изображения: «плакат боролся, он был оружием, и его, как оружие, берегли» [1, с. 8]. Отметим, что большевикам Беларуси не удалось в то время наладить постоянный выпуск газет, вследствие чего основными формами информирования населения о происходивших революционных событиях были обращения, листовки и прокламации. Так, например, прокламации как один из видов пропагандистской агитации за идеи партии социально-демократического толка, выполненные, как правило, в метафорической манере, были очень распространены ввиду легкости производства и доступности населению: «Русская рэвалюцыя не памерла. Яна перажывае толькі часовае знешняе зацішша. Ці памёр чалавек, калі ён спіць? Не, не памер, таму што ў ім ёсць яшчэ жыццёвыя сілы. Ён працнецца і зноў пачне рухацца і жыць; ці памерла дрэва, калі зімою стаіць голае, пазбаўленае

лісця, – не, не памёрла, таму што ў ім захаваўся карані, здольныя жывіць расліну; прыйдзе вясна, карані зноў пачнуць цягнуць сокі з зямлі і дрэва зноў будзе жыць. Ці памерла рэвалюцыя, калі яна не працяляецца ў забастоўках, дэманстрацыях, паўстаннях? Не, не памерла, таму што захаваўся яшчэ тыя сілы, якія выклікалі яе» [12, с. 67].

И если в дореволюционное время на территории Беларуси преобладала политическая пропаганда, активно развивалась реклама товаров и зрелищных мероприятий, то в послереволюционный период рекламная коммуникация была ориентирована прежде всего на пропаганду «новых» ценностей и «нового мира». Публицистическая графика всегда несла в себе заряд боевого настроения и эмоционального возбуждения, не оставляла в покое как защитников революционных завоеваний, так и их врагов [10]. Над первыми плакатами в тогда еще Советской Беларуси работали П. Гутковский («Рабочий! Еще несколько мощных твоих ударов окончательно выбросят капиталистов, а ПРОЛЕТАРИАТУ дадут все необходимое!», 1920), Я. Н. Дроздович («Сонца навукі скрозь хмары цемныя прагляне ясна над нашай ніваю», 1920), Г. Змудинский («Красная армия выметет этот сор из трудовой белорусской хаты», 1921), А. Быховский («Невеждой не должен быть никто! Чтобы овладеть производством, необходимо овладеть знанием!», 1921; «Труд – отец всякого богатства, земля – его мать. Дружным трудом вспашем, взбороним, засеем, удобрим кормилицу-землю! Все за дело, кто хочет из нищей страны сделать богатой трудовую республику!», 1921), В. Бутков («В братском единении труда крестьян и рабочих залог производительности страны», 1921). Как видно из приведенных слоганов, рекламная коммуникация данного периода сосредоточена вокруг тематик просвещения и консолидации народа.

К 30-м г. XX в. индустриализация, равно как и культ личности Сталина, набирают все большую силу. Любая форма коммуникации была под пристальным контролем коммунистической партии, и уж тем более плакат, нашедший место не только на уличных стендах, выставках, но и в так называемых «красных уголках» на заводах, фабриках, учреждениях образования и здравоохранения. Главной задачей рекламистов-плакатистов 30–40-х гг. XX в. были разъяснения цели индустриализации массе полуграмотного населения, продвижение идей коллективизации. Как указывает А. Г. Голубович, вследствие жесткой критики плакатного искусства производство сконцентрировалось лишь в одном издательстве «ОГИЗ – ИЗОГИЗ», и «количество издаваемых плакатов постепенно уменьшалось, а качество ухудшалось, и в конце десятилетия появлялось едва ли 50 плакатов в год» [1, с. 25]. И, как правило, выпуск их

был приурочен к памятным датам и государственным праздникам. Как следствие, в 1930-е гг. рекламная коммуникация как в СССР, так и в Беларуси находилась в глубоком кризисе.

Рекламная коммуникация на территории Беларуси периода 1941–1945 гг. воплотилась преимущественно в плакатном искусстве и носила исключительно агитационно-пропагандистский характер, служила мощным идеологическим оружием в борьбе против врага, способствовала сплочению людей перед общей бедой, поднятию боевого духа.

Период между завершением Второй мировой войны (1945 г.) и смертью И. В. Сталина (1953 г.) принято называть «Большим стилем» в плакатном искусстве. Руководством СССР плакат рассматривался как рупор идей партии, пропагандистом социалистических идеалов [13]. Тематика плакатов этого периода с одной стороны направлена на поднятие энтузиазма народа в восстановлении страны (С. Г. Романов «Молодзь, – на аднаўленне гарадоў і вёсак!», 1947; Л. П. Замах «Вытворчымі перамогамі ўмацуем справу міру», 1952), являет радость победы (С. Г. Романов «Партызанам і партызанкам Беларусі – СЛАВА!», 1948; «3 ліпеня – дзень вызвалення Беларусі ад нямецка-фашісткіх захопнікаў», 1948), гордость советского народа («За годы советской улады Беларуская ССР ператварылася ў індустрыяльна-калгасную краіну, з высока развітай соцыялістычнай культурай і навукай», 1947; П. Островский «Новымі вытворчымі поспехамі сустрэнем дзень выбараў у Вярхоўны Совет Беларускай ССР!», 1950). С другой стороны, рекламная коммуникация, воплощенная в агитационно-плакатном искусстве, отражала начало холодной войны, борьбу с инакомыслием, апофеоз культа личности Сталина (Л. П. Замах «Мы будзем галасавать за кандыдатаў сталінскага блоку і беспартыйных!»; Н. Т. Гутиев «Праз буры свяціла нам сонца свабоды, і Ленін вялікі нам шлях азарыў. Нас вырастціў Сталін – на вернасць народу, На подзвігі нас і на працу натхніў», 1948; Н. Т. Гутиев «Лепшаму другу беларускага народа Вялікаму Сталіну СЛАВА!», 1950; Н. Т. Гутиев «Пад сонцам сталінскай канстытуцыі УПЕРАД ДА КОМУНІЗМА!», 1950). Послевоенные годы не стали благоприятными для развития рекламы в Беларуси, но несмотря на очевидные трудности, коммерческая реклама все же существовала наряду с рекламой таких зрелищных мероприятий, как спектакли, концерты, киносеансы.

Во времена «хрущевской оттепели» плакатное искусство продолжало быть крайне политизированным и служило мощным орудием пропаганды, однако на первом плане уже находились образ В. И. Ленина, пропаганда партийных съездов, «Моральный кодекс строителя коммунизма»:

С. Г. Романов «Для шчасця людскога Вялікі Кастрычнік, Як сонца, над нашай зямлёй узшыоў, Наш край азарыў ён святлом электрычным і ззянем агнёў завадскіх карпусоў!», 1957; Е. Н. Тарас «Улада Советам – мір народам», 1957; Е. Н. Тарас «Няхай жыве саракавая гадавіна вялікага Кастрычніка!», 1957; Н. Т. Гутиев «Няхай жыве Савецкая Беларусь!», 1958; Н. Т. Гутиев «Слава Савецкай Беларусі!», 1958; Л. П. Замах «Нашу мірную палітыку ўхваляе велізарнейшая большасць насельніцтва зямлі», 1960. В тематику рекламных плакатов входили и научно-технические достижения советского народа, освоение космоса советскими исследователями (запуск первого спутника в 1957 г., полет Ю. Гагарина в 1961 г., В. Терешковой в 1963 г.); призывы к атеизму, например, Л. П. Замах «Больш не раба божая», 1965.

Общественный подъем и вдохновляющие обещания перспектив находили отражение в образах сильных молодых людей с различными орудиями труда: Л. П. Замах «Творчымі перамогамі ўмацуем справу міру!» 1952; М. А. Молчан «Адзін праэнт звыш плана!» 1961; П. В. Калинин «План 1959 г. – першага года сямігодкі – выканаем да тэрмінова!», 1959; Л. П. Замах «План 1960 г. перавыканаем!», 1960; М. А. Мовчан «Стаў перадавым – дапамажы адстаючым!», 1961; Е. Н. Тарас «Сеяць толькі аборным зернем!», 1963; Л. П. Замах «Рабочы гонар беражы!», 1963; И. Ю. Боровский «Знайдзі свой рэзерв!», 1963.

Отдельной тематикой в рекламе этого периода представлен спорт, спортивные достижения, здоровый образ жизни, участие в спартакиадах: И. Е. Маслан «Павышайце спартыўнае майстэрства!», 1958; И. Е. Маслан «Сустрэнем 40-ю гадавіну Савецкай Беларусі новымі спартыўнымі поспехамі», 1958; И. Е. Маслан «Фізкультурнікі і спартсмены! Рыхтуйцеся да трэцяй усебеларускай спартакиады!», 1961; а также темы мира и устойчивого развития: А. М. Кашкуевич «Атам – міру», 1961; Ф. И. Выпас «Подкармливайте полезных птиц», 1961; Е. Н. Тарас «Мір – гэта жыццё!», 1963.

С 1960-х гг. в связи с развитием радио, телевидения и прессы плакат уступил часть своих функций новым СМИ.

Со сменой власти в 1964 г., когда во главе партии оказался Л. Брежнев, произошел возврат к директивному планированию, приведший впоследствии к глубокому экономическому «застою». Плакат по-прежнему служил идеологическим орудием, одним из способов трансляции основных ценностей, а рекламные лозунги постепенно мифологизировали картину потребления белорусского народа. К концу 1970-х гг. белорусская экономика, равно как и в целом советская, находилась в полном упадке, что повлекло за собой появление новых лозунгов, задачей которых было привлечение внимания к проблемам экономики,

производительности труда, качеству продукции, экономии средств, трудовой дисциплине.

Конец 70–80-х гг. XX в. был ознаменован углублением конфликта между властью и интеллигенцией. Идеологические ограничения и табу сковывали свободу творчества художников-плакатистов на всех уровнях: и в проблемно-тематическом, жанровом, даже образном и стилевом выборе они вынуждены были подстраиваться под указания «сверху» [14]. Вместе с тем именно этот период оказался решающим в становлении белорусского плакатного искусства в частности и рекламной коммуникации в целом. Значительную роль в этом процессе сыграла редакция политического плаката и литературы по изобразительному искусству издательства «Беларусь» (созданное еще в 1921 г.) под руководством Г. Голубовича.

1980-е гг. связаны с переосмыслением реальности, в том числе и в плакатном искусстве. Основными лозунгами начинавшейся «перестройки» стали «честность» и «гласность». Плакат по-прежнему восхвалял СССР (Н. А. Стома «СССР – апора міру!», 1982; Ю. Лысов «Мір – справа народаў усей зямлі!», 1984), демонстрировал единство народа относительно политики КПСС (Л. Б. Гор «Капіталізм – крыніца насілля», 1986; В. Макарчук «Ускоренню сацыяльна-эканамічнага развіцця краіны – энергію моладым, XXVIII съезд ленинского коммунистического союза молодежи Белоруссии», 1987; Ю. Гарановский «Занимай, Беларусь, маладая мая, свой пачэсны пасад між народамі!», 1988; В. В. Васюк «Няхай жыве вольная працоўная Беларусь!», 1989).

Тематический диапазон также значительно расширяется. Отмечается усиление ориентации на личность, образ человека, обобщенный или персонифицированный, проблемы взаимоотношений в обществе, проблемы воспитания детей (А. А. Добровольский «Светом ума рушітэ тьма», 1986; В. В. Васюк «...Людзі, дзе нарадзіліся і ўзгадаваліся, ад таго месца вялікую ласку маюць», 1987; Д. М. Кулагин «Творчество народа определяет его культуру», 1987; И. И. Владычик «?00 000 дзяцей выхоўваецца ў дзіцячых дамах пры жывых бацьках», 1988), старость, труд (В. З. Ковалевский «Працаўнікі сельскай гаспадаркі, надзейна забяспечым краіну прадуктамі харчавання! 1984; Д. М. Кулагин «Повысить качество товаров и услуг», 1987; Д. М. Кулагин «Ручной труд – на плечи машин», 1987).

Среди актуальных тем, затрагиваемых в плакатах, в контенте рекламы особое место занимала экзистенциальная проблематика:

- преступность (А. П. Новожилов «Колькі злодзею ні красці, а кары не мінаваць», 1984);
- алкоголизм и курение (В. Н. Ересько «На дзень гайда, на век бяда!», 1987; В. И. Жук «Падзенне непазбежна!», 1987);

– проблемы экологии (Н. А. Стома «Навуку – на службу прыродзе!», 1984; И. И. Владычик «Не забруджвай навакольнае асяроддзе – не адмыеш!», 1988; К. В. Хотяновский «Судьба планеты – твоя судьба», 1988; Р. М. Найден «Cher-pobyl», 1995);

– единение народов и национальная безопасность (Н. А. Стома «Мір, сяброўства, адзінства і супрацоўніцтва, 1981; Н. А. Стома «СССР – апора міру, 1982; Я. И. Хайрулин «Непарушнае адзінства і брацкая дружба народаў СССР – вялікая заваёва сацыялізму», 1982; С. В. Кузьмичев «Імпэрыялізм – выток войнаў і сацыяльных бедстваў», 1982; Д. Р. Маслий «БССР – член ААН»);

– коррупция (В. Ф. Шматов «Здаваўся непрыступным ён, ды перамог “напалеон”», 1982; А. П. Новожилов «Колькі злодзею ні красці, а кары не мінаваць», 1984);

– сталинская политика (В. Я. Цеслер, С. В. Войченко «Нержавеющий Сталин», 1987; С. В. Войченко «Октябрь», 1989; А. П. Новожилов, Р. Н. Найден «1937», 1990);

– война в Афганистане (В. Я. Цеслер, С. В. Войченко «Афган», 1989).

Обращает на себя внимание нарастающее появление едкой сатиры, меткие метафоры, гротеск, использование символики (различные представления серпа и молота, кирпичная стена с партийной номенклатурой, рука рабочего и колхозницы в наручниках и т. д.).

Вместе с тем, несмотря на тематическое разнообразие и постоянно улучшающееся качество оформления, плакат не имел массовых тиражей, был преимущественно представлен на выставках и в альбомах.

С распадом СССР и роспуском Коммунистической партии исчез и главный заказчик. Авторские плакаты теперь уже не призывали и не агитировали, а служили инструментом переосмысления произошедших событий в жизни общества и государства, причем не с позиции властных структур, а с точки зрения обывателей: В. Я. Цеслер, С. В. Войченко «День Победы», 1995; В. Я. Цеслер, С. В. Войченко «Made in New Russia. Cheese», 1995; В. Я. Цеслер, С. В. Войченко «Good morning, Belarus!», 1997; В. Я. Цеслер, С. В. Войченко «Міжнароды год міру», 1986; С. Саркисов «World without arms and violence – our ideal», 1987.

«Плакат стилистически и художественно «от А до Я» отобразил основные животрепещущие идеи своего времени. Он стал рупором эпохи, «зеркалом войны», вышел на боевой рубеж в «Окнах РОСТА», «Окнах ТАСС», «Партизанской дубинцы». Плакат отразил эволюцию общественной жизни от революции до распада СССР, перестройку и современное общество потребления» [1, с. 269].

Одновременно белорусские плакатисты начинают адаптировать свои работы под тематику и

проблематику зарубежных выставочных форумов. Они начинают принимать активное участие в решении общих международных проблем, уделяя при этом меньшее внимание вопросам национальной жизни. На определенный «интернационализм» плакатного искусства Беларуси указывают в том числе плакатные надписи, выполненные зачастую на иностранных языках: «Chernobyl» и «Libertas» Р. М. Найдена, «Dream of century» В. Свентаховского и др. [15].

Конец 90-х XX в. – бурное развитие рекламы, обусловленное технологическими достижениями, которые стали широкодоступными массовому адресату. Плакат также, уподобляясь европейским тенденциям, все больше стал погружаться в коммерческую среду, а в результате широкого распространения интернет-технологий в настоящее время наблюдается массивное внедрение рекламы в электронные медиа, исследуются стратегии коммуникации в сети интернет, модели поведения пользователей, проводятся измерения эффективности рекламных кампаний и т. д. Диверсификация же носителей информации в свою очередь привела к взрыву интернет-рекламы и повлекла

за собой кардинальные изменения в самой практике рекламной коммуникации.

**Заключение.** На протяжении 1914–1990 гг. плакатное искусство занимало одну из доминирующих позиций в рекламной коммуникации на территории Беларуси. Этому способствовала прежде всего способность плакатов обеспечить эффективное воздействие на целевую аудиторию на фоне недостаточного развития альтернативных источников средств массовой информации.

Подтверждением высокой значимости той роли, которая отводилась плакатам во взаимодействии с общественностью, является участие в их создании авторитетных художников, имевших возможность задействовать в своих работах широкий спектр выразительных средств изобразительного искусства.

Тематика плакатов, обусловленная зачастую социально-политической конъюнктурой эпохи, чутко реагировала на происходящие трансформации в различных сферах общественной жизни, что позволяет проследить основные векторы и проблемы развития страны на конкретном историческом этапе.

### Список литературы

1. Голубович А. Г. Белорусский советский плакат. Минск: Беларусь, 2014. 302 с.
2. Атрахович Е. И. Белорусский плакат: особенности становления национальной художественной школы // Культура. Наука. Творчество: VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 29–30 мая 2013 г. Минск, 2013. С. 89–93.
3. Гончаров М. И. Белорусский политический плакат. Минск: Беларусь, 1989. 240 с.
4. Галубовіч А. Г. Беларускі плакат «эпохі застою». Ад таталітарызму да андэграўнду // Роднае слова. 2011. № 5. С. 104–106.
5. Атрахович Е. И. Плакат в культурном процессе: проблема взаимодействия и взаимовлияния искусств // Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі. 2007. С. 149.
6. Атраховіч А. І. Беларускі плакат: тэндэнцыі і перспектывы развіцця // Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі. 2006. С. 8.
7. Баразна М. Р. Тэндэнцыі развіцця беларускай кніжнай графікі 1960 – сярэдзіны 1990 гг. (на матэрыялах мастацкай літаратуры): аўтарэф. дыс. ... канд. мастацтвазнаўства: 17.00.04. Мінск, 1998. 20 с.
8. Баразна М. Р. Гісторыя выяўленчага мастацтва Беларусі XX ст. Мінск: БДАМ, 2016. 320 с.
9. Баразна, М. Р. Кніжная графіка Беларусі XX стагоддзя. Мінск: БДАМ, 2017. 144 с.
10. Шамшур В. В. Пасланцы новага свету: Рухомыя агітацыйныя сродкі рэвалюцыйнай Беларусі // Беларускі плакат. 2016. URL: <https://plakat.unid.by/blogosfera/paslancy-novaga-svetu> (дата обращения: 15.06.2021).
11. Бабурина Н. М. Агитационное массовое искусство Советской России 1918–1932. М.: Искусство, 2002. 288 с.
12. Говін С. В. Гісторыя беларускай журналістыкі (1563–1917 гг.) Мінск: БДУ, 2003. 99 с.
13. Саратовская Н. Н. Советский плакат периода позднего сталинизма (на материале творчества белорусских художников) // Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского. 2005. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?c21com=2&i21dbn=ref&p21dbn=ref&z21id=&image\\_file\\_download=1&image\\_file\\_name=/articles/2005//05snnlsp.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?c21com=2&i21dbn=ref&p21dbn=ref&z21id=&image_file_download=1&image_file_name=/articles/2005//05snnlsp.pdf) (дата обращения: 15.06.2021).
14. Саратовская Н. Н. Белорусский плакат 1970 – середины 1980-х годов // Беларускі плакат. 2017. URL: <https://plakat.unid.by/blogosfera/beloruskiy-plakat-1970-serediny-1980-h-godov> (дата обращения: 15.06.2021).
15. Саратовская Н. Н. Современный белорусский плакат (1990–2000) // Беларускі плакат. 2016. URL: <https://plakat.unid.by/blogosfera/sovremennyy-beloruskiy-plakat-1990-2000> (дата обращения: 15.06.2021).
16. Саратовская Н. Н. Художественный образ в плакате: проблема содержания и формы // Вісн. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв. 2005. № 6. С. 90–96.



### References

1. Golubovich A. G. *Belorusskiy sovetskiy plakat* [Belarusian Soviet poster]. Minsk, Belarus' Publ., 2014. 302 p.
2. Atrakhovich E. I. Belarusian poster: features of the formation of the national art school. *VII Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. "Kul'tura. Nauka. Tvorchestvo"* [VII International Scientific and Practical Conference "Culture. The science. Creation"]. Minsk, 2013, pp. 89–93 (In Russian).
3. Goncharov M. I. *Belorusskiy politicheskiy plakat* [Belarusian political poster]. Minsk, Belarus', 1989. 240 p.
4. Galubovich A. G. Belarusian poster of "the era of stagnation". From totalitarianism to the underground. *Rodnaye slova* [Native word], 2011, no. 5, pp. 104–106 (In Belarusian).
5. Atrakhovich E. I. Poster in the cultural process: the problem of interaction and mutual influence of arts. *Pytanni mastatstvaznaustva, etnologii i fal'klarystyki* [Questions of art history, ethnology and folklore studies], 2007. P. 149 (In Russian).
6. Atrakhovich A. I. Belarusian poster: trends and prospects of development. *Pytanni mastatstvaznaustva, etnologii i fal'klarystyki* [Questions of art history, ethnology and folklore studies], 2006. P. 8 (In Belarusian).
7. Borozna M. G. *Tendentsyi razvitsiya belaruskay knizhnay grafiki 1960 – syaredziny 1990 gg. (na materyyalakh mastatskay litaratury): Autaref. dys. ... kand. mastatstvaznaustva* [Trends in the development of Belarusian book graphics in the 1960s-mid-1990s. (based on the materials of fiction). Abstract of thesis PhD (Art Science)]. Minsk, 1998. 20 p.
8. Borozna M. G. *Gistoryya vyyaulenchaga mastatstva Belarusi XX st.* [The history of fine art of Belarus of the XX century]. Minsk, BDAM Publ., 2016. 320 p.
9. Borozna M. G. *Knizhnaya grafika Belarusi XX stagoddzya* [Book graphics Belarus of the XX century]. Minsk, BDAM Publ., 2017. 144 p.
10. Shamshur V. V. Envoys of the new world : Mobile agitation means of revolutionary Belarus. *Belaruski plakat* [Belarusian poster], 2016. Available at: <https://plakat.unid.by/blogosfera/paslancy-novaga-svetu> (accessed 15.06.2021).
11. Baburina N. M. *Agitatsionnoye massovoye iskusstvo Sovetskoy Rossii 1918–1932* [Mass propaganda art of Soviet Russia 1918–1932]. Moscow, Iskusstvo Publ., 2002. 288 p.
12. Govin S. V. *Gistoryya belaruskay zhurnalistyki (1563–1917 gg.)* [The history of Belarusian journalism (1563–1917)]. Minsk, BDU Publ., 2003. 99 p.
13. Saratovskaya N. N. Soviet poster of the late Stalinist period (based on the work of Belarusian artists). *Natsional'naya biblioteka Ukrainy imeni V. I. Vernadskogo* [National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky], 2005. Available at: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?c21com=2&i21dbn=ref&p21dbn=ref&z21id=&image\\_file\\_download=1&image\\_file\\_name=/articles/2005//05snnlsp.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?c21com=2&i21dbn=ref&p21dbn=ref&z21id=&image_file_download=1&image_file_name=/articles/2005//05snnlsp.pdf) (accessed 15.06.2021).
14. Saratovskaya N. N. Belarusian poster of the 1970s – mid-1980s. *Belaruski plakat* [Belarusian poster], 2017. Available at: <https://plakat.unid.by/blogosfera/belorusskiy-plakat-1970-serediny-1980-h-godov> (accessed 15.06.2021).
15. Saratovskaya N. N. Modern Belarusian poster (1990–2000). *Belaruski plakat* [Belarusian poster], 2016. Available at: <https://plakat.unid.by/blogosfera/sovremenny-belorusskiy-plakat-1990-2000> (accessed 15.06.2021).
16. Saratovskaya N. N. Artistic image in a poster: the problem of content and form. *Visnik Kharkiv. derzh. akad. dizaynu i mistetstv* [Vestnik Kharkiv State Academy of Design and Arts], 2005, no. 6, pp. 90–96 (In Russian).

### Информация об авторе

**Солодовникова Татьяна Владимировна** – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романских языков факультета международных отношений. Белорусский государственный университет (220006, г. Минск, ул. Ленинградская, 20, Республика Беларусь). E-mail: [tianasolodovnikova2015@gmail.com](mailto:tianasolodovnikova2015@gmail.com)

### Information about the author

**Solodovnikova Tatiana Vladimirovna** – PhD (Philology), Associate Professor, Assistant Professor, the Department of Roman languages. Belarusian State University (20, Leningradskaya str., 220006, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: [tianasolodovnikova2015@gmail.com](mailto:tianasolodovnikova2015@gmail.com)

Поступила 02.09.2021

УДК 070(476):087.5

**С. В. Харитонова**

Белорусский государственный университет

**ДЕТСКИЙ ЖУРНАЛ «БЯРОЗКА» В ПЕРИОДЫ КОРЕННЫХ  
ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ XX В.:  
ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВЫЕ ОРИЕНТИРЫ**

Цель исследования состоит в выявлении ценностно-смысловых ориентиров белорусского журнала «Бярозка» в периоды коренных социальных преобразований в стране в XX в. С использованием методов контент-аналитического исследования и сравнительного анализа автором устанавливается специфика трансформации содержательной структуры периодического издания для детей, а также определяются жанрово-тематические средства, с помощью которых обеспечивалась его популярность и отражался ценностно-смысловой контекст жизни подрастающего поколения Беларуси.

В исследовании в качестве репрезентативных представлены категории контент-анализа, отражавшие доминирующие тематические и ценностные компоненты содержания журнала «Бярозка» за три периода его выпуска – 1946, 1984 и 1994 гг.

Впервые на материале диахронного анализа публикаций «Бярозкі» воспроизводится картина образования аксиологических установок средствами СМИ у подрастающего поколения белорусов на различных этапах государственного развития. Автором выявляются унификация контента единственного белорусскоязычного специализированного литературно-художественного журнала для детей и подростков, а также смещение аксиологических акцентов в его содержании.

Научная новизна статьи заключается в установлении наиболее выраженного изменения в формировании ценностных ориентиров детской аудитории содержательными средствами «Бярозкі» за исследуемые периоды в нескольких аспектах – образовательном, государственно-патриотическом, досуговом и личностно-ориентированном. Выявляются новые ракурсы содержательного моделирования белорусского журнала для детей в конце XX в.

**Ключевые слова:** журнал для детей, содержательная структура, ценностно-смысловые ориентиры, приоритетная тематика, аксиологические компоненты.

**Для цитирования:** Харитонова С. В. Детский журнал «Бярозка» в периоды коренных общественных преобразований XX в.: ценностно-смысловые ориентиры // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2021. № 2 (249). С. 153–159.

**S. V. Kharitonova**

Belarusian State University

**CHILDREN'S MAGAZINE "BYAROZKA" DURING THE PERIODS  
OF RADICAL SOCIAL TRANSFORMATIONS OF THE XX CENTURY:  
VALUE AND SEMANTIC GUIDELINES**

The purpose of the study is to identify the value and semantic guidelines of the Belarusian magazine "Byarozka" during the periods of radical social transformations in the country in the XX century. Using the methods of content-analytical research and comparative analysis, the author establishes the specifics of the transformation of the content structure of a periodical for children, and also determines the genre-thematic means by which its popularity was ensured and the value-semantic context of the life of the younger generation of Belarus was reflected.

The study presents the categories of content analysis as representative, reflecting the dominant thematic and value components of the content of the magazine "Byarozka" for three periods of its publication – 1946, 1984 and 1994.

For the first time, based on the material of the diachronic analysis of the publications of "Byarozki", the picture of the formation of axiological attitudes by the media among the younger generation of Belarusians at various stages of state development is reproduced. The author reveals the unification of the content of the only Belarusian-language specialized literary and artistic magazine for children and adolescents, as well as the shift of axiological accents in its content.

The scientific novelty of the article is to establish the most pronounced changes in the formation of value orientations of the children's audience by the meaningful means of "Byarozki" for the studied

periods in several aspects – educational, state-patriotic, leisure and personality-oriented. New perspectives of the content modeling of the Belarusian magazine for children at the end of the XX century are revealed.

**Key words:** magazine for children, content structure, value-semantic guidelines, priority topics, axiological components.

**For citation:** Kharytonova S. V. Children's magazine "Byarozka" during the periods of radical social transformations of the XX century: value and semantic guidelines. *Proceedings of BSTU, issue 4, Print and Mediatechnologies*, 2021, no. 2 (249), pp. 153–159 (In Russian).

**Введение.** Вписанные в союзную систему советских детско-юношеских СМИ белорусские периодические издания «Піянер Беларусі», «Зорька», «Бярозка», «Вясёлка», «Маладосць», «Знамя юности», «Чырвоная змена» демонстрировали высокие показатели роста тиражей на протяжении нескольких послевоенных десятилетий. По данным сравнительного анализа В. Ганичева, в 1949 г. в СССР издавалось 18 детских газет и 15 детских журналов, к середине 60-х гг. открылись «18 новых комсомольских и пионерских газет, 7 молодежных и пионерских журналов» общим тиражом 14 млн экз., а к 1974 г. комсомольская организация выпускала уже 70 млн экз. 226 газет и журналов на различных языках народов СССР, среди которых детские газеты насчитывали 28 наименований (с разовым тиражом в 18 816 тыс. экз.), а журналы – 40 (с разовым тиражом в 22 098 тыс. экз.) [1, с. 50–58]. В Беларуси, согласно статистическим данным Книжной палаты БССР, в 1959–1963 гг. значительно увеличился разовый выпуск «Зорьки» (с 275 тыс. до 634 тыс. экз.), «Піянера Беларусі» (с 275 тыс. до 448 тыс. экз.), «Вясёлкі» (с 15 тыс. до 54 тыс. экз.) и «Бярозкі» (с 19 тыс. до 30 тыс. экз.) [2, 3]. К 1978 г. общий тираж белорусской газетно-журнальной периодики для подрастающего поколения превысил 2 млн экз., что позволило охватить все детско-юношеское население БССР, численный состав которого в пионерской организации насчитывал 736 тыс. чел., а в комсомольской – более 1 млн 326 тыс. чел. [4, с. 234–235].

К середине 80-х гг. XX в. социокультурный и политико-экономический контекст деятельности отечественных медиа стал меняться. На фоне всесоюзных предкризисных тенденций, обусловленных, по мнению историков, системной политико-управленческой стагнацией и начавшимся в 1970-е гг. планомерным снижением темпов роста национального дохода населения, в республике происходили вытеснение белорусского языка из управленческой, образовательной и культурной сферы, увеличение престижа городской русскоязычной культуры и урбанизация [5, с. 424–441; 6, с. 346].

Общественные трансформации отразились на экономических показателях выпуска белорусских СМИ в перестроечный период. Результаты нашего сопоставительного анализа демонстрируют тенденцию неуклонного уменьшения количества экземпляров разового выпуска периодических изданий в середине 80-х – начале 90-х гг. XX в. Так, в 1984 г. тираж «Бярозкі» снизился до 15 тыс. экз., в 1989 г. «Зорька» насчитывала 638 тыс. 740 экз., к 1992 г. численные показатели выпуска «Вясёлкі» уменьшились до 100 тыс. экз., а «Піянера Беларусі» – до 50 тыс. К 1993 г. в условиях глубокого экономического, политического и социокультурного кризиса в стране тиражи всех четырех белорусских периодических изданий для детей резко сократились.

Используя методы контент-аналитического исследования и сравнительного анализа, проследим на материале публикаций журнала «Бярозка», как менялась его содержательная структура, а также определим, с помощью каких жанрово-тематических средств обеспечивалась популярность издания и отражался ценностно-смысловой контекст жизни подрастающего поколения в периоды коренных политико-экономических преобразований.

**Основная часть.** Литературно-художественное и публицистическое содержание журнала «Бярозка», сохранявшее постоянство на протяжении нескольких советских десятилетий, к 90-м гг. XX в. обнаружило новые смысловые доминанты.

Для выявления содержательных медиаресурсов, формировавших ценностно-смысловые ориентации белорусских детей в журнале «Бярозка», были выбраны три периода его выпуска – 1946, 1984 и 1994 гг.<sup>1</sup> В качестве репрезентативных выступали категории контент-анализа, отражавшие доминирующие тематические и аксиологические компоненты содержания. Приоритетная тематика издания определялась по совокупности материалов с суммарной долей, превышающей 75% опубликованного контента в исследуемый период. Согласно полученным данным в 1946 г. эту квоту составил наиболее широкий диапазон

<sup>1</sup> Объектом контент-анализа являлся журнал «Бярозка». Предметом – содержание номеров издания. Генеральную совокупность составили 48 номеров, вышедших в 1946, 1984 и 1994 гг. Методом сплошной выборки были определены единицы анализа – публикации издания, которые исследовались по ряду категорий. Всего было изучено 612 публикаций.

тем природоописательного, исторического, досугового, семейно-бытового, трудового, общественно-нормативного, краеведческого, образовательного и партийно-государственного содержания, жанровые, целевые и ценностные аспекты которого были нами подробно изучены в предыдущих исследованиях (рис. 1).

В 1984 г. широкое освещение в детском печатном СМИ приобрела тема войны. Превалирование военно-исторической тематики в дискурсе «Бярозкі» было обусловлено меняющейся социально-экономической и политической обстановкой в стране союзов. В материалах «Мы не хочам вайны», «Да 40-годдзя вызвалення Беларусі», «Вернасць», «Украдзенае дзяцінства», «Радзіме жыць вечна!», «Граніца выбірае мужных», «У імя свабоды», «Не дадзім узарваць планету!», «У абарону міру», «Лёс і слава», «Герою было пятнаццаць», «Мы помнім подзвігі герояў» поднимались проблемы гонки вооружений, угрозы ядерной

катастрофы и обострения военного противостояния между государствами. В год 40-летия освобождения республики от немецко-фашистских захватчиков издание неоднократно подчеркивало необходимость сохранения мира и недопущения вооруженных конфликтов. Этот моральный императив ежемесячно транслировался в содержаниях журнальных выпусков и в специально введенных тематических рубриках «Баявы летапіс» и «Салют, Перамога!».

Среди пяти доминирующих предметных направлений «Бярозкі» 1984 г. – военно-исторического, досугового, природоописательного, семейно-бытового и образовательного выразенная составляющая содержания принадлежала темам культуры, литературы, искусства и пионерскому общественному движению. При этом доля освещения деятельности руководящих органов и лидеров партии уменьшилась по сравнению с показателями послевоенного периода в 4 раза (рис. 2).

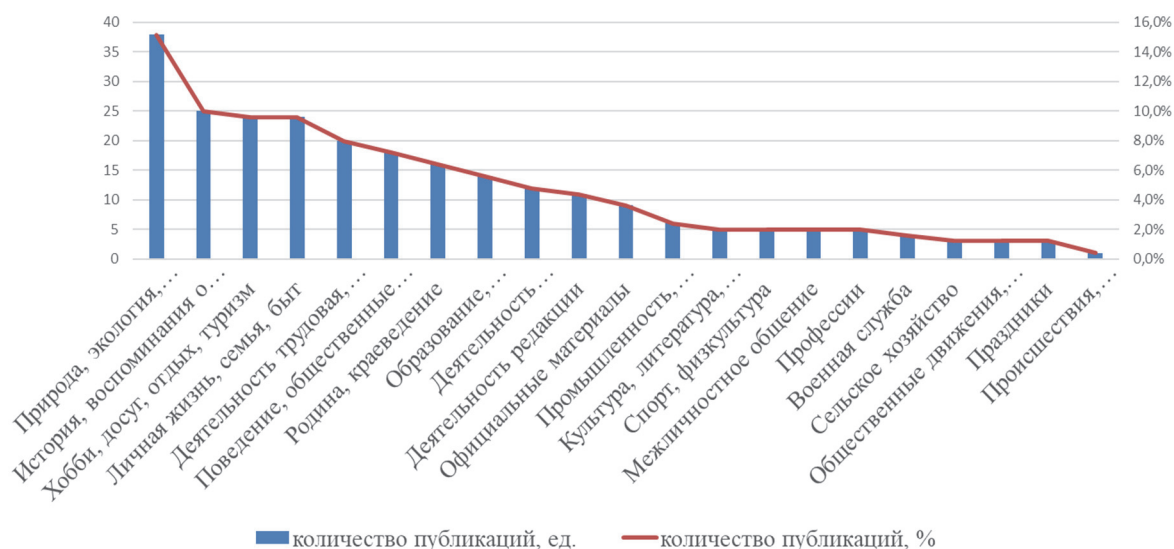


Рис. 1. Приоритетная тематика журнала «Бярозка» в 1946 г.

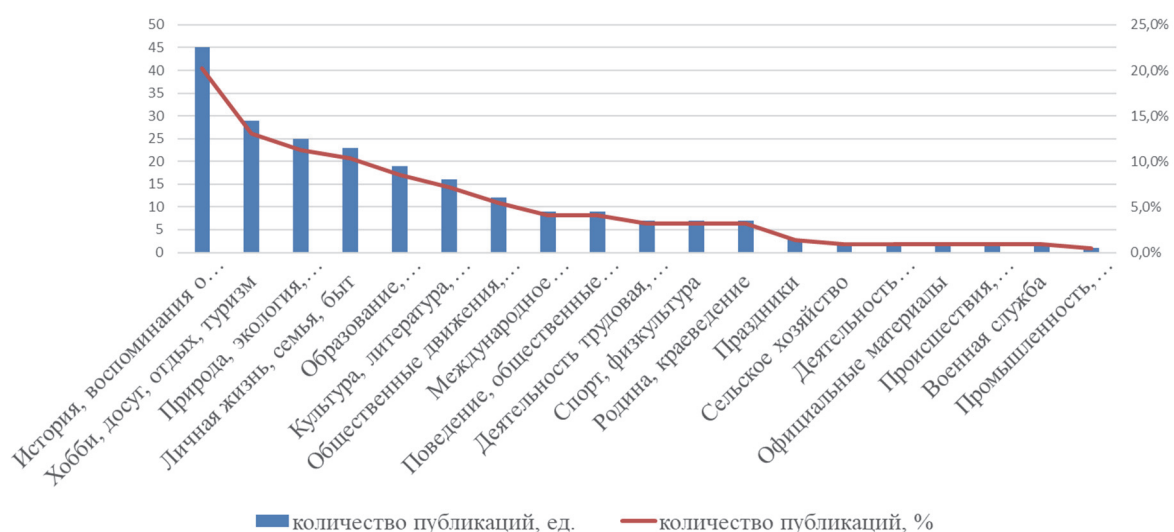


Рис. 2. Приоритетная тематика журнала «Бярозка» в 1984 г.

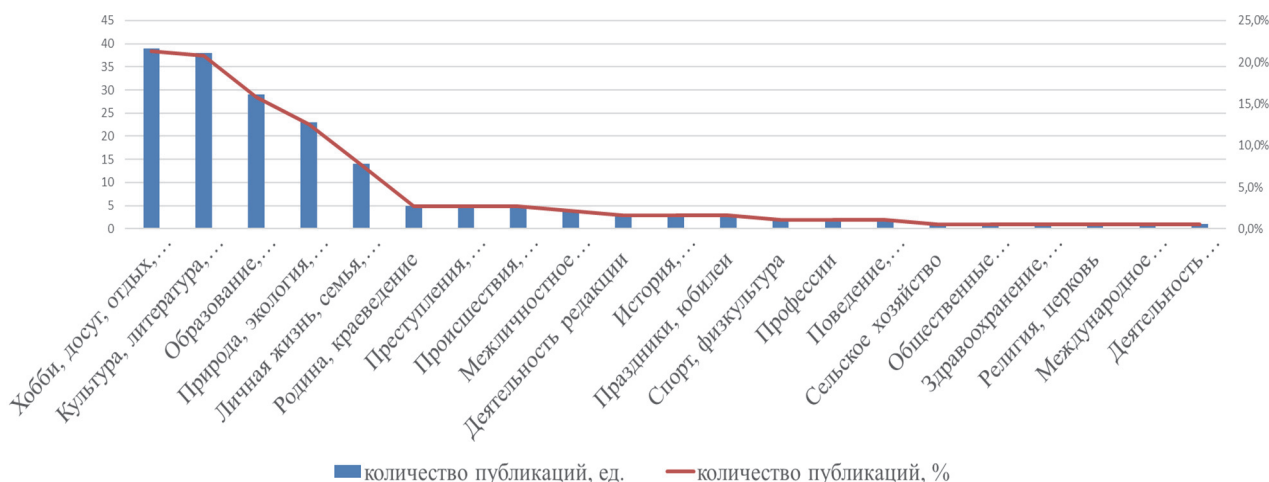


Рис. 3. Приоритетная тематика журнала «Бярозка» в 1994 г.

С середины 80-х гг. XX в. наблюдалось снижение авторитета партийного руководства у населения страны, что было детерминировано его «неспособностью решить сложившиеся социальные и политико-экономические противоречия, связанные с искусственным торможением научно-технического прогресса и кризисом социалистической экономики» [6, с. 346]. В белорусском советском обществе начали происходить демократические перемены, которые в дальнейшем нашли отражение на страницах печатных периодических изданий для детей.

Коренные социально-политические преобразования начала 90-х гг. XX в. видоизменили организационную и тематическую структуру детского журнала «Бярозка». Если в доперестроечный период его учредителем не одно десятилетие выступали Центральный комитет ЛКСМБ и Совет пионерской организации имени В. И. Ленина, то с распадом Советского Союза и роспуском комсомольско-пионерских объединений в 1991 г. выпуском издания занялся журналистский коллектив редакции под руководством белорусского писателя Адамчика В. Как следствие, литературно-художественному и публицистическому содержанию издания, которое долгое время было сосредоточено в двух основных разделах – литературы и искусства, пионерской и школьной жизни, необходимо было придать новую архитектуру.

Согласно полученным нами данным, в 1994 г. количество магистральных предметных направлений журнала «Бярозка» по сравнению с 1984 г. сократилось до пяти. Так, более 40% содержания было посвящено досуговой и культурологической тематике, включавшей подкатегории хобби, досуга, отдыха; культуры, литературы и искусства.

Около 15, 12 и 7% соответственно составляли темы образования, просвещения, творчества; природы, экологии, животного мира; личной жизни, семьи и быта. Одним из очевидных проявлений содержательной трансформации в постсоветский период явилось существенное уменьшение количества публикаций, посвященных историческому и трудовому аспектам воспитания подрастающего поколения (рис. 3).

В этой связи обращает на себя внимание проблематика публикаций, отражавшая антисоветские и националистические настроения. Например, в материале «Права на беларускае слова», размещенном в первом номере издания 1994 г., редакция напомнила читателям, что «з лістападаўскага нумара 1991 года “Бярозка” адмовілася ад “саўнаркомаўкі” і выходзіць граматыкаю Браніслава Тарашкевіча»<sup>2</sup>. В редакционном обращении к правительству, парламенту и целевой аудитории подчеркивалась необходимость на законодательном уровне «удакладніць правапіс беларускай літаратурнай мовы», избавиться от русизмов и канцеляризмов советского времени. Повесть «Архіпелаг Артэк» А. Глобуса обличала казавшийся ранее безоблачным летний отдых детей – представителей разных республик СССР в непростых условиях пионерского лагеря<sup>3</sup>. В комментарии М. Локиса «Бацькі і дзеці» поднимался вопрос отсутствия в образовательной среде белорусскоязычных учебников и формулировалась целесообразность организации в школах и гимназиях обучения детей на национальном языке<sup>4</sup>. Представленность в подростковом журнале аналитических публикаций о перспективах дальнейшего культурного развития независимой Беларуси демонстрировала стремление коллектива редакции сформировать у юных белорусов активное отношение

<sup>2</sup> Бярозка. 1994. № 1. С. 4–5.

<sup>3</sup> Бярозка. 1994. № 4. С. 24–29.

<sup>4</sup> Бярозка. 1994. № 5. С. 1–2.

к сложившимся после перестройки новым социокультурным преобразованиям, укрепить их национальную идентичность и самосознание. Публицистические материалы культурно-просветительской и образовательной тематики обнаруживали проблемный, социально обусловленный характер воспроизведения действительности, образуя в содержательной структуре несвойственную для прежней «Бярозкі» предметную составляющую.

Пришедшее на смену пионерской тематике проблемно-социальное содержание вместе с тем дополняло преобладающий в структуре воспитательно-социализирующий контент. Преимущественно он был представлен литературно-художественным творчеством отечественных писателей и поэтов Зуенка В. («Па ельнічку, па бярэзнічку»), Яговдика В. («Жмені ягад»), А. Карлюкевича («Загадкавая Макрына»), Островцова А. («Легенда Нясьвіжскага замка»), Адамчика В. («Габрыель Жагала»), а также детективными, сказочными и фантастическими произведениями зарубежных авторов Конан Дойла А. («Шэсць Напалеонаў»), Андерсена Х. («Снежная каралева»), Бредбери Р. («Позна ў ночы», «Горад»).

Особую роль в детском журнале в 90-е гг. XX в. начал играть досуговый тематический раздел. В нем публиковались материалы о жизни и творчестве популярных иностранных актеров и музыкантов «Партрэт зоркі. Мэл Гібсан», «Жан-Клод Ван Дам: узыходжанне працягваецца», «Харысан Форд», «Каранаваная асоба поп-музыкі», «Том Круз»; заметки об актуальных явлениях, возникших в жизни подростков в постсоветский период, «Відэа для цябе», «Більярд», «Мода і мы», «Што такое лімузін?». В содержании «Бярозкі» формировались новые ценностно-тематические приоритеты. Их укрепление в структуре детского периодического издания было обусловлено появившейся в культурном воспитании и социализации подрастающего поколения белорусов тенденцией аномии. Выступая как совокупность различных видов «нарушений в ценностно-нормативной системе общества», в 90-е гг. XX в. она проявляла себя в полном рассогласовании культурных ценностей и норм постсоветского социума [7, с. 79]. Противоречивость ситуации обостряли СМИ, которые транслировали юной медиааудитории, с одной стороны, выработанные десятилетиями национальные историко-культурные ценности, а с другой – приоритет западных ценностей массовой культуры.

С позиций развития и совершенствования личности человека на взаимодействие двух культур – базовой и духовной – указала Т. Смоликова. Понимая базовую (доминирующую) как «идеал, эталон, образец и предмет освоения», а духовную –

как среду восприятия новых культурных ценностей, она определила значимость медиа в качестве «проводника, распространителя и регулятора отношений», опосредованно воздействующего на личность путем усвоения новообретенных культурно-ценностных представлений и их преломления «через ее внутреннее духовное содержание» [8, с. 32–33]. Разнообразие и противопоставление освещаемых в журнале «Бярозка» тем, таким образом, детерминировали новые аспекты воспитания детей и подростков средствами медиа, что нашло закономерное отражение в его структурных разделах.

Выявленные предметные направления детского журнала были зафиксированы в уставе редакции 1995 г. Согласно учредительному документу, «Бярозка» ориентировалась на реализацию пяти конкретных целей: «выхоўваць у падростаючага пакалення любоў да Бацькаўшчыны і павагу да іншых нацый і народаў; фармаваць асобу чытача рознабакова развітай; прафесійна арыентаваць чытача; адлюстроўваць жыццё і дзейнасць дзіцячых грамадскіх арганізацый і рухаў; садзейнічаць працэсу беларусізацыі сярэдняй школы» [9, л. 2–3]. Вместе с тем в конкретизированных целях устава преобладала коммерческая составляющая деятельности издания. Она выражалась в осуществлении журналом производственных, предпринимательских, рекламно-информационных и финансовых функций, связанных с организацией и проведением на коммерческой основе конкурсов, выставок, театрально-зрелищных мероприятий, продажей детских кукол и сувениров, а также участием в постановке и съемках кинопродукции.

На коммерческий принцип работы редакция нацеливалась в содержательном моделировании издания, включая в его структуру наряду с плакатами, комиксами, заметками о новостях музыки, кино и видеоиндустрии развлекательные литературные жанры детектива и фантастики. С целью увеличения прибыли, таким образом, медиа-аудитории детей и подростков была представлена разнообразная тематика, предназначенная в том числе для массового усвоения, что, во-первых, унифицировало контент единственного белорусскоязычного специализированного литературно-художественного журнала для детей и подростков, а во-вторых – демонстрировало смещение аксиологических акцентов в его содержании.

**Заключение.** Таким образом, наиболее выраженное изменение в формировании ценностных ориентиров детской аудитории содержательными средствами «Бярозкі» за исследуемые периоды было выявлено в образовательном, государственно-патриотическом, досуговом и личностно-ориентированном аспектах (рис. 4).

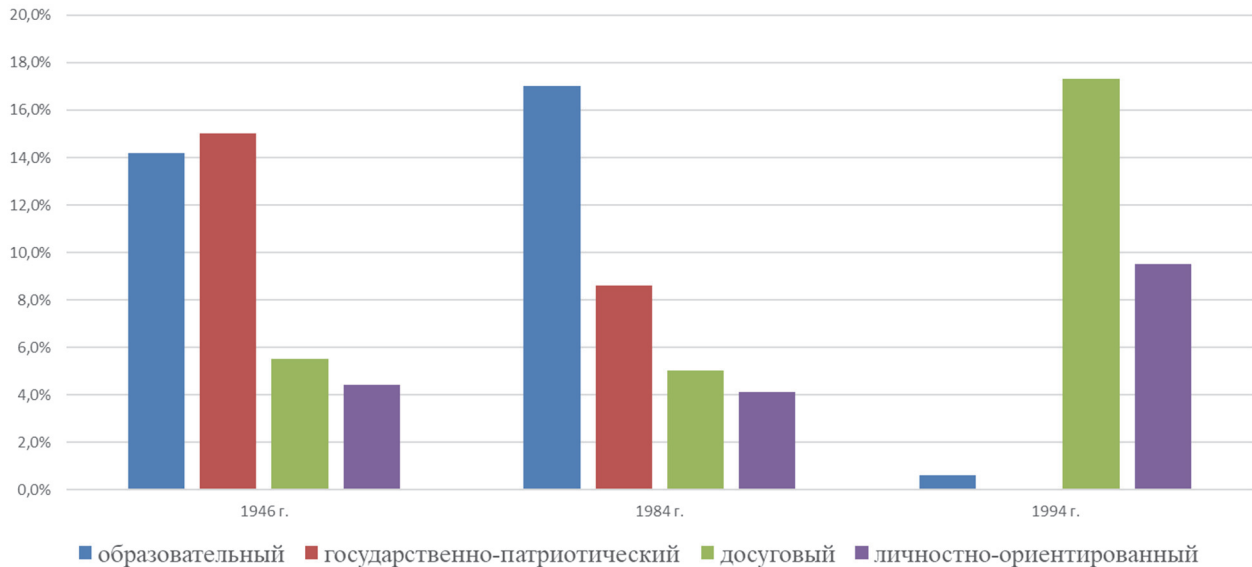


Рис. 4. Аспекты формирования ценностных ориентиров детской аудитории содержательными средствами «Бярозкі» в 1946, 1984 и 1994 гг.

Если в 1945 и 1984 гг. журнал освещал ценности знаний, учебы и саморазвития в 14,2 и 17% материалов, то в 1994 г. их доля сократилась до 0,6%. Количество публикаций, ориентированных на воспитание ценностного отношения к руководящим органам и доверия к власти, уменьшилось с 5,5 (1946 г.) и 1,4 (1984 г.) до 0% (1994 г.). Патриотическим идеалам, отражавшим ценность преданного служения Родине в 9,5 и 7,2% материалов, в 1994 г. первостепенное аксиологическое значение в детском периодическом издании придано не было.

Вместе с тем в разы возрос ценностный приоритет активного досуга детей и подростков (с 5,5 и 5,0 до 17,3%), личности ребенка, его самостоятельности и самоопределения (с 4,4 и 4,1 до 9,5%). Воссозданная на рис. 4 картина формирования ценностно-смысловых ориентаций детей в периоды коренных социокультурных трансформаций в республике демонстрирует характер изменения аксиологических установок подрастающего поколения белорусов, диахронично отраженный в медиадискурсе «Бярозкі».

#### Список литературы

1. Ганичев В. Н. Молодежная печать: история, теория, практика. М.: Мысль, 1976. 286 с.
2. Периодичны друк Беларускай ССР, 1959–1963: у 2 ч. / Дзярж. б-ка БССР, Кн. палата БССР. Мінск: [б. в.], 1964. Ч. 1: Часопісы, працы, бюлетэні. 56 с.
3. Периодичны друк Беларускай ССР, 1959–1963: у 2 ч. / Дзярж. б-ка БССР, Кн. палата БССР. Мінск: [б. в.], 1964. Ч. 2: Газеты. 102 с.
4. Белорусская Советская Социалистическая Республика = Беларуска Савецкая Сацыялістычная Рэспубліка / редкол.: П. У. Бровка (гл. ред.) [и др.]. Минск: гл. ред. Белорус. Совет. Энцикл., 1978. 615 с.
5. Чигринов П. Г. История Беларуси: в 2 т. Минск: Тесей, 2011. Т. 2: Конец XVIII – начало XXI в. 538 с.
6. Слука А. Г. Белорусская журналистика: падручнік. Мінск: Беларус. дзярж. ун-т, 2011. 447 с.
7. Цымбаленко С. Б. Информационное пространство российского подростка в постсоветский период: социологический анализ. М.: Науч.-исслед. ин-т шк. технологий, 2006. 128 с.
8. Смоликова Т. М. Личность в пространстве медиа: особенности взаимодействия. Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2018. 231 с.
9. Статут рэдакцыі часопіса «Бярозка», зацверджаны на агульным сходзе супрацоўнікаў часопіса 10.11.1995 // Белорусский государственный архив-музей литературы и искусства (БГАМЛИ). Ф. 39. Оп. 2. Д. 39. Л. 1–8.

#### References

1. Ganichev V. N. *Molodezhnaya pechat': istoriya, teoriya, praktika* [Youth press: history, theory, practice]. Moscow, Mysl' Publ., 1976. 286 p.
2. *Peryadychny druk Belaruskay SSR, 1959–1963* [Periodicals of Belorussian SSR, 1959–1963]. Minsk, 1964. Ch. 1: Magazines, papers, newsletters. 56 p.
3. *Peryadychny druk Belaruskay SSR, 1959–1963* [Periodicals of Belorussian SSR, 1959–1963]. Minsk, 1964. Ch. 2: Newspapers. 102 p.

4. *Belorusskaya Sovetskaya Sotsialisticheskaya Respublika = Belaruskaya Savetskaya Satsyyalistrychnaya Respublika* [Belarusian Soviet Socialist Republic]. Minsk, Belarus. Sovet. Entsikl. Publ., 1978. 615 p.

5. Chigrinov P. G. *Istoriya Belarusi* [The history of Belarus]. Minsk, Tesey Publ., 2011. Vol. 2: Late XVIII – early XXI. 538 p.

6. Sluka A. G. *Belaruskaya zhurnalistyka* [Belarusian journalism]. Minsk, Belarus. dzyarzh. un-t Publ., 2011. 447 p.

7. Tsymbalenko S. B. *Informatsionnoye prostranstvo rossiyskogo podrostka v postsovetskiy period: sotsiologicheskii analiz* [The information space of the Russian teenager in the post-Soviet period: a sociological analysis]. Moscow, Nauch.-issled. in-t shk. tekhnologiy Publ., 2006. 128 p.

8. Smolikova T. M. *Lichnost' v prostranstve media: osobennosti vzaimodeystviya* [Personality in the media space: features of interaction]. Minsk, Akad. upr. pri Prezidente Resp. Belarus' Publ., 2018. 231 p.

9. The charter of the editorial board of the journal, approved at the general meeting of the journal's employees. *Belorusskiy gosudarstvennyy arkhiv-muzei literatury i iskusstva* [Belarusian state archive-Museum of Literature and Art]. Fund. 39. Op. 2. D. 39. P. 1–8.

#### **Информация об авторе**

**Харитоновна Светлана Вячеславовна** – кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой периодической печати и веб-журналистики. Белорусский государственный университет (220004, г. Минск, ул. Кальварийская, 9, Республика Беларусь). E-mail: kharytonavasv@bsu.by

#### **Information about the author**

**Kharytonova Svetlana Vyacheslavovna** – PhD (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Periodical Press and Web-journalism. Belarusian State University (9, Kalvariyskaya str., 220004, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: kharytonavasv@bsu.by

*Поступила 20.08.2021*



# СОДЕРЖАНИЕ

---

<b>ТЕХНОЛОГИЯ И ТЕХНИКА ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО И УПАКОВОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА .....</b>	<b>5</b>
<b>Бараускене О. И., Зигуля С. Н., Чепурная К. А.</b> Влияние технологических характеристик блоков на прочность изданий в переплетной крышке .....	5
<b>Эргашов М., Бабаханова Х. А., Абдуллаев У. Т., Садридинов А. А., Громыко И. Г.</b> Метод определения деформационных и прочностных свойств бумаги .....	11
<b>ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И МЕДИАТЕХНОЛОГИИ .....</b>	<b>18</b>
<b>Бабарико-Омельченко В. Б.</b> Белорусские профессиональные периодические издания библиотечно-информационной тематики .....	18
<b>Беляев В. П., Придачук О. С.</b> Изобразительная информация в электронном издании .....	26
<b>Биюмена А. А.</b> Ценностные доминанты советского трудового дискурса .....	32
<b>Бугай О. В., Коренькова А. А.</b> Анализ и реорганизация бизнес-процессов в проектировании .....	38
<b>Градюшко А. А.</b> Современные тенденции развития региональных СМИ в многоплатформенной среде .....	44
<b>Груздзев М. А.</b> Дискурсивная интерпретация паведамленняў у медыятэкстах .....	50
<b>Сипайло С. В.</b> Компьютерный синтез векторных изображений на основе математического описания контуров в полярной системе координат .....	56
<b>Молдованов А. А., Корочкин Л. С., Шмаков М. С.</b> Формирование дополнительной защиты матричных штриховых кодов .....	62
<b>Чабаненко М. В.</b> Использование возможностей YouTube печатными СМИ Украины .....	69
<b>Лян Чжао.</b> Актуальные научные подходы к моделированию современной концепции теории медиатизации .....	77
<b>ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО. ФИЛОЛОГИЯ .....</b>	<b>84</b>
<b>Астапкина Е. С.</b> Норма / эталон (стандарт) как универсалия и семантический ориентир качественных прилагательных .....	84
<b>Василенко Е. Н.</b> «Язык вражды» как форма проявления конфликтов, основанных на стереотипах .....	90
<b>Зылевіч Д. П., Канапацкая Н. У.</b> Структура, змест і функцыі загаловачнага комплексу перыядычнага выдання (на прыкладзе газеты «Звезда») .....	98
<b>Иванов Е. Е., Руис-Соррилья Крусате М.</b> Принципы и структура испанско-белорусского паремиологического словаря .....	104
<b>Канановіч А. В.</b> Газета «Прессбол»: этапы станаўлення і развіцця .....	112
<b>Ковалевская Н. И.</b> Читательский дневник как инструмент смыслового чтения .....	117
<b>Журавлева А. И., Ковалевская Н. И.</b> Визуальная идентификация бренда (на примере кондитерской Alinka Tsvirko) .....	126
<b>Куліковіч У. І., Варанецкая А. В.</b> Выкарыстанне інтэрнет-рэсурсаў у рэдактарскай дзейнасці .....	136
<b>Романова А. М.</b> Практико-ориентированное обучение переводу в неязыковом учебном высшем заведении .....	142
<b>Солодовникова Т. В.</b> Содержательные характеристики белорусского плаката как доминирующей формы рекламной коммуникации на территории Беларуси с 1914 по 1990 г. ....	147
<b>Харитонов С. В.</b> Детский журнал «Бярозка» в периоды коренных общественных преобразований XX в.: ценностно-смысловые ориентиры .....	153

# CONTENTS

---

<b>TECHNOLOGY AND EQUIPMENT OF PRINTING AND PACKING MANUFACTURES .....</b>	<b>5</b>
<b>Barauskiene O. I., Zyhulia S. N., Chepurnaya K. A.</b> Influence of technological descriptions of book blocks on durability of editions in binding 7 type.....	5
<b>Ergashov M., Babakhanova Kh. A., Abdullayev U. T., Sadriddinov A. A., Gromyko I. G.</b> Method for determining the deformation and the strength properties of the paper .....	11
<b>INFORMATION SYSTEMS AND MEDIATECHNOLOGIES.....</b>	<b>18</b>
<b>Babaryka-Amel'chanka V. B.</b> Belarusian professional periodical editions of library and information topics.....	18
<b>Belyaev V. P., Pridachuk O. S.</b> Imagine information in the electronic publication.....	26
<b>Biyumena A. A.</b> Value dominants of the Soviet labor mediadiscourse.....	32
<b>Bugay O. V., Koren'kova A. A.</b> Analysis and reorganization of business processes in design ...	38
<b>Hradziushka A. A.</b> Modern trends of regional media development in a multi-platform environment	44
<b>Gruzdeva M. A.</b> Discourse interpretation of messages in media texts.....	50
<b>Sipaila S. U.</b> Computer synthesis of vector images based on the mathematical description of contours in a polar coordinate system.....	56
<b>Moldovanov A. A., Korochkin L. S., Shmakov M. S.</b> Creation of additional protection for matrix barcodes.....	62
<b>Chabanenko M. V.</b> Use of the possibilities of the YouTube by the print media of Ukraine .....	69
<b>Chzhao Lyan.</b> Actual scientific approaches to modeling the modern concept of the theory of mediatization.....	77
<b>PUBLISHING. PHILOLOGY .....</b>	<b>84</b>
<b>Astapkina E. S.</b> Norm / etalon (standard) as a universal and semantic reference point for qualitative adjectives.....	84
<b>Vasilenko E. N.</b> Hate speech as a form of manifestation of conflicts based on stereotypes.....	90
<b>Zylevich D. P., Konopatskaya A. V.</b> Structure, content and functions of the headline complex of a periodical edition (on the example of the newspaper "Zvyazda") .....	98
<b>Ivanov E. E., Ruiz-Sorrilla Cruzate M.</b> Principles and structure of the Spanish-Belorussian paremiological dictionary .....	104
<b>Kananovich A. V.</b> Pressball newspaper: stages of formation and development .....	112
<b>Kovalevskaya N. I.</b> Foreign methods of attraction children to read.....	117
<b>Zhuravleva A. I., Kovalevskaya N. I.</b> Visual brand identification (on the example of the confectionery Alinka Tsvirko).....	126
<b>Kulikovich U. I., Varanetskaya A. V.</b> The use of Internet resources in editorial practice .....	136
<b>Romanova A. M.</b> Practice oriented translation training in non-linguistic Universities.....	142
<b>Solodovnikova T. V.</b> Content characteristics of the Belarusian posters a dominant form of advertising communication in the territory of Belarus from 1914 to 1990.....	147
<b>Kharitonova S. V.</b> Children's magazine "Byarozka" during the periods of radical social transformations of the XX century: value and semantic guidelines .....	153

Редактор *Е. И. Гоман*  
Компьютерная верстка *Е. В. Ильченко, А. Н. Петрова*  
Корректор *Е. И. Гоман*

Подписано в печать 15.10.2021. Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>8</sub>.  
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать ризографическая.  
Усл. печ. л. 18,8. Уч.-изд. л. 20,5.  
Тираж 100 экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:  
УО «Белорусский государственный технологический университет».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/227 от 20.03.2014.  
Ул. Свердлова, 13а, 220006, г. Минск.