

- Секция 3. Издательское дело и интеллектуальная собственность,
реклама, PR и медиа: традиции и инновации

тию газеты «Звезда» и 90-летию газеты «Советская Белоруссия»): материалы Международной научно-практической конференции, Минск, 20 октября 2017 г. Минск: Изд. центр БГУ, 2017. С. 45–48.

4. Савинова О. Н. СМИ и культура: вызовы времени // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. — 2020. — № 1. — С. 4–9.

5. Долголаптева К. О. Роль сетевых медиа Республики Беларусь в формировании национальной идентичности // Меди@льманах. — 2022. — № 5 (112). — С. 63–71.

6. Касперович-Рынкевич О. Продвижение контента газет Советская Белоруссия и Звезда в социальных медиа // Медиапространство Беларуси: история и современность (к 100-летию газеты «Звезда» и 90-летию газеты «Советская Белоруссия»): материалы Международной научно-практической конференции, Минск, 20 октября 2017 г. Минск: Изд. центр БГУ, 2017. — С. 86–89.

7. Пустовалов А. В., Ишматов М. Ш. Новости СМИ в социальных сетях: перспективы успешного распространения // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2013. — № 4 (24). — С. 227–239.

8. Синявский Д. Редизайн газеты «СБ. Беларусь сегодня»: улучшения и точки роста // Журналистика – 2019: стан, проблемы і перспектывы: матэрыялы 21-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі, Мінск, 14–15 ліст. 2019 г. Мінск: БДУ, 2019. — С. 198–203.

9. Толстоногова И. В. Роль издания СБ. Беларусь сегодня в продвижении культурных ценностей // Корпоративные стратегические коммуникации: тренды в профессиональной деятельности: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В. Р. Вашкевича, Минск, 5–6 окт., 2023. Минск: БГУ, 2023. — С. 233–236.

10. Шендрик В. В. Маркетинговые стратегии в эпоху цифровизации: вызовы и перспективы // Проблемы науки. — 2024. — № 2 (83). — С. 15–18.

10. Ягудина А. Р., Кочеткова, С. Ф., Валеев Д. М. Проблемы доверия к средствам массовой информации в современной молодежной среде // Журнал прикладных исследований. — 2021. — № 2 (5). — С. 125–130.

УДК 75.071.1(510) (092)

**ПОРТРЕТЫ ЯКУБА КОЛАСА И ЯНКИ КУПАЛЫ
В ОФОРМЛЕНИИ ИЗДАНИЙ ИХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ
НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

Ли И

аспирант кафедры истории и теории искусства
Белорусский государственный университет культуры и искусств, Минск, Беларусь

Статья посвящена эволюции визуальной репрезентации образов белорусских поэтов в иллюстрациях китайских изданий – от косвенного отражения в рамках советской культурной парадигмы 1950-х годов до постепенного формирования взаимосознательного культурного диалога между Китаем и Бе-

ларусью после 1970-х годов. На основе анализа особенностей визуального воплощения в разные периоды выявляются характерные черты и закономерности поэтапной трансформации.

Ключевые слова: образ белорусских поэтов, иллюстрация, оформление обложки.

Белорусская литература впервые была представлена в Китае в переводах в 1940-х годах. Однако этим публикациям обычно не доставало визуального представления образов писателей. Это относилось даже к отдельным изданиям поэтических сборников, как, например, изданный в Китае в 1946 году сборник стихов Янки Купалы *《芦笛集》* («Жалейка»), который неоднократно переиздавался в период с 1947 по 1953 год. Хотя книга имела оформление обложки, в ней отсутствовал портрет поэта.

Тем не менее, в этот период внимание к визуальному образу писателей уже начало проявляться в других изданиях. Переводчик Цзян Чуньфан отмечал, что журнал «Советская литература и искусство» (*《苏联文艺》*), издававшийся в Шанхае в 1940-х годах, стремился сочетать текст и изображения, публикуя в каждом номере от трёх до пяти страниц с иллюстрациями: включая фотографии, портреты и ксилографии [2, с 145]. Хотя такой редакционный подход в то время ещё не получил широкого применения в переводах белорусской литературы, он создал предпосылки для систематического представления портретов писателей в 1950-х годах.

С наступлением 1950-х годов, в контексте эпохи «всестороннего изучения СССР», всё больше произведений белорусской литературы стало поступать в Китай как часть советской литературы. В китайских изданиях белорусских литературных произведений начали появляться специальные вклейки в начале томов, содержащие портреты авторов, созданные художниками, или их фотографические изображения. Эти портреты авторов, а также изображения на обложках не были просто украшением — сам процесс их отбора и представления составлял визуальную адаптацию советских литературных ресурсов, направленную на приведение их в соответствие с политическими и культурными потребностями Китая, что также стало отличительной чертой китайских издательств того периода.

В 1958 году в Китае были переведены и опубликованы поэма Янки Купалы *《奥列莎河边》* («Над рекой Орессой») и роман Якуба Коласа *《游击老英雄》* («Дрыгва»). Визуальное оформление

этих изданий чётко отражает специфическую трактовку содержания произведений двух авторов.

Поэма «Над рекой Орессой», являясь важным произведением Янки Купалы советского периода, ярко воспекает социалистическую практику «покорения природы» в колхозах Белорусского Полесья.

Выбор портрета в начале книги ясно демонстрирует редакторскую стратегию. Использование изображения, на котором поэт представлен с худощавым лицом, аккуратной чёрной бородой и в костюме, даже при неизвестной дате создания изображения, благодаря выразительному стилю эпохи визуально тесно связывает Янку Купалу с контекстом создания произведения «Над рекой Орессой» (начало 1930-х годов), усиливая его роль как литературного летописца социалистического строительства.

«Дрыгва» изображает эпос о героической борьбе белорусских партизан против фашистских захватчиков, чья суть глубоко перекликается с памятью китайского народа о войне сопротивления (Японии). Его перевод направлен на укрепление преемственности революционных традиций и функции политической мобилизации. Чтобы наглядно отразить эти темы и функции, дизайн обложки книги построен вокруг эпоса революционной борьбы и, вдохновляясь образами белорусских изданий, был творчески переосмыслен: на тёмно-синем фоне особенно выделяется героический образ главного героя «дед Талаш» со сжатыми кулаками, причём как персонаж, так и название книги выполнены в белом цвете с чёрной обводкой, создавая сдержанный, суровый и побуждающий к действию визуальный эффект.

На внутренних страницах книги приведён портрет писателя Колоса, взятый из серии «Галерея советских писателей», созданной советским художником А. Н. Яр-Кравченко в 1947 году. Образ и творчество Колоса, выходца из крестьянской семьи, глубоко укоренены в народной почве. На портрете Колос запечатлён перед деревенским домом, что напрямую указывает на его крестьянское происхождение и творческие истоки. Именно эта символическая нагрузка позволила использовать данный портрет не только в том же году в стихотворении Колоса «Рыбакова хата», удостоенном Сталинской премии, но и намеренно сохранить его в китайской версии «Дрыгва» как продолжение и усиление визуального образа писателя.

Начиная с XXI века белорусская литература стала представляться в Китае как самостоятельный культурный субъект.

В 2019 году была опубликована «Биография знаменитых белорусов» (《白俄罗斯名人传》) в составе серии «Пояса и Пути». Издательство специально пригласило художника У Цзэхао (吴泽浩 · род. 1943), глубоко постигшего дух китайской каллиграфии и живописи и её реалистические традиции, чтобы создать портреты выдающихся деятелей Беларуси.

Под кистью У Цзэхао два белорусских литературных светила предстают в образе самого классического расцвета их лет, запечатлевшегося в памяти людей. На иллюстрации Купала изображен в костюме, с худощавым лицом, густыми чёрными волосами и безупречно ухоженной бородой, в спокойной прямой позе обращённым к зрителю. Художник через тональные градации туши и выразительность линий точно передал величавость и внутреннюю силу поэта как символа национального духа. Портрет же Коласа представлен в три четверти, его глубокий взгляд устремлён вдаль за пределы картины, а облик соответствует возрасту поэта на фотографиях конца 1920-х годов. Художник живыми штрихами кисти очертил его широкий лоб и задумчивое выражение, с предельной выразительностью показав тревоги и мудрость «народного поэта».

В техническом отношении У Цзэхао довёл до совершенства сочную экспрессивность традиционной китайской живописи тушью и каллиграфическую выразительность, передающую письменную природу линий. Его линии предельно лаконичны и насыщены динамической силой, наделены трёхмерностью и каллиграфической выразительностью. В создании персонажей он успешно интегрировал точность западного реалистического формообразования с выразительностью традиционной линейной графики в новой художественной системе, сформировав уникальный художественный язык. Это слияние демонстрирует как высокие способности художника в реалистическом формообразовании, так и отражает технические характеристики традиционной школы Линнань, синтезирующей китайские и западные художественные методы.

Как отмечал сам У Цзэхао, его творчество направлено на то, чтобы «послужить эпохе и народу, предложив полезную духовную пищу», стремясь к эстетическому идеалу «когда изысканное доступно всем» [1, с. 155]. Эта концепция позволяет его произведениям превосходить простое внешнее сходство, становясь визуальным мостом, соединяющим зрителей разных культур. Таким образом, данная се-

- Секция 3. Издательское дело и интеллектуальная собственность,
реклама, PR и медиа: традиции и инновации

рия портретов является не только визуальным изображением выдающихся личностей Беларуси, но и активной и равноправной культурной интерпретацией, основанной на китайской эстетике.

Список использованных источников

- 1 · 彭庆涛. 艺以弘德而无止境 / 彭庆涛. – 北京: 文物出版社, 2008. – 272 с. = Пэн Цинтао. Искусство во славу добродетели без границ / Пэн Цинтао. – Пекин: Издательство «Вэнью», 2008. – 272 с.
- 2 · 姜椿芳. 《苏联文艺》的始末 / 姜椿芳 // 苏联文学. – 1980. – № 2. – P. 138–145. = Цзян Чуньфан. Начало и конец «Советской литературы и искусства» / Цзян Чуньфан // журнал «Советская литература». – 1980. – № 2. – С. 138–145.

УДК 070

**ИНТЕГРАЦИЯ БИЗНЕСА В ЦИФРОВЫЕ МЕДИА
(НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ БРЕНДОВ
РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ И ИНТЕРНЕТ-СМИ
«ГОРОДСКИЕ РЕЙТИНГИ»)**

Хохлова Н. В., Морозова А. С.

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, г. Саранск

Статья посвящена взаимодействию бизнеса и цифровых медиа в рамках продвижения информации о компаниях и брендах. На основе анализа контента интернет-СМИ в Республике Мордовия «Городские рейтинги» был выявлен ряд форматов, используемых для популяризации бизнеса. Кроме того, была прослежена взаимосвязь между офлайн и онлайн-взаимодействием СМИ и предпринимателей. Определены формы интеграции в цифровых медиа.

Ключевые слова: цифровые медиа, контент, реклама, СМИ, медиакommunikации.

В современном мире цифровые медиа проникают, пожалуй, во все сферы жизни – от социальной до экономической, подвергаясь взаимовлиянию с различными аспектами их функционирования: образование детей и взрослых, культурный и спортивный досуг, социализация молодёжи, искусство, политические организации и процессы, экономические системы, рынки, предпринимательская деятельность и др.

В последние годы наблюдается тенденция к повышенному интересу к локальному контенту, героям и историям малых территорий. Это отражается и в деятельности региональных интернет-СМИ, которые не только информируют, но и становятся полноценными участниками регионального бизнес-процесса.