



ISSN 2412-8562(print)
ISSN 2658-7777(online)
doi: 10.32603/2412-8562

ДИСКУРС

Том 10. № 4/2024

DISCOURSE

Volume 10. No. 4/2024

Санкт-Петербург
Издательство СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

Saint Petersburg
ETU Publishing house

2024

ДИСКУРС

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-62347 от 14.07.2015.

Подписной индекс по каталогу «Почта России» П4332.

Учредитель и издатель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)» (СПбГЭТУ «ЛЭТИ»).

Издаётся с сентября 2015 г., выходит шесть раз в год.

Журнал включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ, индексируется и архивируется в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ), является членом Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ) и CrossRef.

Языки: русский, английский.

Редакция журнала: 197022, Санкт-Петербург, ул. Проф. Попова, 5Ф, тел. / факс: +7 (812) 234-10-13, e-mail: discourse@etu.ru, <http://discourse.etu.ru>

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

А. Ф. Иванов, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), СПб., Россия

Заместитель главного редактора

Н. К. Гигаури, канд. техн. наук, доц., Санкт-Петербургский государственный электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), СПб., Россия

Ответственный секретарь

М. Ю. Лютиков, канд. ист. наук, Санкт-Петербургский государственный электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), СПб., Россия

Г. А. Баева, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

Е. В. Боднарчук, д-р филос. наук, доц., Северный (Арктический) федеральный ун-т им. М. В. Ломоносова, Архангельск, Россия

А. О. Бороноев, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

С. С. Бразевич, д-р социол. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

А. В. Волков, д-р филос. наук, проф., Петрозаводский государственный ун-т, Петрозаводск, Россия

П. П. Дерюгин, д-р социол. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

Д. Ю. Дорофеев, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский горный ун-т, СПб., Россия

С. М. Елисеев, д-р полит. наук, проф., Ун-т при Межпарламентской ассамблее ЕврАзЭС, СПб., Россия

В. И. Игнатьев, д-р филос. наук, проф., Новосибирский государственный технический ун-т, Новосибирск, Россия

А. А. Изгарская, д-р филос. наук, доц., Новосибирский государственный ун-т, Новосибирск, Россия

Н. В. Казаринова, канд. филос. наук, доц., Санкт-Петербургский государственный электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), СПб., Россия

И. В. Кононова, д-р филос. наук, доц., Санкт-Петербургский государственный экономический ун-т, СПб., Россия

Е. Н. Лисанюк, д-р филос. наук, доц., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

Т. В. Мельникова, д-р филос. наук, доц., Сибирский федеральный ун-т, Красноярск, Россия

В. П. Милецкий, д-р полит. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

С. И. Росенко, д-р социол. наук, проф., Национальный государственный ун-т физической культуры, спорта и здоровья им. П. Ф. Лесгафта, СПб., Россия

Р. В. Светлов, д-р филос. наук, проф., Балтийский федеральный ун-т им. И. Канта, Калининград, Россия

Е. Г. Соколов, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

А. В. Солдатов, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный морской технический ун-т, СПб., Россия

А. Ю. Сторожук, д-р филос. наук, вед. н. с., Ин-т философии и права СО РАН, Новосибирск, Россия

Е. В. Строгеева, канд. полит. наук, доц., Санкт-Петербургский государственный электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), СПб., Россия

Н. А. Трофимова, д-р филос. наук, доц., Высшая школа экономики, СПб., Россия

В. В. Тузов, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), СПб., Россия

С. В. Чебанов, д-р филос. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

С. И. Черных, д-р филос. наук, доц., Новосибирский государственный аграрный ун-т, Новосибирск, Россия

А. А. Шумков, д-р филос. наук, доц., Санкт-Петербургский государственный электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), СПб., Россия

С. В. Шустова, д-р филос. наук, доц., Пермский государственный национальный исследовательский ун-т, Пермь, Россия

В. В. Щербина, д-р социол. наук, проф., Российский государственный гуманитарный ун-т, Москва, Россия

М. П. Яценко, д-р филос. наук, доц., Сибирский федеральный ун-т, Красноярск, Россия

Aleksey Nesteruk, Ph. D., Prof., University of Portsmouth, Portsmouth, United Kingdom

Kristina Strkalj Despot, Ph. D., Prof., Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, Croatia

Mansoor Maitah, Ph. D., Prof., Czech University of Life Science Prague, Prague, Czech Republic

Zhang Baichun, Ph. D., Prof., Beijing Normal University, Beijing, China

Цели и тематика:

Журнал «ДИСКУРС» – периодическое международное рецензируемое научное издание – представляет результаты научных исследований российских и зарубежных ученых и ориентирован на социогуманитарные проблемы развития общества. Материалы публикуются по трем направлениям, соответствующим группам научных специальностей:

- Философские науки (онтология и теория познания; история философии; эстетика; этика; логика; философия науки и техники; социальная и политическая философия; философская антропология, философия культуры; философия религии и религиоведение).
- Социологические исследования (теория, методология и история социологии; социальная структура, социальные институты и процессы; политическая социология; социология культуры; социология управления).
- Теоретическое и прикладное языкознание (языки народов зарубежных стран; теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика).

Цель журнала – создание и развитие профессиональной коммуникационной платформы для междисциплинарного диалога и дискуссий по актуальной социогуманитарной проблематике. Публикации в журнале бесплатны.

Задачи:

- публикация оригинальных результатов научных исследований по различным вопросам философского, лингвистического, культурологического

и социологического характера, полученных широким кругом авторов – как признанных ученых и специалистов, так и начинающих свой путь в профессии молодых исследователей из научных организаций России и зарубежных стран;

- осуществление коммуникации между российскими и зарубежными специалистами – философами, социологами, лингвистами, работающими в научных организациях разных ведомств;
- интеграция возможностей мультидисциплинарного подхода к гуманитарным исследованиям;
- усиление возможностей интеграции отечественных научных школ в международное научное сообщество.

Полные сведения о журнале, его редакционной политике, принятых этических стандартах, требования к подготовке статей, архив и дополнительная информация размещены на сайте <https://discourse.etu.ru>



Материалы журнала доступны по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License

DISCOURSE

The Journal is registered by Federal Service for Supervision of Communication, Information Technology and Mass Media (PI No FS77-62347 of 14.07.2015).
Subscription index in "The Post of Russia" catalogue П4332.

Founder and publisher: Saint Petersburg Electrotechnical University
Founded in 2015. Issued 6 times a year.

Accepted Languages: Russian, English.

The Journal is included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation. Indexed and archived in the Russian Science Citation Index (RSCI). It is a member of the Association of Scientific Editors and Publishers and CrossRef.

Editorial address: Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Prof. Popov Str.,
St Petersburg 197022, Russia.

Tel.: +7 (812) 234-10-13, e-mail: discourse@etu.ru, <http://discourse.etu.ru>

THE EDITORIAL BOARD

Editor-in-Chief

Andrey F. Ivanov, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

Deputy Editor-in-Chief

Nina K. Gigauri, Can. of Sci. (Eng.), Assoc. Prof., Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

Executive Secretary

Mikhail Yu. Lyutikov, Can. of Sci. (History), Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

Galina A. Baeva, Dr. of Sci. (Philol.), Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Elena V. Bodnaruk, Dr. of Sci. (Philol.), Assoc. Prof., Northern (Arctic) Federal University Named after M. V. Lomonosov, Arkhangelsk, Russia

Asalkhan O. Boronoev, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Svyatoslav S. Brazevich, Dr. of Sci. (Sociol.), Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Aleksey V. Volkov, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Petrozavodsk State University, Petrozavodsk, Russia

Pavel P. Deryugin, Dr. of Sci. (Sociol.), Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Daniil Yu. Dorofeev, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Saint-Petersburg Mining University, St Petersburg, Russia

Sergei M. Eliseev, Dr. of Sci. (Polit.), Prof., University associated with IA EAEC, St Petersburg, Russia

Vladimir I. Ignatyev, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia

Anna A. Izgarskaya, Dr. of Sci. (Philos.), Assoc. Prof., Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russia

Nadezhda V. Kazarinova, Can. of Sci. (Philos.), Assoc. Prof., Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

Inna V. Kononova, Dr. of Sci. (Philol.), Assoc. Prof., Saint Petersburg State Economic University, St Petersburg, Russia

Elena N. Lisanyuk, Dr. of Sci. (Philos.), Assoc. Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Tatyana V. Melnikova, Dr. of Sci. (Philos.), Assoc. Prof., Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

Vladimir P. Miletskiy, Dr. of Sci. (Polit.), Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Svetlana I. Rosenko, Dr. of Sci. (Sociol.), Prof., Lesgaft National State University of Physical Education, Sport and Health, St Petersburg, Russia

Evgeniy G. Sokolov, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Alexander V. Soldatov, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., State Marine Technical University, St Petersburg, Russia

Anna Yu. Storozhuk, Dr. of Sci. (Philos.), Leading Researcher, Institute of Philosophy and Law of the Siberian Branch of the RAS, Novosibirsk, Russia

Elena V. Strogetskaia, Can. of Sci. (Polit.), Assoc. Prof., Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

Roman V. Svetlov, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia

Nella A. Trofimova, Dr. of Sci. (Philol.), Assoc. Prof., Higher School of Economics, St Petersburg, Russia

Victor V. Tuzov, Dr. of Sci. (Philos.), Prof., Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

Sergei V. Chebanov, Dr. of Sci. (Philol.), Prof., Saint Petersburg University, St Petersburg, Russia

Sergei I. Chernykh, Dr. of Sci. (Philos.), Assoc. Prof., Novosibirsk State Agrarian University, Novosibirsk, Russia

Andrei A. Shumkov, Dr. of Sci. (Philol.), Assoc. Prof., Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

Svetlana V. Shustova, Dr. of Sci. (Philol.), Assoc. Prof., Perm State University, Perm, Russia

Vyacheslav V. Shcherbina, Dr. of Sci. (Sociol.), Prof., Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia

Mikhail P. Yatsenko, Dr. of Sci. (Philos.), Assoc. Prof., Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

Aleksey Nesteruk, Ph. D., Prof., University of Portsmouth, Portsmouth, United Kingdom

Kristina Štrkalj Despot, Ph. D., Prof., Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Zagreb, Croatia

Mansoor Maitah, Ph. D., Prof., Czech University of Life Science Prague, Prague, Czech Republic

Zhang Baichun, Ph. D., Prof., Beijing Normal University, Beijing, China

Aim and scope: DISCOURSE The Journal is a periodical international peer-reviewed scientific publication. The Journal presents the results of scientific research of Russian and foreign scientists and is focused on the publication of materials on the socio-humanitarian problems of the development of society. The Journal publishes papers in three areas for the corresponding groups of scientific specialties:

- Philosophical sciences (ontology and theory of knowledge, history of philosophy; aesthetics; ethics, logic, philosophy of science and technology, social and political philosophy; philosophical anthropology; philosophy of culture; philosophy of religion and religious studies);
- Sociological research (theory, methodology and history of sociology, social structure, social institutions and processes, political sociology, sociology of culture, management sociology);
- Theoretical and applied linguistics (languages of the peoples of foreign countries; theoretical, applied and comparative linguistics).

The goal of the Journal is the establishment and development of a professional communication platform for interdisciplinary dialogue and discussions on actual socio-humanitarian issues within the thematic areas of the Journal.

All publications in the Journal are free.

Mission of the Journal:

- Publication of the original results of scientific research on various issues of a philosophical, linguistic, cultural and sociological nature, received by a wide range of authors – both recognized scientists and specialists, and starting their career in the profession of young researchers and scientific organizations in Russia and foreign countries.
- Communication between Russian and foreign specialists – philosophers, sociologists, linguists working in scientific organizations of various departments;
- Integration of the capabilities of a multidisciplinary approach to humanitarian research;
- Strengthening the integration of domestic scientific schools in the international scientific community.

Full information about the Journal, its editorial policies, accepted ethical standards, requirements for the preparation of papers, an archive and additional information are available at <https://discourse.etu.ru>



All the materials of the journal are available under a Creative Commons Attribution 4.0 License

© Design. ETU, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Оригинальные статьи

ФИЛОСОФИЯ

Ковалев А. А. Антропологический фактор технологий войны нового поколения.....	5
Платонова С. И. Цифровые технологии и общество: трансформация идентичности	16
Мамина Р. И., Якупова С. В. Самопрезентационная коммуникация в контексте цифровых реалий современного социума.....	27

СОЦИОЛОГИЯ

Казаринова Н. В. Общение в зеркале социальной семиотики	43
Замотин М. П. Социальная роль традиции песен-протестов популярной музыки середины XX в. в США	53
Дерюгин П. П., Рассказов С. В., Куражев С. Д., Чжао Цзе, Эсселевич Э. А. Приоритеты и стимулы мобильности российских ИТ-специалистов.....	64

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Антонова Н. А., Кузьмич И. В. Сравнительный анализ машинного и «ручного» перевода научно-учебного текста: проблемы и решения.....	82
Сыпачёва К. Н., Шамина Е. А. Функции высокого терминального тона в интонационной системе современного английского языка	93
Соколюк М. А. Разговорник в типологии текстов: подтип учебника или отдельный тип текста?.....	106
Скрынникова И. В., Генералова Л. М. Образные нарративы в политической блогосфере: лингвокогнитивный аспект	121
Киселева С. В., Нехоросhev А. С. Неудачные и удачные селфи в презентации антропоморфных метафор англоязычного цифрового дискурса	134
Мальшева В. Н. Место французских заимствований среди слов английской фонестемной группы CR.....	143
Правила представления рукописей авторами	157

CONTENTS

Original papers

PHILOSOPHY

Kovalev A. A. The Anthropological Factor of the New Generation of War Technologies.....	5
Platonova S. I. Digital Technologies and Society: Identity Transformation	16
Mamina R. I., Yakupova S. V. Self-Presentational Communication in Context Digital Realities of Modern Society.....	27

SOCIOLOGY

Kazarinova N. V. Communication in the Mirror of Social Semiotics	43
Zamotin M. P. Social Role of the Tradition of Protest Song Tradition of Popular Music mid-20th century in the United States	53
Deryugin P. P., Rasskazov S. V., Kurazhev S. D., Zhao Jie, Esselevich E. A. Priorities and Incentives for the Mobility of Russian IT Specialists.....	64

LINGUISTICS

Antonova N. A., Kuzmich I. V. Comparative Analysis: Machine vs Human Translation of Educational Scientific Texts. Challenges and Solutions	82
Sypacheva K. N., Shamina E. A. The High Rising Terminal in the Intonation System of the Modern English Language.....	93
Sokoljuk M. A. Phrasebook in Text Typology: a Type of Textbook or an Independent Type of Text?.....	106
Skrynnikova I. V., Generalova L. M. Figurative Narratives in Political Blogging: Linguocognitive Perspective	121
Kiseleva S. V., Nekhoroshev A. S. Unsuccessful and Successful Selfies in the Presentation of Anthropomorphic Metaphors in English-Language Digital Discourse.....	134
Malysheva V. N. French Loanwords in English cr-phonaesthetic group	143

Оригинальная статья
УДК 101; 32
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-5-15>

Антропологический фактор технологий войны нового поколения

Андрей Андреевич Ковалев

*Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия,
kovalev-aa@ranepa.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7760-5732>*

Введение. В статье рассматриваются гуманитарные технологии гибридных войн (войн нового поколения). Физическое насилие в условиях их активизации заменяется насилием нефизическим с использованием принуждения, побуждения, понуждения и манипуляций. Поэтому особую актуальность приобретает осмысление не только самого феномена гибридных войн, но и активно применяемых в них гуманитарных технологий. Цель исследования – раскрыть гуманитарные технологии как ведущую силу войн нового поколения.

Методология и источники. В качестве основных методов в исследовании были использованы систематизация, категоризация, интерпретация понятий и системный анализ. Работа опирается на исследования И. Ю. Алексеевой, В. Г. Кокоулина, Б. В. Маркова и некоторых других авторов, посвященные гуманитарным технологиям войны нового поколения.

Результаты и обсуждение. Технологии гибридной войны носят смешанный характер, однако при этом в последние годы становится очевидным тяготение акторов глобального противостояния к гуманитарным технологиям современной войны. На первом этапе проводимого исследования был рассмотрен феномен гибридной войны, дано его определение, раскрыты его сущность и потенциал. Гибридная война – это реализованная стратегия управляемого хаоса. На втором этапе рассмотрены различные технологии гибридных войн, наиболее перспективными из которых являются гуманитарные технологии. Дано определение таких технологий, раскрыты их субъекты и объекты, а также их цель. Третий этап исследования посвящен рассмотрению конкретных примеров гуманитарных технологий, среди которых создание дипфейков, распространение дезинформации и ряд других.

Заключение. В последние несколько лет гуманитарные технологии войны нового поколения нашли свою нишу в условиях противостояния исторических противников, при этом политические цели такого противостояния остались прежними. Однако объект воздействия изменился, им стал человек.

Ключевые слова: человек, влияние, манипуляция, эволюция технологий, гибридная война, сознание

Для цитирования: Ковалев А. А. Антропологический фактор технологий войны нового поколения // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 5–15. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-5-15.

© Ковалев А. А., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Original paper

The Anthropological Factor of the New Generation of War Technologies

Andrey A. Kovalev

*North-West Institute of Management, branch of RANEPA, St Petersburg, Russia,
kovalev-aa@ranepa.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7760-5732>*

Introduction. The article studies the humanitarian technologies of hybrid wars (wars of the new generation). Physical violence in the conditions of their activation is replaced by non-physical violence using coercion, inducement and manipulation. Therefore, understanding not only the phenomenon of hybrid wars itself, but also the humanitarian technologies actively used in them, is of particular relevance. The purpose of the study is to reveal humanitarian technologies as the leading force of the new generation of wars.

Methodology and sources. Systematization, categorization, interpretation of concepts and system analysis were used as the main methods in the study. The work is based on the research of I.Y. Alekseeva, V.G. Kokoulin, B.V. Markov and some other authors whose works devoted to the humanitarian technologies of the new generation of war.

Results and discussion. Hybrid warfare technologies are of a mixed nature, however, in recent years, the attraction of actors of global confrontation to the humanitarian technologies of modern warfare has become obvious. At the first stage of the research, the phenomenon of hybrid warfare was considered, its definition was given, its essence and potential were revealed. Hybrid warfare is an implemented strategy of controlled chaos. At the second stage, there were considered various hybrid warfare technologies, the most promising of which are humanitarian technologies. The definition of such technologies was given, their subjects and objects were disclosed, as well as their purpose. The third stage of the study is devoted to the consideration of specific examples of humanitarian technologies, including the creation of deepfakes, the spread of disinformation and a number of others.

Conclusion. In the last few years, the humanitarian technologies of a new generation of war have found their niche in the face of confrontation between historical opponents, while the political goals of such confrontation have remained the same. However, the object of influence has changed, it has become a person.

Keywords: man, influence, manipulation, technology evolution, hybrid warfare, consciousness

For citation: Kovalev, A.A. (2024), "The Anthropological Factor of the New Generation of War Technologies", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 5–15. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-5-15 (Russia).

Введение. На протяжении всей истории развития человечества война и ее технологии претерпели значительные изменения, и к XXI в. самым эффективным и потому приоритетным видом противоборства стали нелетальные войны с применением гуманитарных технологий. В таких условиях состояние войны и состояние мира смешиваются, между ними стираются границы, а человек находится одновременно и в позиции объекта, и в положении субъекта гуманитарных технологий. Физическое насилие тем самым заменяется насилием нефизическим (психологическим, ментальным, информационным) с использованием принуждения, побуждения, понуждения и манипуляций. В подобных условиях актуальным становится осмысление не только самого феномена гибридных войн, но и активно применяемых в них гуманитарных технологий. Антропологический фактор становится ведущим в

войне нового поколения, а поскольку человек и его безопасность являются приоритетными направлениями обеспечения национальной безопасности современного государства, то и разрушительный потенциал гуманитарных технологий является очевидным, а его преодоление обязательным условием дальнейшего существования нации и государства.

Цель исследования – раскрыть гуманитарные технологии как ведущую силу войн нового поколения.

Методология и источники. В качестве основных методов в исследовании были использованы систематизация, категоризация, интерпретация понятий и системный анализ. Благодаря этим методам была прослежена эволюция технологий войны, гуманитарные технологии гибридной войны рассмотрены как наиболее эффективные и перспективные (равно как и самые разрушительные), даны определения важных понятий в контексте изучения гибридной войны и ее технологий гуманитарной направленности, а также систематизированы знания о гуманитарных технологиях войны нового поколения и их разрушительном потенциале. В работе были использованы исследования И. Ю. Алексеевой, В. Г. Кокоулина, Б. В. Маркова и некоторых других авторов, посвященные гуманитарным технологиям войны нового поколения.

Результаты и обсуждение. Феномен войны как крайней степени противоборства противников за всю человеческую историю претерпел множество модификаций и качественных изменений. И если до второй половины XX в. физические войны с летальным исходом были предпочтительным и самым эффективным способом достижения политических целей (захват территорий и подчинение противника и его народа), то со второй половины прошлого столетия, особенно в XXI в., такой вид противоборства теряет свою значимость и результативность. В настоящее время некинетические (неклассические, нелетальные) войны находятся в приоритете по сравнению с вооруженными столкновениями. Безусловно, фактор вооруженной борьбы не потерял актуальность полностью, он еще существует в войнах современности, однако новые технологии борьбы постепенно его вытесняют. Таким образом, благодаря смешению технологий физического (вооруженного) и нефизического (без использования классического оружия) противостояния, война нового поколения стала именоваться гибридной (от лат. *hybrid* – помесь). Полноценное осмысление гибридной войны в социально-гуманитарном знании находится на этапе становления. Несмотря на довольно большой объем исследований и работ на данную тему, нераскрытых граней и аспектов этого явления по-прежнему достаточно много. Одним из них является антропология гибридной войны, в том числе влияние ее технологий на современного человека.

Итак, в общем виде под гибридной войной понимается «находящееся вне правового поля противостояние с применением военных и невоенных технологий многосубъектными сторонами, направленное на реализацию интересов их внутренней, внешней и глобальной политики» [1, с. 73]. Такие войны по своей сущности носят наступательный характер, их цель заключается в установлении контроля над противником и дальнейшем управлении им. Как уже было отмечено в определении, в гибридных войнах могут использоваться как военные, так и невоенные технологии, что в свою очередь подчеркивает их комплексный характер. При этом гибридная война ведется во всех направлениях жизнедеятельности государства, общества и каждого отдельного человека. Под удар попадают сфера образования, культурного развития, деятельность политических, экономических и иных институтов, духовно-нравственный индивидуальный и общественный потенциал противника и многие другие сферы [2].

В целом гибридные войны можно охарактеризовать как управляемый хаос. Главными идеологами этой стратегии ведения войны выступают США. Хаос создается искусственно с целью дезориентации того или иного народа как в глобальном масштабе, так и в национальном. В таких условиях население противника теряет волю, становится податливым к манипуляциям и не может сопротивляться акторам гибридных атак. Основная цель – сделать тот или иной народ лояльным по отношению к тому, кто этот управляемый хаос создает и поддерживает. Со временем действительно происходят важные необратимые изменения, которые затрагивают ментальный уровень бытия народа-противника. В результате происходит утрата традиционных ценностей и их замена нежизнеспособным суррогатом, теряется связь поколений, а также появляются опасные иллюзии о привлекательности чуждой культуры и ее идеалов и об устаревшем/неправильном собственном опыте. В результате применения такой технологии гибридной войны нация теряет свою идентичность, самостоятельность и уникальность. При этом наиболее эффективной стратегия внедрения управляемого хаоса становится, когда применяется в первую очередь к элитам, деятельность которых в перспективе влияет на население. Пожалуй, самым наглядным и вместе с тем драматичным в том числе и для современной России, является пример Украины и ее лидера В. Зеленского. Он полностью лоялен Западу, отвечает всем его требованиям и запросам, готов действовать в интересах своих спонсоров («кукловодов») даже в ущерб национальной безопасности своего государства. Таким же ведомым Западом лидером был М. С. Горбачев, который признавался, что личное знакомство с Западом уверило его в правильности уничтожения коммунизма (собственной страны) и выбора пути социал-демократических стран в качестве идеала [3, с. 102–103].

Таким образом, в настоящее время можно говорить о формировании и использовании нового феномена – технологиях гибридных войн. Основным их отличительным признаком является преобладание невоенных методов в сочетании с военными. Такие технологии направлены не на физическое противостояние, а на метафизический уровень существования человека и общества, т. е. на уровень сознания и даже подсознания. То есть наряду с военным инструментарием ведения современных войн весомое значение приобретают и такие средства, которые способны также добиваться политических и иных целей, но при этом обладают способностями нефизического воздействия на противника. В этом контексте речь идет о гуманитарных (социально-гуманитарных) технологиях, которые в рамках гибридных войн начинают приобретать особое значение. Так, под социально-гуманитарной технологией «следует понимать целенаправленную форму деятельности (комплекс мероприятий) определенных субъектов по организации и контролю коммуникации индивида через воздействие на глубинные пласты его человеческой природы (языковое пространство, духовные образы человека, сферу символических кодов и архетипов)» [4, с. 62–63].

Итак, подобные невоенные технологии современной войны интенсивно вытесняют их военные альтернативы. Это обстоятельство ставит перед современной философией закономерный вопрос о причинах произошедшего, почему гуманитарные технологии ведения войны стали настолько востребованными, эффективными и, следовательно, перспективными, что вытеснили военный инструментарий? Все дело в том, что понятие о человеке, его природе и предназначении меняются, как меняется и самовосприятие человека. Совре-

менный период в философии характеризуется как постантропологическая эпоха. Так, профессор Б. В. Марков характеризует эту эпоху как «отказ от универсальной идеи человека» [5]. Место и роль человека переосмысливаются в настоящий период в пользу того, что сам человек, его благополучие и потребности играют ведущую роль в системе национальной и даже отчасти глобальной безопасности. Однако при этом важно понимать, что под потребностями и благополучием подразумеваются не внешние признаки, выражаемые через комфорт, удовлетворение эгоистических потребностей, крайний индивидуализм и прочие проявления гедонизма, а духовный и нравственный рост, самосовершенствование, гуманизация в целом. Такой проект дальнейшего развития человечества выглядит весьма привлекательно, но несколько утопично. Его воплощение сделало бы человека более сдержанным, ответственным, самостоятельным, критически мыслящим, спокойным и ментально устойчивым. Поэтому во избежание осуществления такого высокого уровня развития современного человека и распространяются гибридные войны, стремящиеся духовно поработить человека и уничтожить в нем независимую личность.

Основная цель гибридной войны – развратить человека, сделать его зависимым и тем самым легкоуправляемым. Влияние на сознание человека, его дух делает гуманитарные технологии особенно привлекательными, именно с их помощью человека можно незаметно «переформатировать» под заданные параметры и внушать ему, что его жизнь и его деятельность – это его осознанный выбор. Таких технологий в настоящее время существует множество, и они продолжают увеличиваться количественно и совершенствоваться по качеству и эффективности. А многомерность человека, по мнению философа М. В. Масловой, можно представить в качестве основы изучения гибридных войн [6]. Так, она считает, что только комплексный подход к безопасности человека способен повысить ее уровень и эффективно противостоять гибридным атакам. Таким образом, гуманитарная безопасность, которая становится мишенью в гибридных войнах, является важнейшим компонентом всей системы национальной безопасности в XXI в. Это справедливо по причине того, что первый этап ведения нетрадиционной (гибридной, ментальной) войны начинается «с оценки уязвимости гуманитарной сферы общественной безопасности» [7, с. 54]. И если эта сфера действительно окажется в зоне риска, демонстрируя аномию, разобщенность и прочие социальные проблемы, то использование гуманитарных технологий в рамках гибридной войны окажется целесообразным и весьма эффективным для противника.

Важно понимать, что гуманитарные технологии гибридной войны требуют также поддерживающих усилий, т. е. однократное их использование или непродуманная (например, краткосрочная или недостаточно профинансированная) стратегия применения в том или ином государстве/регионе не возымеют ожидаемого эффекта. Это означает, что гуманитарные технологии гибридных войн должны стать образом и смыслом жизни народа, против которого они применяются, иначе их эффективность с большой вероятностью существенно снизится. Поэтому эти технологии направлены на фундаментальные изменения не только бытия человека, но и его сознания, что предполагает их долгосрочность и нацеленность на длительную перспективу.

Возможность управлять информацией (а в большинстве случаев манипулировать ею) становится главным аргументом в войнах нового поколения. Кто имеет такую возможность

и такие ресурсы, тот и является ее ведущим актором. Важно отметить, что гуманитарные (или социогуманитарные) технологии гибридной войны укрепляются за счет входящей в ее состав информационной составляющей. Иными словами, в поле влияния информационной войны вовлечено все социально-гуманитарное пространство современного общества, куда входят история, культура народов, традиционные духовно-нравственные ценности, социальные коммуникации, знаково-символические системы и многие другие элементы, при этом весь спектр таких технологий можно дифференцировать по трем основным группам, среди них коммуникативная, лингво-аналитическая и семиотическая [4, с. 62–63]. Тем самым акторы, использующие гуманитарные технологии в рамках той или иной группы, придерживаются различных стратегий в достижении конечной цели по управлению сознанием и подсознанием человека.

Как уже было отмечено, гуманитарные технологии гибридной войны точно направлены на человека, нарушая или вовсе разрушая его идентичность. При этом идентичность как естественно присущее человеку явление не уничтожается совсем, она заменяется таким вариантом, который выгоден субъекту гибридной войны. В результате общество, подвергшееся таким воздействиям, становится легкоуправляемой марионеткой. В такой ситуации нет места прямому и очевидному насилию, также отсутствуют принуждение и приказы, однако внедренное чуждое мировоззрение позволяет «невидимой рукой» управлять обществом в целом и каждым отдельным человеком. Таким образом, «гуманитарные технологии продуцируют, легитимируют и транслируют идентичности (смыслов, вещей, идей, процессов, ценностных ориентиров, поведенческих схем, религиозной и корпоративно-групповой принадлежности, потребительских предпочтений, моды, бренда)» [8, с. 36]. С помощью гуманитарных технологий идентичность человека меняется настолько, что он становится чужим для своей привычной среды обитания (культурной, ментальной, традиционной), при этом внешне не сразу удастся заметить метаморфозы и предпринять препятствующие такому состоянию меры.

Итак, можно констатировать, что современные гибридные войны стали эффективнее традиционных войн из-за расширения возможностей для противоборства во многом за счет усложнения используемых технологий. При этом гуманитарные технологии показали свою продуктивность и результативность, так как они содержат в себе элемент информационно-психологической войны, которая воздействует на человеческий ум и направлена против него, а не против компьютера [9, р. 35]. Профессор И. Ю. Алексеева справедливо отмечает, что в условиях современной России эффективность гуманитарных технологий подтверждается и поддерживается благодаря существующему в российской культуре историческому спору между западниками и славянофилами, который был возрожден в период украинского «майдана», встретившего в России как порицание, так и поддержку [10, с. 14]. А информационные технологии сделали этот исторический спор более «громогласным», заметным и весьма актуальным в сложившихся обстоятельствах. Однако, как отмечает профессор, возрождение этого спора является обращением к архаике, которая не в состоянии решить проблемы XXI в. и которая уводит от системного мышления в пользу ассоциативно-картиночного (клипового, фрагментарного). Преодоление этого состояния Ирина Юрьевна видит в формировании интеллектуального суверенитета личности, который должен приучить его

носителя самостоятельно добывать информацию, анализировать ее и делать на основе этого анализа непредвзятые выводы. Такой подход позволит преодолеть «раздвоенность самосознания», резюмирует исследователь.

Важно понимать, что какую-либо конкретную гуманитарную технологию сложно однозначно и безапелляционно отнести к тому или иному подвиду (психологическому, политическому, ментальному и т. д.). Во избежание методологической путаницы необходимо отметить, что в рамках настоящего исследования подразумевается следующее: гуманитарные технологии гибридной войны основаны на информационных технологиях, влияют на сознание и ум человека, опираются на достижения гуманитарных наук, а также находят свое проявление в различных сферах (культурной, политической, социальной и пр.). Поэтому представленные далее примеры гуманитарных технологий призваны продемонстрировать сферу их реализации, механизм проявления, возможные последствия, а не строгую классификацию с отнесением к той или иной категории. Рассмотренные технологии разные, но все они основаны на информационно-психологическом влиянии на человека и в обобщенном виде именуется гуманитарными технологиями.

Итак, гуманитарные технологии в настоящее время представлены весьма широким арсеналом. В рамках настоящего исследования можно выделить некоторые из действенных гуманитарных технологий, которые используются в гибридных войнах. Так, уже была отмечена и рассмотрена *стратегия управляемого хаоса*, которая направлена на дезориентацию общества противника во всех сферах его жизнедеятельности, однако с сохранением за субъектом использования данной технологии возможности влиять на созданный им хаос и управлять им.

В рамках социально-политических технологий, которые выделяются как отдельный важнейший и весьма эффективный в контексте антропологического влияния вид гуманитарных технологий в рамках гибридной войны, необходимо выделить в качестве средства манипуляции сознанием использование *дипфейков* (англ. *deep learning* – глубинное изучение; *fake* – подделка). Эта технология воздействует на восприятие человека посредством трансформации видео и изображений, которые созданы с помощью искусственного интеллекта [11, с. 93]. По сути, эта технология базируется на последних достижениях человечества и направлена на конкретную аудиторию с целью вызвать ожидаемую реакцию. Дипфейки, имеющие политический характер, представляют серьезную угрозу для современных государств. Если они будут иметь успех, то дальнейшее развитие целых государств и народов будет поставлено под угрозу. В этом случае стратегия манипулирования реализуется за счет психологического воздействия, основным механизмом которого становится упрощение. Ведь именно примитивизация и эмоциональная насыщенность привлекают аудиторию гораздо интенсивнее, чем сдержанные и логически обоснованные материалы. Здесь активизируется правило «чем проще, тем лучше» (понятнее). В условиях распространности технологии дипфейков осознанность и ответственность как распространителей таких материалов, так и их потребителей должны стать основой развития информационной культуры, которая позволит сопротивляться такого рода манипуляциям.

Дезинформация, которую исследователь В. В. Макашова именуется технологией «креативной войны» [12], является весьма эффективной гуманитарной технологией гибридной

войны. Эта технология преследует основную цель – введение в заблуждение аудитории. В условиях повышенного запроса на осведомленность, которая формируется за счет оперативности получаемой информации, технология дезинформации закрывает эту потребность. По сути, это технология лжи, которая действует как успокоительное для аудитории либо, напротив, как стимулирующее средство, подвигающее к эмоциональной реакции или импульсивному поведению, предоставляя информацию на интересующие ее темы.

Технологии *трансформации исторической памяти* (особенно памяти о Великой Отечественной войне), которые отдельно выделены доктором исторических наук, профессором В. Г. Кокоулиным, основаны на стирании исторической памяти, переписывании смысла, лишении исторических событий реального содержания, развенчании и дискредитации героев, «черном» мифе, генерировании «фобий» по отношению к событиям прошлого и разрыве единого исторического пространства [13, с. 10–11]. В результате успеха этой технологии происходит стирание исторической памяти, искажение фактов и исторических событий, нарушается связь поколений, а также деформируются принципы формирования национальной и индивидуальной идентичности. Это становится возможным, например, когда какое-либо событие или явление из прошлого, которое ранее было предметом национальной гордости, под воздействием подобных технологий незаслуженно превращается в объект национального стыда и позора; равно как и заслуживающие порицания исторические события или фигуры на современном этапе развития нации преподносятся как предмет национальной гордости. Такая политика актуальна в XXI в. для Украины, занимающейся десоветизацией и возвеличиванием нацистских преступников, С. Бандеры в частности.

Особый вред национальным государствам и их населению несут гуманитарные технологии гибридной войны, которые, так или иначе, затрагивают межнациональные отношения. Так, *ксенофобия* как гуманитарная технология гибридной войны и способы ее активизации актуальны для национальных (особенно многонациональных) государств, в числе которых находится и Российская Федерация. Благодаря этой технологии весьма эффективно создается образ врага, в который можно поместить кого угодно. И если раньше самой распространенной формой ксенофобии в мире была исламофобия, то с началом специальной военной операции (СВО) России на Украине ею стала русофобия. По справедливому утверждению исследователей О. М. Шевченко и Л. Л. Штофер [14], очередной виток в развитии глобальной ксенофобии (объявлении «нового врага всего мира») обуславливается меняющимися интересами США, демонизирующими именно тех акторов, которых они хотят ослабить или от которых стремятся избавиться.

Доктор философских наук, профессор И. Ю. Сундиев в совместном исследовании с академиком МАРЭ, автором-разработчиком систем психофизиологического мониторинга, выделили в качестве одной из самых разрушительных гуманитарных технологий гибридной войны *институциональное расчеловечивание*. Исследователи всерьез обеспокоены деструктивным потенциалом этой технологии. Она подкрепляется созданием стратегии управляемого хаоса, благодаря которой появляется возможность «не уничтожить социум и его инфраструктуру кинетически, как в военных кампаниях (в мировых войнах XX в.), а стагнировать его развитие через изменение мотивационно-потребностной базы человека» [15, с. 109]. Если соотносить это утверждение с пирамидой потребностей А. Маслоу, на вершине которой нахо-

дятся психоэмоциональные потребности, а у основания – базовые и физиологические, то можно сделать вывод, что технология институционального расчеловечивания сосредотачивает человека на удовлетворении базового уровня потребностей, делая необязательным или незначимым высшие потребности.

Основным инструментарием, т. е. конкретными способами реализации той или иной технологии гибридных войн, в XXI в. выступает возможность определенных сил формировать контент и управлять им. Контент – это потребляемая аудиторией информация, т. е. ее наполнение, содержание и качество (или его отсутствие). Так контент становится оружием в войнах современности, а само противостояние противников в таких условиях приобретает черты контентной войны [16, с. 154]. Однако наполнение человека готовым, выгодным какой-либо узкой группе субъектов гибридной войны контентом тормозит развитие человека, помещает его в рамки клипового (разорванного, фрагментарного) мышления, уничтожает связь с прошлым (вместе с тем и с будущим) и делает человека потребителем, сконцентрированным на материальном и игнорирующим духовный аспект своего существования.

Заключение. Эволюция технологий войны позволила придти к таким ее вариантам, которые способны нанести сокрушительный удар по самому уязвимому элементу национальной безопасности современного государства и всего мирового сообщества. Речь идет о человеке и его всесторонней безопасности. Угроза ядерной войны породила новый вид противоборства под названием гибридная война, в которой начинают преобладать нефизические (невоенные) технологии противоборства. Одной из ключевых групп таких технологий являются гуманитарные технологии, которые стремятся к преобразованию сознания и даже подсознания человека с целью манипулирования его сознанием и поведением. В настоящее время гибридная война – это стратегия коллективного Запада во главе с США по противостоянию с Россией, чтобы не позволить ей набрать политический и экономический вес на глобальном уровне. Всего десятилетие назад технологии «цветных революций» казались самыми результативными и эффективными в контексте стратегии «чужими руками на чужой территории реализовать собственные национальные интересы». В последние несколько лет гуманитарные технологии войны нового поколения нашли свою нишу в условиях противостояния исторических противников, при этом политические цели такого противостояния остались прежними, однако объект воздействия изменился, им стал человек. Иными словами, стремление обладать политическим влиянием выбрало такой объект воздействия, трансформация которого по заранее заданному сценарию способна в корне изменить и государственную, и социальную, и культурную, и ментальную, и любую другую систему жизнедеятельности, причем исключительно невоенными технологиями. В таких условиях человек и его безопасность признаются важнейшим элементом национальной безопасности в целом, при этом они требуют качественно нового подхода к нивелированию воздействия гуманитарных технологий гибридных войн современности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алиев Д. Ф. Гибридная война: теоретико-методологический анализ // Вестн. Твер. гос. ун-та. Сер. Философия. 2023. № 4 (66). С. 66–75. DOI: 10.26456/vtphilos/2023.4.066.

2. Mumford A., Carlucci P. Hybrid warfare: The continuation of ambiguity by other means // European J. of International Security. 2022. № 8. P. 192–206. DOI: 10.1017/eis.2022.19.

3. Стригин Е. М. *Предавшие СССР*. М.: Алгоритм, 2005.
4. Кафтан В. В. Основные тренды развития социогуманитарных технологий современной информационной войны // *Социально-гуманитарные знания*. 2019. № 3. С. 62–71.
5. Марков Б. В. Образ человека в постантропологическую эпоху // *Вопросы философии*. 2011. № 2. С. 23–33.
6. Маслова М. В. Многомерность человека как основа понимания феномена гибридных войн // *Гуманитарные проблемы военного дела*. 2017. № 4 (13). С. 80–86.
7. Балановский В. Л., Подъяконов В. М. Новая парадигма обеспечения качества жизни в условиях «ментальной войны» // *Качество и жизнь*. 2021. № 2 (30). С. 50–56. DOI: 10.34214/2312-5209-2021-30-2-50-56.
8. Устинкин С. В., Рудаков А. В. Гуманитарные технологии как инструмент разрушения идентичности граждан в современной информационной войне // *Вестн. Академии военных наук*. 2017. № 4 (61). С. 33–37.
9. Libicki M. C. *What is information warfare?* Washington: National Defense Univ., 1996.
10. Алексеева И. Ю. Гуманитарные технологии в контексте информационной войны // *Информационное общество*. 2015. № 6. С. 14–24.
11. Красовская Н. Р., Гуляев А. А. Технологии манипуляции сознанием при использовании дипфейков как инструмента информационной войны в политической сфере // *Власть*. 2020. Т. 28, № 4. С. 93–98. DOI: <https://doi.org/10.31171/vlast.v28i4.7440>.
12. Макашова В. В. Дезинформация: технологии «креативной войны» // *МедиаВектор*. 2022. № 6. С. 126–131.
13. Кокоулин В. Г. Технологии трансформации исторической памяти о Великой Отечественной войне в постсоветской России // *Дискурс-Пи*. 2020. Т. 17, № 3 (40). С. 10–25. DOI: 10.24411/1817-9568-2020-10301.
14. Шевченко О. М., Штофер Л. Л. Ксенофобия как эффективная технология современных информационных войн // *Гуманитарий Юга России*. 2015. № 1. С. 98–108.
15. Сундиев И. Ю., Фролов А. Б. Институциональное расчеловечивание как метатехнология социальной деструкции // *Экономические стратегии*. 2016. Т. 18, № 7 (141). С. 108–123.
16. Мигулева М. В. Контент как оружие социального инжиниринга // *Исследование стратегий развития государств*. 2018. № 2. С. 146–155.

Информация об авторе.

Ковалев Андрей Андреевич – кандидат политических наук (2015), доцент (2021), доцент кафедры государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления – филиала РАНХиГС, Средний проспект В.О., д. 57/43, Санкт-Петербург, 199178, Россия. Автор 150 научных публикаций. Сфера научных интересов: философия ментальной безопасности, гибридные войны, национальная безопасность.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 03.04.2024; принята после рецензирования 25.04.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Aliyev, D.F. (2023), "Hybrid war: theoretical and methodological analysis", *Vestnik Tver State Univ. Ser.: Philosophy*, no. 4 (66), pp. 66–75. DOI: 10.26456/vtphilos/2023.4.066.
2. Mumford, A. and Carlucci, P. (2022), "Hybrid warfare: The continuation of ambiguity by other means", *European J. of International Security*, no. 8, pp. 192–206. DOI: 10.1017/eis.2022.19.
3. Strigin, E.M. (2005), *Predavshie SSSR* [Those who betrayed the USSR], Algorithm, Moscow, RUS.
4. Kaftan, V.V. (2019), "The main trends in the development of socio-humanitarian technologies of modern information warfare", *Social and humanitarian Knowledge*, no. 3, pp. 62–71.

5. Markov, B.V. (2011), "Human image in post- anthropological epoch", *Voprosy Filosofii*, no. 2, pp. 23–33.
6. Maslova, M.V. (2017), "Multidimensionality of man as the basis of understanding the phenomenon of hybrid wars", *Gumanitarnye problemy voennogo dela* [Humanitarian Problems of Military Affairs], no. 4 (13), pp. 80–86.
7. Balanovsky, V.L. and Podyakonov, V.M. (2021), "A new paradigm for ensuring the quality of life in the conditions of «mental war»", *Quality and Life*, no. 2 (30), pp. 50–56. DOI: 10.34214/2312-5209-2021-30-2-50-56.
8. Ustinkin, S.V. and Rudakov, A.V. (2017), "Humanitarian technologies as a tool of destruction of the identity of citizens in the modern information war", *Vestnik Akademii voennykh nauk* [Bulletin of the Academy of Military Sciences], no. 4 (61), pp. 33–37.
9. Libicki, M.C. (1996), *What is information warfare?*, National Defense Univ., Washington, USA.
10. Alexeeva, I.Yu. (2015), "Humanitarian technologies in the information war context", *Information Society*, no. 6, pp. 14–24.
11. Krasovskaya, N.R. and Gulyaev, A.A. (2020), "Technologies of mind control by using deepfakes as an instrument of information war in the political sphere", *Power*, vol. 28, no. 4, pp. 93–98. DOI: <https://doi.org/10.31171/vlast.v28i4.7440>.
12. Makashova, V.V. (2022), "Disinformation: technologies of 'creative war'", *MediaVector*, no. 6, pp. 126–131.
13. Kokoulin, V.G. (2020), "Technologies for transforming the historical memory of the Great Patriotic War in Post-Soviet Russia", *Discourse-P*, vol. 17, no. 3 (40), pp. 10–25. DOI: 10.24411/1817-9568-2020-10301.
14. Shevchenko, O.M. and Shtofer, L.L. (2015), "Xenophobia as an effective technology of modern information warfare", *Humanitarian of the South of Russia*, no. 1, pp. 98–108.
15. Sundiev, I.Yu. and Frolov, A.B. (2016), "Institutional Dehumanization as a Meta-Technology of Social Destruction", *Economic Strategies*, vol. 18, no. 7 (141), pp. 108–123.
16. Miguleva, M.V. (2018), "Content as a weapon of social engineering", *国家发展战略研究* [Research of State Development Strategies], no. 2, pp. 146–155.

Information about the author.

Andrey A. Kovalev – Can. Sci. (Political, 2015), Docent (2021), Associate Professor at the Department of Public and Municipal Administration, North-West Institute of Management, branch of RANEPА, 57/43 Srednii pr., V.O., St Petersburg 199178, Russia. The author of 150 scientific publications. Area of expertise: philosophy of mental security, hybrid wars, national security.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 03.04.2024; adopted after review 25.04.2024; published online 24.09.2024.

Оригинальная статья

УДК 13; 159.01

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-16-26>

Цифровые технологии и общество: трансформация идентичности

Светлана Ипатовна Платонова

*Удмуртский государственный аграрный университет, Ижевск, Россия,
platon-s@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2145-2041>*

Введение. Целью статьи является анализ особенностей формирования идентичности и идентификационных процессов в обществе постмодерна и цифровом обществе. В статье исследуются различные подходы к понятию «идентичность» в рамках социально-гуманитарных теорий. Рассматривается взаимосвязь реальной и виртуальной идентичности, возникновение новых форм и моделей идентичности. Анализируются и сравниваются два подхода к анализу идентичности в цифровом обществе: цифровой оптимизм и цифровой пессимизм.

Методология и источники. В статье используется сравнительный анализ различных теоретических подходов к формированию идентичности. Для понимания особенностей идентичности в эпоху цифровизации применяется междисциплинарный подход. Основными источниками исследования феномена идентичности служат работы классиков социологии и психологии Э. Эриксона, Дж. Г. Мида, Э. Дюркгейма, а также исследования представителей современных философских и социологических теорий З. Баумана, Э. Гидденса, Ш. Теркла, А. А. Лисенковой, Т. Г. Лешкевич.

Результаты и обсуждение. Показано, что в обществе постмодерна идентичность характеризуется процессами индивидуализации, фрагментации и отсутствием единого культурного центра. В цифровом обществе наряду с процессами индивидуализации происходят процессы стандартизации и унификации личности. Делается вывод, что в цифровом обществе идентичность имеет положительные и отрицательные стороны. С одной стороны, существует положительный вектор использования онлайн-коммуникаций, сетевого взаимодействия людей, который уничтожает пространственно-временные границы, социальные барьеры. С другой стороны, формируются новые типы виртуальной идентичности, бросающие вызов собственной идентичности человека.

Заключение. Делается вывод, что цифровое общество меняет идентичность человека, идентификационные практики и стратегии. Следствием этих процессов является формирование человека, сращенного с цифровыми технологиями, что приводит к трансформациям социального порядка, социальных норм и общества в целом.

Ключевые слова: идентичность, постмодерн, цифровизация, виртуальная идентичность, цифровое общество

Для цитирования: Платонова С. И. Цифровые технологии и общество: трансформация идентичности // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 16–26. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-16-26.

© Платонова С. И., 2024

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Original paper

Digital Technologies and Society: Identity Transformation

Svetlana I. Platonova

*Udmurt State Agricultural University, Izhevsk, Russia,
platon-s@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2145-2041>*

Introduction. The purpose of this article is to analyze the features of identity formation and identification processes in postmodern society and in digital society. The article explores various approaches to the concept of "identity" within the framework of socio-humanitarian theories. The interrelation of real and virtual identity, the emergence of new forms and models of identity are considered. Two approaches to the analysis of identity in a digital society are analyzed and compared: digital optimism and digital pessimism.

Methodology and sources. The article uses a comparative analysis of various theoretical approaches to identity formation. An interdisciplinary approach is used to understand the features of identity in the era of digitalization. As the main sources for the study of the phenomenon of identity there were used works of classics of sociology and psychology E. Erickson, J.G. Meade, E. Durkheim, as well as studies of representatives of modern philosophical and sociological theories Z. Bauman, A. Giddens, S. Turkle, A.A. Lisenkova, T.G. Leshkevich.

Results and discussion. It is shown that in postmodern society, identity is characterized by the processes of individualization, fragmentation and the absence of a single cultural center. In a digital society, along with the processes of individualization, there are processes of standardization and unification of person. It is concluded that in a digital society, identity has positive and negative sides. On the one hand, there is a positive vector for the use of online communications, network interaction of people, which destroys spatial and temporal boundaries, as well as social barriers. On the other hand, new types of virtual identity are being formed, challenging a person's own identity.

Conclusion. It is concluded that the digital society changes human identity, identification practices and strategies. The consequence of these processes is the formation of a person fused with digital technologies, which leads to the transformation of the social order, social norms and society as a whole.

Keywords: identity, postmodernity, digitalization, virtual identity, digital society

For citation: Platonova, S.I. (2024), "Digital Technologies and Society: Identity Transformation", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 16–26. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-16-26 (Russia).

Введение. Цифровые технологии глубоко проникают в повседневную жизнь общества, социальные отношения, государственное управление, торговлю, экономику, производство и распространение знаний. Цифровые технологии трансформируют идентичность человека: формируется виртуальная идентичность, появляется феномен борьбы идентичностей, возникают перспективы множественной идентичности. Цифровизация общества приводит к появлению человека-виртуала, человека-киборга, к гибридизации человека и технических объектов. В этой связи актуальны и правомерны вопросы:

- как трансформируется идентичность в условиях цифрового общества?
- каковы особенности новых форм и моделей идентичности в цифровом обществе?
- каковы положительные и отрицательные стороны идентификационных процессов,

происходящих в цифровом обществе?

Методология и источники. В статье используется междисциплинарный подход, объединяющий при исследовании феномена идентичности идеи разных социально-гуманитарных наук: социологии, психологии, антропологии, философии. Для анализа феномена идентичности также применяется сравнительный метод, позволяющий сопоставлять разные подходы к выделению из них общего и особенного в феномене идентичности.

Проблематика идентичности широко обсуждается обществоведами. Не претендуя на полноту анализа разных исследовательских установок, остановимся на рассмотрении подходов, имеющих значение для темы нашего исследования. Концепт «идентичность» впервые был использован американским психологом Э. Эриксоном: «Идентичность обозначает твердо усвоенный и личностно принимаемый образ себя во всем богатстве отношений личности к окружающему миру, чувство адекватности и стабильного владения личностью собственным “я” независимо от изменений “я” и ситуации; способность личности к полноценному решению задач, возникающих перед ней на каждом этапе ее развития» [1, с. 12].

Э. Эриксон утверждает, что формирование идентичности связано с механизмами адаптации и социализации индивида. В рамках психологических теорий большой вклад в развитие дискурса, связанного с понятием «идентичность», внесли З. Фрейд и С. Холл [Hall]. Они предложили различать понятия «идентичность» и «идентификация». Если З. Фрейд понимает идентичность как сугубо психологический феномен, как «постоянный конфликт Супер-Эго и Ид через крайне субъективное чувство самотождественности и самооценности» [2, с. 67], то С. Холл предлагает понимать идентичность в более широком социальном контексте, как социокультурный феномен. Таким образом, идентичность можно изучать и как психологический феномен, и как социокультурный феномен.

В первом случае идентичность трактуется как «чувство “ощущения себя”», которое изменяется на протяжении всей жизни человека, и, следовательно, имеет динамический характер, а идентификация – как защитный психологический механизм, позволяющий уподоблять себя некоему образу» [3, с. 4]. Во втором случае при изучении идентичности как социокультурного феномена в центре внимания оказываются проблемы формирования и функционирования идентичности в контексте социальных, политических, культурных процессов.

Большую роль в рассмотрении идентичности как социокультурного феномена сыграли социологические теории, которые с известной долей условности делятся на микросоциологические и макросоциологические. Микросоциологические теории сконцентрированы на изучении взаимодействия Я с Другими. Например, инновационная психология развития, разработанная Дж. Г. Мидом, изучала «как дети учатся входить в положение других людей и каким образом, именно благодаря этому умению, они с течением времени формируют собственную идентичность» [4, с. 190]. Индивид может посмотреть на себя как бы со стороны.

Согласно Ч. Кули, «вся сфера социальной реальности по своему генезису является продуктом коммуникаций» [5, с. 490]. При этом обращается внимание на важность такой формы социального взаимодействия, которая осуществляется «лицом к лицу»: «Кули сравнивает свою модель личности с зеркалом, намекая на рефлексивный характер человеческого Я, и называет ее “зеркальным Я” ... “Я сам” и общество – два феномена близнеца, и между ними существует органическая и неразрывная связь» [6, с. 828].

Эти положения значимы для представителя феноменологической социологии А. Шюца, утверждавшего, что люди ориентируют свои действия в соответствии с действи-

ями других, и на этом основании возможны взаимопонимание и коммуникация. Так формируется жизненный мир, являющийся intersубъективным миром, который переживается человеком как общий для него и для других. Идеи, высказанные представителями микросоциологических направлений, коррелируют с феноменологической интерпретацией идентичности, предложенной М. М. Бахтиным.

Макросоциологические теории, представленные именами Э. Дюркгейма, К. Маркса, Т. Парсонса, утверждают приоритет общества над индивидами, социальных институтов над действиями. Каким образом человек интегрируется в общество – вот вопрос, на который пытаются ответить мыслители. С точки зрения Э. Дюркгейма, большое значение имеет воспитание, представляющее «средство, с помощью которого общество постоянно воспроизводит условия своего собственного существования. <...> Общество может существовать только тогда, когда между его членами существует достаточная степень однородности. <...> Но, с другой стороны, без известного разнообразия любая кооперация была бы невозможна» [7, с. 254]. Поэтому воспитание направлено на развитие в ребенке как однородных качеств, необходимых для коллективного существования, так и индивидуальных свойств, обеспечивающих обществу определенное разнообразие.

Т. Парсонс продолжает развивать идеи Э. Дюркгейма. Как отмечает Дж. Тернер, «Парсонс концептуализирует два “механизма”, интегрирующих личность в социальную систему, – механизмы социализации и социального контроля» [8, с. 70]. С помощью механизмов социализации культурные образцы и нормы интериоризируются в системе личности, а с помощью механизмов социального контроля осуществляется сохранение интеграции и равновесия социальных систем.

Подводя промежуточный итог, подчеркнем, что представителями как психологических, так и социологических теорий было отмечено, что идентичность представляет два взаимосвязанных процесса: во-первых, идентичность – это развитие индивидуальных, самобытных качеств личности и, во-вторых, идентичность – это развитие коллективных, однородных представлений (религиозные верования, нравственность, традиции, национальные обычаи и т. п.); при этом в формировании идентичности действуют механизмы интериоризации, которые в идеале формируют в человеке агента наблюдения за самим собой (самоцензура).

Результаты и обсуждение. В последние десятилетия идентичность и идентификация вызывают повышенный интерес у представителей социально-гуманитарных наук.

Проблемы идентичности в обществе постмодерна. Признанными теоретиками общества постмодерна (позднего модерна) являются З. Бауман и Э. Гидденс. Если З. Бауман характеризует современное общество как общество постмодерна, то Э. Гидденс предпочитает определять состояние современного общества как поздний модерн. В обществе происходят радикальные преобразования: стабильность заменяется текучестью, определенность – неопределенностью и непредсказуемостью, устойчивая идентичность – индивидуализированной процессуальной идентичностью.

Индивидуализация становится необходимой, так как задача улучшения условий жизни людей, прежде решавшаяся государствами и муниципалитетами, в обществе постмодерна предполагает, что «любой индивид ... теперь должен в одиночку искать и находить решения для проблем, созданных совместно» [9, с. 62–63]. Индивид становится предельно свобод-

ным, избавленным при этом от разного рода социальных обязательств, групповой сплоченности. «“Индивидуализация” заключается в преобразении человеческой идентичности из “данности” в “задачу” и в наделении действующих лиц ответственностью как за решение этой задачи, так и за последствия ... исполнения ими их ролей» [10, с. 116].

Современный человек больше похож на туриста, задающего вопросом: «Куда мне идти? Куда меня заведет дорога, по которой я иду?» [10, с. 117]. Такой «турист» – это человек, мучимый вопросом, «какую идентичность выбрать и как суметь вовремя сделать другой выбор, если ранее избранная идентичность теряет ценность или лишится ее соблазнительных черт» [там же, с. 117]. С метафорой «туриста» коррелирует понятие «номадизм», которое понимается как «тотальный отказ субъекта от любой формы оседлости, привязанности... Прочная, устойчивая идентичность в постмодерне переходит из достоинства в недостаток, ибо может выступать источником страданий» [11, с. 12–13]. Реконструируя выводы А. В. Шлякова, отметим, что в историческом дискурсе номадизм понимается как кочевой образ жизни, от которого человечество постепенно отказывалось в пользу оседлого образа жизни и земледельческого хозяйствования. В социальном дискурсе человек постмодерна характеризуется как номадический субъект, т. е. субъект с неопределенной идентичностью и находящийся в мучительном поиске своей идентичности.

Э. Гидденс полагает, что человеку общества позднего модерна невозможно создать целостное представление о самом себе; эти представления фрагментированы, раздроблены. В качестве причин такой ситуации Э. Гидденс называет фрагментацию времени и пространства, снижение стабильности обществ, быстро меняющиеся социальные условия [12]. Если традиционное общество характеризовалось упорядоченностью, предсказуемостью, культурными, политическими и социальными образцами, привычным образом жизни, то общество постмодерна характеризуется появлением большого количества беженцев, мигрантов, развитием туризма, объединением разного рода контекстов, до этого существовавших обособленно. Следовательно, единого политического и культурного центра в обществе постмодерна нет, и индивиды «наделены правом устанавливать по собственной инициативе и исходя из собственных личных критериев тот самый “порядок”, который мы сами же и выбрали» [9, с. 63].

Для концептуализации современных процессов вводятся новые понятия. Французский философ М. Серр [Serres] предлагает «заменить образ “коллективности” на идею “коннективности”» [9, с. 38]. Если коллективные сообщества стабильны, долговечны, устойчивы, то для коннективных объединений характерны неустойчивость, нечеткость, ослабленность связей, бесформенность, переменчивость. К коннективным сообществам «легко присоединиться, несложно их и покинуть, вместо того чтобы договариваться о принципах совместности» [там же, с. 38–39]. Литовский философ Л. Донскис, обсуждая вместе с З. Бауманом проблемы современного безальтернативного мира, говорит о возникновении феномена «адиафоризации», означающего «молчаливое соглашение людей не принимать во внимание этическую сферу человеческого взаимодействия» [там же, с. 52], некую избирательность по отношению к человеческому страданию. Рациональность становится инструментальной, расчеты рациональными, а политические кампании сопровождаются «сопутствующими жертвами», возникающими из-за равнодушия, пренебрежения и отсутствия интереса к адиафоризированным объектам [там же, с. 92–93]. Сложная современная политическая си-

туация, пандемия, глобальные и региональные экологические и экономические проблемы подтверждают выводы Л. Донскиса и З. Баумана.

Резюмируя, можно сказать, что особенностями идентичности в обществе постмодерна являются разобщенность индивидов, отсутствие устойчивых культурных и социальных образцов, этическая нейтральность и избирательность.

Особенности формирования и основные характеристики идентичности в цифровом обществе. Цифровое общество является не только контекстом, в рамках которого формируется идентичность, но и приводит к изменению механизмов формирования идентичности. Какие трансформации, происходящие в цифровом обществе, влияют на процессы идентификации? К ним можно отнести в первую очередь процессы глобализации, возросшей мобильности, бурное развитие визуальной культуры, беспроводных коммуникаций, доступность информации. Как уже отмечалось в этой статье, в традиционном обществе идентичность была довольно устойчивым явлением, демонстрировавшим стабильность, устойчивость, предсказуемость человеческой жизни. «Касты, сословия, гильдии, корпорации, а затем классы воспринимались как объективно существующие, устойчивые, четко отграниченные друг от друга элементы социальной стратификации. С этих позиций социальная идентичность указывает на нечто более глубокое, базовое, прочное, на то, что следует ценить, культивировать, поддерживать, признавать и сохранять» [5, с. 492]. В цифровом обществе сетевое взаимодействие может ограничиваться исключительно компьютерными интеракциями, характеризующимися анонимностью, произвольностью, отсутствием живого непосредственного общения.

В обществе постмодерна можно говорить о смещении характеристик идентичности в сторону нестабильности, динамичности, неопределенности, плюрализма. Эти тенденции усиливаются в современном обществе, переживающем цифровой поворот. Как отмечает А. А. Лисенкова, «ранее укорененные идеи ответственности, телесности и греха... сменяются идеями формирования и репрезентации субъективности, разрушающей границы между человеком-субъектом и окружающим миром» [2, с. 68–69]. Личность «продвигает собственный автопроект, реализует стратегию персонального успеха и признания, формирует “спрос на себя” и успешность среди значимых Других» [там же, с. 71]. Современный человек манифестирует себя, он публичен, открыт, визуализирован, находится в ситуации постоянного конструирования персонального Я.

Тем не менее необходимо обратить внимание на тот факт, что публичность и стирание границ между приватной и общественной сферами сосуществуют с прямо противоположными тенденциями, ориентированными на анонимность и закрытость человека цифрового общества. Следовательно, идентификационные процессы, происходящие в цифровом мире, двойственны: с одной стороны, человек ориентирован на внешние коммуникации, он публичен, открыт для общения, а с другой – виртуальные коммуникации вполне допускают анонимность и произвольность в формировании своего аватара.

В цифровом обществе возникает виртуальная идентичность. Виртуальная идентичность формируется в рамках виртуальной реальности, которая «представляется как особый мир со своей структурой подручного, иной пространственностью, иными способами присутствия, восприятия других и отношения к ним» [13, с. 78]. Для концептуализации особенностей идентичности человека цифрового общества вводятся новые категории: мозаичная

идентичность [11; 14], множественная идентичность [15], брендированная идентичность, проектная идентичность [2].

Индивиды по-разному конструируют виртуальную идентичность. Ряд исследователей утверждает, что индивид манифестирует, презентует, предъявляет себя. В таком случае можно говорить, что виртуальная идентичность продолжает реальную идентичность индивида, являясь своего рода виртуальной проекцией, виртуальным двойником реального человека. «Профили пользователей социальных сетей достаточно корректно отражают их реальную личность и “истинное Я”» [16, с. 67]. В анализе идентичности в цифровом обществе А. А. Лисенкова полагает, что «одной из ключевых ценностей становится свобода, выступающая в различных модусах: свобода действовать, быть, знать, передвигаться, распоряжаться временем, взаимодействовать, решать и отвечать за свои действия и решения» [2, с. 69].

Другие исследователи полагают, что возможно формирование альтернативных идентичностей, отличающихся от «реальных» [16, с. 66]. Эта ситуация возникает в том, случае, когда пользователь создает две и более виртуальные идентичности, экспериментируя с полом, возрастом, профессией, биографией. «В формировании своего цифрового аватара индивид больше не скован большей частью запретов и норм, каким он вынужден следовать в своей офлайн-жизни <...> В виртуальном мире всплывают на поверхность многие аспекты личности, дотоле скрытые от нее самой» [5, с. 494]. Исследования психологов показывают, что создание альтернативной идентичности многими индивидами воспринимается как игра, шутка, поиск своего образа [16, с. 80]. Однако возможна и другая ситуация, когда виртуальное Я «может приобрести известную независимость и даже власть над отбрасывающим ее человеком» [5, с. 494].

В результате воздействие цифровых технологий на идентичность человека оценивается по-разному. Первый подход, который можно обозначить понятием «цифровой оптимизм», постулирует тотальность цифровых технологий и симбиоз реальной и виртуальной идентичностей. В частности, утверждается, что «сегодня игры с идентичностью и анонимность, будучи изначально основой для виртуальных идентификационных сетевых практик, утрачивают свою значимость и актуальность. Виртуальные платформы и новые медиа становятся местом коммуникаций, обретения профессионального статуса, удаленной работы и пространством социального признания и одобрения, где реализуются современные стратегии личностного публичного самоутверждения» [2, с. 72]. В целом такой подход использует метафору «цифрового двойника» как виртуальной копии человека. Ядром этого направления выступает самоконструирование человека, его саморепрезентация, свобода человека в сетевой коммуникации, усиление процессов индивидуализации.

Второй подход, который можно обозначить понятием «цифровой пессимизм», полагает, что цифровые технологии создают возможности для формирования множественной идентичности, ведет к борьбе идентичностей [5, с. 494].

Можно выделить следующие особенности трансформации идентичности в цифровом обществе:

– формирование «технологического антроподефицита» [17, с. 14], понимаемого как «нехватка естественных возможностей человека как вида для поддержания функционирования цивилизации автоматов. Человек, его органы восприятия и движения не приспособ-

лены для сверхзвуковых скоростей, огромных объемов информации, производственных манипуляций, производимых в современном мире» [17, с. 14];

– сращивание человека с цифровыми технологиями, автоматами, утрата индивидуальной идентичности и формирование социотехнической идентичности. Как справедливо замечает Т. Г. Лешкевич, в этом контексте «рецепт многомерной личности – в интегрировании с технологиями, а проблема самопознания отливается в формулу, чтобы “познать себя, знай свои технологии”» [15, с. 58]. Рассматривая формирование человека-виртуала как особую форму «сращенности» с цифровыми технологиями, как «гибридный тип функционирования» Т. Г. Лешкевич справедливо отмечает, что «виртуальная среда допускает перспективы как множественной идентичности, так и произвольность в отношении реального статуса персоны» [там же, с. 55];

– «встраивание технических средств в структуру идентичности... может вызывать психологические переживания утраты самотождественности и приватности» [13, с. 81];

– адиафоризация, о которой писали Э. Бауман и Л. Донскис [9], в цифровом обществе получает дальнейшее развитие: реальные индивиды испытывают равнодушие и безразличие друг к другу. Ш. Теркл [Turkle] в своих работах показывает, что современный человек зачастую выбирает общение в социальных сетях, виртуальные коммуникации, нежели общение «лицом к лицу». Виртуальное общение алгоритмично, оно напоминает общение двух идеальных персон, но лишено эмпатии, сочувствия, контекста [18]. Как итог, цифровые технологии негативно влияют на семейную жизнь, образование, взаимоотношения людей.

Цифровое общество создает новые угрозы идентичности личности, которые связаны с развитием цифровых, технологических и коммуникативных технологий. Можно выделить общие и особенные черты идентичности человека постмодерна и человека цифрового общества. В обществе постмодерна идентичность подвергалась серьезным испытаниям со стороны утраты центра, общих культурных стандартов, фрагментации, раздробленности, детерриторизации общества. Основной особенностью идентичности человека постмодерна является индивидуализация. Эти же характеристики содержатся в идентичности человека цифрового общества, но к индивидуализации добавляется противоположная тенденция стандартизации и унификации личности. Этот феномен объясняется тем, что в качестве социального зеркала, в которое индивид смотрится и сравнивает себя с Другими, выступают виртуальные, сетевые коммуникации. Поэтому важным становится признание Я виртуальными другими, количество оставленных ими положительных постов, комментариев, «лайков» [19]. В цифровом обществе вызовами для устойчивой идентичности являются доминирование общения «лицом-в-устройство», формирование множественных виртуальных идентичностей, принадлежащих одному индивиду, формирование социотехнической идентичности, некоего симбиоза человека и технических устройств.

Таким образом, можно согласиться с точкой зрения С. Богре [Z. Bögge], отмечающей, что «идентичность не является однородной или определенной единицей. Она является продуктом динамичного и нелинейного процесса. В постоянно меняющемся обществе она формируется ситуациями, в которых индивид принимает участие и которые сохраняются в памяти» [20, с. 66].

Заключение. Итак, идентичность индивидов цифрового общества является неопределенной, множественной, незавершенной, человек находится в перманентном самоконструировании своего персонального «Я». При этом возможно конструирование множественных идентичностей, принадлежащих одному человеку. Идентификационные процессы в цифровом обществе амбивалентны: виртуальные коммуникации, массовая культура ориентируют не столько на развитие индивидуальных особенностей, сколько на унификацию экзистенциальных практик, поэтому индивидуализация сочетается со стандартизацией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; под общ. ред. А. В. Толстых. М.: Прогресс, 1996.
2. Лисенкова А. А. Трансформация идентичности в цифровую эпоху // Вопросы философии. 2020. № 3. С. 65–74. DOI: 10.21146/0042-8744-2020-3-65-74.
3. Санина А. Г. Генезис идеи идентичности в социологии и смежных науках // Социол. ис-след. 2014. № 12. С. 3–11.
4. Йоас Х., Кнебль В. Социальная теория: 20 вводных лекций / пер. с нем. К. Г. Тимофеевой. СПб.: Алетейя, 2018.
5. Курганская В. Д., Дунаев В. Ю., Сагикязы А. Феномен идентичности в социальном кон-струировании виртуальной реальности // Вестн. СПбГУ. Философия и конфликтология. 2022. Т. 38, № 4. С. 487–499. DOI: 10.21638/spbu17.2022.404.
6. Подвойский Д. Г., Солеймани С. Понятие социальной идентичности: основные исследо-вательские подходы // Вестн. РУДН. Сер. Социология. 2019. Т. 19, № 4. С. 825–834. DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-4-825-834.
7. Дюркгейм Э. Социология, ее предмет, метод, предназначение / пер. с фр. А. Б. Гофмана. М.: Канон, 1995.
8. Тернер Дж. Структура социологической теории / пер. с англ.; под ред. Г. В. Осипова. М.: Прогресс, 1985.
9. Бауман З., Донскис Л. Текучее зло: жизнь в мире, где нет альтернатив / пер. с англ. А. И. Самариной. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2019.
10. Бауман З. Индивидуализированное общество / пер. с англ.; под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Логос, 2005.
11. Шляков А. В. Номадизм постмодерна в свете краха идентичности // Теория и практика общественного развития. 2015. № 20. С. 255–257.
12. Giddens A. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press, 1991.
13. Касавина Н. А. «Digital existence»: цифровой поворот в понимании человеческого бытия // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2020. Т. 3, № 4. С. 73–89. DOI: 10.5840/dspl20203441.
14. Turkle Sh. *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. NY: Basic Books, 2011.
15. Лешкевич Т. Г. Человек-виртуал и передача культурных ценностей поколению эпохи цифры // Вопросы философии. 2022. № 3. С. 53–63. DOI: <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-3-53-63>.
16. Войскунский А. Е., Евдокименко А. С., Федунина Н. Ю. Альтернативная идентичность в социальных сетях // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 2013. № 1. С. 66–83.
17. Галкин Д. В. Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной дина-мики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 11–16.

18. Turkle Sh. *The Empathy Diaries: A Memoir*. NY: Penguin Press, 2021.
19. Платонова С. И. Социальная идентичность как феномен цифрового общества // Социология науки и технологий. 2023. Т. 14, № 3. С. 149–163. DOI 10.24412/2079-0910-2023-3-149-163.
20. Bögge Z. Narrative identity as a bridge between two historical models of identity: a sociologist's perspective // *Sociologie Românească*. 2021. Vol. 19, iss. 1. P. 55–69. DOI: <https://doi.org/10.33788/sr.19.1.2>

Информация об авторе.

Платонова Светлана Ипатовна – доктор философских наук (2015), доцент (2002), профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин Удмуртского государственного аграрного университета, ул. Студенческая, д. 11, Ижевск, 426069, Россия. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: социальная философия, социальная теория и методология социального познания, социология науки.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 15.04.2024; принята после рецензирования 13.05.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Erikson, E. (1996), *Identity: Youth and Crisis*, Transl. by A.V. Tolstykh (ed.), Progress, Moscow, RUS.
2. Lisenkova, A.A. (2020), "Transformation of Identity in the Digital Age", *Voprosy Filosofii*, no. 3, pp. 65–74. DOI: 10.21146/0042-8744-2020-3-65-74.
3. Sanina, A.G. (2014), "Genesis of identity idea in sociology and adjacent sciences", *Sociologicheskie issledovaniya*, no. 12, pp. 3–11.
4. Joas, H. and Knebel, V. (2018), *Sozialtheorie*, Transl. by Timofeeva, K., Alethea, SPb., RUS.
5. Kurganskaya, V.D., Dunaev, V.Yu. and Sagikyzy, A. (2022), "The phenomenon of identity in the social construction of virtual reality", *Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies*, no. 38 (4), pp. 487–499. DOI: 10.21638/spbu17.2022.404.
6. Podvoyskiy, D.G. and Soleimani, S. (2019). "The concept of social identity: basic research approaches", *RUDN J. of Sociology*, no. 19 (4), pp. 825–834. DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-4-825-834.
7. Durkheim, E. (1995), *Sociology, Its subject, method, destiny*, Transl. by Hoffman, A.B., Canon, Moscow, RUS.
8. Turner, J. (1985), *The Structure of Sociological Theory*, Transl. by Osipov, G.V. (ed.), Progress, Moscow, RUS.
9. Bauman, Z. and Donskis, L. (2019), *Liquid Evil*, Transl. by Samarina, A., Izd-vo Ivan Limbach, SPb., RUS.
10. Bauman, Z. (2005), *The Individualized Society*, Transl. by Inozemtsev, V. (ed.), Logos, Moscow, RUS.
11. Shlyakov, A.V. (2015), "The nomadism of postmodernity in the context of the crisis of identity", *Theory and Practice of Social Development*, no. 20, pp. 255–257.
12. Giddens, A. (1991), *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press, Cambridge, UK.
13. Kasavina, N.A. (2020), "Digital Existence": a digital turn in the understanding of human being", *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, vol. 3, iss. 4, pp. 73–89. DOI: 10.5840/dspl20203441.
14. Turkle, Sh. (2011), *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*, Basic Books, NY, USA.
15. Leshkevich, T.G. (2022), "The Virtual Person and Transmitting Cultural Values to the Digital Generation", *Voprosy Filosofii*, no. 3, pp. 53–63. DOI: <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2022-3-53-63>.
16. Voiskunsky, A.E., Evdokimenko, A.S. and Fedunina, N.Yu. (2013), "Alternative identity on social media", *Moscow Univ. Psychology Bulletin*, no. 1, pp. 66–83.

17. Galkin, D.V. (2012), "Digital culture: methodological issues of cultural dynamic research: from digital automatic machines to technical-bio-creatures", *International J. of Cultural Research*, no. 3 (8), pp. 11–16.

18. Turkle, Sh. (2021), *The Empathy Diaries: A Memoir*, Penguin Press, NY, USA.

19. Platonova, S.I. (2023), "Social Identity as a Phenomenon of Digital Society", *Sociology of Science and Technology*, vol. 14, no. 3, pp. 149–163. DOI 10.24412/2079-0910-2023-3-149-163.

20. Bögre, Z. (2021), "Narrative identity as a bridge between two historical models of identity: a sociologist's perspective", *Sociologie Românească*, vol. 19, iss. 1, pp. 55–69. DOI: <https://doi.org/10.33788/sr.19.1.2>

Information about the author.

Svetlana I. Platonova – Dr. Sci. (Philosophy, 2015), Docent (2002), Professor at the Department of Social and Humanitarian Sciences, Udmurt State Agricultural University, 11 Student str., Izhevsk 426069, Russia. The author of more than 100 scientific publications. Area of expertise: social philosophy, social theory and methodology of social knowledge, sociology of science.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 15.04.2024; adopted after review 13.05.2024; published online 24.09.2024.

Оригинальная статья
УДК 17; 159.9.01; 130.2
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-27-42>

Самопрезентационная коммуникация в контексте цифровых реалий современного социума

Раиса Ильинична Мамина¹✉, Светлана Викторовна Якупова²

¹Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

²Подростково-молодежный центр «Охта», Санкт-Петербург, Россия

¹✉ maminaraisa@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3301-636X>,

²sveta_yakupova13@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0001-0342-7304>

Введение. В век цифровой экономики и сверхконкуренции самопрезентационная коммуникация как вид саморекламы, умения представить себя партнеру по общению, работодателю, бизнес-партнеру или целевой аудитории рассматривается специалистами как ключевой навык XXI в. и один из значимых факторов состоятельности и на современном высококонкурентном рынке труда, и на потребительском рынке – глобальном и локальных. В статье рассматриваются теоретические основания самопрезентационной коммуникации в ее исторической ретроспективе, традиции, новации и тенденции развития в условиях новых реалий.

Методология и источники. Используется методология философского, социологического и междисциплинарного подходов. В качестве источников в статье использованы: специальная литература отечественных и зарубежных авторов, научные исследования, публикации и сайты, позволяющие исследовать специфику цифровой самопрезентации, ее новые форматы и актуальные практики.

Результаты и обсуждение. Цифровое общество – это общество, отличительной чертой которого является электронно-цифровой способ получения, хранения и распространения информации, а также электронно-цифровое опосредование социальных отношений и коммуникативного взаимодействия. Одним из способов такого взаимодействия является цифровая самопрезентация, которая соединила в себе традиции этого контента и новации, обусловленные развитием новых технологий.

Заключение. Самопрезентационная коммуникация, как и вся коммуникативная составляющая современного социума, включая интерфейс «человек–ИИ», осуществляется в трех пространственных измерениях: реальном/офлайн/Physics, виртуальном/онлайн/Digital, а также при их взаимодействии офлайн-онлайн/Phygital. В каждом измерении самопрезентационная коммуникация имеет свою специфику и может быть рассмотрена как отдельное явление, так и в процессе преемственности и развития.

Ключевые слова: социальное бытие, социальная реальность, цифровое общество, цифровая экономика, субъект самопрезентации, цифровая самопрезентация, бренд, цифровая репутация, цифровой этикет, phygital-взаимодействие

Для цитирования: Мамина Р. И., Якупова С. В. Самопрезентационная коммуникация в контексте цифровых реалий современного социума // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 27–42. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-27-42.

© Мамина Р. И., Якупова С. В., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Original paper

Self-Presentational Communication in Context Digital Realities of Modern Society

Raisa I. Mamina¹✉, **Svetlana V. Yakupova**²

¹*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia*

²*Youth center "Okhta", St Petersburg, Russia*

¹✉ maminaraisa@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3301-636X>,

²sveta_yakupova13@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0001-0342-7304>

Introduction. In the age of the digital economy and hyper-competition, self-presentation communication as a type of self-promotion, as the ability to present oneself to a communication partner, employer, business partner or target audience, is considered by experts as a key skill of the 21st century. It is also considered as one of the significant factors of competition both in the modern highly competitive labor market and in the consumer market, both global and local. The article discusses the theoretical foundations of self-presentational communication in its historical retrospective, traditions, innovations and development trends in the conditions of new realities.

Methodology and sources. The methodology of philosophical, sociological and interdisciplinary approaches is used. The article uses the following sources: specialized literature from domestic and foreign authors, scientific research, publications and websites that allow one to explore the specifics of digital self-presentation, its new formats and current practices.

Results and discussion. Digital society is a society whose distinctive feature is the electronic-digital method of receiving, storing and distributing information, as well as the electronic-digital mediation of social relations and communicative interaction. One of the ways of such interaction is digital self-presentation, which combines the traditions of this content and innovations caused by the development of new technologies.

Conclusion. Self-presentational communication, like the entire communicative component of modern society, including the "human-AI" interface, is carried out in three spatial dimensions: real/offline/Physics, virtual/online/Digital, as well as in their interaction offline-online/Phygital. In each dimension, self-presentational communication has its own specifics and could be considered both as a separate phenomenon and in the process of continuity and development.

Keywords: social existence, social reality, digital society, digital economy, subject of self-presentation, digital self-presentation, brand, digital reputation, digital etiquette, phygital interaction

For citation: Mamina, R.I. and Yakupova, S.V. (2024), "Self-Presentational Communication in Context Digital Realities of Modern Society", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 27–42. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-27-42 (Russia).

Введение. В век цифровой экономики и гиперконкуренции самопрезентационная коммуникация рассматривается специалистами как мета-навык XXI в. и один из значимых факторов в конкурентной борьбе на современном рынке труда. Соответственно, самопрезентационная тематика становится одной из особо значимых в практиках новых реалий, когда информация о любом человеке становится открытой и доступной, а вопросы репутации и персональный брендинг – явлением глобального масштаба. В статье рассматриваются тео-

ретические основания самопрезентационной коммуникации в ее исторической ретроспективе, ее традиции, новации и тенденции развития в контексте цифровых реалий современного социума. Предлагаемая методология исследования самопрезентационной коммуникации в практиках социального бытия человека в современном цифровом обществе базируется на специфике его коммуникативного пространства, которое представлено в трех пространственных измерениях – офлайн, онлайн и их взаимодействии.

Методология и источники. Используется методология философского, социологического и междисциплинарного подходов. В качестве источников в статье использованы специальная литература отечественных и зарубежных авторов (О. А. Пикулёва, Е. В. Михайлова, Е. В. Кудрина, Л. Линн, Т. Питерс, Д. Тапскотт, Х. Эберт и др.), научные исследования, публикации и интернет-источники («Знай наших: конкурс растущих российских брендов»; «Зачем на самом деле нужны отзывы в интернете: как работает SERM»; «Реноме: охранник вашего цифрового имиджа»; и др.), позволяющие исследовать специфику цифровой самопрезентации, ее новые форматы и актуальные практики.

Результаты и обсуждение. Исследование феномена самопрезентации предполагает в первую очередь обращение к истории и теории понятия «самопрезентация».

Понятие «самопрезентация». Термин «самопрезентация» (англ. *self-presentation*) переводится как «самоподача», «самопредставление» или «представление себя другим людям». В англоязычной и немецкоязычной литературе в качестве синонимов термина «самопрезентация» часто используются также терминологические словосочетания *marketing of self* (маркетинг личности), *personal branding* (брендинг личности), *reputation management* (репутационный менеджмент), *self promotion* (самореклама), *psychologisches Make-up* (психологический макияж) и др. [1, с. 206]. При этом следует отметить, что современный синонимичный терминологический арсенал, как и общепринятая трактовка самого термина «самопрезентация», акцентируют внимание на умении управлять впечатлением партнера по общению или целевой аудитории для достижения поставленной цели, как правило, краткосрочной.

Однако следует отметить, что первоначально исследователи рассматривали явление самопрезентации как постоянный процесс самопредставления себя другим людям в практиках социального взаимодействия и не с позиций достижения краткосрочных дивидендов, а исключительно в долгосрочной перспективе.

Теоретической базой развития проблематики самопрезентации как сложного социально-психологического феномена, послужили труды таких представителей символического интеракционизма, как Дж. Г. Мид, Ч. Кули, Г. Блумер и др. В их работах впервые исследовались закономерности социальной перцепции в процессе взаимодействия человека на межличностном и групповом уровнях.

Первым, кто ввел сам термин «самопрезентация» и предпринял попытку всестороннего анализа самопрезентационной коммуникации как средства организации человеком своего поведения в повседневной жизни был И. Гоффман, американский социолог канадского происхождения.

Будучи сторонником ролевой теории личности, Гоффман адаптировал идеи интеракционистов к теории социальных ролей и описал феномен самопрезентации как постоянный процесс взаимодействия людей и управление производимым впечатлением по поводу этого

взаимодействия. В настоящее время самопрезентационная тематика представлена в современной специальной литературе достаточно многообразно, однако, по оценке специалистов, работа И. Гоффмана «Представление себя в повседневной жизни» (1959) до сих пор считается единственной системной теоретической концепцией в исследовании теории и практики явления.

Начало экспериментального изучения самопрезентации как общей характеристики социального поведения аналитики относят к 70-м гг. прошлого столетия, к моменту появления в США первых работ по исследованию поведения соискателей при устройстве на работу и сотрудников в ситуациях различных профессиональных коммуникаций. При этом отмечается, что, начиная с этого временного периода, большинство работ зарубежных авторов связаны в основном с самопрезентационной коммуникацией практического, прикладного характера [2].

В этой связи специалисты отмечают, что наряду с исторически сложившимся расширенным пониманием самопрезентации, которую рассматривали как общую характеристику поведения человека, в основном неосознанную (Э. Гоффман, М. Лири, Р. Ковальски, Б. Шленкер, М. Вейгольд, Г. Мид, Ч. Кули и др.), появляется новое понимание самопрезентации в ее узком значении – как кратковременный, но в основном осознаваемый процесс, направленный на создание определенного впечатления у окружающих для получения какого-либо конкретного результата.

Таким образом, в офлайн-взаимодействии принято выделять два основных исторически сложившихся подхода к пониманию феномена самопрезентации – расширенный и узкий. В расширенном подходе самопрезентация рассматривается как общая особенность социального поведения, как постоянный процесс предъявления информации о себе другим людям, независимый от степени его осознанности. Мы определяем этот вид самопрезентации как «самопрезентация на постоянной основе».

В основе узкого подхода – предъявление информации о себе другим людям имеет непостоянный, временный, чаще манипулятивный характер. Такой вид самопрезентации в социальной психологии называют ситуативной, часто манипулятивной самопрезентацией; в событийном маркетинге – событийной коммуникацией; в имиджелогии – внешней, имиджевой самопрезентацией. Мы, в свою очередь, в рамках самопрезентационной коммуникации определяем ее как «событийную самопрезентацию» [3, с. 19].

На сегодняшний день наблюдается широкий спектр теоретических подходов к самопрезентации, основанный на разных критериях, однако критерий «осознанность процесса самопрезентации» оценивается специалистами как определяющий. Именно этот критерий, как подчеркивает, в частности Е. В. Михайлова, отражает дихотомическую природу человеческого Я, лежащего в основе содержания самопрезентации как социального-психологического явления, что, в свою очередь, с необходимостью детерминирует дихотомическое деление и непосредственно данного критерия «осознанность/неосознанность процесса самопрезентации», и, соответственно, всех других критериев: «активность/пассивность субъекта самопрезентации», «аудитория вне/внутри субъекта», «детерминация внутренняя/внешняя» и др. [4, с. 38–42].

Однако и западные, и отечественные исследователи при анализе исторически сложившихся подходов к пониманию феномена самопрезентации – расширенный и узкий – в основном ориентированы на узкий. В частности, среди западных авторов, представляющих узкий

подход, прежде всего называют имена таких известных специалистов, как Дж. Тедеш и М. Риес, И. Джонс и Т. Питман, Д. Майерс и др., среди отечественных – Е. Л. Доценко, Г. В. Бороздина, Ю. М. Жуков, Е. В. Михайлова, В. Н. Куницына, Е. А. Павлова, Е. А. Петрова, И. И. Петрова, В. М. Погольша, Е. А. Соколова-Бауш, А. У. Хараш и др.

Остановимся подробнее на особенностях узкого подхода, его традициях и новациях.

Событийная самопрезентация в офлайн. Предметное поле самопрезентационной коммуникации, которое зародилось и развивалось в рамках социальной психологии, в конце XX столетия было дополнено знаниями гуманитарного направления, такими как антропология, культурология, этнография, аксиология, философия культуры и др. Однако основные характеристики событийной самопрезентации, понимаемой как управление впечатлением, были выработаны в рамках имиджологии – науки, изучающей процессы формирования и управления впечатлением партнера по общению или целевой аудитории.

В основе имиджевого подхода к событийной самопрезентации лежит визуальное восприятие образа, а это значит, что речь идет прежде всего о законах первого впечатления или ошибках социальной перцепции по факторам «превосходства», «привлекательности» и «отношения к нам». Каждая из этих ошибок имеет свои опорные точки: например, для фактора «превосходство» – это одежда и манеры поведения; для фактора «отношение к нам» – выражение согласия, передаваемое как языком вербального и невербального общения, так и языком этикета; для фактора «привлекательность» – это социально одобряемая внешность, а также голос и его звучание. Именно эти опорные точки запускают ту или иную схему восприятия и воспроизводят в зависимости от ситуации ту или иную ошибку социальной перцепции.

Важно подчеркнуть, что «фактор превосходство» и фактор «отношение к нам» отвечают за стереотипизацию образа презентатора, поскольку в них речь идет о социальных нормах, в том числе и этикетных, которые формируют стереотипное восприятие образа (имидж руководителя, имидж предпринимателя, имидж спортсмена и др.), фактор «привлекательность» за его индивидуализацию [5, с. 194–201].

Имидж – это большая работа с формой (одежда, аксессуары, прическа, макияж), которая требует дизайнерского подхода. Дизайн одежды, в частности, предполагает выявление внешних особенностей имидж-объекта, его пропорций (строение тела, форма лица) и цветовых характеристик (анализ естественных красок человека) для индивидуализации образа в рамках заданного стереотипа. Имидж – это также большая работа с этикетной составляющей – речевой и поведенческой культурой.

Можно много сил, времени и средств потратить на создание «упаковки», внешнего имиджа в рамках событийной самоподдачи, но все это об имидже в статике. В динамике имидж как вариант доминантного, свёрнутого текста во многом зависит от самооценки презентатора. Вот, например, как комментирует значение самооценки в практиках имиджевого подхода Б. Джи, известный американский имиджмейкер (среди ее «крестников», например, Walt Disney Company; IBM и др.): «Сколько бы мы ни мудрили с внешностью человека, основа построения персонального имиджа – изменение представлений человека о самом себе» [6, с. 189].

Изменение привычного образа Я с необходимостью требует и изменения самооценки. Как следствие – уверенное звучание голоса и в целом уверенная самоподдача – т. е. несомненное значение психологической составляющей в структуре имиджевого подхода к самопрезентации.

Но дописывает «картинку», «рисунки», создает определенную палитру восприятия образа репутация презентатора. В структуре имиджа репутация как социальная оценка его поступков, поведения, достижений, занимает особое место [5, с. 217–222].

В целом структура имиджа включает в себя внешний фактор (внешний вид, речевая и поведенческая культура), психологический фактор (самооценка и уверенная самоподача) и репутационный фактор как базовую основу имиджевого впечатления. Именно эти факторы составляют сегодня основу имиджевого, событийного подхода к офлайн-самопрезентации с его главной установкой на создание и управление впечатлением партнера по общению/целевой аудитории для достижения желаемого результата. К форматам такой самопрезентации относятся все виды публичных выступлений, мастер-классы, экспресс-презентации на различного рода бизнес-семинарах, интервью при приеме на работу и др.

Самопрезентация на постоянной основе и ее специфика. В офлайн-пространстве не теряет своих позиций и *расширенный подход* к самопрезентации. В частности, известный сторонник этого подхода О. А. Пикулева отмечает: «Мы, несмотря на укоренившееся имплицитное представление о самопрезентации как о специфической краткосрочной, направленной на создание позитивного впечатления о субъекте деятельности, вслед за И. Гоффманом и Б. Шленкером подходим к самопрезентации личности как неотъемлемому атрибуту любого социального взаимодействия, во многом определяющему, по нашему мнению, успешность самопрезентации личности» [2, с. 161].

В настоящее время О. А. Пикулева является автором и разработчиком нового научного направления социальной психологии – социальной психологии самопрезентации личности, в которой самопрезентация личности рассматривается с позиций расширенного подхода и определяется автором как феномен социально-психологического порядка, представляющий собой поведенческий результат диалектического взаимодействия субъекта самопрезентации с социальной средой.

К социально-психологическим детерминантам такого взаимодействия, в частности, отнесены цели и ценности субъекта самопрезентации, сформированные на индивидуальном (психофизиологические и личностные характеристики), социально-диспозиционном (гендерные, профессиональные и др. социальные роли, этнокультурная принадлежность), на ситуационном (значимость целей взаимодействия и объекта самопрезентации, позиционность отношений) уровнях.

В целом, согласно автору данного концепта, новое научное направление представляет собой интегративную социально-психологическую концепцию самопрезентации личности как общего феномена любой социальной коммуникации, постоянно проявляющего себя в поведении субъекта общения независимо от степени осознанности им своего поведения [2, с. 162]. В этом описании нового направления социальной психологии самопрезентация личности рассматривается как постоянно проявляющее себя в поведении субъекта общения, при этом сделанный автором акцент «независимо от степени осознанности им своего поведения» позволяет сделать вывод, что событийная самопрезентация рассматривается О. А. Пикулевой в качестве важной составляющей самопрезентации как постоянного процесса представления себя другим людям.

Подводя определенные итоги, важно отметить, что основой исторически сложившегося деления на расширенный и узкий подходы к самопрезентации выступает временной фактор или «фактор времени». В рамках пространственно-временного континуума общая характеристика поведения человека («самопрезентация на постоянной основе») противопоставляется краткосрочной самоподаче («событийная самопрезентация»), направленной на создание позитивного впечатления о субъекте деятельности для получения определенного результата. При этом важно еще раз подчеркнуть, что критерий «осознанность/неосознанность» процесса самопрезентации не теряет своего значения [3, с. 18–21].

Развитие новых информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) обусловило появление нового вида самопрезентации – интернет-презентации. В цифровую эпоху версия интернет-презентации получила название цифровой самопрезентации.

Цифровая самопрезентация и ее специфика. Вместе с динамикой развития сети Интернет – Web 1.0, Web 2.0, сегодня Web 3.0 – меняются свойства Сети, соответственно меняются и свойства интернет-презентации. К специфическим особенностям Web третьего поколения относят: скорость как главный фактор восприятия; нелинейность, возможность передавать объемную многоплановую информацию, доступную в любое время в любом месте, не только для восприятия, но и для дальнейшей передачи через посты; «сторис», прямые трансляции и др. В частности, одна из качественно новых характеристик Web 3.0 – взаимодействие Интернета с физическим миром.

Новый вид взаимодействия рассматривают как объединение двух реальностей – физической (Physics) и цифровой (Digital) и определяют как Phygital (фиджитал)-взаимодействие.

Крис Вейл, генеральный директор агентства Momentum Worldwide, является первым, кто применил термин «phygital» к новому виду взаимодействия. В частности, он подчеркивает: «Сегодня для человека нет границ между цифровым и физическим мирами: мы используем цифровые технологии, чтобы управлять своей физической жизнью, и одновременно сами активно влияем на цифровой мир (в том числе и на медиа)» [7, с. 50]. Однако в самом широком смысле Phygital понимается как цивилизационный контент, как философия новой стадии развития общества – цифрового общества, как система взаимодействия в новом мире, когда цифровое пространство проникает в физическое и интегрируется с человеком.

В этой связи один из главных апологетов цифровой экономики, автор и первый разработчик понятия «цифровая экономика» Дон Тапскотт, в своей знаменитой книге «Технология блокчейн – то, что движет финансовой революцией сегодня» отмечает, что если в материальном мире репутация человека ограничена территориально, т. е. мнением о нем определенного количества людей (мнением работодателя, продавца в местном магазине, его друзей), то в цифровой экономике репутация всех электронных персон становится мобильной, и эта мобильность позволяет любой из этих персон, независимо от места жительства, стать участником цифровой экономики при условии наличия надежной репутации [8, с. 22]. И также особо подчеркивает, что сегодня вопросы репутации и этичного поведения в бизнесе отдельных людей и организаций оцениваются как факторы экономического порядка, наряду с такими, как труд, капитал и технологии [8, с. 89]. В целом, как отмечают аналитики, это значит, что хотим мы этого или нет, но у каждой электронной персоны уже есть свой цифровой персональный бренд.

Персональная самопрезентация и ее новые реалии. Впервые понятие персональный бренд вводит в своих работах известный гуру американского менеджмента Т. Питерс. В частности, его книга «Преврати себя в бренд! 50 верных способов перестать быть посредственностью», ставшая в конце XX в. мировым бизнес-бестселлером, полностью посвящена персональному бренду, за которым, согласно автору, стоит независимый подрядчик, фрилансер, т. е. человек, который полагается только на самого себя и зависит только от своих способностей и собственных достижений и навыков самопрезентации [9, с. 22].

Однако в конце 90-х и в начале нулевых годов тема личного бренда и брендинга, несмотря на революционность концепции, предложенной Питерсом, и ее привлекательность, касалась исключительно избранных. Время персонального бренда «для всех» наступило только в начале второго десятилетия XXI в. Бренд становится персональным в прямом значении этого слова, публичным и общедоступным, а главная причина – развитие новых и новейших ИКТ, которые связали весь мир воедино [10, с. 17].

Новая эпоха сначала актуализировала репутационное значение персонального бренда «для всех», и сегодня актуальна тема аутентичного личного бренда, формирование которого требует активной сознательной деятельности и имиджевой, и репутационной, а также необходимости управления своей цифровой репутацией – персональный брендинг. При этом важно подчеркнуть, что в новых условиях реальное (IRL) и цифровое реноме (URL) электронной личности должны совпадать, поэтому работа над управлением впечатлением и своей репутацией должна одновременно происходить как в цифровой, так и нецифровой среде для создания доверия к своей персоне.

Однако в настоящее время наряду с цифровой репутацией в числе наиболее обсуждаемых новых трендов персональной самопрезентации – цифровой имидж и цифровая мода.

Цифровой имидж определяют как образ в сети, формируемый на основе восприятия информации, которая выложена в открытый доступ, т. е. из личных страниц и интернет-ресурсов, подписок, групп, друзей, общего контента и в целом всей информации о человеке, которая попадает в Интернет, т. е. это «имидж, который создается с помощью различных достижений цифровых технологий для виртуальной самопрезентации». При этом, по оценке ряда специалистов, образ в сети становится не менее важным, чем в реальной жизни, и подчеркивается, что данная тенденция будет только прогрессировать. Отсюда и один из главных советов: «Забудьте о зеркале, ваш цифровой имидж важнее» [11].

И с таким утверждением, казалось бы, нельзя не согласиться, поскольку есть существенная разница между физическим и цифровым образами. Однако в цифровой среде существует также существенная разница между Digital- и Phygital-образами.

Digital-образ – это, несомненно, «образ “создаваемый с помощью различных достижений цифровых технологий для виртуальной самопрезентации”», однако этот образ представляет собой не имиджевую, а репутационную составляющую самопрезентационной коммуникации. Имиджевая составляющая в Digital имеет весьма минимизированный характер. Визуальный или Digital-образ пользователя в сети Интернет конструируется посредством свободного выбора фотографий, картинок или других электронных изображений и вошел в сетевой обиход как понятие «юзерпик» [12].

Аналитики отмечают, что юзерпик – это изображение, которое человек использует для представления себя в интернете. Это может быть фотография, рисунок, коллаж – все, что

угодно, главное, чтобы эта картинка передавала индивидуальность и характер человека. Про юзерпик говорят, что это не просто картинка в Интернете – это целая философия самовыражения и идентичности в виртуальном мире, способ проявить себя в виртуальном пространстве, «это Ваша визитная карточка в Сети» [13]. Сегодня самыми распространенными видами юзерпика считаются: фотопортрет (классический вариант, или селфи); аватарка – стилизованный рисунок, изображающий человека; тематическая картинка – изображение, отражающее увлечения и интересы человека; абстрактный или символический рисунок – нечто, имеющее сакральный смысл для человека, или, например, это любимое животное, растение, пейзаж и т. д.

Соответственно, понятия аватарка и юзерпик, которые нередко используют как однопорядковые, таковыми не являются. Специалисты подчеркивают: главное отличие состоит в том, что юзерпик отражает личность человека в Сети, а аватарка – скорее, игровой персонаж. Отмечается также, что аватарки часто привязаны к одному сайту или соцсети, юзерпик можно использовать везде как «личную марку»; и др. [13].

Такой способ самоподачи в Сети, включая ники (сетевое имя – псевдоним, используемый пользователем в Интернете, обычно в блогах, форумах, чатах), с одной стороны, снимает психологические барьеры, в частности, связанные с самооценкой и самоподачей в практиках Digital-самопрезентации, с другой – создает иллюзию анонимности. Ее проблематика обширна, и это не только защита персональных данных, но и, например, культивация свободы в Сети, понимаемая как вседозволенность, безответственность, безнаказанность и др. И именно Digital-технологии стали причиной и следствием того, что «вопросы репутации и этичного поведения в бизнесе и отдельных людей, и организаций оцениваются как факторы экономического порядка наряду с такими, как труд, капитал и технологии». В свою очередь это значит, что главный тезис в Digital звучит не как: «Забудьте о зеркале, ваш цифровой имидж важнее», а «Забудьте о зеркале, ваша цифровая репутация важнее».

Однако в Phygital «забыть о зеркале» – плохая идея, визуальный «сторителлинг» начинает и сопровождает вербальный. При этом, если в офлайн встречают по одежке, в онлайн – по фото или аватарке, в офлайн-онлайн тоже встречают по одежке, и не только реальная, но и цифровая мода этому в помощь.

Цифровая мода – это одежда, созданная с помощью компьютерной графики и 3D-технологий. Началом истории нового и еще совсем молодого направления в индустрии моды считается 2015 г., когда цифровой дизайнер К. Тейлор, более известная под псевдонимом Cattytay, сотрудничая со всемирно известными брендами, такими как Vetements, Gucci, Off-White, Balenciaga и Alexander Wang, стала трансформировать их модели в Digital-формат.

Специалисты отмечают, что сегодня «дизайнерам и другим представителям fashion-индустрии трудно представить, как они могли обходиться без виртуальной примерки, трекинга, фиджитальной одежды, виртуальных показов мод» [14].

В целом цифровая мода определяется как еще один новый феномен новой реальности, который не только стимулирует создание новых тенденций в fashion-индустрии мира физического и виртуального, но и «становится новым способом наполнения человека опытом взаимодействия с цифровой средой» [15, с. 127].

Цифровой этикет. Новый этикет, отражая существенные характеристики этикета в виртуальной среде, формируется как новый вид этикетной коммуникации, и как нормативно-

этический регулятор поведенческой культуры в практиках Digital- и Phygital-взаимодействия, и как новый социокультурный феномен новой реальности.

Digital-взаимодействие. Этикетная составляющая самопрезентационной коммуникации в Digital представлена письменной и поведенческой культурой в практиках электронного письма, переписки в мессенджерах и общения в социальных сетях. Письменная коммуникация в сети Интернет была и остается основным видом взаимодействия в онлайн-пространстве. Ее отличают возможность красочно выразить свои мысли или эмоции языком эмодзи, стикеров, мемов. А наметившаяся тенденция приравнивать грамотность в онлайн к правилам вежливости в реальной жизни, можно расценивать как важные шаги, направленные на формирование правил цифрового письменного этикета.

Phygital-взаимодействие. Этикетная составляющая самопрезентаций в Phygital – это интерактивный контент, который, в отличие от Digital, представлен всеми видами этикетной коммуникации – письменной, поведенческой и речевой. Репрезентация голосовой речевой коммуникации в Сети – одно из следствий взаимодействия реального и виртуального.

Однако природа цифрового этикета имеет две ценностно-ориентированные основы – аналоговую и технологическую, поэтому возрастающее внимание к обучению навыкам цифровой самопрезентации с необходимостью предполагает обучение правилам классического этикета в его цифровом выражении [3].

При этом важно отметить, что в рамках самопрезентационной коммуникации в цифровой среде новый этикет выступает сразу в нескольких ипостасях – и как инструмент общения, и как инструмент формирования цифрового имиджа, и как одна из форм его выражения.

В целом специфика цифрового этикета, как и цифрового имиджа, зависит от среды взаимодействия Digital или Phygital. В то же время, как уже отмечалось, довольно часто в Интернет-источниках понятия «цифровой имидж» и «цифровая репутация» употребляются как синонимы. Однако подчеркнем еще раз: виртуальная среда не меняет их смысловые характеристики, а только добавляет специфику Digital или Phygital применительно к данным нравственно-этическим категориям.

Таковы некоторые из новаций персональной самопрезентации в цифровой среде. Развитие новых и новейших технологий обусловили не только появление феномена персональной цифровой репутации, но также и новое прочтение корпоративного бренда.

Корпоративный бренд: новые реалии. В эпоху цифровых технологий и сверхконкуренции, когда в борьбу вступили бренд-имиджи компаний и корпоративное «Мы-компания», необходимость включила и персональное Я каждого отдельного сотрудника.

Однако чтобы репутации сотрудников стали действующим активом корпоративного бренда, человек в организации должен рассматриваться как профессионал, как специалист своего дела, которым дорожит компания. Такая модель отношений между компанией как работодателем и человеком в компании получила название «Human to Human» или «H2H» – от человека к человеку. Основной посыл заключается в следующем: каждый сотрудник в организации требует не просто внимания к его потребностям, но и инвестиции в обучение и развитие его профессиональных навыков – hard skills и надпрофессиональных навыков – soft skills. Специалисты подчеркивают, что в совокупности развитые навыки hard skills и soft skills влияют на развитие творческого потенциала, эффективность, работоспособность как каждого отдельного сотрудника, так и всей компании в целом [16].

В качестве иллюстрации того, как работает новая модель на репутацию компании можно назвать, например, конкурс растущих российских брендов «Знай наших» [17], где за каждым корпоративным брендом стоят персоналии участников команды. Конкурс проходит по поручению Президента России В. В. Путина и преследует следующие задачи: найти и «подсветить» отечественные бренды; помочь отечественным фирмам занять освободившиеся рыночные ниши; оказать содействие в масштабировании производства востребованных отечественных продуктов, а также получить продвижение в медиа, в том числе на «Первом канале». В 2023 г. участниками конкурса стали 5 000 российских компаний, 1 250 из них получили поддержку от Агентства стратегических инициатив и организаторов конкурса.

Сегодня правила формирования цифровой репутации компании задают репутационные системы, такие как сайты отзывов, картографические сервисы, профильные форумы, социальные сети и другие ресурсы. По оценке аналитиков, выигрывает тот, кто понимает ценность инвестиций в SERM (англ. *Search Engine Reputation Management*) – управление репутацией в поисковых системах [18].

SERM – специальный инструмент на стыке SEO- и PR-технологий, который помогает защитить репутацию бизнеса в Интернете. SERM направлен на управление информацией, которая отображается в поисковых результатах и на других онлайн-платформах. Он следит за тем, что люди пишут о компании и ее сотрудниках в поисковых системах и социальных сетях. Однако в конкурентной борьбе за внимание и доверие потребителей на цифровом поле появился еще один новый игрок – это Реноме.

Реноме – это инновационная платформа, которая, по оценке экспертов, обещает революционизировать подход к управлению онлайн-присутствием. В частности, в отличие от SERM, Реноме не просто сканирует интернет на предмет упоминаний бренда. С помощью передовых алгоритмов и технологий ИИ она осуществляет сквозной мониторинг всех онлайн-платформ, от социальных сетей до новостных сайтов. Это позволяет компаниям оперативно реагировать на любые угрозы репутации и эффективно управлять обратной связью [19].

Еще одно новое направление развития цифрового бренда – «цифровой бренд работодателя». В настоящее время он ориентирован на восприятие компании как потенциального работодателя непосредственно для IT-специалистов [20].

Таковы некоторые новации корпоративного бренда и брендинга в практиках Digital. При этом при сравнении бренда компании в Digital и Phygital, специалисты подчеркивают разницу между цифровым имиджем и цифровой репутацией компании. Эта разница заключается в том, что речь идет о двух разных аспектах цифрового бренда, и хотя они взаимосвязаны в общем и цифровом информационном поле, но как и в случае персонального цифрового бренда в корне отличаются друг от друга и содержательно и понятийно.

Имидж и реальный, и цифровой относятся к образу компании, которая формируется на уровне внешнего восприятия целевой аудиторией.

Репутация и реальная и цифровая, в отличие от имиджа, имеет оценочный характер и отражает восприятие компании в глазах потребителей на основе таких показателей, как качество продукции/услуг; клиентоориентированность; надежность; ответственность и др., а также оценки бренда компании как работодателя, его деловой репутации; и др. [18].

Таким образом, в новых условиях самопрезентационная коммуникация реализуется не только в контексте персонального бренда цифрового и нецифрового, но и нового прочтения корпоративного бренда, отразившего новации цифровой экономики.

В целом проведенный анализ показал, что в коммуникативном пространстве современного социума наряду с исторически сложившимися видами самопрезентации – в широком значении/«на постоянной основе» и в узком значении/событийной, появляется новый вид самопрезентации – цифровая самопрезентация. Первые два вида самопрезентации функционируют в режиме реального времени, а цифровая развивается в режиме виртуальной реальности в пространствах Digital и Phygital.

Одной из отличительных особенностей цифровой самопрезентации является ее целостность, которая обусловлена свойствами сети Интернет, в частности, информация в Сети не исчезает, а является открытой и доступна с помощью одного клика. Это значит, что «цифровая самопрезентация является тем объединяющим началом, где событийная самопрезентация, не теряя своей актуальности, выступает только как составляющая самопрезентации на постоянной основе, но уже в новом, цифровом выражении [3, с. 20].

При этом важно подчеркнуть, что в отличие от офлайн-презентации с ее акцентом на имиджевую (внешний фактор) и психологическую составляющие (самооценка и, как следствие – уверенная самоподача), цифровая самопрезентация, обусловленная спецификой новых технологий, акцентирует внимание на репутационной составляющей самопрезентационной коммуникации. Появление у каждой электронной персоны в Digital-среде своего цифрового персонального реноме объективировало появление новой модели корпоративного бренда – «Мбренд & Я-бренд» соответственно и нового вида субъектности – корпоративной самопрезентации как нового понимания взаимной ответственности, персональной и корпоративной в рамках нового прочтения бренда любой организационной структуры [10, с. 150; 3, с. 120].

Таким образом, в новых условиях появляется такой новый критерий самопрезентационной коммуникации как «субъект самопрезентации», в качестве которого могут выступать как персональный, так и корпоративный субъекты. Однако в условиях Phygital репутационная составляющая с необходимостью дополняется цифровыми характеристиками имиджевой (цифровой имидж), этикетной (цифровой этикет) и психологической (уверенная самоподача) как базовой основой цифровой самопрезентации интерактивного взаимодействия.

В итоге мы говорим еще об одном новом критерии, определяющем новые подходы к исследованию самопрезентационной коммуникации в новых реалиях – это критерий, который определяет специфические особенности самопрезентации цифровой или нецифровой в зависимости от среды взаимодействия – Physis, Digital или Phygital [3, с. 23]. Самопрезентационная коммуникация в каждом из этих измерений, подчеркнем еще раз, имеет свои особенности и свои новации, которые продиктованы развитием новых ИКТ. В практиках Digital следствием стало появление новых форматов самопрезентации, например, видеовизитка, видеорезюме, видеоинтервью, персональные сайты, короткие ролики в социальных сетях, прямые трансляции с возможностью интерактива в чате и др.

В свою очередь в Phygital новые форматы самопрезентации представляют собой различные виды интерактивного взаимодействия в формате видеоконференции. Например, это

цифровые деловые встречи, интервью, беседы, переговоры и др., где наряду с репутационной составляющей актуализируется значение внешнего фактора и уверенной самоподачи «здесь и сейчас» в отличие от видеозаписи в Digital, которая может быть многократно отрепетирована.

Таковы в целом некоторые основные особенности и новации самопрезентационной коммуникации в контексте цифровых реалий современного социума.

Однако развитие новых технологий актуализировало значение самопрезентационной коммуникации не только в интерфейсе «человек–человек», но и «человек–ИИ», и это отдельная большая тема, которая в настоящее время находится в стадии исследовательского поиска и разработок в практиках Digital- и Phygital-взаимодействия. Главная установка мирового научного сообщества заключается в том, что коммуникация «человек–машина» должна развиваться исключительно на принципах партнерства. При этом подчеркивается, что для гармонизации отношений с ИИ принципам партнерства должны обучаться и машины, и сам человек, вступающий в диалог с современным ИИ.

Заключение. Самопрезентационная коммуникация, как и все коммуникативное пространство современного социума, развивается в трех пространственных измерениях: офлайн/Physics, онлайн/Digital, а также при их взаимодействии/Phygital. В каждом измерении самопрезентационная коммуникация имеет свою специфику. В частности, в офлайн (в событийном формате) речь идет об имиджевых и психологических акцентах, что получило определение «psychological Make-up»; в онлайн – о репутационных, по аналогии назовем это «Digital Make-up»; в офлайн-онлайн – имидж возвращает свои позиции, но уже как цифровой имидж в непосредственном взаимодействии с цифровой репутацией и психологическим фактором, детерминирующим уверенную самоподачу, что соответственно можно определить как «Phygital Make-up».

Однако независимо от среды взаимодействия и специфики каждой из этих сред, такие навыки самопрезентации, как умение представить себя/свою компанию, рассказать о достижениях своих/компании, донести до других ценность свою/компании и др. в деловой среде котируются очень высоко. При этом специалисты подчеркивают, что в настоящих условиях презентационный навык становится одним из важнейших, а в будущем – еще важнее [21, с. 28].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ebert H., Piwinger M. Impression Management: Die Notwendigkeit der Selbstdarstellung // Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler, 2007. P. 205–225.
2. Пикулева О. А. Теоретические подходы к пониманию самопрезентации личности через призму осознанности–неосознанности процесса // Психология. Журнал Высш. шк. экономики. 2013. Т. 10, № 4. С. 158–172.
3. Мамина Р. И. Искусство самопрезентации в эпоху цифры. СПб.: Петрополис, 2020.
4. Михайлова Е. В. Обучение самопрезентации: учеб. пособие. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2007.
5. Мамина Р. И. Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ. СПб.: Петрополис, 2012.
6. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение / пер. с англ. А. Вихровой. СПб.: Питер, 2000.
7. Вейл К. Пугает ли меня то, что издатели становятся нашими конкурентами? А как это может не пугать? // Коммерсант. Секрет фирмы. № 6 от 07.06.2010. С. 50.

8. Тапскотт Д., Тапскотт А. Технология блокчейн – то, что движет финансовой революцией сегодня / пер. с англ. Е. Д. Ряхиной, К. Шашковой. М.: Эксмо, 2017.

9. Питерс Т. Преврати себя в бренд! 50 верных способов перестать быть посредственностью / пер. с англ. С. Филина. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

10. Линн Л., Ситкинс П. Личный бренд. Позаботьтесь о своей репутации прежде, чем это сделают другие / пер. Е. Никитина. М.: Азбука, 2014.

11. Забудьте о зеркале: ваш цифровой имидж важнее // Business key. 15.07.2014. URL: <https://www.business-key.com/object/112927/?ysclid=lxr4unq46j402098803> (дата обращения: 20.06.2024).

12. Дятлова Е. В., Михина М. В. Визуальные образы пользователей сети в Интернет: от фотографии до аватара // Cyberpsy. 27.09.2020. URL: <https://cyberpsy.ru/articles/vizualnye-obrazy-polzovatelej-interneta/?ysclid=lxvj21dlg3425852246> (дата обращения: 20.06.2024).

13. Кузнецов Ю. А. Юзерпик что это? Раскроем секреты популярного термина // FB. 22.10.2023. URL: <https://fb.ru/article/490703/2023-yuzerpik-cto-eto-raskroem-sekretyi-populyarnogo-termina> (дата обращения: 21.06.2024).

14. Цифра в моде! Как с помощью трехмерного сканирования создают реальную моду // Коммерсантъ. 23.11.2022. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5681132> (дата обращения: 23.06.2024).

15. Кудрина Е. В. Цифровая мода: социологические аспекты исследования // Петербургская социология сегодня. 2023. Вып. 21. С. 117–134. DOI: 10.25990/socinstras.pss-21.t6kn-g502.

16. Перевозов Н. Человек человеку – человек: главные черты концепции Human2Human в работе с персоналом в ритейле // New Retail. 12.03.2021. URL: https://new-retail.ru/business/personal/chelovek_cheloveku_chelovek_glavnye_cherty_kontseptsii_human2human_v_rabote_s_personalom_v_riteyle3635/?ysclid=lxq8lqc4t4612135906 (дата обращения: 21.06.2024).

17. Знай наших: конкурс растущих российских брендов // Росконгресс. URL: <https://идея.росконгресс.рф/brand> (дата обращения: 13.06.2024).

18. Крашенков Е., Михайлова И. Зачем на самом деле нужны отзывы в интернете: как работает SERM // ЯПрактикум. 20.09.2022. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/cto-takoe-serm-upravlenie-reputatsiey/> (дата обращения: 25.06.2024).

19. Реноме: охранник вашего цифрового имиджа // TV-Lenta. 15.05.2024. URL: <https://tv-lenta.com/novosti/item/78732-renome-ohrannik-vashego-cifrovogo-imidzha> (дата обращения: 25.06.2024).

20. Что такое цифровой бренд и как его развивать? // Газпром Бонус. 14.01.2024. URL: <https://gazprombonus.ru/news/16906-cto-takoe-cifrovoy-brend-i-kak-ego-razvivat?ysclid=lxssb71gyp509123434> (дата обращения: 25.06.2024).

21. Андерсон К. TED TALKS. Слова меняют мир: первое официальное руководство по публичным выступлениям / пер. с англ. Т. О. Новиковой М.: Бомбора, 2020.

Информация об авторах.

Мамина Раиса Ильинична – доктор философских наук (2007), профессор кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: аксиосфера современного социума, коммуникативные практики, кросскультурное сотрудничество, цифровые коммуникации, цифровой этикет, цифровая самопрезентация, инновационные образовательные траектории.

Якупова Светлана Викторовна – специалист по работе с молодежью «Подростково-молодежного центра “Охта”», Полюстровский пр., д. 3, Санкт-Петербург, 195176, Россия. Сфера научных интересов: деловой этикет, репутационный менеджмент, самопрезентация, кросскультурные коммуникации.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 19.04.2024; принята после рецензирования 22.05.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Ebert, H. and Piwinger, M. (2007), "Impression Management: Die Notwendigkeit der Selbstdarstellung", *Handbuch Unternehmenskommunikation*, Gabler, Wiesbaden, GER, pp. 205–225.
2. Pikuleva, O.A. (2013), "Approaches to Personality Self-Presentation through the Lens of Consciousness", *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, vol. 10, no. 4, pp. 158–172.
3. Mamina, R.I. (2020), *Iskusstvo samoprezentatsii v ehpokhu tsifry* [The art of self-presentation in the digital era], Petropolis, SPb., RUS.
4. Mikhailova, E.V. (2007), *Obuchenie samoprezentatsii* [Teaching self-presentation], ID GU VSHEH, Moscow, RUS.
5. Mamina, R.I. (2012), *Delovoi ehtiket v sisteme imidzha: filosofsko-kul'turologicheskii analiz* [Business etiquette in the image system: philosophical and cultural analysis], Petropolis, SPb., RUS.
6. Gee, B. (2000), *Company image: planning, formation, promotion*, Trans. by Vikhrova, A., Piter, SPb., RUS.
7. Weil, K. (2010), "Does it scare me that publishers are becoming our competitors? How can this not be scary?", *Kommersant. Sekret firmy*, no. 6, 07.06.2010, p. 50.
8. Tapscott, D. and Tapscott, A. (2017), *Blockchain Technology: What's Driving the Financial Revolution Today*, Trans. by Ryakhina, E.D. and Shashkova, K., Eksmo, Moscow, RUS.
9. Peters, T. (2012), *The Brand You 50*, Transl. by Filin, S., Mann, Ivanov and Ferber, Moscow, RUS.
10. Lynn, L. and Sitkins, P. (2014), *Brand Aid: Taking Control of Your Reputation – Before Everyone Else Does*, Transl. by Nikitina, E., Azbuka, Moscow, RUS.
11. "Forget the mirror; Your digital image is more important" (2014), *Business key*, 15.07.2014, available at: <https://www.business-key.com/object/112927/?ysclid=lxr4unq46j402098803> (accessed 20.06.2024).
12. Dyatlova, E.V. and Mikhina, M.V. (2020), "Visual images of Internet users: from photography to avatar", *Cyberpsy*, 27.09.2020, available at: <https://cyberpsy.ru/articles/vizualnye-obrazy-polzovatelej-interneta/?ysclid=lxvj21dlg3425852246> (accessed 20.06.2024).
13. Kuznetsov, Yu.A. (2022), "Userpic what is this? Let's reveal the secrets of the popular term", *FB*, 22.10.2023, available at: <https://fb.ru/article/490703/2023-yuzerpik-chto-eto-raskroem-sekretiy-populyarnogo-termina> (accessed 21.06.2024).
14. "Digital is in fashion! How real fashion is created using 3D scanning" (2022), *Kommersant*, 23.11.2022, available at: <https://www.kommersant.ru/doc/5681132> (accessed 23.06.2024).
15. Kudrina, E.V. (2023), "Digital fashion: sociological aspects of research", *St. Petersburg Sociology Today*, no. 21, pp. 117–134. DOI: 10.25990/socinstras.pss-21.t6kn-g502.
16. Perevozov, N. (2021), "Person to person – person: the main features of the Human2Human concept in working with personnel in retail", *New Retail*, 12.03.2021, available at: https://new-retail.ru/business/personal/chelovek_cheloveku_chelovek_glavnye_cherty_kontseptsii_human2human_v_rabote_s_personalom_v_riteyle3635/?ysclid=lxq8lqc4t4612135906 (accessed 21.06.2024).
17. "Know ours: Competition of growing Russian brands", *Roskongress*, available at: <https://idea.roscongress.rf/brand> (accessed 13.06.2024).

18. Krashenkov, E. and Mikhailova, I. (2022), "Why do you really need reviews on the Internet: how SERM works", *YaPraktikum*, 20.09.2022, available at: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-serm-upravlenie-reputatsiy/> (accessed 25.06.2024).

19. "Renome: guardian of your digital image" (2024), *TV-Lenta*, 15.05.2024, available at: <https://tv-lenta.com/novosti/item/78732-renome-ohrannik-vashego-cifrovogo-imidzha> (accessed 25.06.2024).

20. "What is a digital brand and how to develop it?" (2024), *Gazprom Bonus*, 14.01.2024, available at: <https://gazprombonus.ru/news/16906-chto-takoe-cifrovoy-brend-i-kak-ego-razvivat?ysclid=lxssb71gyp509123434> (accessed 25.06.2024).

21. Anderson, Ch. (2020), *TED Talks: The Official TED Guide to Public Speaking*, Transl. by Novikova, T.O., Bombora, Moscow, RUS.

Information about the authors.

Raisa I. Mamina – Dr. Sci. (Philosophy, 2007), Professor at the Department of Philosophy, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of more than 100 scientific publications. Area of expertise: axiosphere of modern society, communication practices, cross-cultural cooperation, digital communications, digital etiquette, digital self-presentation, innovative educational trajectories.

Svetlana V. Yakupova – Youth Specialist, Youth center "Okhta", 3 Polyustrovsky str., St Petersburg 195176, Russia. Area of expertise: business etiquette, reputation management, impression management, cross-cultural communication.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 19.04.2024; adopted after review 22.05.2024; published online 24.09.2024.

Оригинальная статья
УДК 316.472.4
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-43-52>

Общение в зеркале социальной семиотики

Надежда Васильевна Казаринова

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В.И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия,
NVKazarinova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5047-0022>*

Введение. Предметом обсуждения являются коммуникативные ресурсы, которые отбираются партнерами из огромного разнообразия языковых средств, функциональных стилей, риторических приемов, а также предметной деятельности и посредством которых порождается общее семантическое пространство между индивидами.

Методология и источники. В качестве методологической платформы предложены принципы праксис-ориентированной социальной семиотики. Будучи одним из относительно поздних направлений семиотических исследований, социальная семиотика фокусирует внимание не столько на знаках или знаковых системах, сколько на социально-обозначающих практиках как регулярных, повторяющихся, узнаваемых типах действий: действия участников коммуникации наделяются свойствами знаковых систем, посредством которых отношения между индивидами обнаруживаются, делаются видимыми и осмысленными. Анализ механизмов производства смысла, с точки зрения участников события, осуществляется с использованием понятия «дискурсивные практики», понимаемых как способы оперирования речью в качестве условия решения разнообразных практических межличностных задач.

Результаты и обсуждение. По мере того, как человек осваивает разнообразные межличностные дискурсивные практики, ему становятся доступны различные системы отношений. Конкретные дискурсивные практики позволяют индивиду презентовать разные варианты своего «Я», обосновывать и оправдывать свои действия, поддерживать отношения доминирования и/или подчинения, тем самым демонстрируя владение коммуникативной ситуацией. Следуя принципам праксис-ориентированной социальной семиотики, можно утверждать, что межличностные отношения задействуют то, что называют дискурсом доверительности, личностной вовлеченности в отношения, интимности/близости.

Заключение. Выявленные символические регуляторы позволяют не только семиотически осмысливать социальные позиции взаимодействующих сторон, но и предлагать процедуры самоконтроля и арсенал коммуникативных действий участникам межличностной коммуникации в качестве средств управления поведением в ситуациях межличностного общения.

Ключевые слова: социальная семиотика, межличностная коммуникация, дискурсивные практики

Для цитирования: Казаринова Н. В. Общение в зеркале социальной семиотики // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 43–52. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-43-52.

© Казаринова Н. В., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Original paper

Communication in the Mirror of Social Semiotics

Nadezhda V. Kazarinova

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia,
NVKazarinova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5047-0022>*

Introduction. The subject of this article is communicative resources, which are selected by partners from a huge variety of linguistic means, functional styles, rhetorical techniques, and subject activities, and through which a common semantic space between individuals is generated.

Methodology and sources. As a methodological platform we propose the principles of praxis-oriented social semiotics. Being one of the relatively late trends of semiotic research, social semiotics focuses attention not so much on signs or sign systems as on social signifying practices as regular, repetitive, recognisable types of actions: the actions of communication participants are endowed with the properties of sign systems through which relations between individuals are discovered, made visible and meaningful. The mechanisms of meaning production, from the point of view of the participants of the event, are analysed using the concept of 'discursive practices', understood as speech actions in order to solve a variety of practical interpersonal tasks.

Results and discussion. As an individual learns a variety of interpersonal discursive practices, different relational systems become available to him/her. Specific discursive practices allow individuals to present different versions of their self, justify their actions, maintain dominance and/or subordination relations, thus demonstrating mastery of the communicative situation. Following the principles of praxis-oriented social semiotics, it can be argued that interpersonal relationships involve what can be called a discourse of trust, personal involvement in relationships, intimacy/closeness.

Conclusion. The described symbolic regulators allow not only to semiotically comprehend the social positions of interacting parties, but also to offer self-control procedures and an arsenal of communicative actions to the participants of interpersonal communication as means of behaviour management in situations of interpersonal communication.

Keywords: social semiotics, interpersonal communication, discursive practices

For citation: Kazarinova, N.V. (2024), "Communication in the Mirror of Social Semiotics", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 43–52. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-43-52 (Russia).

Введение. Научное обсуждение различных аспектов межличностной коммуникации реализуется преимущественно в рамках социально-психологического знания. Вместе с тем смещение фокуса исследования в область коммуникативного знания выявляет иные факторы, конституирующие взаимодействие. Согласно базовой установке коммуникативной традиции в социальном знании, вступающие в социальное взаимодействие люди не могут делать точные заключения о внутренних причинах, побуждающих их партнеров действовать так или иначе. Потому предметом наблюдения и интерпретации являются языковые и неязыковые действия, имеющие для вступающих в коммуникацию людей определенный смысл и запускающие их ответную реакцию. Иначе говоря, значения, которые коммуникаторы придают сообщениям (как своим, так и другого), не заданы заранее, но создаются, производятся, конструируются в процессе коммуникативного взаимодействия посредством

дискурсивных процедур и практик, зависящих от контекста и в то же время приводящих в действие социально узнаваемые типы контекстов. В данной статье рассматриваются ресурсы праксис-ориентированной социальной семиотики, нацеленной на прояснение символических средств конституирования различных контекстов межличностного общения.

Методология и источники. Обсуждаемые в этой статье методологические ресурсы праксис-ориентированной социальной семиотики позволяют сдвинуть ракурс с традиционного для семиотической традиции анализа знаковых систем [1, с. 94–96] на практики, «производящие» социально значимые тексты, на то, как социальные агенты представлены и контролируются в качестве субъектов дискурса в конкретных областях социальной практики [2, р. 6–7]. В фокусе их внимания оказались социальные практики надления значением (the social meaning-making practices) или семиотические практики, посредством которых и формируются семиотические отношения между материальными процессами и социальными действиями [2, 3]. Любой надленный значением объект рассматривается как социальная конструкция, т. е. как продукт социальных практик/материальных процессов, имеющих определенное значение в данном сообществе: когда мы реагируем на что-то (на вещь, человека или событие), мы воспринимаем это как единство физического (биологического) и социального процессов, как то, что имеет размер, форму, цвет и одновременно имя, ценность и определенный набор полезных функций, т. е. связано с представлением о том, что с этим можно/нельзя делать.

Результаты и обсуждение. Формулируя положения социальной семиотики, М. Холлидей предложил рассматривать язык не как сеть правил, но как ресурс: «В повседневной жизни мы встречаем людей, творчески использующих ресурсы значений и постоянно их модифицирующих. <...> Мы можем представить язык как ресурс, в терминах выбора, который нам доступен. Значения, образующие социальный контекст, реализуются посредством отбора из множества значений, потенциально заложенных в языке» [2, р. 24].

У. Эко развернул семиологическое описание модели смыслопорождающего механизма следующим образом: «...В миг достижения адресата сообщение “пусто”. Но это не та пустота произведения-воронки, отсутствующего произведения, которую постулирует “новая критика”, это готовность к работе некоего означивающего аппарата, на который еще не пал свет избираемых мною, чтобы высветить его смысл, кодов. Но как я узнаю, что это смыслопорождающий механизм? Благодаря тому, что в самый миг получения я высвечиваю его некими фундаментальными кодами... <...> Сообщение мало-помалу наполняется смыслом, но стоит только несколько измениться обстоятельствам адресата, а кодам расслоиться, как в сообщении врываюются новые смыслы. <...> Предложить код – это значит выдвинуть гипотезу и прикинуть, что из этого выходит. Предложенный код выявляет определенные значения, но затем он сопоставляется с другими кодами, лексикодами и подлексикодами для того, чтобы убедиться в том, что все коннотативные возможности сообщения исчерпаны...» [4, с. 367–368].

Обратим внимание на содержащиеся в этом отрывке методологические установки социальной семиотики:

- необходимость процедуры *выбора* кода;
- форматирующее воздействие выбранного кода на процесс опознания значения;
- сохранение определенной меры произвольности и в то же время социальной заданности при выборе кода;

– принципиальная невозможность достижения однозначного определения содержания сообщения даже при относительно сходном определении обстоятельств коммуникативного взаимодействия участниками коммуникации.

Б. М. Гаспаров, в свою очередь, заявлял о семиотическом значении текстуальной рамки как интегрирующей силе, «позволяющей посмотреть на какой-то отрезок непрерывного потока языковых впечатлений как на коммуникативный артефакт, подлежащий осмысливанию» [5, с. 325]. Презумпция текстуальности, по Б. М. Гаспарову, это «готовность, даже потребность представить себе нечто, осознаваемое нами как высказывание, в качестве непосредственно и целиком обозримого феномена» [5, с. 324], само стремление говорящего субъекта к «последовательности» является важнейшим смыслообразующим фактором. Текст должен обладать изначальным потенциалом связей, смысл которых заведомо ясен для воспринимающего и интерпретирующего этот текст субъекта. Если таких связей слишком мало или мы не способны такие связи обнаружить, текст воспринимается как бессмысленный или малоосмысленный, банальный, неинтересный, непонятный.

Семиотическая работа в коммуникативном взаимодействии становится актуальной при несовпадении позиций коммуникаторов, принуждая последних к выявлению и распознаванию смысловых маркеров. Содержание этой работы направлено на коммуникативное фокусирование, т. е. на необходимость придать работе мысли большую определенность и большую осязаемость. Это достигается использованием в сообщениях специальных маркеров стиля, жанра, эмоции, контакта с адресатом, актуализирующих имеющиеся в опыте коммуникаторов впечатления, ощущения, оценки того, что можно ожидать от конкретного разговора (или статьи), конкретного партнера, данной темы, сложившейся ситуации. В современной лингвистике признается, что в процессе взаимодействия говорящий и слушающий совершают прямо противоположные действия: по цели (быть понятым – понять сказанное), по способу действия (трансляция – восприятие), по каналу передачи (речевой канал – слуховой анализатор) и т. д. Одним из кардинальных различий в подходах коммуникаторов к характеру собственной деятельности становится стремление к экономии изложения говорящим в противоположность тенденции к избыточности средств выражения в интересах получателя речи. Иными словами, говорящий заинтересован в экономной системе порождения текста; слушающему же важно, чтобы само сообщение было разборчивым и понятным [6, гл. 1, § 2, с. 19–32].

Разрабатывая тему коммуникативного фокусирования, авторы социальной семиотики предложили выделять разнообразные виды социальных контекстов и соответствующие семиотические практики контекстуализации на основании различия используемых субъектами средств восприятия, оценки и сигнализации о происходящем. Так, Дж. Лемке различает синтагматические, парадигматические, индексические контексты и соответствующие им интерпретации значений действий, событий, текстов [3].

Синтагматический контекст задает анализ действий (событий, слов) в их последовательности (до и после). То, о чем говорится, или то, что написано, всегда имеет синтагматические отношения с другими элементами в более крупных образованиях. Например, вопрос преподавателя студентам при чтении лекции может быть рассмотрен как часть произнесенной им фразы, как составной элемент сценария проведения занятия или как необходимый прием, связывающий сказанное с темой лекции в целом. Сам вопрос может включать слова,

которые уже использовались в учебном занятии или приводились в учебнике. Речевые обороты, включенные в вопрос, могут напоминать студентам о чем-то, что они изучали раньше в рамках данной дисциплины или в других курсах.

Парадигматический контекст сдвигает внимание на слова или действия, которые могли быть использованы в ситуации, на возможные альтернативы и неиспользованные возможности. «Ни один текст не может быть прочитан, ни одно действие интерпретировано без принятия во внимание того аспекта его значения, который вытекает из существования или возможности альтернативных или конфликтующих способов речи и действий внутри одного и того же сообщества» [3, р. 247].

Индексический контекст выявляет ситуационно-сопряженные события. Значение, казалось бы, одних и тех же действий, их правильность или ошибочность прямо зависят от того, кто их исполняет, насколько они типичны для конкретной социальной группы. Иначе говоря, индексическая контекстуализация раскрывает причины придания различного смысла одной и той же теме в зависимости от обстоятельств, прежнего опыта или ее ассоциативного восприятия участниками коммуникации.

Обращение к различным видам контекстов при обсуждении происходящего, открытость любого выработанного значения для бесконечного переозначивания является скорее правилом взаимодействия между людьми.

Концептуализация семиотических практик включает также разработку понятий «семиотические ресурсы» и «семиотические формации» [3]. *Семиотические ресурсы* представлены разнообразными знаковыми системами – это язык, телесные движения, графические знаки, одежда, пища и др. Информация о ресурсе – это информация о том, какие слова, изображения или действия могут иметь смысл в данном сообществе (культуре, группе). Организованные определенным образом семиотические ресурсы обозначаются термином *семиотические формации*. Данное понятие призвано фиксировать относительно стабильные элементы в процессе повседневных социальных действий, все то, что привычно, обычно и потому предстает как модель осмысленного действия, что обеспечивает минимальную кратковременную предсказуемость, необходимую для социальной согласованности. Значительное отклонение от признаваемого в данном сообществе паттерна какого-либо действия (семиотической формации) приводит к утрате смысла данного действия для других, не говоря уже о том, что то или иное действие может осмысливаться совершенно иначе различными группами (культурами).

Методологическая рамка, задаваемая изложенными принципами праксис-ориентированной социальной семиотики, раскрывает природу межличностного общения посредством указания на дискурсы доверительности, личностной вовлеченности в отношения, интимности/близости. Коммуникативным фокусом межличностной коммуникации становятся поиск, испытание, подтверждение взаимности между индивидами. Поскольку фундаментальные вопросы любой межличностной коммуникации: «Как ты относишься ко мне?» и «Как я отношусь к тебе?» – всегда остаются открытыми, их обсуждение в зависимости от используемых индивидами дискурсивных практик, сюжетных линий тех повествований и историй либо привносит в отношения качество «межличностности», либо ведет к его утрате.

Так, рассматривая практики позиционирования себя и другого в межличностном взаимодействии, К. Адамс отмечает, что следует выделять темы, различающиеся степенью лич-

ностной вовлеченности индивидов в отношения. Она обозначила их следующим образом: «Я-как-объект» (Self-as-Object), «Я-как-Другой» (Self-as-Other), «Я-как-модус отношений» (Self-as-Relational) [7, p. 185–192].

Семиотика блока «Я-как-объект» представляет вариант конструирования межличностных отношений, в которых формируется не столько вовлеченность коммуникаторов в отношения, сколько сохранение независимости, доминирование ценности индивидуального опыта. Участники не вникают в переживания, интересы, представления своего собеседника. Каждый сообщает о своем личном опыте в связи с темой разговора, не перерабатывая информацию, услышанную от своего собеседника, в ресурс межличностных отношений.

Например:

А: У меня сегодня неудачный день, все просто валится из рук.

Б: А у меня все идет прекрасно.

А: Началось с того, что утром, опаздывая на работу, я столкнулся с шефом. И он пожелал узнать, почему я опоздал. А я и опоздал-то всего чуть-чуть.

Б: Я, кстати, на прошлой неделе опоздала всего на две минуты, так меня замучили расспросами о том, что случилось.

А: А я просто растерялся.

Б: Да, у меня тоже бывают такие дни.

Блок «Я-как-Другой» семиотически реализуется, когда оба участника вовлечены в обсуждение проблемы, представляющей значимость для одного из них, причем ответная реакция второго участника может быть как сочувствующей (см. вариант 1), так и конфронтующей (см. вариант 2).

Вариант 1.

А: Я повредил палец. Играл вчера в баскетбол и сильно ударился. Было ужасно больно.

Б: Ты подержал палец в холодной воде? Я всегда так делаю.

А: Ладно, попробую, вдруг поможет. Утром едва мог двигать им. Правда, сейчас боль меньше, чем вчера, надеюсь, хотя бы сегодня удастся поспать.

Б: Может, показаться врачу? Ты же мог сломать кость?

А: Не думаю. Я ушибал пальцы много раз, и обычно все обходилось.

Вариант 2.

А: Я повредил палец. Играл вчера в баскетбол и сильно ударился. Было ужасно больно.

Б: Подержи его в холодной воде. Это же элементарно. Любой знает, что нужно делать при сильных ушибах.

А: Ладно, попробую, вдруг поможет. Утром едва мог двигать им. Правда, сейчас боль меньше, чем вчера, надеюсь, хотя бы сегодня удастся поспать.

Б: Бесполезно. Теперь уже поздно. Дождись следующего раза...

Семиотическая реализация блока «Я-как-модус отношений» задается соответствующими замечаниями, признанием правомерности интересов каждого, обсуждением совместных действий. Если в блоке «Я-как-объект» опыт одного индивида отделен от опыта другого, несмотря на то, что он касается одной и той же области интересов, то в данном случае индивидуальные желания или мнения каждого подчинены интересам отношений. Тем самым использование дискурса «Я-как-модус-отношений» маркирует как длительность существования этой пары

(наличие биографии отношений), когда сложился определенный порядок взаимодействия между ними, известный обеим сторонам, так и (с высокой вероятностью) близость между этими людьми, каждый из которых идентифицирует себя через эти отношения [7, p. 408].

Обратим внимание на то, что в очень близких отношениях люди используют значительно больше стратегий воздействия друг на друга, чем в других видах коммуникации. Дискурсивные практики сохранения близких отношений включают как поддержку и одобрение, так и замечания и критику партнера. Тем не менее и последние следует отнести к категории «коммуникативных практик отзывчивости», отличительной чертой которых является признание партнерами взаимозависимости, переживание ими единства и неразрывности, ценности индивидуального мнения другого, его желаний, его личности. Взаимозависимость настолько важна для сохранения близких отношений, что, даже планируя действия, партнеры обсуждают свои планы друг с другом, неважно, идет речь о деле, в котором участвуют они оба или только один. То, что делает один, влияет на то, что будет делать другой, и это воспринимается как факт их отношений.

Модели коммуникативного поведения, соответствующие близким отношениям, можно определить как коммуникативный дискурс, задающий индексический контекст, т. е. указывающий на характер связи «Я» и «Другого». К числу таких действий можно отнести обращение с просьбой и предложение совета; демонстрацию одобрения и поддержки; выполнение функции адвокатов друг для друга с целью защиты и рационализации действий и чувств друг друга.

Например:

А: Я завалил этот экзамен. Вообще-то я знал ответ. Не знаю почему, но просто не смог собраться.

Б: Ничего ты не завалил. Просто ты сделал не так хорошо, как бы тебе хотелось. Ты слишком умный, чтобы завалить...

Используемые слова и реплики призваны придать диалогу или рассказу характер совместного действия.

Например:

А: Это случилось на прошлой неделе, так?

Б: Думаю, в среду вечером. Сразу после звонка Анны.

А: Да, точно. В среду. Довольно поздно вечером, когда мы уже собирались спать.

«Практики отзывчивости» не предполагают безусловного принятия точки зрения или поведения близкого человека. Наряду с открытой поддержкой партнера они могут включать замечания или упреки в его адрес. Более того, постоянное выражение одобрения, усиливая монотонность взаимодействия, может привести к риску конфликта в отношениях, например спровоцировать ответную реакцию неудовлетворенности («хоть бы раз услышать твое несогласие со мной»). Провокацией конфликта может стать и постоянный поиск недостатков («что бы ни сделал – пилишь, пилишь, пилишь»). Вместе с тем близкие партнеры скорее не квалифицируют критические замечания в адрес друг друга или выражение укоризны как проблему. До тех пор, пока несогласие между ними не воспринимается как угрожающее характеру отношений, ситуации спора или конфликтные разногласия не вызывают у них серьезного беспокойства. Высокий уровень коммуникативной свободы своим следствием имеет ощущение комфортности общения. Пары вырабатывают консенсус относительно

того, что обсуждать, а что нет, с чем соглашаться, а с чем нет, какую информацию игнорировать, а на какой сосредоточиваться, в чем доверять друг другу, а в чем нет. При этом в семейном и дружеском общении прилагаются дополнительные усилия для того, чтобы подчеркнуть открытость и сердечность отношений, искренность эмоций и оценок. Специальными маркерами искренности становятся признания («признаюсь»), клятвы («ну клянусь»; «честно-честно», «правда-правда», «ей-богу»), уверения («просто поверь»).

Объяснительные возможности праксис-ориентированной социальной семиотики в анализе межличностной коммуникации раскрыты Р. Бартом в его «Фрагментах речи влюбленного» [8]. Описанный им дискурс влюбленного (не только речевое поведение) как «некоторое место речи – место человека, который про себя (любовно) говорит перед лицом другого (любимого), не говорящего, речи, которая произносится в предельном одиночестве, которая говорится тысячами субъектов, но ее никто не поддерживает, и потому ей не остается ничего иного, как быть местом, пусть сколь угодно ограниченным, некоего утверждения» [8, с. 80–81], – впечатляющий пример парадигматической контекстуализации.

Согласно Барту, характерным свидетельством дискурса влюбленного оказывается повышенная знаковость межличностной коммуникации, вызванная постоянной необходимостью уточнения характера отношений между партнерами. «Влюбленный – это и есть стихийный семиолог! Он все время читает знаки. Только тем и занят – то это знаки счастья, то знаки несчастья. На лице другого, в его поведении. Он прямо-таки во власти знаков» [9, с. 47]. «Работа», выполняемая влюбленным, описана Бартом следующим образом: «... Для меня, влюбленного субъекта, все новое, все беспокоящее воспринимается не в виде фактов, но в виде знаков, которые необходимо истолковать. <...> Если другой дал мне этот номер телефона, знаком чего это служит? Есть ли это приглашение воспользоваться им *немедленно*, ради удовольствия, или только *при случае*, при необходимости? <...> Подчас я до изнеможения обдумываю эти “пустяки” (как скажут другие); тогда я пытаюсь одним рывком, словно утопающий, отталкивающийся ногами от морского дна, вернуться к *спонтанному* решению. ...: *ну так позвони ему, раз тебе этого хочется!* Но это средство тщетно: в любовном времени нельзя выстроить в линию побуждение и поступок, нельзя их совместить...» [8, с. 270–271].

Отказ от состояния влюбленности означает необходимость пройти путь изгнания образа возлюбленного из собственного Воображаемого. «В случае траура по любви объект ни мертв, ни удален. Я сам решаю, что его образ должен умереть. <...> Все время, пока длится этот странный траур, мне придется сносить два противоположных несчастья: страдать от того, что другой наличествует (продолжая невольно ранить меня), и грустить, что он умер (таким, по меньшей мере, каким я его любил). Так, я тревожусь (по старой памяти) из-за никак не раздающегося звонка, но в то же время, поскольку решил поставить крест на подобных заботах, должен себе повторять, что молчание это *в любом случае* непоследовательно: звонить мне подобало только любовному образу: образ же этот исчез; и теперь телефон, звонит он или нет, все равно возвращается к своему ничтожному существованию <...>, образ умирает, чтобы я жил. <...> Истинный акт скорби – отнюдь не страдать от утраты любимого объекта; это значит однажды констатировать появление на поверхности отношений этакого крохотного пятнышка, проступившего как симптом неминуемой смерти; в первый раз я причинил зло любимому, конечно же не желая, но и не *потеряв самообладания*» [8, с. 163–166].

Заклучение. Выявленные символические регуляторы дают возможность не только семиотически осмысливать социальные позиции взаимодействующих сторон, но и предлагать процедуры самоконтроля и арсенал коммуникативных действий участникам межличностной коммуникации в качестве средств управления поведением в ситуациях межличностного общения. Различные контексты межличностного общения конституируются разными символическими средствами: с одной стороны, композиционно и стилистически оформленными коммуникативными моделями, а с другой – разнообразными способами использования языка (шире – семиотических ресурсов), т. е. дискурсивными практиками. По мере того, как человек осваивает разнообразные межличностные дискурсивные практики, ему становятся доступны различные системы отношений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крэйг Р. Т. Теория коммуникации как область знания // *Компаративистика-III: альманах сравнительных социогуманитарных исследований* / под ред. Л. А. Вербицкой, В. В. Васильковой, В. В. Козловского, Н. Г. Скворцова. СПб.: Социол. общество им. М. М. Ковалевского, 2003. С. 72–126.
2. Thibault P. J. *Social semiotics as praxis: text, social meaning making, and Nabokov's Ada*. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press, 1991.
3. Lemke J. L. *Discourse, Dynamics, and Social Change* // *Cultural Dynamic*. 1993. Vol. 6 (1). P. 243–275.
4. Эко У. *Отсутствующая структура. Введение в семиологию* / пер. с итал. А. Г. Погоняло, В. Г. Резника. СПб.: Петрополис, 1998.
5. Гаспаров Б. М. *Язык. Память. Образ. Лингвистика языкового существования*. М.: Новое Литературное Обозрение, 1996.
6. Милевская Т. В. *Грамматика дискурса*. Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2003.
7. Fisher A. B., Adams K. L. *Interpersonal communication. Pragmatics of Human Relationships*. 2nd. ed. NY: McGraw-Hill, 1994.
8. Барт Р. *Фрагменты речи влюбленного* / пер. с фр. В. Е. Лапицкого. М.: Ad Marginem, 1999.
9. Зенкин С. *Стратегическое отступление Ролана Барта* // Барт Р. *Фрагменты речи влюбленного* / пер. с фр. В. Е. Лапицкого. М.: Ad Marginem, 1999. С. 5–77.

Информация об авторе.

Казаринова Надежда Васильевна – кандидат философских наук (1985), доцент кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор более 80 научных публикаций. Сфера научных интересов: социология коммуникаций, межличностная коммуникация, методология социального знания.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 17.05.2024; принята после рецензирования 13.06.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Craig, R.T. (2003), "Communication Theory as a Field", *Komparativistika-III: Al'manakh sravnitel'nykh sotsiogumanitarnykh issledovaniy* [Comparativistics-III: Almanac of comparative socio-humanitarian studies], in Verbitskaya, L.A., Vasil'kova, V.V., Kozlovsky, V.V. and Skvortsov, N.G. (eds.), Sociological Society named M.M. Kovalevsky, SPb., RUS, pp. 72–126.
2. Thibault, P.J. (1991), *Social semiotics as praxis: text, social meaning making, and Nabokov's Ada*, Univ. of Minnesota Press, Minneapolis, USA.

3. Lemke, J.L. (1993), "Discourse, Dynamics, and Social Change", *Cultural Dynamics*, vol. 6 (1), pp. 243–275.

4. Eco, U. (1998), *La Struttura Assente. Introduzione Alla Ricerca Semiologica*, Transl. by Pogonyailo, A.G. and Reznik, V.G., Petropolis, SPb., RUS.

5. Gasparov, B.M. (1996), *Yazyk. Pamyat'. Obraz. Lingvistika yazykovogo sushchestvovaniya* [Language. Memory. Image. Linguistics of linguistic existence], Novoe Literaturnoe Obozrenie, Moscow, RUS.

6. Milevskaya, T.V. (2003), *Grammatika diskursa* [Grammar of discourse], Izd-vo Rost. un-ta, Rostov n/D, RUS.

7. Fisher, A.B. and Adams, K.L. (1994), *Interpersonal communication. Pragmatics of Human Relationships*, 2nd ed., McGraw-Hill, NY, USA.

8. Barthes, R. (1999), *Fragments d'un discours amoureux*, Transl. by Lapitskii, V.E. Ad Marginem, Moscow, RUS.

9. Zenkin, S. (1999), "Roland Barthes' Strategic Retreat", *Fragments d'un discours amoureux*, Transl. by Lapitskii, V.E., Ad Marginem, Moscow, RUS., pp. 5–77.

Information about the author.

Nadezhda V. Kazarinova – Can. Sci. (Philosophy, 1985), Associate Professor at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of more than 80 scientific publications. Area of expertise: sociology of communications, interpersonal communication, methodology of social knowledge.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 17.05.2024; adopted after review 13.06.2024; published online 24.09.2024.*

Оригинальная статья

УДК 316.7

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-53-63>

Социальная роль традиции песен-протестов популярной музыки середины XX в. в США

Максим Павлович Замотин

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия,
jethro79@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9748-5109>*

Введение. В статье рассматривается интегрирующая социальная роль традиции песен-протестов в 1950–1970 гг. на примере Соединенных Штатов Америки. Данный период характеризовался чередой военных конфликтов на фоне геополитического противостояния СССР и США, что нашло отражение в творческих и социокультурных движениях за мир и способствовало социальным и политическим переменам в США. Музыка протеста не только способствовала положительному влиянию на принятие политических решений, но и стала мощным средством выражения общественного мнения и чувств.

Методология и источники. Методологию и теорию составляют сравнительно-исторический анализ социально-культурных, политических и исторических событий и фактов, относящихся к освещаемому периоду. Также материалом для исследования стали биографии, описания событий очевидцами и документы вторичного анализа, повествующие о социально-музыкальном влиянии феномена песен-протестов фолк-музыки и контркультуры рок-н-ролла на американское общество как реакции на политические решения правительства США по созданию очагов военных конфликтов в мире.

Результаты и обсуждение. Период с конца 1940-х до 1950-х гг. в США был отмечен остротой противостояния коммунизма и капитализма, что отразилось на культуре и музыке того времени. Появление и распространение протестных по содержанию и посылу песен, как и других форм в искусстве, происходит по причине важных кризисных событий мирового масштаба или тогда, когда люди начинают считать эти события таковыми. Конфликт двух сверхдержав и их союзников оказал влияние на весь мир, но люди отнеслись к нему по-разному. Музыка отреагировала на события мгновенно и ярко. Хотя большинство песен протеста не имели национального успеха, и их посыл оценили в основном радикалы, но песни объединяли людей и помогали им выразить свое недовольство происходящим.

Заключение. Фолк- и рок-музыка стали неотъемлемой частью жизни во время холодной войны внутри США. Музыканты и поэты выражали протест политике администрации, выступали против ненужных военных конфликтов и предостерегали от возможного разрушения мира. В результате эти жанры стали мощным средством выражения общественных чувств, мнений и влияли на формирование общественного сознания вплоть до нашего времени.

Ключевые слова: социология музыки, песни протеста, социология искусства, популярная культура, контркультура, фолк-музыка, социальные движения, социальные группы

Для цитирования: Замотин М. П. Социальная роль традиции песен-протестов популярной музыки середины XX в. в США // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 53–63. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-53-63.

© Замотин М. П., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Original paper

Social Role of the Tradition of Protest Song Tradition of Popular Music mid-20th century in the United States

Maksim P. Zamotin

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia,
jethro79@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-9748-5109>*

Introduction. The article considers the integrating social role of the tradition of protest songs in the period 1950–1970 on the example of the United States of America. This period was characterized by a series of military conflicts against the background of geopolitical confrontation between the USSR and the USA, which was reflected in creative and socio-cultural movements for peace and contributed to social and political changes in the USA. Protest music not only contributed to a positive influence on political decision-making, but also became a powerful means of expressing public opinion and feelings.

Methodology and sources. The methodology and theory is based on comparative-historical analysis of socio-cultural, political and historical events and facts related to the period covered. The material for the study was also made up of biographies, descriptions of events by eyewitnesses and documents of secondary analysis, telling about the social and musical impact of the phenomenon of protest songs of folk music and rock'n'roll counter-culture on American society, as a reaction to the political decisions of the U.S. government to create hotbeds of military conflicts in the world.

Results and discussion. The period from the late 1940s to the 1950s in the United States was marked by an acute confrontation between communism and capitalism, which was reflected in the culture and music of the time. The emergence and proliferation of protest songs, as well as other forms in the arts, occurs because of important crisis events on a global scale, or when people begin to see these events as such. Because of the impact the conflict between the two superpowers and their allies had on the world, people began to react to it in their own way. Music reacted to the events instantly and vividly. Although most protest songs were not a national success and their message was mostly appreciated by radicals, the songs united people and helped them express their discontent with what was happening.

Conclusion. Folk and rock music became an integral part of life during the Cold War within the United States. Musicians and poets protested against the administration's policies, against unnecessary military conflicts, and warned against the possible destruction of the world. As a result, these genres became a powerful means of expressing public feelings, opinions, and influenced the formation of public consciousness right up to our time.

Keywords: sociology of music, protest songs, sociology of art, popular culture, counter-culture, folk music, social movements, social groups

For citation: Zamotin, M.P. (2024), "Social Role of the Tradition of Protest Song Tradition of Popular Music mid-20th century in the United States", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 53–63. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-53-63 (Russia).

Введение. Музыка является если не самой важной, то, по крайней мере, заметной частью жизни людей. Она может вдохновлять нас, вызывать различные эмоции и переносить в другой мир. Ее можно услышать на концертах, фестивалях и в клубах, где мы собираемся вместе, чтобы насладиться единством музыки и собственных чувств. Музыка также играет важную роль в культуре разных народов. Она помогает сохранить и передать традиции и

историю, рассказывает о национальном характере и чувствах. Фольклорные мелодии и ритмы несут в себе богатую эмоциональность и исполнительское мастерство, которое на протяжении веков передается из поколения в поколение. Кроме того, музыка может служить средством выражения социальных и политических взглядов. Многие исполнители используют свои песни для передачи сообщений о справедливости, равенстве и других актуальных проблемах общества. Они становятся голосом для тех, кто не имеет возможности самовыражаться. Однако, несмотря на все ее значимость, музыка может быть просто удовольствием для нашего слуха и души. Слушая ее, мы можем отдохнуть, расслабиться и насладиться моментом. Музыка может вызывать сильные эмоции и создавать неповторимую атмосферу в любом месте или времени.

Методология и источники. Итак, музыка – это неотъемлемая часть нашей жизни, которая влияет на наши эмоции, мысли и даже поведение. Мы можем использовать ее для самовыражения, социальной активности или просто для получения удовольствия. Конечно же, существуют различные типы музыки и музыканты, которые занимаются ею ради удовольствия, денег или же просто из-за желания создать что-то. Они не стремятся передавать какое-то особое послание через свои тексты или мелодии. Однако всегда существовали и такие музыканты, которые наблюдали за течением событий во всем мире и старались это комментировать. В средние века были трубадуры, они освещали героические подвиги благородных рыцарей. Несмотря на то, что их песни иногда создавались на основе легенд и мифов, они всегда пытались в своем творчестве прокомментировать рыцарский кодекс. Например, чешские гуситы исполняли военные гимны, чтобы внушить ужас врагу. И на каждой войне солдаты пели о своей тоске по дому.

XX в. не стал исключением. Еще до окончания Второй мировой войны началось столкновение двух стран – США и Советского Союза, которое повлияло на весь мир. Их стремление распространить свои идеологии сильно изменило ход истории и чуть не привело к уничтожению человечества. Холодная война, длительный конфликт между двумя сверхдержавами вдохновили многих музыкантов на создание произведений, передающих их эмоции и отношение к происходящему в мире. Они стремились продемонстрировать свое нежелание быть частью разрушительной машины войны.

Период в истории популярной музыки XX в. США, о котором пойдет речь, – это середина столетия. В это время стали особенно популярны два жанра, которые были наиболее активными в отношении протестной деятельности общества – это фолк и рок-н-ролл. Популярная музыка не слишком сильно реагировала на социальные и политические события, так как считалось не политкорректным петь о таких проблемах, как ядерное разоружение, неприятие военных призывов или правительственная политика. Это означало бы, что музыкант критикует то, что делает правительство, выбранное народом, и это не стало бы продаваться. Как правило, поп-музыка в основном посвящена романтике и любви, а политика только портит эти темы. Поэтому протестный факел несли независимые и немейнстримовые артисты. Популярное искусство избегает столкновения с реальностью так же, как и с высоким искусством. Вместо этого оно успешно продает «видимость» реальности. И хотя рок возник в той же области, что и поп-музыка, его нельзя просто отнести к этому направлению. Он имеет свои особенности и отличается от основного потока музыкальной индустрии. Но, конечно, музыка была не единственным

способом выражения чувств и мнений части общества. Студенты, музыканты и представители других социальных групп собирались в университетских кампусах, общественных местах или перед административными зданиями и выступали с речами, исполняли песни протеста или слушали музыкантов, высмеивающих правительство и его политику.

Появление протестной или политической популярной музыки в 1960-х гг. тесно связано в народной памяти с социальными изменениями и молодежным бунтом. В этом контексте сформировались устойчивые мифы, которые связывают социальный протест, выраженный в музыке и песнях, с неприятием статус-кво и социальных норм, а также с оппозиционной политикой. Это было особенно актуально в странах с развитой капиталистической и неолиберальной демократией, где музыка протеста ассоциировалась с прогрессивной политикой так называемых «левых». Мифологию, связывающую музыку протеста с социальными изменениями, можно увидеть в утверждениях фолк-музыканта Пита Сигера (Pete Seeger), который считал, что «при правильном использовании» эти песни могут «спасти планету». Однако сам термин «песня протеста» вызывает вопросы. Часть музыкантов считают, что если их относят к авторам таких песен, то загоняют в определенный стереотип. При этом некоторые песни становятся песнями протеста, хотя изначально они не задумывались такими. Например, Барри МакГуайр (Barry McGuire), исполнивший в 1965 г. песню «Eve of Destruction», считал, что она просто отражает текущие события, а не является песней протеста.

Мифы о музыке протеста и социальных переменных, которые прочно закрепились в массовом сознании, нашли свое отражение в коммерческом успехе таких исполнителей, как Боб Дилан (Bob Dylan) и Джоан Баэз (Joan Baez). Их песни называли «указующими», «актуальными», «посланиями» или «протестами», что сделало исполнителей культовыми фигурами. К феномену такой музыки и ее авторов в плане влияния на общественность относят понятие «шестидесятые годы народного сознания». Это время рассматривается как переломный момент в создании музыки протеста (в частности в США) и выражении более фундаментальных социальных ожиданий и желаний.

Однако некоторые авторы предостерегают от «ностальгической фетишизации» популярных версий шестидесятых годов и их рассмотрения как чисто ностальгических проявлений. Они считают, что такой взгляд преуменьшает фундаментально важные связи между культурой и политикой, которые влияют на формирование и изменение общества. Наоборот, музыка протеста и социальные изменения тесно связаны между собой, и необходимо учитывать эту взаимосвязь при изучении и анализе данного явления. Одним из ключевых моментов является тесная связь между протестной музыкой и социальными изменениями в общественном сознании [1]. Хотя протестная музыка, скорее всего, не была непосредственной причиной социальных действий, она играла важную роль в освещении движений за гражданские права, против войны и за освобождение женщин. Не только сама протестная музыка, но и мифы, связанные с этой частью массовой культуры, значительно способствовали представлению о том, что такая музыка может содействовать формированию социального сознания [2]. Протестная музыка рассматривается как составная часть более широкой популярной музыки и как массовая культурная практика и форма. В этом контексте она является социальным протестом, который создается и подлечит продаже и обмену как форма коммерческой популярной музыки или популярной музыки протеста. Это означает, что она стала доступной массовой аудитории через глобальные масс-медиа.

1960-е, особенно первые годы десятилетия, стали переломными в производстве и обмене социальным протестом как товаром через музыку. Популярная музыка этого времени, подобно всей популярной музыке с момента ее возникновения в середине 1950-х гг., «появилась как способ культурного осмысления или социального и политического участия» [3, р. xvi]. При этом популярная музыка, выходящая за рамки протестной песни 60-х годов, сосредотачивалась на информировании, просвещении и повышении осведомленности широкой публики.

Мифы о бунте и сопротивлении рок-н-ролла и других популярных музыкальных жанров помогают сохранить его происхождение, возникновение и колонизацию культуры рабовладельческих песен и блюза афроамериканцев. По словам Дэвида Сзатмари, который изучал социальную историю популярной музыки, она последовала за миграцией афроамериканцев из южных штатов США в Чикаго и продолжилась как «урбанизированный, электрический ритм-энд-блюз» [4]. Рост популярности этой формы массовой культуры тесно связан со сменой телевидения на радио в качестве основного средства массовой информации, а также с острой экономической, образовательной, политической и социальной трансформацией в промышленно развитых странах в 1950-х гг. Одним из ключевых факторов социальных изменений стало поколение «бэби-бума», которое обеспечило быстро растущую аудиторию слушателей, зрителей и потребителей такой новой формы западной массовой культуры, как протестная музыка [5]. Изначально эту растущую толпу потребителей двигали и формировали подростки в 1950-х гг., затем, когда эта социальная группа стала в большей степени представлена белыми рабочими мужчинами, она превратилась в молодежную культуру 1960-х гг.

В начале этого периода родилась новая направленность популярных песен, и это было обусловлено изменением аудитории. Теперь они уже не рассказывали только о повседневных темах, таких как «девушки», «автомобили» и «танцы», а затрагивали проблемы, которые раньше подавлялись. Это была некая реакция на реальность того времени. Тематика социально значимых песен стала широко распространенной, особенно в Северной Америке и Великобритании. Композиторы и исполнители пересматривали свое отношение к тому, о чем можно писать в песнях, и как можно использовать популярную музыку для передачи идей и пропаганды. Важным фактором в этом процессе стал Боб Дилан, который смешивал фолк и поп-музыку, а его песни стали считаться символом эпохи. Он был одним из первых, кто затронул такие проблемы, как маккартизм («Talkin' John Birch Paranoid Blues» 1962), движение за гражданские права («Pawn in Their Game» 1963), холодная война и ядерное оружие («Let me Die in my Footsteps» 1963). Он создавал песни, которые отражали потребность и жажду общественной справедливости и перемен («Times They Are A Changin'» 1963). Другие исполнители, такие как трио Питер, Пол и Мэри (Peter, Paul and Mary), также записывали его песни, чтобы распространять идеи и привлекать внимание к социальным проблемам.

К концу десятилетия шестидесятые стали символом протеста против консервативных социальных норм и ценностей истеблишмента. Молодежь, направляемая контркультурой и хиппи, бунтовала уже против ограничительной системы образования и военного участия США во Вьетнаме. Проходили марши мира, митинги и акции гражданского неповиновения, которые временами перерастали в бунты. На другой стороне Атлантики начались события 1968 года, которые также привели к беспорядкам во Франции. Музыка однозначно стала

важной частью этой контркультуры и бунта, символом протеста против установленных порядков и средством выражения эмоций и идей. Журнал *Life* определил музыку того периода как «первую музыку, рожденную в эпоху мгновенной коммуникации». Это было время, когда музыка стала голосом молодежи и ее стремлений к переменам в обществе.

В 1973 г. мировая экономика столкнулась с кризисом из-за нефтяного эмбарго. Это привело к упадку в национальных экономиках и положило конец периоду экономического благополучия. Великобритания оказалась не в состоянии получить преимущества от послевоенного бума из-за большого внешнего долга, который она накопила во время войны. В 1975 г. в Великобритании экономический спад привел к повышению уровня безработицы, особенно среди выпускников школ. К этому времени ее уровень был самым высоким с момента начала Второй мировой войны. В то же время таблоидная пресса, включая газету *The Sun*, начала критиковать идеалы либертарианства 1960-х гг. В стране появился страх перед социальными проблемами, такими как порнография, образование и вандализм. Это заставило средний класс британцев обратиться к консервативной партии и Маргарет Тэтчер, которая представляла консервативные ценности и утверждала, что интересы личности выше интересов общества.

В то время как оптимизм и утопический идеализм 1960-х начали угасать, произошел сдвиг и в музыке. Три иконы рок-музыки – Джими Хендрикс (*Jimi Hendrix*), Дженис Джоплин (*Janis Joplin*) и Джим Моррисон (*Jim Morrison*) – умерли в течение нескольких месяцев друг за другом в 1970 и 1971 г. Бунтарский дух, который присутствовал в музыке предыдущих десятилетий, был приглажен и продавался как приемлемый товар, который приобретали взрослеющие «бэби-бумеры». В такой обстановке в Лондоне 1977 г. родился панк. Молодые люди отвергали конформизм и корпоративизм, выражая свой гнев и неповиновение консьюмеризму и коммерциализму. Панк был ярким протестом против консервативного общества и символом антиавторитаризма и анархии. Хотя стиль музыки был громким и «хаотичным», в его текстах отражалась сильная антиавторитарная и нигилистическая тематика, протестующая против консерватизма и ценностей истеблишмента. Некоторые панк-группы, например *The Clash*, обращали внимание аудитории на такие социальные проблемы, как гражданская война в Испании и империализм США. Панк служил не только музыкальным выражением, но и историческим отражением духа времени. Он был выражением ярости против растущего неоконсерватизма и коммерциализма [5].

Панк-рок оказал значительное влияние на последующих музыкантов и вносит бунтарский характер в популярную музыку до сегодняшнего дня. Большая часть политических и оппозиционных форм и жанров популярной музыки, появившихся после 1970-х гг., была вдохновлена или подвержена влиянию панка. В 90-х годах этот бунтарский и громкий стиль перешел к гранж-группам, таким как *Pearl Jam*, *Soundgarden* и *Nirvana*, которые прославились сопротивлением авторитетам и системе в своих версиях протестной музыки. Однако даже в середине и конце 1980-х гг. популярный миф о музыке протеста оставался актуальным для так называемых «детей шестидесятых». Некоторые исполнители вернулись к «идеализму 1960-х» и воплотили его в своей музыке, включали *Tracy Chapman*, *Suzanne Vega*, *REM*, *The Indigo Girls* и *Midnight Oil*. Также идеализм шестидесятых сохранялся в музыке исполнителей и авторов песен, таких как *Neil Young* и *Bruce Springsteen*, которые продол-

жали иногда записывать протестные песни. Кроме того, панк и его исполнители вдохновили группы протестной музыки, такие как Rage Against the Machine, которые стали популярными в 1990-х гг.

Музыкальные движения, возглавляемые цветными музыкантами, например регги в 1970-х гг. и хип-хоп или рэп в 1980-х, стали важным инструментом неформального способа коммуникации, преодолевая расовые, культурные и географические преграды и оказывая влияние на молодежь по всему миру. Регги поднял ряд вопросов, о которых цветные люди пели с XIX в., включая угнетение со стороны белых, духовность и религиозную свободу, и часто стремился к пробуждению критического и политического сознания слушателя. Например, термин «хип-хоп» широко используется для описания коммерческой музыки этого жанра, на самом деле он олицетворяет культуру, которая возникла в американских гетто и использовала музыку как способ самовыражения и преодоления трудностей.

Результаты и обсуждение. Очевидно, что появление и распространение протестных по содержанию и посылу песен, как и других форм в искусстве, происходит по причине важных кризисных событий мирового масштаба или тогда, когда люди начинают считать эти события таковыми. Политические, экономические или иные контексты, конечно, важны, но неприятие определенных событий всегда конкретно. Такая конкретика позволяет нам определять и действовать в ходе изучения социальных явлений и процессов в определенных границах. Одним из важных контекстов современной истории является цивилизационное, политическое, экономическое и культурное противостояние двух глобальных идеологий – социалистический СССР и капиталистический Запад (США, Британия и Западная Европа). В процессе этого противостояния происходило множество событий откровенно конфликтного характера, что нашло отклик в музыкальном и песенном искусстве как формах некой «декларации». Это было возможно благодаря наличию такого явления, как массовая культура, которая понимается и как возможность для творческой самореализации индивида, и как канал, с помощью которого тебя и твою позицию могут услышать многие.

Концепция противостояния между двумя идеологиями – коммунизмом и капитализмом, была сформулирована в речи Уинстона Черчилля в Фултоне (штат Миссури) 5 марта 1946 г. В ней Черчилль отметил, что атомные бомбы должны быть у соединенных Штатов, а не у коммунистического или неофашистского государства. Он также призвал к созданию «братской ассоциации англоязычных народов» для переустройства мира, которая управлялась бы принципами Организации Объединенных Наций. В период с конца 1940-х до 1957 г. в США расцвело явление, известное как маккартизм – охота на коммунистов и их сторонников внутри государства, поиск антиамерикански настроенных граждан, виток политических репрессий и очередной волны сегрегации. На фоне этого в Гринвич-Вилладж в Нью-Йорке появилась организация «People's Songs» («Народные песни»), одними из членов-основателей которой являлись знаменитые поэты-песенники Вуди Гатри (Woody Guthrie) и Пит Сигер (Pete Seeger). Они собирали народные песни, издавали бюллетень, организовывали концертные туры и проводили занятия по политическим действиям. Члены этой организации выступали на собраниях профсоюзов, партийных ячеек коммунистов, социалистов и прогрессистов. Однако после расследований и скандалов, возникших в связи с якобы появлением советских шпионов в правительстве США, и других событий, связанных с коммунизмом, социалистические движения в Америке стали

подвергаться официальному осуждению. Сенатор Джозеф Маккарти безжалостно охотился на сторонников коммунизма. Вуди Гатри и Пит Сигер оказались в «черном списке» звукозаписывающей индустрии, что привело к их исчезновению с музыкальной сцены.

Еще одним мощным стимулом, повлиявшим на развитие контркультуры и песен-протестов в США, стало появление у обоих государств атомной бомбы и последовавшая за этим гонка вооружений. Страх новой войны с применением атомного оружия нашел отражение и в музыке того времени. Одной из первых антибомбовых песен была «Old Man Atom», написанная Сэмом Хинтоном (Sam Hinton) в 1950 г. В ней обсуждаются возможности использования атомной энергии: «Но народы мира должны решить свою судьбу. Мы должны держаться вместе или распаться. Мир во всем мире и Золотой век атома или кнопочная война. Массовое сотрудничество или массовое уничтожение» [6]. В песне также говорится о невинности самого атома: ему «все равно. <...> Ему плевать на политику» [6]. В целом, период с конца 1940-х до 1950-х гг. был отмечен в США острым противостоянием коммунизма и капитализма, что отразилось в культуре и музыке того времени. В 1954 г. Bill Haley and his Comets записали песню «Thirteen Women (And Only One Man in Town)», в которой говорится о мужчине, единственном выжившем среди 13 женщин после взрыва водородной бомбы. Эта песня стала одним из первых хитов раннего рок-н-ролла.

На протяжении 1950-х и в начале 1960-х гг. в Соединенных Штатах, в отличие от предыдущих поколений, бэби-бумеры жили в относительном достатке. Молодым людям предоставлялись пособия, которые позволяли им покупать новейшие рок-пластинки и билеты на концерты любимых исполнителей. Но это время породило и бунтовщиков, которые хотели стать известными и понимали, что нужно перевернуть музыку с ног на голову. Так начался рок-н-ролл.

Рок-н-ролл создан как новый музыкальный стиль, предшественником которого был рокабилли. Его развитие шло двумя разными путями: под влиянием ритм-н-блюза (Fats Domino, Little Richard, Chuck Berry) и путем внесения элементов кантри (Carl Perkins, Jerry Lee Lewis и, конечно, Elvis Presley). В то время в местах, где собиралась белая молодежь, начали появляться чернокожие музыканты и ритм-н-блюзовые пластинки, которые находили популярность среди широкой аудитории. Некоторым ди-джеям даже пришлось использовать термин «рок-н-ролл», чтобы скрыть «черное» происхождение музыки. Известным ди-джем, который играл разные музыкальные жанры и включал в программу вокальные группы, был Alan Freed. Звукозаписывающие компании поняли, что песни будут продаваться лучше, если их перезапишут белые исполнители, ведь это было новое звучание, но еще не настоящий рок-н-ролл. На юге США черные музыканты играли кантри-блюз, происходящий от рабочих песен рабов и спиричуэлс. Однако у чернокожих музыкантов не было места, где они могли бы записывать свою музыку, до тех пор, пока Сэм Филлипс не основал службу звукозаписи в Мемфисе и не создал звукозаписывающую компанию The Sun.

С началом 1960-х гг. в США чарты стала возглавлять другая музыка, тогда как в Великобритании рок-н-ролл продолжал оставаться популярным благодаря группе «Битлз». Это было ключевым моментом «британского вторжения», когда на мировую сцену вошло множество знаковых артистов и групп, таких как Джими Хендрикс, Led Zeppelin, The Rolling Stones, Pink Floyd, The Who и др. Однако самым значимым вкладом в американскую рок-музыку 1960-х гг. стал Боб Дилан. Несмотря на то, что его музыка не всегда была коммер-

чески успешной, она имела большое художественное значение, подобно музыке «Битлз». Дилан возник из фолк-движения 1960-х гг., и его песни всегда были политизированы, отражая общественное сознание и выражая протест против расовой и социальной несправедливости. Хотя рок-н-ролл изначально не был политическим жанром музыки, его влияние начало побуждать молодежь проявлять активность и протестовать против некоторых аспектов общества. Рок-н-ролл заложил основу для будущего политического влияния на молодежь и развития рок-музыки, открыто затрагивающей политические темы.

Кубинский кризис и война во Вьетнаме были двумя значимыми событиями, которые актуализировали антивоенную культуру и песни протеста. В 1964 г. фолк-исполнитель Фил Окс (Phil Ochs) отреагировал на события на Кубе, записав песню «Talking Cuban Crisis». Эта сатирическая композиция была пародией на события, происходившие во время кризиса, и рекламу на телевидении, которая предшествовала заявлению президента Кеннеди. Боб Дилан в 1962 г. написал одну из своих самых мрачных песен под названием «Masters of War». Он объяснял, что эта композиция является не просто антивоенной песней, а скорее критикой военно-промышленного комплекса, о котором говорил экс-президент Эйзенхауэр. Джоан Баэз, подобно Бобу Дилану, была одним из основных фигур антивоенного движения в США во время войны во Вьетнаме. Она сама писала композиции против войны, а также исполняла песню Эда МакКерди «Last Night I Had The Strangest Dream», являющуюся типичной антивоенной песней. Протестные музыканты делились своими ощущениями и связывали их с антивоенным движением. Такие фигуры, как Джими Хендрикс, Джим Моррисон и Дженис Джоплин, которые умерли в молодом возрасте, также достаточно ясно показали свое отношение к войне (например, песня «The Doors – The Unknown Soldier»). Они не только создавали музыку, но и делали комментарии во время концертов, публиковали заявления в газетах и журналах, таких как Rolling Stone. В первой антивоенной песне, где Вьетнам упоминался прямым текстом, была «Talking Vietnam Blues» Фила Окса, где он высмеивал бывшего президента Вьетнама Дьема и американскую миссию в стране. Он шутил над тем, что Дьем говорил о борьбе за свободу Вьетнама и демократию. «Познакомьтесь с моими братьями, познакомьтесь с моими тетями, с правительством, которое не рискует. Семьи, которые убивают вместе, остаются вместе» [7] – эта строфа была пародией на фразу того времени: «Семья, которая молится вместе, остается вместе». Британский автор-исполнитель Донован (Donovan) сделал кавер на песню Buffy Sainte-Marie «Universal Soldier» и в 1965 г. превратил ее в хит. Эта песня была посвящена всем солдатам – прошлым, настоящим и будущим. Она рассказывает о рядовых солдатах всех армий и о борьбе между совестью и долгом перед своей нацией.

Война во Вьетнаме была не только войной, но и основной темой национальных дискуссий во второй половине 1960-х гг. Для новых левых это было изображение злого империализма, провала либерализма, силы партизанского сопротивления. Для афроамериканцев это было еще одним доказательством эксплуатации чернокожих и расизма. Для обычных американцев, которые не так философски мыслили, она олицетворяла людей, которые хотели остричь им волосы, посадить в тюрьму за курение марихуаны, а также отправить умирать в джунгли. Еще одна группа, Creedence Clearwater Revival, была известна прежде всего своей «болотной музыкой», как назвал ее лидер группы Джон Фогерти, они также создали несколько антивоенных песен, таких как «Effigy» и «Who'll Stop the Rain». Тексты отражали чувства молодых амери-

канцев, которые боялись быть призванными на непопулярную войну во Вьетнаме. Фогерти, сам избежавший призыва (он служил в армейском резерве), написал в 1969 г., возможно, лучшую песню своей эпохи «Fortunate Son», в которой говорилось о неравенстве в призыве. Он пел о привилегированных молодых людях (в частности, о Дэвиде Эйзенхауэре, внуке Дуайта Эйзенхауэра, и зяте Ричарда Никсона), чьи связи спасли их от службы в армии.

Заключение. Описанный период получил название «холодная война». Она была названа холодной, так как предполагалось, что не станет реальной войной, в которой погибнут люди, что она не причинит никакого ущерба. Однако вышло, что это была не только длительная дипломатическая борьба, это также была серия конфликтов и периферийных войн, таких как Корейская война или война во Вьетнаме. Они унесли жизни сотен тысяч не только солдат, но и мирных жителей, которые не имели никакого отношения к принимаемым политическим решениям. Эти конфликты поставили человечество на грань полного уничтожения. Кубинский кризис приобрел такую остроту, что возвращение к нему казалось невозможным. Некоторые теоретики даже предлагали создать устройство «судного дня», которое автоматически, без участия человека уничтожило бы Землю без возможности выживания после ядерной атаки. Эта теория предполагала, что никто не станет нападать при угрозе глобального уничтожения, и к счастью, ни одна страна такого устройства не создала.

Влияние конфликта двух сверхдержав и их союзников на мир было огромным, и люди начали реагировать на него каждый по-своему. Музыка отреагировала на события моментально и сильно. Хотя большинство песен протеста не имели общенационального успеха, и их послание оценили в основном радикалы, но песни объединяли людей и помогали им выразить свое недовольство происходящим.

В начале второй половины прошлого века родился новый жанр – рок-н-ролл. Этот стиль музыки первоначально не обращал особого внимания на холодную войну, но внутри него можно было найти песни, которыми это явление и движение отреагировало на ядерные разработки и военные действия. Когда позже появились более развитые версии рока, такие как просто рок и фолк-рок, они превратились в музыку антивоенного движения, особенно в конце 1960-х гг. Такие музыканты, как Боб Дилан, Creedence Clearwater Revival, Country Joe McDonald и многие другие, сыграли важную роль в распространении антивоенных настроений и объединении людей с одинаковыми чувствами по отношению к состоянию мира в то время. Таким образом, фолк- и рок-музыка стали неотъемлемой частью жизни США во время холодной войны. Они выражали протест против политики администрации, ненужных военных конфликтов и предостерегали от возможного разрушения мира. В результате эти жанры стали мощным средством выражения общественных чувств, мнений и влияли на формирование общественного сознания вплоть до нашего времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Pratt R. Rhythm and resistance: explorations in the political uses of popular music. NY: Praeger, 1990.
2. Eyerman R., Jamison A. Music and Social Movements: Mobilizing Traditions in the Twentieth Century. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1998.
3. Peddie I. The resisting muse: popular music and social protest. Surrey: Ashgate Publishing Ltd., 2006.
4. Szatmary D. P. Rockin' in time: a social history of rock-and-roll. 5th ed. NJ: Prentice-Hall Inc., 2004.
5. Кокарев А. Панк-рок от А до Я. М.: Музыка, 1992.

6. Partlow V. Old Man Atom (Talking Atomic Blues) // The Sam Hinton Website, 1945. URL: <http://www.samhinton.org/atom.html> (дата обращения: 07.04.2024).

7. Ochs Ph. All the News That's Fit to Sing // Genius, 1964. URL: <https://genius.com/Phil-ochs-talking-vietnam-blues-lyrics> (дата обращения: 07.04.2024).

Информация об авторе.

Замотин Максим Павлович – старший преподаватель кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор 32 научных публикаций. Сфера научных интересов: социология культуры, социальная и культурная антропология.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 22.05.2024; принята после рецензирования 13.06.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Pratt, R. (1990), *Rhythm and resistance: explorations in the political uses of popular music*, Praeger, NY, USA.

2. Eyerman, R. and Jamison, A. (1998), *Music and Social Movements: Mobilizing Traditions in the Twentieth Century*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.

3. Peddie, I. (2006), *The resisting muse: popular music and social protest*, Ashgate Publishing Ltd., Surrey, UK.

4. Szatmary, D.P. (2004), *Rockin' in time: a social history of rock-and-roll*, 5th ed., Prentice-Hall Inc., NJ, USA.

5. Kokarev, A. (1992), *Pank-rok ot A do Ya* [Punk rock from A to Z], Muzyka, Moscow, RUS.

6. Partlow, V. (1945), "Old Man Atom (Talking Atomic Blues)", *The Sam Hinton Website*, available at: <http://www.samhinton.org/atom.html> (accessed 07.04.2024).

7. Ochs, Ph. (1964), "All the News That's Fit to Sing", *Genius*, available at: <https://genius.com/Phil-ochs-talking-vietnam-blues-lyrics> (accessed 07.04.2024).

Information about the author.

Maksim P. Zamotin – Senior Lecturer at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 32 scientific publications. Area of expertise: sociology of culture, social and cultural anthropology.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 22.05.2024; adopted after review 13.06.2024; published online 24.09.2024.*

Оригинальная статья

УДК 316.4

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-64-81>

Приоритеты и стимулы мобильности российских ИТ-специалистов

**Павел Петрович Дерюгин¹✉, Сергей Вениаминович Рассказов²,
Сергей Дмитриевич Куражев³, Чжао Цзе⁴, Эрнест Алексеевич Эсселевич⁵**

¹Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия

^{1, 2, 4, 5}Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

^{1, 3}Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

¹✉ppd1@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5380-8498>

²rasskazovs2015@rambler.ru, <https://orcid.org/0009-0002-4494-1446>

³serga-98@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0006-8355-8457>

⁴Evazhao0726@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0005-2358-1244>

⁵ernest.esselevitch@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0008-4055-5066>

Введение. Мобильность ИТ-специалистов отличается от мобильности всех иных социально-профессиональных групп. Исследование мобильности актуально, поскольку перемещения ИТ-специалистов существенно сказываются на особенностях формирования цифрового пространства, успешности многих видов деятельности современного общества, его перспективности. В социологии накоплен научный опыт для освещения этого вопроса на новых принципах исследования, что позволяет выявлять специфические характеристики мобильности ИТ-специалистов.

Методология и источники. Концептуальные теоретико-методологические позиции исследования представлены комплексом идей, основу которого составляют работы П. А. Сорокина и его последователей о сущности мобильности. Статья опирается на идеи о мобильном обществе, сформулированные в работах Д. Урри, М. Кастельса, Б. Латура, К. Кнорр-Цетина. Используются положения работ Д. В. Иванова о новых формах интеграции цифрового и потокового общества, где мобильность ИТ-специалистов начинает играть новую, более важную роль, а также целый ряд источников, где анализу мобильности отечественных ИТ-специалистов уделено внимание как явлению, отражающему особенности их перемещений в условиях современного российского социума.

Результаты и обсуждение. Два основных результата исследования показывают, что, во-первых, профессиональная составляющая мобильности ИТ-специалистов выступает активным началом перемещений и изменений – их мобильности. В конечном итоге профессиональная мобильность ИТ-специалистов нацелена на поиск наиболее подходящей социальной среды, позволяющей успешно реализовывать профессиональную деятельность. Во-вторых, выявлено, что специфика трудовой деятельности ИТ-специалистов формирует мотивацию перемен и перемещений, где личные интересы могут быть весьма существенными и не всегда совпадают с интересами ИТ-организаций.

Заключение. Анализ обобщенных материалов позволяет охарактеризовать некоторые перспективы и стимулы мобильности российских ИТ-специалистов, сформулировать авторское определение мобильности как явления, определяющегося социаль-

© Дерюгин П. П., Рассказов С. В., Куражев С. Д., Чжао Цзе, Эсселевич Э. А., 2024

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



ными и профессиональными атрибутами цифрового пространства, а также цели мобильности, которые следует рассматривать как достижение наиболее адекватных и комфортных условий для профессиональной самореализации, а также обеспечивающих сохранение и коррекцию профессиональной идентичности в ИТ-пространстве.

Ключевые слова: мобильность, цифровое пространство, ИТ-специалисты, стратегии мобильности, детерминанты мобильности, мобильное общество

Финансирование: работа выполнена при финансовой поддержке гранта РНФ (проект № 24-18-00261 «Социоструктурная модель перехода российского общества в режим дополненной современности»).

Для цитирования: Приоритеты и стимулы мобильности российских ИТ-специалистов / П. П. Дерюгин, С. В. Рассказов, С. Д. Куражев и др. // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 64–81. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-64-81.

Original paper

Priorities and Incentives for the Mobility of Russian IT Specialists

Pavel P. Deryugin¹, **Sergey V. Rasskazov²**, **Sergei D. Kurazhev³**,
Zhao Jie⁴, **Ernest A. Esselevich⁵**

¹*Sociological Institute of the RAS – FCTAS RAS, St Petersburg, Russia*

^{1, 2, 4, 5}*Saint Petersburg State University, St Petersburg, Russia*

^{1, 3}*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia*

¹✉ ppd1@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5380-8498>

²rasskazovs2015@rambler.ru, <https://orcid.org/0009-0002-4494-1446>

³serga-98@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0006-8355-8457>

⁴Evazhao0726@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0005-2358-1244>

⁵ernest.esselevitch@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0008-4055-5066>

Introduction. The mobility of IT specialists differs from the mobility of all other socio-professional groups. The study of mobility is relevant, since the movement of IT specialists significantly affects the peculiarities of the formation of the digital space, the success of many types of activities of modern society, and its prospects. Sociology has accumulated a scientific foundation for covering mobility based on new research principles, which makes it possible to identify specific characteristics of the mobility of IT specialists.

Methodology and sources. The conceptual theoretical and methodological positions of the study are represented by a complex of ideas, the basis of which is the work of P.A. Sorokin and his followers about the essence of mobility. The article is based on ideas about the mobile society formulated in the works of D. Urry, M. Castells, B. Latour, K. Knorr-Cetina, and the provisions of the works of D.V. Ivanov about new forms of integration of the digital and streaming society, where the mobility of IT specialists begins to play a new, more important role. A number of sources were used, where attention was paid to the analysis of the mobility of Russian IT specialists as a phenomenon reflecting the characteristics of their movements in the conditions of modern Russian society.

Results and discussion. Two main results of the study show, firstly, that the professional component of the mobility of IT specialists is an active beginning of movements and changes – their mobility. Ultimately, the professional mobility of IT specialists is aimed at finding the most suitable social environment that allows them to successfully implement their professional activities. Secondly, it was revealed that the specifics of the work activities

of IT specialists form the motivation for changes and movements, where personal interests can be very significant and do not always coincide with the interests of IT organizations.

Conclusion. Analysis of the generalized materials allows us to characterize some prospects and incentives for the mobility of Russian IT specialists, to formulate the author's definition of mobility as a phenomenon determined by the social and professional attributes of the digital space, as well as the goals of mobility, as achieving the most adequate conditions for professional self-realization, as well as ensuring preservation and correction professional identity in the IT space.

Keywords: mobility, digital space, IT specialists, mobility strategies, determinants of mobility, mobile society

Source of financing: the work was supported by a grant from the Russian Science Foundation (project no. 24-18-00261 "The sociostructural model of the transition of Russian society to the mode of augmented modernity").

For citation: Deryugin, P.P., Rasskazov, S.V. Kurazhev, S.D., Zhao, Jie and Esselevich, E.A. (2024), "Priorities and Incentives for the Mobility of Russian IT Specialists", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 64–81. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-64-81 (Russia).

Введение. Мобильность ИТ-специалистов как показатель динамики сетевого общества раскрывает одну из важнейших его характеристик – перспективность и современность [1, с. 32]. Около ста лет назад П. А. Сорокин убедительно показал, что в мобильном обществе индивиды распределены по социальным слоям лучше, они, вероятно, успешнее справляются со своими обязанностями, чем менее удачно размещенные индивиды в обществе имобильном [2, с. 101]. ИТ-специалисты в этом отношении представляют авангардную социально-профессиональную группу нового типа, мобильность которой в условиях цифрового пространства не только выступает индикатором успешности формирования информационного социума, но также привлекает повышенное внимание со стороны общественности, нередко критическое.

Проблемность вопроса диктуется рядом противоречивых обстоятельств. С одной стороны, российское общество лидирует как по числу мигрантов, так и по числу эмигрантов (2023 г.) [3], что в целом позволяет говорить о высоких потенциалах мобильности россиян во внешней среде [4]. С другой стороны (внутри общества), только 4 % экономически активного населения российских граждан занято вне пределов региона своего постоянного проживания [5, с. 33]. Это несколько меньше, чем в некоторых европейских и восточных странах, и поэтому российское общество по внутрисоциальной мобильности сложно отнести к разряду мобильных. Такое противоречие в целом характерно и для мобильности ИТ-специалистов.

Мобильность российских ИТ-специалистов во внешней среде не просто изменилась за последние годы, она стала одним из самых впечатляющих феноменов социальных изменений и трансформаций в России. В обзоре ВФМ.ру «Деловые новости России и мира за апрель 2024» говорится, что активный отток российских ИТ-специалистов начался в 2022 г. Он несколько нормализовался в 2023 г., но в I квартале 2024 г. число запросов российских айтишников на получение ВНЖ (вида на жительство) в европейских странах снова выросло почти в 2,5 раза [6]. Высокая географическая мобильность ИТ-специалистов во внешней среде обусловлена совокупностью многочисленных социальных и профессиональных обстоятельств-противоречий [7]. Однако их внутрироссийская мобильность, напротив, невысока. Как показало исследование Ю. Б. Елихиной, профессиональная группа ИТ-специалистов не отлича-

ется большой подвижностью в сравнении, например, с мобильностью представителей традиционных профессий – юристов и врачей и, как считает автор, в современной ситуации в российском обществе не создано новых возможностей для социальной мобильности ИТ-специалистов внутри российского социума [7]. Таким образом, если внешняя мобильность ИТ-специалистов оказывается высокой, то внутренняя – относительно невысокой.

Другая грань проблемы исследования обусловлена особенностями подходов к анализу мобильности ИТ-специалистов. Нередко такой анализ сводится к применению принципов исследования на самом деле мало отражающих природу деятельности таких специалистов. Исходя из базового положения о роли мобильности в постиндустриальном обществе, в научном дискурсе подчас осуществляется подгонка понимания мобильности ИТ-специалистов под набор стандартных индикаторов изучения и понимания мобильности специалистов традиционных профессий. В частности, это касается индикаторов мобильности, которые можно отнести к классическим, – горизонтальная или вертикальная мобильность, географическая или социальная мобильность, индивидуальная или групповая и так далее, т. е. анализ изменений, обращение к которым признается достаточным и для понимания мобильности ИТ-специалистов. Вместе с тем цифровое пространство кардинально изменило социальные характеристики мобильности: в современном обществе она определяется в качестве ключевого атрибута социума, а пределы ее исследований значительно расширились. Как считает, например, Дж. Урри, мобильность в современном обществе выражается в возможности присутствия человека в любых точках в любое время и может считаться признаком действительно современного мобильного общества [8]. В частности, изменились соотношения социальной и профессиональной мобильности, взаимозависимости мобильности организаций и личности, мобильности произведенных товаров и услуг и другие. Этим изменениям, с точки зрения Дж. Урри, способствует достигнутый высокий уровень экономического развития, сферы услуг, тотальной компьютеризации, комфортной среды и пр.

Наряду с этим, как показывает в своем исследовании Д. В. Иванов, общество такого высокого уровня развития, о котором говорит Дж. Урри, вряд ли можно считать состоявшимся в российской действительности, в лучшем случае его следует понимать только как перспективу [9, с. 274]. Эта позиция оказывается справедливой в том числе для понимания изменившихся содержательных и индикативных характеристик мобильности российских ИТ-специалистов. Гипотетически можно предположить, что среди основных следствий описанных противоречий может выступать различная динамика социальной и профессиональной мобильности участников ИТ-сферы. Это может проявляться и в первенстве интересов личной мобильности ИТ-специалистов по отношению к интересам мобильности ИТ-организаций, в которых они работают.

Цель исследования – сформировать модель и операционализировать понятие мобильности ИТ-специалистов как особой социально-профессиональной группы. Последовательность достижения цели такова: 1. Определить соотношение «социального» и «профессионального» в контексте мобильности ИТ-специалистов. 2. Изучить факторы и соотношение индивидуальной мобильности ИТ-специалистов и мобильности ИТ-организаций. Новизна работы заключена в адаптации и дополнении положений классической концепции социальной мобильности П. А. Сорокина положениями об особенностях социальной и профессиональной мобильности ИТ-специалистов в реалиях цифрового общества.

Теоретическая рамка работы опирается на две группы идей о социальной мобильности. Во-первых, это положения, разработанные П. А. Сорокиным и его последователями – Т. Парсонсом и Р. Мертоном, о мобильности, которая в совокупности с идеями о социальной стратификации и социокультурной динамикой образуют единый и целостный процесс функционирования социума [10, с. 34; 11, с. 107]. В систему мобильности входит все человеческое общество, включая мир идей, ценностей и вещей. Базовым положением системной концепции мобильности П. А. Сорокина выступает признание любых бесконечных изменений и любых переходов атрибутом развития общества. Субъектами таких изменений выступают не только отдельные личности и профессиональные группы, но также результаты, средства и цели их деятельности, созданные ими ценности и идеалы. Мобильность, с точки зрения П. А. Сорокина, может как осуществляться в рамках одного социального пространства (ИТ-пространства в нашем случае), так и складываться между какими-либо пространствами, слоями и уровнями общества. Для различных видов постиндустриальных обществ (сетевых, информационных, цифровых, потоковых) характерна высокая профессиональная мобильность, здесь она приобретает новые черты и характеристики и становится «цифровой мобильностью» [12].

Другая группа теорий, на которые ориентирована работа, характеризует современные представления о мобильности. Прежде всего, это работы М. Кастельса, Дж. Урри, Б. Латура и К. Кнорр-Цетина. Следует отметить, что современная трактовка мобильности предполагает расширение ее объектов – перемещение людей, предметов, воображаемые и виртуальные интернет-перемещения, перемещения посредством мобильной связи [13].

Методология и источники. Методология исследования основывается на системном анализе мобильности как социального явления. Используются как идеи научных источников и социологической литературы, так и результаты авторских эмпирических исследований мобильности ИТ-специалистов, описанные в [14, 15].

Результаты и обсуждение.

Результат 1. Своеобразие мобильности ИТ-специалистов формируется на основе различной скорости и динамики их социального и профессионального самоопределения, а также глубокой вовлеченности участников ИТ-сферы в сетевое пространство.

Прежде всего, следует отметить, что в ряде исследований, посвященных изучению мобильности, понятия «социальная», «социально-профессиональная» или «профессиональная» мобильность отождествляются, их принимают как равнозначные. В настоящем случае исследователи исходят из базовой установки в понимании профессии как социального института, поскольку профессия – всегда социальный институт, благодаря которому структурируется общество [16]. Поэтому профессиональная мобильность признается разновидностью социальной мобильности [17]. Представителями другой группы исследователей, напротив, подчеркивается, что абсолютного тождества здесь не наступает [18], а профессиональная мобильность рассматривается как «продвижение через различные уровни иерархии положений занятости» [19, с. 189], т. е. профессиональная мобильность признается первопричиной и источником перемещений в социальных слоях, иерархиях, межпоколенных структурах – драйвером социальной мобильности.

Исходя из анализа положений теории сетевого общества М. Кастельса можно констатировать, что взаимосвязи социальной и профессиональной мобильности в условиях тра-

диционного общества и в условиях сетевого пространства будут отличаться динамикой, скоростью и направленностью мобильности: люди, включенные в сетевые коммуникации, более мобильны и имеют самые различные потенциалы перемещений [20]. Как отмечает исследователь теории М. Кастельса Л. А. Бобова, в условиях сетевого общества возникает качественно новая социальная мобильность – мобильность работников свободных профессий, где профессиональные интересы становятся решающим условием любых перемещений, например иммиграции [21, с. 215].

Распространенность и признание различного понимания мобильности довольно значимое. В сетевых коммуникациях понятие «социальная мобильность» используется в десятки раз активнее, чем термин «профессиональная мобильность». Что же касается категории «социально-профессиональная мобильность», то оно обнаруживается в текстах еще реже [22] (см. таблицу).

Частота употребления категорий в Интернете
Frequency of use of categories on the Internet

Категории	Частота
Социальная мобильность (мобильность социальная)	22 604
Профессиональная мобильность	872
Социально-профессиональная мобильность	175

Относительно ИТ-специалистов, напротив, признание роли профессиональной мобильности приобретает особое значение. Профессиональная мобильность большинства айтишников может начинаться очень рано и активизироваться на основании самостоятельной подготовки или в результате получения профессионального образования [23]. Это не случайно. Как отмечает М. С. Лежнева, важная роль профессиональной мобильности ИТ-специалистов обусловлена тем, что от их умения проникать в суть проблемы, лежащей в смежных или совсем иных профессиональных областях, перемещать результаты своего труда и организовывать эффективное взаимодействие с представителями других профессий зависит продуктивность выполнения сложных инновационных проектов, составляющих основу экономики [24].

Понятие «профессиональная мобильность» ввел в середине прошлого века американский социолог С. Липсет для описания смены профессий [25, с. 66]. С 80-х гг. XX в. исследования данного феномена за рубежом ведутся регулярно (П. М. Блац, Б. Вегенер, Д. Голдтроп, О. Д. Дункан, Д. Крымковски, Р. Люйкс, И. Соренс, У. Сьюэл, Д. Трейман, В. Улти, Р. Хаузер и др.). В нашей стране изучение профессиональной мобильности начинается с 1960-х гг. (Н. А. Аитова, Е. А. Антонесенкова, Л. З. Бляхман, А. Г. Здравомыслов, О. И. Шкаратан и др.) [26]. К настоящему времени часть исследователей считают, что профессиональная мобильность теряет социологический характер и становится междисциплинарным понятием [27, 28]. Основное содержание социологической концепции в объяснении профессии и профессиональной мобильности заключается в том, что мир профессий самым необходимым образом связан с характером взаимосвязей социального развития [29, с. 6]. Стратегические направления социально-экономического развития социума в цифровом обществе тиражируют различные новые виды труда ИТ-специалистов – новые полупрофессиональные и непрофессиональные виды деятельности, которые являются своеобразными механизмами профессиональной мобильности ИТ-специалистов и проникновения в среду других профессиональных групп [30]. По нашим данным, цифровизация стимулирует появление таких

профессий, как блогеры, веб- и гейм-дизайнеры, а также инфобизнесмены, тиктокеры (блогеры, ведущие свою деятельность в популярной социальной сети TikTok), стримеры (блогеры, проводящие прямые трансляции), инфлюенсеры (блогеры, публикации которых оказывают заметное влияние на подписчиков), инстамодели, видеоблогеры, ютуб-каналы. Выделяются также категории, призванные описать основные характеристики блогосферы («аудитория», «подписчики», «монетизация», «успех»), а также теги для обозначения других агентов, действующих в социальных сетях и платформах («подписчики» или «фолловеры», «тролли», «хейтеры», «хайпбисты» и др.) [15]. Эти и другие профессии ИТ-сферы самым существенным образом влияют на формирование социальных локаций, структур и ценностей сетевого общества.

К числу важных характеристик профессиональной мобильности ИТ-специалистов можно отнести:

- раннее профессиональное самоопределение [31] и профессиональные интересы, выступающие фактором, условием и драйвером интенсификации мобильности ИТ-специалистов, все иные факторы рассматриваются ими как менее актуальные;
- приоритет профессиональной мобильности по вертикалям и горизонталям без выхода на новые уровни социальной иерархии или за пределы ИТ-сферы (кросс-культурный переход). К таким перемещениям готовы более половины ИТ-специалистов;
- приоритет профессиональной мобильности ИТ-специалистов, предполагающий перемещение в те социально-экономические и технологические условия, которые станут более комфортными и удобными для осуществления профессиональной деятельности.

Отдельного внимания заслуживает обсуждение вопроса о материальных интересах ИТ-специалистов. Фиксируемое в ряде социологических исследований признание основной причиной профессиональной мобильности российских программистов экономического интереса – увеличение дохода и прочее, тем не менее на поверку оказывается лишь мотивом достижения более комфортных условий для осуществления успешной профессиональной деятельности в ИТ-сфере, условием для достижения главной цели – плодотворной профессиональной самореализации.

Таким образом, что касается отличий социальной и профессиональной мобильности ИТ-специалистов от мобильности других специалистов, их перемещения значительно чаще ограничиваются исключительно в профессиональной структуре ИТ-сообщества без изменения социального статуса или роли, социальных, моральных и иных установок и условий, которые также могут рассматриваться айтишниками как профессиональная среда и условие для более успешной профессиональной самореализации [32, с. 298]. Подчеркнем: профессиональная мобильность ИТ-специалистов нацелена на поиск наиболее подходящей социальной среды, позволяющей успешно реализовывать профессиональную деятельность. Их профессиональное стимулирование мобильности проявляется более значимо и более часто, чем это характерно для мобильности представителей многих других профессий.

Результат 2. Приоритет целей, направлений и интересов личной мобильности ИТ-специалистов перед мобильностью ИТ-организаций.

В концепции П. А. Сорокина организации выступают в качестве социального пространства, в рамках которого индивид осуществляет свою индивидуальную мобильность.

Во-первых, профессиональные организации рассматриваются в качестве реальных каналов вертикального восходящего перемещения индивидов [33, с. 402], вне профессиональных организаций мобильность большинства профессий затруднена или даже невозможна. Во-вторых, организации традиционно характеризуются как механизмы стимулирования профессиональной мобильности. Основными инструментами такого стимулирования работников, как подчеркивает П. А. Сорокин, выступают контроль, селекция и тестирования [33, с. 422]. В-третьих, Сорокин рассматривает профессиональные организации как социальные сообщества, которые относительно индивидов обеспечивают социальную циркуляцию, отбирают наиболее талантливых, придают динамизм мобильности ее членов [33, с. 408]. Поэтому связи личной мобильности сотрудника организации с мобильностью организаций для многих профессиональных групп выступают необходимым условием: традиционные роли мобильности организаций очевидны, что важно прежде всего для занятия новых рынков, переброски ресурсов на сложные участки и пр. Важным стимулом осуществления мобильности организаций выступают системы их рейтингового оценивания на глобальном [34], региональном [35] и профессиональном уровнях. В частности, рейтинги ИТ-организаций выполняют роль стимулирования, оценивания и контроля за динамикой их мобильности, рейтинги ИТ-компаний представлены самым широким выбором агентств, которые проводят такие исследования. Основными мотивами мобильности достижения высоких рейтингов ИТ-организаций выступают: выручка, количество сотрудников, профиль деятельности, стандарт отчетности, ключевые отрасли, крупнейшие клиенты, подтверждение выручки и другие показатели динамики мобильности, как правило, выраженные в процентах [36].

Наряду с этим ИТ-организации в цифровом пространстве трансформируют привычное значение организаций в стимулировании мобильности сотрудников. Как показывает ряд исследований, мобильность ИТ-специалистов значительно в большей степени зависима от личных особенностей и качеств сотрудников и менее зависима от деятельности организаций [37]. В частности, индивидуальная мобильность как характеристика свойств и качеств личности рассматривается Е. А. Никитиным и понимается как интегративное свойство специалиста, как внутренний (мотивационно-интеллектуально-волевой) компонент личности, находящийся в основании гибкой ориентации и деятельностного реагирования в динамических профессиональных условиях в соответствии с компетенцией и собственной жизненной позицией [38]. Из приведенного определения видно, что признание мобильности личностным «свойством специалиста» понимается атрибутивной характеристикой ИТ-специалиста. Тожественным образом рассуждает Э. Ф. Зеер, рассматривая факторы мобильности личности, к которым он причисляет психофизику личности – здоровье, темперамент, пол, возраст; когнитивные потенциалы – обучаемость, самоанализ, творчество. Кроме того, Э. Ф. Зеер показывает негативные личностные качества, опасные для развития личностной мобильности: склонность к депрессивным тенденциям, эмоциональная нестабильность и другие [39]. Такое понимание мобильности предполагает ее объяснение как индивидуальной характеристики личности. Наряду с этим следует отметить, что в некоторых научных школах мобильность личности считается близкой к социологическому взгляду на проблему, т. е. мобильность исследуется как переход индивида (или ценности, созданной или модифицированной благодаря

человеческой деятельности; социального объекта) от одной социальной позиции к другой [40], как это, например, заявлено в Оксфордском толковом словаре по психологии.

Мобильность ИТ-специалистов, включенных в ИТ-компании, обуславливается совокупностью характерных особенностей, отличающих их личностную мобильность от мобильности ИТ-организаций, что предполагает проверку следующих гипотез:

– интересы профессионального роста ИТ-специалистов ориентируют их мобильность на частую смену мест работы, поскольку интересы успешной профессиональной карьеры определяют выбор стратегий, нацеленных на активное продвижение и переходы на новые места работы, освоение новых направлений деятельности и использование новой техники. По данным рекрутинговых агентств, изучивших 26 тыс. биографий ИТ-специалистов, на одном месте работают недолго: ИТ-специалисты уровня Junior – от 4 до 7 месяцев; ИТ-специалисты уровня Middle – период работы от 13 до 20 месяцев; ИТ-специалисты уровня Senior – от 18 до 43 месяцев. Чаще всего в первый год работы увольняются 50 % Go-разработчиков и 49 % iOS-разработчиков уровня Middle и по 30 % – уровня Senior [41]. Такая частота смены мест работы несоизмерима с другими профессиональными группами;

– рост интернационализации рынка произведенных ИТ-продуктов и глобальный (интернациональный) характер возможностей для участия в работе ИТ-компаний по всему миру выступает стимулом активной межстрановой мобильности ИТ-специалистов. По данным РУССОФТ, в «дружественных» странах проживает почти 7 млрд чел., а целевой рынок ИТ этих стран занимает порядка 47 % мирового рынка – по данным Strategy Partners, он вырастет с \$74 млрд в 2022 г. до \$160 млрд в 2030 г. Объем экспорта российских программных решений и ИТ-услуг в 2023 г. составил \$3,1–3,3 млрд. 72 % экспортеров ожидают рост выручки по итогам 2024 г., особенно в странах ЕАЭС, Индии, MENA [42];

– возможности удаленной работы формируют своеобразное понимание команды как виртуального образования вне зависимости от интересов и мобильности самой организации, в которой работает ИТ-специалист. Удаленная работа формирует дополнительные стимулы мобильности, к которым отнесены: возможности более широкого выбора работодателей по сравнению с очным форматом работы; потенциал работы из любой точки России и мира; более гибкий (по сравнению с офисом) график работы; возможность самостоятельно организовать удобное помещение для работы, экономить время и силы на поездку до работы; минимизация расходов на дорогу, питание и одежду (дресс-код можно не соблюдать); защита от заболеваний (пандемии) и пр. [43];

– характерная для ИТ-специалистов проектная работа предполагает сжатое время совместной деятельности, короткие сроки найма и увольнения с работы вне зависимости от успехов деятельности ИТ-организации, в целом не предполагает установления прочных межличностных связей и отношений между ИТ-специалистами. В частности, программисты по штатным расписаниям зарабатывают в среднем 150–200 тыс. руб. в месяц, доход проектного специалиста доход может составлять 300–500 тыс. и зависит от количества проектов;

– значимым лифтом мобильности ИТ-специалистов является самообразование, которое выступает основным методом профессиональной подготовки, формирует направления интереса в поиске новых источников информации и знаний вне зависимости от организации,

мобильность ИТ-специалистов одновременно рассматривается и как результат, и как средство образования [44]: от уровня специальной подготовки мобильность зависит самым существенным образом, несмотря на полученное профессиональное образование (76 % программистов), более половины из них (65 %) занимаются непрерывным самообразованием;

– специфический (технический) язык общения предполагает поиски круга общения с теми социально-профессиональными локациями, где есть возможность вести диалог на одном языке. Профессионализмы ИТ-специалистов не всегда можно встретить в словарях и справочниках, но именно они формируют особую профессиональную культуру специалистов ИТ-пространства [45].

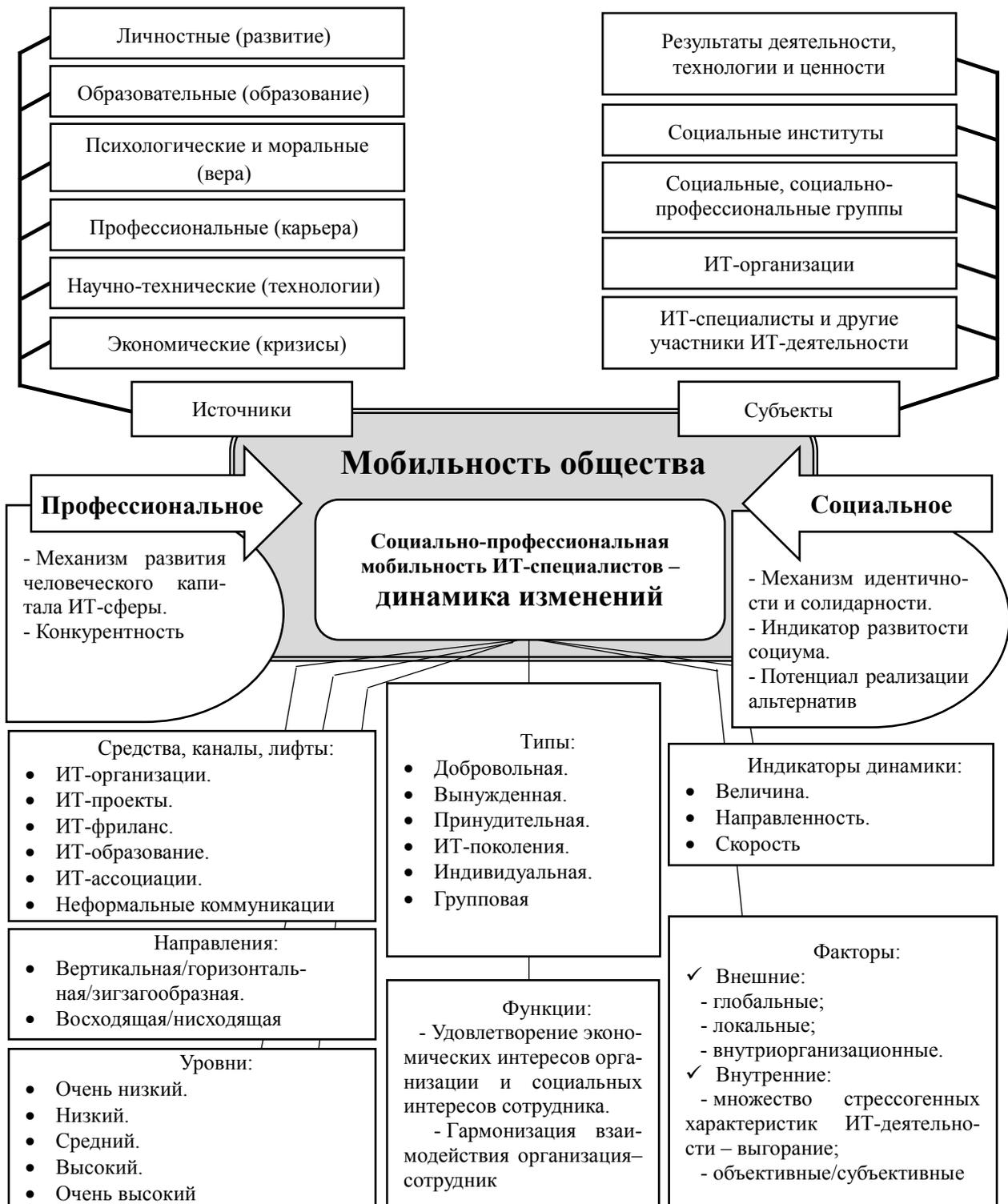
Важной и значимой особенностью мобильности ИТ-организаций выступает мобильность не только человеческого капитала, но в значительной степени произведенных ими продуктов – мобильных устройств, программного обеспечения и услуг по созданию мобильных корпоративных решений. Эксперты отмечают, что рост этих продуктов ИТ-деятельности может вырасти до 20 % в год [46].

Обсуждение результатов позволяет говорить, что среди современных исследований мобильности ИТ-специалистов наиболее актуальной выступает концепция, в рамках которой мобильность рассматривается как интеграция целого ряда противоречивых и противоположных модусов, таких как трудовая (готовность к смене профессии), академическая (готовность к смене образовательной организации), профессиональная (способность овладеть необходимыми навыками на рынке труда) [44]. Основные характеристики мобильности ИТ-специалистов авторы постарались отразить в модели, которая и интегрирует результаты данного исследования (см. рисунок).

Проведенный анализ позволяет операционализировать понятие социально-профессиональной мобильности ИТ-специалистов, которую следует понимать как их динамичные перемещения и изменения социальных взаимодействий, происходящие на основе социальных и профессиональных атрибутивных свойств ИТ-деятельности, стимулирующие их движение в цифровом пространстве, инициированное самими акторами или социальными институтами в целях обретения наиболее адекватных условий для профессиональной самореализации, а также обеспечивающие сохранение и коррекцию профессиональной идентичности в ИТ-пространстве.

Исходя из предложенного определения, основными признаками социально-профессиональной мобильности как системного образования в настоящем случае выступают одновременно измененные отношения и взаимодействия, качества, свойства и процессные характеристики мобильности [28, с. 94], которые могут рассматриваться как индикаторы для проведения теоретических исследований и эмпирической диагностики мобильности.

Как становится очевидным, для системного моделирования мобильности в социологических исследованиях более перспективными окажутся те концептуальные подходы, где мобильность рассматривается «через ее ценностное взаимодействие с окружающей средой, через рефлексию событий и значимой повседневности» [44, с. 102], через категории движения, связанного с ощущением себя как социального существа; скорости установления и расширения социальных отношений и решения социальных проблем; социальной значимости изменений и перемещений; набора социально значимых изменений и переходов [47].



Модель основных элементов исследования мобильности ИТ-специалистов
Model of the main elements of research on the mobility of IT specialists

Заключение. Сформулированное определение и модель основных элементов мобильности ИТ-специалистов показывает, что они представляют собой особую социально-профессиональную группу, перемещения, изменения и трансформации которой определяются принадлежностью к сетевому пространству, где главной целью, средством и результатом деятельно-

сти определяются манипуляции с информацией. Подчеркнем, не знаниями, не продуктами деятельности, а информацией, воспринимаемой как самоцель, как манипуляции с «потоками символов» [9, с. 276]. Глубокая включенность в цифровое пространство побуждает ИТ-специалистов выстраивать все иные отношения и осуществлять перемещения с учетом этой главенствующей зависимости от информационного поля, что неизбежно и необходимо стимулирует формирование ценностей, ориентированных преимущественно на личностные и профессиональные интересы, которые становятся приоритетными. По существу, мобильность ИТ-специалистов – это мобильность социальной локации, которая выступает авангардной частью формирования новой относительной социальной реальности – сетевого общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Калмыков К. Б. Концепции социальной мобильности П. Сорокина и Дж. Урри // Вестн. МГУКИ. 2023. № 3 (113). С. 32–38. DOI: 10.24412/1997-0803-2023-3113-32-38.
2. Сорокин П. А. Влияние мобильности на человеческое поведение и психологию / пер. с англ. М. В. Соколовой // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2004. № 2 (70). С. 101–110.
3. Попова С. М., Яник А. А., Карпова С. Ф. Трансформация миграционной политики России: этапы, особенности, проблемы (1989–2023) // Административное и муниципальное право. 2023. № 4. С. 24–51. DOI: 10.7256/2454-0595.2023.4.43666.
4. Косинов С. С., Самыгин П. С., Самыгин С. И. Система социальной мобильности российского общества: оценка эффективности в условиях современной реальности // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2017. № 4. С. 33–36. DOI: 10.23672/SAE.2017.65.5600.
5. Мавлютов Р. Р., Беляев М. К. К вопросу роста трудовой мобильности российских граждан в контексте цифровизации общества // Вестн. БГУ. Экономика и менеджмент. 2021. № 2. С. 33–42. DOI: 10.18101/2304-4446-2021-2-33-42.
6. Задорожный М. Уезжают или возвращаются айтишники? // BFM.ru. 05.04.2024. URL: <https://www.bfm.ru/news/547671> (дата обращения: 23.05.2024).
7. Епихина Ю. Б. Социальная мобильность ИТ-специалистов // ИНАБ. 2021. № 4. Структурные аспекты цифровизации. С. 74–85. DOI: 10.19181/INAB.2021.4.5.
8. Урри Дж. Мобильность и близость / пер. Н. Л. Мжаванадзе, Н. В. Романовского // Социол. исслед. 2013. № 2 (346). С. 3–12.
9. Иванов Д. В. Феномен компьютеризации как социологическая проблема // Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. С. 273–285.
10. Ломоносова М. В. Революция как социальное явление в научном наследии Питирима Сорокина // Вестн. Сыктывкарского ун-та. Сер. гуманитарных наук. 2017. № 6. С. 34–53.
11. Ткаченко А. В. Системный подход в социологических трудах П. А. Сорокина и А. Тойнби // Системная психология и социология. 2021. № 3 (39). С. 105–115. DOI: 10.25688/2223-6872.2021.39.3.9.
12. Бестужева О. Ю., Вершинская О. Н., Махрова О. Н. Развитие общества цифровой мобильности // Народонаселение. 2014. № 4 (66). С. 115–124.
13. Урри Дж. Мобильности / пер. с англ. А. В. Лазарева. М.: Праксис, 2012.
14. Социальные отношения ИТ-специалистов с другими профессиональными группами: сетевое моделирование и результаты эмпирического анализа / П. П. Дерюгин, В. П. Милецкий, О. В. Ярмач и др. // ДИСКУРС. 2023. Т. 9, № 3. С. 113–133. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-3-113-133.
15. Социальное и профессиональное осознание студентами инженерно-технических специальностей наступающей цифровизации (опыт пилотажного исследования и первые итоги) / П. П. Дерюгин, О. С. Баннова, Е. А. Камышина и др. // ДИСКУРС. 2021. Т. 7, № 1. С. 43–56. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-1-43-56.

16. Хохлова М. Г. Профессиональная мобильность рабочей силы в России // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН. 2022. № 4. С. 74–83. DOI: 10.20542/afij-2022-4-74-83.
17. Белая А. В. Профессия как социологическая категория: основные подходы к определению // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. Сер. Социальные науки. 2009. № 2. С. 7–13.
18. Сучугов А. А. Профессиональная мобильность в трудах западных социологов: теоретические аспекты // Вестник адъюнкта. 2020. № 3 (9). URL: <https://vestnik-adyunkta.ru/soderzhanie-zhurnal/novuj-vypusk/8-vestnik/238-professional-naya-mobil-nost-v-trudakh-zapadnykh-sotsiologov-teoreticheskie-aspekty> (дата обращения: 27.05.2024).
19. Цвык В. А. Профессионализм как фактор социальной мобильности. Профессиональная мобильность // Общество и право. 2004. № 3 (5). С. 189–195.
20. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
21. Бобова Л. А. Мануэль Кастельс: влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций // Вестник МГИМО-Университета. 2013. № 5 (32). С. 213–220.
22. Букварикс. URL: <https://www.bukvarix.com/keywords/?q=мобильность+&r=analysis> (дата обращения: 03.08.2023).
23. Профессия // Яндекс. URL: <https://yandex.ru/search/?text=профессия&clid=2357978-133&win=604&lr=165874> (дата обращения: 02.09.2023).
24. Лежнева М. С. Профессиональная мобильность ИТ-специалистов как фактор их успешной профессиональной деятельности при выполнении сложных инновационных проектов // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14360> (дата обращения: 27.04.2024).
25. Lipset S., Bendix R. Social mobility in industrial society. LA: Univ. of California Press, 1959.
26. Зиннатова М. В. Профессиональная мобильность субъекта постиндустриального общества // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 12-7. С. 73–77.
27. Мищенко В. А. Сущностные характеристики профессиональной мобильности // Вестн. Тамб. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 9. С. 61–66.
28. Проскура О. В., Герасимчук И. Ю. Понятие мобильности. Виды мобильности. Академическая мобильность // Вестн. ЧелГУ. 2014. № 13 (342). С. 94–98.
29. Симонова О. А. Социология профессий в эпоху нового профессионализма // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология. 2014. № 3. С. 5–22.
30. Мансуров В. А., Юрченко О. В. Социология профессиональных групп: история становления и перспективы // Вестн. института социологии. 2013. № 7. С. 91–106.
31. Лупанова Н. А. Социальное и профессиональное самоопределение личности как психолого-педагогическая проблема // Известия ПГУ им. В. Г. Белинского. 2008. № 11. С. 136–140.
32. Ковалева А. И. Профессиональная мобильность // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 1. С. 298–300.
33. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / пер. с англ. С. А. Сидоренко, А. Ю. Соколова. М.: Политиздат, 1992.
34. Андрианов В. В., Сироткин М. С., Баженова М. В. Российские компании в зеркале международных и отечественных ESG-рейтингов // Гуманитарные науки. Вестн. Финансового ун-та. 2023. № 2. С. 94–105. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-94-105.
35. Дулина Н. В. Рейтинг региональных исследовательских компаний: основные результаты исследования // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7. Философия. 2012. № 2 (17). С. 64–73.
36. TAdviser100: Крупнейшие ИТ-компании в России 2022 // TAdviser. 15.06.2022. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Ранкинг_TAdviser100:_Крупнейшие_ИТ-компании_в_России_2022 (дата обращения: 28.04.2024).

37. Тонхоноева А. А. Личностные факторы профессионального развития будущих программистов // Вестн. БГУ. Философия. 2007. № 10. С. 125–127.
38. Никитина Е. А. К вопросу о социальной мобильности и мобильности специалиста // Вестн. ИрГТУ. 2006. № 4-2 (28). С. 157–161.
39. Зеер Э. Ф. Психологические предикторы социально-профессиональной мобильности учащейся молодежи // Вестн. учебно-методического объединения по профессионально-педагогическому образованию. 2015. № 1 (48). С. 119–126.
40. Ребер А. Оксфордский толковый словарь по психологии. М.: Вече, АСТ, 2003.
41. Сколько времени ИТ-специалист работает на одном месте: исследование RealHR и Hh.ru // C.News. 01.02.2024. URL: https://www.cnews.ru/news/line/2024-02-01_skolko_vremeni_it-spetsialist (дата обращения: 20.06.2024).
42. Рожков А. Глобальный тренд: российские ИТ-компании занимают внешний рынок // РБК Компании. 20.06.2024. URL: <https://companies.rbc.ru/news/4n9mUGiAnu/globalnyij-trend-rossijskie-it-kompanii-zanimayut-vneshnij-ryinok/> (дата обращения: 20.06.2024).
43. Корявов Д. Удаленка в ИТ-2023: золотая пуля или преграда для карьеры? // Хабр. 27.11.2023. URL: <https://habr.com/ru/companies/alfa/articles/773854/> (дата обращения: 20.06.2024).
44. Гущина Т. Н. Модусы социальной мобильности: теоретический анализ феномена // Социально-политические исследования. 2022. № 3 (16). С. 94–108. DOI: 10.20323/2658-428X-2022-3-16-94-108.
45. Кропачева М. А., Литвинова Е. С. Особенности изучения профессионального языка разработчиков компьютерных игр // Социо- и психолингвистические исследования. 2016. № 4. С. 59–62.
46. Структура рынка корпоративной мобильности // Tadviser. 08.12.2015. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Мировой_рынок_корпоративной_мобильности (дата обращения: 10.08.2023).
47. Ситников А. С. Методолого-теоретические предпосылки исследования социальной мобильности как педагогического явления // Заметки ученого. 2021. № 1. С. 169–177.

Информация об авторах.

Дерюгин Павел Петрович – доктор социологических наук (2002), ассоциированный член, руководитель Российско-китайского центра междисциплинарных исследований Социологического института РАН – филиал ФНИСЦ РАН, ул. 7-я Красноармейская, д. 25/14, 190005, Санкт-Петербург, Россия; профессор кафедры прикладной и отраслевой социологии Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия; профессор кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор более 200 научных публикаций. Сфера научных интересов: социальная диагностика, ценности и ценностные ориентации, сетевой подход в социологии.

Рассказов Сергей Вениаминович – кандидат физико-математических наук (1991), доцент кафедры социального управления и планирования Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия. Автор более 50 научных публикаций. Сфера научных интересов: социология управления, Big Data и рекомендательные алгоритмы в управлении, корпоративное управление, цифровая трансформация организации, сетевой подход в социологии.

Куражев Сергей Дмитриевич – аспирант кафедры социологии и политологии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова

(Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор 9 научных публикаций. Сфера научных интересов: ИТ-специалисты, студенчество, человеческий капитал.

Чжао Цзе – аспирант кафедры прикладной и отраслевой социологии Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия. Автор 4 научных публикаций. Сфера научных интересов: предприниматели, ИТ-специалисты, мобильность, социальная диагностика, ценности и ценностные ориентации, сетевой подход в социологии.

Эсселевич Эрнест Алексеевич – магистр (социология, 2024) Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия. Сфера научных интересов: мобильность, социальная диагностика, сетевой подход в социологии.

Авторский вклад.

Дерюгин Павел Петрович – разработка концепции и структуры исследования, анализ и интерпретация данных, подготовка текста.

Рассказов Сергей Вениаминович – разработка концепции и структуры исследования, анализ и интерпретация данных, подготовка текста.

Куражнев Сергей Дмитриевич – сбор эмпирического материала, обработка, анализ и интерпретация данных.

Чжао Цзе – сбор эмпирического материала, обработка, анализ и интерпретация данных.

Эсселевич Эрнест Алексеевич – сбор эмпирического материала, обработка, анализ и интерпретация данных.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 21.06.2024; принята после рецензирования 02.07.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Kalmykov, K.B. (2023), "The concepts of social mobility P. Sorokina and J. Urri: socio-philosophical analysis", *Bulletin of the Moscow state University of culture and arts*, no. 3 (113), pp. 32–38. DOI: 10.24412/1997-0803-2023-3113-32-38.
2. Sorokin, P.A. (2004), "The influence of mobility on human behavior and psychology", Transl. by Sokolova, M.V., *Monitoring of public opinion: economic and social changes*, no. 2 (70), pp. 101–110.
3. Popova, S.M., Yanik, A.A. and Karpova, S.F. (2023), "Transformation of Russia's migration policy: stages, features, problems (1989–2023)", *Administrative and municipal law*, no. 4, pp. 24–51. DOI: 10.7256/2454-0595.2023.4.43666.
4. Kosinov, S.S., Samygin, P.S. and Samygin, S.I. (2017), "System of social mobility of the Russian society: an efficiency assessment in the conditions of modern reality", *Humanities, social-economic and social sciences*, no. 4, pp. 33–36. DOI: 10.23672/SAE.2017.65.5600.
5. Mavlyutov, R.R. and Belyaev, M.K. (2021), "On the Growth of Labour Mobility in Russia in the Context of Society Digitalization", *Bulletin of Buryat State Univ. Economy and Management*, no. 2, pp. 33–42. DOI: 10.18101/2304-4446-2021-2-33-42.
6. Zadorozhny, M. (2024), "Are IT specialists leaving or returning?", *BFM.ru*, 05.04.2024, available at: <https://www.bfm.ru/news/547671> (accessed 23.05.2024).
7. Epikhina, Yu.B. (2021), "Social mobility of IT specialists", *INAB. 2021. № 4. Strukturnye aspekty tsifrovizatsii*, pp. 74–85. DOI: 10.19181/INAB.2021.4.5.
8. Urry, J. (2013), "Mobility and proximity", *Sociological studies*, no. 2 (346), pp. 3–12.

9. Ivanov, D.V. (2000), "The phenomenon of computerization as a sociological problem", *Problemy teoretiche-skoi sotsiologii* [Problems of theoretical sociology], iss. 3, Izd-vo S.-Peterb. un-ta, SPb., RUS, pp. 273–285.
10. Lomonosova, M.V. (2017), "Revolution as a social phenomenon in the scientific heritage of Pitirim Sorokin", *Bulletin of Syktyvkar Univ. Series of humanitarian Sciences*, no. 6, pp. 34–53.
11. Tkachenko, A.V. (2021), "A system approach in sociological works of P.A. Sorokin and A. Toynbee", *Systems Psychology and Sociology*, no. 3 (39), pp. 105–115. DOI: 10.25688/2223-6872.2021.39.3.9.
12. Bestuzheva, O.Yu., Vershinskaya, O.N. and Makhrova, O.N. (2014), "Development of the society of digital mobility", *Population*, no. 4 (66), pp. 115–124.
13. Urry, D. (2012), *Mobilities*, Transl. by Lazarev, A.V., Praxis, Moscow, RUS.
14. Deryugin, P.P., Miletsky, V.P., Yarmak, O.V., Bannova, O.S. and Kurazhev, S.D. (2023), "Social Relations of IT Professionals with Other Professional Groups: Network Modeling and Results of Empirical Analysis", *DISCOURSE*, vol. 9, no. 3, pp. 113–133. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-3-113-133.
15. Deryugin, P.P., Bannova, O.S., Kamyshina, E.A., Popov, R.E. and Sidorova, A.N. (2021), "Social and Professional Awareness by Students of Engineers Specialties of the Upcoming Digitalization (Pilot Study Experience and First Results)", *DISCOURSE*, vol. 7, no. 1, pp. 43–56. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-1-43-56.
16. Khokhlova, M.G. (2022), "Professional labor mobility in Russia", *Analysis and Forecasting. IMEMO J.I.*, no. 4, pp. 74–83. DOI: 10.20542/afij-2022-4-74-83.
17. Belaya, A.V. (2009), "Profession as a sociological concept: the main approaches to the definition", *Vestnik of Lobachevsky State Univ. of Nizhni Novgorod. Ser. Social Sciences*, no. 2, pp. 7–13.
18. Suchugov, A.A. (2020), "Professional mobility in the works of western sociologists: theoretical aspects", *Vestnik Adyunkta*, no. 3 (9), available at: <https://vestnik-adyunkta.ru/soderzhanie-zhurnala/novyj-vypusk/8-vestnik/238-professional-naya-mobil-nost-v-trudakh-zapadnykh-sotsiologov-teoreticheskie-aspekty> (accessed 27.05.2024).
19. Tsvyk, V.A. (2004), "Professionalism as a factor of social mobility. Professional mobility", *Society and law*, no. 3 (5), pp. 189–195.
20. Castells, M. (2000), *The Information Age. Economy, society and culture*, Transl. by Shkaratan, O.I., GU VSHEH, Moscow, RUS.
21. Bobova, L.A. (2013), "Manuel Castells: the impact of the network society on the nature of social communications", *MGIMO Review of International Relations*, no. 5 (32), pp. 213–220.
22. *Bukvariks*, <https://www.bukvarix.com/keywords/?q=mobility+&r=analysis> (accessed 03.08.2023).
23. "Profession", *Yandex*, available at: <https://yandex.ru/search/?text=profession&clid=2357978-133&win=604&lr=165874> (accessed 02.09.2023).
24. Lezhneva, M.S. (2014), "Professional mobility of it specialists as the factor of their successful activity at implementation of difficult innovative projects", *Modern problems of science and education. Surgery*, no. 4, available at: URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14360> (accessed 27.04.2024).
25. Lipset, S. and Bendix, R. (1959), *Social mobility in industrial society*, Univ. of California Press, LA, USA.
26. Zinnatova, M.V. (2015), "Professional mobility of a subject of post-industrial society", *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, no. 12-7, pp. 73–77.
27. Mishchenko, V.A. (2010), "Essential characteristics of professional mobility", *Tambov Univ. Review: Series Humanities*, no. 9, pp. 61–66.
28. Proskura, O.V. and Gerasimchuk, I.Yu. (2014), "The concept of mobility. Types of mobility. Academic mobility", *Bulletin of Chelyabinsk State Univ.*, no. 13 (342), pp. 94–98.
29. Simonova, O.A. (2014), "Sociology of professions in the era of new professionalism", *Social Sciences and Humanities. Domestic and Foreign Literature. Ser. 11. Sociology*, no. 3, pp. 5–22.
30. Mansurov, V.A. and Yurchenko, O.V. (2013), "The Sociology of professional groups: the History and perspectives", *Bulletin of The institute of Sociology*, no. 7, pp. 91–106.
31. Lupanova, N.A. (2008), "Social and professional self-determination of personality as a psychological and pedagogical problem", *Izvestiya PGU im. V. G. Belinskogo*, no. 11, pp. 136–140.

32. Kovaleva, A.I. (2012), "Professional mobility", *Knowledge. Understanding. Skill*, no. 1, pp. 298–300.
33. Sorokin, P.A. (1992), *Man. Civilization. Society*, Transl. by Sidorenko, S.A. and Sogomonov, A.Yu., Politizdat, Moscow, RUS.
34. Andrianov, V.V., Sirotkin, M.S. and Bazhenova, M.V. (2023), "Russian companies in international and domestic ESG ratings", *Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial Univ.*, no. 2, pp. 94–105. DOI: 10.26794/2226-7867-2023-13-2-94-105.
35. Dulina, N.V. (2012), "Rating of regional sociological centers", *Vestnik Volgogr. gos. un-ta. Ser. 7. Filosofiya*, no. 2 (17), pp. 64–73.
36. "TAdviser100: The largest IT companies in Russia 2022" (2022), *TAdviser*, 15.06.2022, available at: https://www.tadviser.ru/index.php/Article:Ranking_TAdviser100:_The_largest_IT_companies_in_Russia_2022 (accessed 28.04.2024).
37. Tonkhonoeva, A.A. (2007), "Personal factors of professional development of the future programmers", *BSU bulletin. Philosophy*, no. 10, pp. 125–127.
38. Nikitina, E.A. (2006), "On the issue of social mobility and specialist mobility", *Proceedings of Irkutsk State Technical Univ.*, no. 4-2 (28), pp. 157–161.
39. Zeer, E.F. (2015), "Psychological predictors of the socio-professional mobility of studying youth", *Vestnik uchebno-metodicheskogo ob"edineniya po professional'no-pedagogicheskomu obrazovaniyu*, no. 1 (48), pp. 119–126.
40. Reber, A. (2003), *The penguin dictionary of psychology*, Veche, AST, Moscow, RUS.
41. "How long does an IT specialist work in one place: research by RealHR and Hh.ru", (2024), *C.News*, 01.02.2024, available at: https://www.cnews.ru/news/line/2024-02-01_skolko_vremeni_it-spetsialist (accessed 20.06.2024).
42. Rozhkov, A. (2024), "Global trend: Russian IT companies occupy the foreign market", *RBC Companies*, 20.06.2024, available at: <https://companies.rbc.ru/news/4n9mUGiAnu/globalnyij-trend-rossijskie-it-kompanii-zanimayut-vneshnij-ryinok/> (accessed 20.06.2024).
43. Koryavov, D. (2023), "Remote work in IT 2023: a golden bullet or an obstacle to a career?", *Habr*, 27.11.2023, available at: <https://habr.com/ru/companies/alfa/articles/773854/> (accessed 20.06.2024).
44. Gushchina, T. N. (2022), "Modes of social mobility: a theoretical analysis of the phenomenon", *Social and political researches*, no. 3 (16). pp. 94–108. DOI: 10.20323/2658-428X-2022-3-16-94-108.
45. Kropacheva, M.A. and Litvinova, E.S. (2016), "Peculiarities of studying computer games developers' professional language", *Socio- and psycholinguistic studies*, no. 4, pp. 59–62.
46. "Structure of the corporate mobility market", *Tadviser*, 08.12.2015, available at: https://www.tadviser.ru/index.php/Article:Global_market_for_corporate_mobility (accessed 10.08.2023).
47. Sitnikov, A.S. (2021), "Methodological and theoretical prerequisites for the study of social mobility as a pedagogical phenomenon", *Zametki uchenogo*, no. 1, pp. 169–177.

Information about the authors.

Pavel P. Deryugin – Dr. Sci. (Sociology, 2002), Associate Member, Head of the Russian-Chinese Center for Interdisciplinary Studies, Sociological Institute of the RAS – FCTAS RAS, 25/14 7th Krasnoarmeiskaya str., St Petersburg 190005, Russia; Professor at the Department of Applied and Specialized Sociology, Saint Petersburg State University, 7/9 University emb., St Petersburg 199034, Russia; Professor at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of more than 200 scientific publications. Area of expertise: social diagnostics, values and value orientations, network approach in sociology.

Sergey V. Rasskazov – Can. Sci. (Physico-Mathematical, 1991), Associate Professor at the Department of Social Management and Planning, Saint Petersburg State University, 7/9 University emb., St Petersburg 199034, Russia. The author of more than 50 scientific publications. Area of

expertise: sociology of management, Big Data and recommendation algorithms in management, corporate governance, digital transformation of the organization, network approach in sociology.

Sergey D. Kurazhev – Postgraduate at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 9 scientific publications. Area of expertise: IT specialists, students, human capital.

Jie Zhao – Postgraduate at the Department of Applied and Industrial Sociology, Saint Petersburg State University, 7/9 University emb., St Petersburg 199034, Russia. The author of 4 scientific publication. Area of expertise: entrepreneurs, IT specialists, mobility, social diagnostics, values and value orientations, network approach in sociology.

Ernest A. Esselevich – Master (Sociology, 2024), Saint Petersburg State University, 7/9 University emb., St Petersburg 199034, Russia. Area of expertise: mobility, social diagnostics, network approach in sociology.

Author's contribution.

Pavel P. Deriugin – development of the concept and structure of the study, analysis and interpretation of data, preparation of the text.

Sergey V. Rasskazov – development of the concept and structure of the study, analysis and interpretation of data, preparation of the text.

Sergey D. Kurazhev – collection of empirical material, processing, analysis and interpretation of data.

Jie Zhao – collection of empirical material, processing, analysis and interpretation of data.

Ernest A. Esselevich – collection of empirical material, processing, analysis and interpretation of data.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 21.06.2024; adopted after review 02.07.2024; published online 24.09.2024.*

Оригинальная статья
УДК 81`322.4
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-82-92>

Сравнительный анализ машинного и «ручного» перевода научно-учебного текста: проблемы и решения

Надежда Александровна Антонова¹, Ирина Васильевна Кузьмич²✉

¹Независимый исследователь

²Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

¹n.antonova.tr@yandex.ru

²irinakuzmich@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3213-6266>

Введение. В статье представлены основные результаты анализа неточностей и ошибок машинного перевода и определены трудности, с которыми сталкивается переводчик при работе с узкоспециализированным научно-учебным текстом. Предложены возможные способы устранения выявленных неточностей и ошибок машинного перевода.

Методология и источники. Исследование проводилось на материале научно-учебного текста по узкоспециализированной тематике (астрономии) на английском языке. Был проведен сравнительный анализ параллельных переводов текста, выполненных программой Дипл (DeepL) и человеком.

Результаты и обсуждение. В ходе исследования выявлены и систематизированы типичные ошибки машинного перевода с применением программы Дипл. Важным результатом проведенного исследования стал вывод о необходимости и возможности устранения неточностей и ошибок машинного перевода встраиваемыми программными способами. Существуют также неточности и ошибки, которые на данном этапе развития средств машинного перевода невозможно устранить без последующей редакции человеком.

Заключение. Интегрирование предложенных программных способов устранения ошибок в средство машинного перевода может обеспечить качественно новый уровень такого перевода. Это возможно при тесном сотрудничестве лингвистов, узкопрофильных специалистов и программистов-разработчиков.

Ключевые слова: машинный перевод, атрибутивные словосочетания, смысловое развитие, переводческое добавление, тема-рематические отношения, нормы типографики, нейтрализация, локализация

Для цитирования: Антонова Н. А., Кузьмич И. В. Сравнительный анализ машинного и «ручного» перевода научно-учебного текста: проблемы и решения // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 82–92. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-82-92.

© Антонова Н. А., Кузьмич И. В., 2024

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Original paper

Comparative Analysis: Machine vs Human Translation of Educational Scientific Texts. Challenges and Solutions

Nadezhda A. Antonova¹, Irina V. Kuzmich²

¹Independent researcher

²Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

¹n.antonova.tr@yandex.ru

²irinakuzmich@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3213-6266>

Introduction. The article presents the analysis of inaccuracies and errors in machine translation and deals with challenges encountered while translating specialist educational scientific texts. A number of feasible techniques to eliminate the inaccuracies and errors have been offered.

Methodology and sources. Several machine-translated (DeepL programme) sections of a textbook on astronomy have been evaluated by a human expert.

Results and discussion. The research allowed to identify and classify typical errors DeepL-translated texts. One of the findings was the conclusion about the need and feasibility of eliminating inaccuracies and errors in machine translation using embedded software techniques. There are also inaccuracies and errors that still require human post-editing.

Conclusion. Integrating the proposed software techniques for eliminating errors into a machine translation programme can provide a qualitatively new level of machine translation. This is possible with close cooperation between linguists, specific area experts and programmers.

Keywords: machine translation, attributive noun chains, modulation, expansion, topic-comment relations, typographics standards, a standard target language image, localization

For citation: Antonova, N.A. and Kuzmich, I.V. (2024), "Comparative Analysis: Machine vs Human Translation of Educational Scientific Texts. Challenges and Solutions", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 82–92. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-82-92 (Russia).

Введение. Несмотря на активное развитие технологий машинного перевода, в нем до сих пор присутствуют смысловые ошибки и стилистические неточности, которые требуют исправления и редактирования. В работе сделана попытка классификации типов ошибок при машинном переводе специализированного текста и предложены пути решения возникающих проблем.

Методология и источники. Проведен анализ неточностей и ошибок машинного перевода, выполненного программой Дипл (DeepL). В качестве текста для перевода использовано несколько подглав книги исследователей Национальной радиоастрономической обсерватории США Джеймса Дж. Кондона и Скотта М. Рэнсома «Основы радиоастрономии» (*Essential Radio Astronomy*) объемом 2355 слов [1]. Выбранный для перевода текст относится к научно-учебному подстилю и представляет собой вводный курс по узкоспециализированной тематике.

Результаты и обсуждение. В ходе анализа выделено 103 неточности и ошибки машинного перевода, которые затем были распределены на 7 групп в соответствии с причинами и частотой их возникновения.

1. Неточности и ошибки, связанные с неправильным выбором лексики.

При анализе машинного перевода было выявлено 23 неточности и ошибки, связанные с неправильным выбором лексики. Часть этих ошибок вызвана тем, что у слова есть несколько словарных соответствий, из которых переводчик выбирает нужное в зависимости от контекста. Машинный переводчик не всегда корректно учитывает контекст, зачастую подставляя случайно выбранное значение. Для устранения таких ошибок необходимо выполнить редактирование машинного перевода. Например, в сочетании *planets and moons* слово *moons* машина переводит как «луны», хотя по смыслу это спутники планет, а Луна, являясь спутником планеты Земля, – лишь частный случай употребления слова. Выражение *viscous damping* машинный переводчик дает как «вязкое затухание», в то время как на самом деле это «длительное затухание».

Определенная часть лексических неточностей и ошибок связана с тем, что в каждой области научных знаний есть своя устойчивая терминология. Это в основном узкоспециальная лексика, которую машинные переводчики, как правило, не учитывают, переводя ее дословно. Иногда это приводит к стилистическим несоответствиям. Например, выражение *celestial source* машинный переводчик переводит как «небесный источник», хотя, как показывает поиск по этой фразе в кавычках через поисковую систему «Гугл» (Google), в русском языке это выражение употребляется скорее в текстах эзотерической, духовной направленности. В контексте радиоастрономии такое словосочетание стоит переводить как «космический источник излучения», «астрономический источник излучения». Выражение *pioneering astronomers* машинный переводчик предлагает понимать как «пионеры астрономии», в то время как в российских реалиях слово «пионер» означает не только «первопроходец», «начинающий какое-либо дело», но кроме этого имеет политическую окраску и означает члена Всесоюзной пионерской организации им. В. И. Ленина. Таким образом, для русского научного текста это слово не свойственно [2]. По этой причине лучше переводить приведенное словосочетание как «начинающие астрономы». Выражение *visible-light window* машинный переводчик трактует дословно как «окно видимого света». По смыслу же это выражение соответствует термину «оптическое окно прозрачности», который неоднократно используется в данном учебном пособии. В русскоязычной научной литературе критически важно соблюдать единство терминологии, в отличие от английского языка, где даже в терминологии допустимо применение синонимов. Выражение *at the high-frequency end* машина предлагает переводить как «на высокочастотном конце», что стилистически некорректно. Для того чтобы употребить подходящее по стилистике устойчивое словосочетание, применяем генерализацию и получаем перевод «в высокочастотной области».

Иногда лексические ошибки искажают смысл. Например, слово *decade* на русский язык должно переводиться как «десятилетие», машинный переводчик предлагает перевод «декада», что в русском языке значит «10 дней». В радиотехнике же *decade* – это интервал между частотами, отличающимися в 10 раз (например, от 3 до 30 Гц). Таким образом, в данном контексте лучше перевести *5 decades* как «5 порядков». Если бы не уточнение, которое есть в тексте (*5 decades between 10 MHz and 1 THz*), то, увидев перевод «декада», читатель может подумать, что речь идет об интервале в 50 Гц (5 раз по 10 Гц). Выражение *neutral gas* машинный переводчик переводит как «нейтральный газ», в то время как устояв-

шийся термин – «инертный газ». Выражение *line opacity* машинный переводчик интерпретирует как «линейная непрозрачность», хотя на самом деле имеется в виду «линейчатая непрозрачность» – у этих слов принципиально разные значения. Далее по тексту идет противопоставление с прилагательным «сплошная», что подтверждает правильность выбора нами переводческого решения: «линейчатая» и «сплошная» – это корректное противопоставление, а для слова «линейная» нужно было бы противопоставление «нелинейная». Слово сочетание *size of radio interferometer* – это не размер (как предлагает машинный переводчик), а база радиointерферометра. Это важно, поскольку любой радиointерферометр состоит из нескольких радиотелескопов, удаленных друг от друга на определенное расстояние. Такое расстояние называется «базой» и является основной характеристикой интерферометра. Называть этот параметр размером некорректно, поскольку речь идет не об отдельном объекте, а о целой системе, компоненты которой разнесены в пространстве.

Правильный перевод узкоспециальной лексики машинным переводчиком возможен, если в него встроить объемные глоссарии по отдельным тематикам.

2. Неточности и ошибки, связанные с неправильным переводом атрибутивных словосочетаний.

При анализе машинного перевода было выявлено 24 неточности и ошибки, связанные с неправильным переводом атрибутивных словосочетаний. Выражение *frequency accuracy* машинный переводчик трактует как «частотная точность», наш перевод – «точность измерения частоты». В исходном словосочетании не выражен эксплицитно его ведущий смысловой компонент, что и создает трудность для работы машинного переводчика. Перевод машиной выражения *dark radio sky* – «темное радионебо». В данном случае для правильного перевода приходится применить прием перевода одного из членов атрибутивного словосочетания при помощи группы слов, поскольку перевести словосочетание таким же словосочетанием не представляется возможным. Наш перевод – «в радиодиапазоне наблюдения возможны в любое время суток». Выражение *spectral-line emission* в машинном переводе «спектрально-линейное излучение», наш перевод – «излучение с линейчатым спектром».

В исследуемых примерах обнаружено многообразие возможных приемов перевода атрибутивных словосочетаний: при переводе используются конструкции «прилагательное + существительное», «существительное в родительном падеже», «существительное с предлогом», «перевод одного из членов словосочетания группой слов». Правильный выбор приема перевода требует определенного знания тематики и профессиональной терминологии. Проблему неправильного перевода таких словосочетаний едва ли можно решить простым составлением глоссария, поскольку невозможно на практике учесть все возможные комбинации слов. Вероятно, улучшить ситуацию может проверка на сочетаемость с помощью специальных ресурсов на основе корпуса языка. Для английского языка существует ресурс «Just the world» [3], для русского – ресурс «Карта слов» [4]. Частично проблема неправильного перевода атрибутивных словосочетаний может быть решена встраиванием подобных ресурсов в средство машинного перевода.

3. Неточности, связанные с необходимостью применения такого переводческого приема, как «переводческое добавление».

При анализе машинного перевода было выявлено 15 неточностей, связанных с необходимостью применения такого приема, как «переводческое добавление». Многие элементы

смысла, которые подразумевались при составлении оригинального текста, в переводе на русский язык должны быть выражены с помощью дополнительных лексических единиц. Читатель перевода не обладает знаниями семантических особенностей текстов на языке оригинала, и для него подразумеваемый смысл должен быть раскрыт переводчиком. При использовании приема переводческого добавления в каждом конкретном случае переводчик руководствуется как правилами сочетаемости слов в языке перевода, так и экстралингвистическими факторами [5]. Выражение *the Orion Nebula in Orion's sword* машинный переводчик интерпретирует как «туманность Ориона в мече Ориона». Такой перевод воспринимается нетерминологично, из него неясно, что Меч Ориона – это имя собственное (название астеризма), поэтому нами при переводе было добавлено имя нарицательное – «туманность Ориона в астеризме Меч Ориона». В переводе предложения *Green Bank can be quite cold and dry in the winter* (машинный перевод: «Зимой в Грин-Бэнк может быть довольно холодно и сухо») нами добавлено название штата, в котором расположен телескоп, потому что название маленького поселка ничего не говорит русскоязычному читателю о его местонахождении. Корректный перевод: «Зимой в Западной Вирджинии, где расположен телескоп, ...». В примере *the optical seeing disk is also ~ 0.5 arcsec* наблюдается имплицитность английского варианта и необходимость конкретного словарного выражения мысли в русском переводе. Машинный перевод: «Диск составляет 0,5 угловых секунд». Наш перевод: «Угловой размер диска составляет 0,5 дуговых секунд». В предложении *For a thorough review of atmospheric and ionospheric propagation effects, see Thompson, Moran, & Swenson [Chapter 13]* нами добавлено название книги: «Подробное описание факторов, влияющих на распространение радиоволн в атмосфере и ионосфере, приведено в главе 13 книги А. Р. Томпсона, Дж. М. Морана, Дж. У. Свенсона “Интерферометрия и синтез в радиоастрономии”», поскольку в русскоязычной литературе не принято ссылаться на источник, указав только авторов и не указав название. Выражение *coherent continuum emission from stars and pulsars* в машинном переводе «когерентное континуальное излучение от звезд и пульсаров». Нами добавлено уточняющее определение – «пространственно когерентное непрерывное излучение от звезд и пульсаров», поскольку когерентность бывает не только пространственная, но и временная. В данном случае речь идет о пространственной когерентности, что может быть не совсем очевидно для студента. При написании и переводе учебного пособия важно избегать двусмысленностей и неверного толкования.

Добавления необходимы для получения качественного перевода. Безусловно, качество таких добавлений зависит от профессиональных навыков переводчика и уровня его знаний тематики конкретной специальности. На данном этапе своего развития машинные переводчики не могут использовать данный прием при переводе. Для устранения неточностей, связанных с неспособностью машинного переводчика применять переводческие добавления, необходимо как лингвистическое, так и научное редактирование переведенного текста.

4. Неточности, связанные с необходимостью применения такого переводческого приема, как «смысловое развитие».

При анализе машинного перевода выявлено 22 неточности, связанные с необходимостью применения такого переводческого приема, как «смысловое развитие». Смысловое развитие означает отход от прямого словарного соответствия словам исходного текста, из

которых состоит словосочетание или смысловая группа [6]. При работе с научными текстами переводчику необходимо хорошо понимать суть описываемых явлений, иначе перевод сведется к подбору словарных соответствий к отдельным словарным единицам, при этом смысл может быть вовсе не передан или передан стилистически неверно. Например, машинный перевод предложения *The total zenith opacity is **the sum of several components*** – «Общая зенитная непрозрачность представляет собой сумму нескольких компонентов». Если изучить контекст, то мы увидим, что, строго говоря, никакие величины далее не суммируются, лишь описываются факторы, влияющие на непрозрачность атмосферы. Поэтому употребление слова «сумма» в данном случае некорректно. Наш перевод: «Общая непрозрачность атмосферы в зените **определяется** несколькими факторами». В данном случае нами была использована грамматическая трансформация с заменой существительного глаголом. Выражение *along the vertical line of sight* машинный переводчик переводит как «вдоль вертикальной линии визирования». Нам пришлось существенно переработать этот результат: для передачи словосочетания *along the vertical line* используется прием грамматической трансформации (наш перевод: «в направлении зенита»), а для передачи словосочетания *line of sight* – термин «зона прямой видимости». Наш перевод: «в зоне прямой видимости в направлении зенита». В предложении *The very best sites for observing at higher frequencies are exceptionally **high and dry*** принято решение передать семантически размытое английское выражение *high and dry* следующим образом: «...места с **низкой влажностью, расположенные высоко над уровнем моря**». Машинный перевод: «...места для наблюдений <...> исключительно **высоки и сухи**». Во всех приведенных примерах наблюдается имплицитность и семантическая размытость английских понятий и связанная с этим необходимость конкретного словарного выражения мысли в русском переводе.

Из данных примеров можно сделать вывод, что для качественного перевода необходимо видеть подразумеваемые смыслы, а не только лексические единицы, также нужно обладать общей эрудицией и знать терминологию той отрасли, к которой относится переводимый текст. В связи с этим адекватное использование приема смыслового развития машинным переводчиком в полной мере невозможно.

5. Неточности, связанные с особенностями тема-рематических отношений в русском и английском языках.

При анализе машинного перевода выявлено 11 неточностей, связанных с особенностями тема-рематических отношений в русском и английском языках. Если в русском языке уже известная информация (тема) выносится в начало предложения, а новая информация (рема) – в конец, то в английском языке наоборот [7, 8].

Проанализировав все неточности, связанные со спецификой перевода тема-рематических отношений, мы пришли к выводу, что в научно-учебном тексте наиболее типичным примером этого могут быть предложения с описанием физического явления или процесса (факт, известная информация) и последующим объяснением этого явления (причина, новая информация). В английском языке зачастую в начале предложения расположена причина (новая информация), а в конце – факт (известная информация). В русском языке наоборот: в начале предложения располагается описание явления (известная информация), а в конце – физическое объяснение (новая информация). В связи с этим в английском тексте в подобных

предложениях для связи двух частей используется союз *so*, а в переводе – союз «поскольку». Машинный перевод не всегда учитывает особенности тема-рематических отношений. Вероятно, частично можно восполнить этот пробел, если запрограммировать машинный переводчик таким образом, чтобы в сложноподчиненных предложениях с соответствующими союзами менялся порядок слов, т. е. менялись местами первая и вторая части предложения, и союз менялся на противоположный ему по смыслу.

6. Неточности, связанные с особенностями типографики русского и английского языков.

При анализе машинного перевода выявлено 4 неточности, связанные с особенностями типографики русского и английского языков. Приведем несколько отличий русской и английской типографики, которые машинный переводчик не учел. Во-первых, это разница в оформлении нумерации глав в русском и английском языке. В английском после номера главы не ставится точка: *1.1 An Introduction to Radio Astronomy*. В русском же языке по правилам точку ставить необходимо [9]: «1.1. Введение в радиоастрономию». Во-вторых, разница в употреблении кавычек. В английском языке принято ставить английские двойные кавычки: “*parallel universe*” [10]. В русском языке согласно правилам типографики нужно употреблять кавычки-елочки: «параллельная вселенная» [10]. Машинный же переводчик вместо разных типов кавычек для разных языков всегда использует английские двойные кавычки: “параллельная вселенная”. В-третьих, в машинном переводе не соблюдаются правила постановки тире, когда в исходном тексте тире не употреблялось, а в переводе оно присутствует. По правилам типографики русского языка в качестве знака препинания используется длинное тире (–) с пробелами до и после него [11]. Машинный переводчик в тексте на русском языке использует вместо тире дефис. И, наконец, следует отметить различия в оформлении подписей к рисункам. В английском языке название рисунка указывается после номера рисунка и двоеточия. В русском языке вместо двоеточия используется точка. Поскольку правила типографики известны, то запрограммировать машинный переводчик так, чтобы эти правила были учтены при переводе, представляется вполне возможным.

7. Прочие неточности.

В последнюю группу вошли те неточности, которые встретились не более трех раз, например, неточности, связанные с необходимостью применения нейтрализации и локализации, а также неточности и ошибки, связанные с необходимостью устранения лексических и смысловых повторов.

Использование нейтрализации связано с тем, что научный стиль речи в русском языке более формальный по сравнению с научным стилем в английском языке [12]. Такое выражение, как «бурная вселенная» (машинный перевод сочетания *violent universe*) в русскоязычном учебнике воспринимается нетерминологично [13, с. 50]. В связи с этим было принято решение перевести выражение *the “violent universe” of powerful radio galaxies and quasars* нейтральным выражением «**обилие** мощных радиогалактик и квазаров» (смысловое развитие), а в примере *It is often violent...* вместо переводного словарного соответствия определения *violent* использовать описательную часть: «эти явления кажутся более **зрелищными**».

Решить проблему с адекватной передачей эмоционально окрашенных слов при машинном переводе с английского языка на русский возможно, если при создании глоссария все словарные соответствия будут каким-либо образом маркироваться по степени их эмоциональ-

ности, а перед началом перевода оператор будет выставлять маркер степени эмфатичности текста на языке перевода. В соответствии с требуемой степенью эмфатичности машинный переводчик и будет подбирать слова, ориентируясь на маркеры их эмоциональности.

Локализация, как известно, это комплексный процесс адаптации продукта к культурному контексту страны, на язык которой делается перевод [14]. В выбранном для перевода тексте присутствует большое количество единиц измерения. Для научной литературы важно использовать общепринятые единицы измерения и размерности. Поэтому, например, исходное значение скорости света $3 \times 10^{10} \text{ cms}^{-1}$ было изменено нами на $3 \times 10^8 \text{ м/с}$ (машинный перевод $3 \times 10^{10} \text{ смс}^{-1}$). Численно эти величины равны, но в нашем переводе было использовано принятое в русскоязычной литературе обозначение, которое соответствует Международной системе единиц (СИ). Если учитывать систему единиц СИ при переводе и приводить к ней все встречающиеся в исходном тексте величины программным способом, это существенно облегчит труд редактора.

Что касается повторов, то машинный переводчик способен справиться с устранением лексических повторов (обнаружить два одинаковых слова в одном предложении можно элементарным поиском), в то же время смысловые повторы для машинного переводчика представляют определенную трудность. Для их выявления и устранения требуется редакторская работа. В качестве примера приведем предложение *Lower-energy rotational **transitions** of atmospheric molecules define the fairly broad **transition** between the far-infrared band and the high-frequency limit of the radio window at $\nu \sim 1 \text{ THz}$* . В исходном тексте дважды использовано слово *transition*, причем оно употребляется в разных значениях. Безусловно, это приводит к двусмысленности и путанице, поэтому принято решение при переводе второго слова *transition* использовать термин не «переход», а «зона», что является по смыслу правильным вариантом. Машинный переводчик оба раза использует слово «переход»: «Низкоэнергетические **вращательные переходы** атмосферных молекул определяют довольно **широкий переход** между дальним инфракрасным диапазоном и высокочастотной границей радиоокна на уровне $\nu \sim 1 \text{ ТГц}$ ». Наш перевод: «**Вращательные переходы** молекул воздуха обладают более низкой энергией и обуславливают наличие относительно **широкой зоны** между дальним инфракрасным диапазоном и границей радиоокна на частоте $\nu \sim 1 \text{ ТГц}$ ».

Заключение. Таким образом, к предлагаемым программным способам устранения неточностей и ошибок машинного перевода относятся:

- 1) учет норм типографики, принятых в языке перевода;
- 2) учет единиц СИ и приведение к ним всех встречающихся в исходном тексте величин;
- 3) поиск лексических повторов в рамках одного предложения и их устранение за счет использования синонимов;
- 4) использование объемных узкоспециализированных глоссариев, встроенных в программу машинного перевода;
- 5) использование ресурсов проверки на сочетаемость слов на основе корпуса языка для адекватного перевода атрибутивных словосочетаний;
- 6) формальный учет особенностей тема-рематических отношений за счет, например, изменения порядка слов в сложноподчиненных предложениях с заменой подчинительного союза на противоположный ему по смыслу;

7) использование глоссариев с маркировкой слов по степени их эмоциональности для последующей автоматической подстановки слов, соответствующих требуемой эмфатичности текста.

Существуют также неточности и ошибки, которые на данном этапе развития средств машинного перевода невозможно устранить без последующей редакции человеком:

1) для выбора правильного перевода многозначных слов в соответствии с контекстом необходима работа редактора-лингвиста;

2) для выявления и устранения смысловых повторов, а также для переработки текста с использованием таких приемов, как «смысловое развитие» и «переводческое добавление», необходима работа научного редактора, т. е. специалиста с профессиональными знаниями в той области, к которой относится переводимый текст.

Перспективы дальнейшей разработки данной тематики заключаются в том, чтобы внедрить в средство машинного перевода каждый из предложенных программных способов устранения ошибок. Это возможно при тесном сотрудничестве лингвистов, узкопрофильных специалистов и программистов-разработчиков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Condon J. J., Ransom S. M. Essential Radio Astronomy. 2015. URL: <https://www.cv.nrao.edu/~sransom/web/xxx.html> (дата обращения: 11.11.2023).
2. Борисова Л. И. «Ложные друзья» переводчика научно-технической литературы: метод. пособие. В 3 ч. М.: Всесоюзный центр переводов, 1989.
3. Just the world. URL: <http://www.just-the-word.com/> (дата обращения: 19.11.2023).
4. Карта слов. URL: <https://kartaslov.ru/> (дата обращения: 19.11.2023).
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высш. шк., 1990.
6. Читалина Н. А. Учитесь переводить (лексические проблемы перевода). М.: Междунар. отношения, 1975.
7. Иванова И. П., Бурлакова В. В., Почепцов Г. Г. Теоретическая грамматика современного английского языка. М.: Высш. шк., 1981.
8. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода. М.: Междунар. отношения, 1975.
9. Методические рекомендации по внедрению ГОСТ Р 6.30-2003 ВНИИДАД // Кодекс. 2003. URL: <https://docs.cntd.ru/document/499077169> (дата обращения: 19.11.2023).
10. Лебедев А. А. Ководство. 2004. URL: <https://www.artlebedev.ru/kovodstvo/> (дата обращения: 20.11.2023).
11. Розенталь Д. Э. Справочник по правописанию и стилистике. 1997. URL: <http://rosental-book.ru/> (дата обращения: 19.11.2023).
12. Литвинова М. Н. Практикум по переводу научных текстов (английский язык): учеб.-метод. пособие. Пермь: Перм. гос. нац. иссл. ун-т, 2012.
13. Казакова Т. А. Практические основы перевода. English <=> Russian». СПб.: Союз, 2001.
14. Батюкова Н. А. Многоязычная локализация в современном виртуальном пространстве // Образовательные технологии в виртуальном лингво-коммуникативном пространстве: сб. научн. докл. IV Междунар. виртуальной науч.-практ. конф. по русистике, литературе и культуре, Ереван, 2–4 марта 2011 г. / Ереван. ЕФ МЭСИ, 2011. С. 42–45.

Информация об авторах.

Антонова Надежда Александровна – бакалавр (радиотехника, 2014) Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия; бакалавр (лингвистика, 2021) Института иностранных языков, 12-я линия В.О., д. 13, лит. А, Санкт-Петербург, 199178, Россия; независимый исследователь, редактор ряда бюро переводов. Сфера научных интересов: перевод и переводоведение, машинный перевод и его постредактирование, локализация перевода.

Кузьмич Ирина Васильевна – кандидат филологических наук (1994), доцент кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор более 40 научных работ. Сфера научных интересов: перевод и переводоведение, лексикология, фоносемантика, методика преподавания английского языка как иностранного.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 20.01.2024; принята после рецензирования 27.02.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.

REFERENCES

1. Condon, J.J. and Ransom, S.M. (2015), *Essential Radio Astronomy*, available at: <https://www.cv.nrao.edu/~sransom/web/xxx.html> (accessed 11.11.2023).
2. Borisova, L.I. (1989), "Lozhnye druz'ya" perevodchika nauchno-tekhnicheskoi literatury ["False friends" of a translator of scientific and technical literature], in 3 part, Vsesoyuznyi tsentr perevodov, Moscow, USSR.
3. *Just the world*, available at: <http://www.just-the-word.com/> (accessed 19.11.2023).
4. *Karta slov*, available at: <https://kartaslov.ru/> (accessed 19.11.2023).
5. Komissarov, V.N. (1990), *Teoriya perevoda (lingvisticheskie aspekty)* [Translation theory (linguistic aspects)], Vysshaya shkola, Moscow, USSR.
6. Chitalina, N.A. (1975), *Uchites' perevodit' (leksicheskie problemy perevoda)* [Learn to translate (lexical problems of translation)], Mezhdunar. otnosheniya, Moscow, USSR.
7. Ivanova, I.P., Burlakova, V.V. and Pocheptsov, G.G. (1981), *Teoreticheskaya grammatika sovremennogo angliiskogo yazyka* [Theoretical grammar of the modern English language], Vysshaya shkola, Moscow, USSR.
8. Barkhudarov, L.S. (1975), *Yazyk i perevod. Voprosy obshchei i chastnoi teorii perevoda* [Language and translation. Questions of general and particular theory of translation], Mezhdunar. otnosheniya, Moscow, USSR.
9. "Methodological Recommendations on the Implementation of GOST R 6.30-2003 VNIIDAD", (2003), *Kodeks*, available at: <https://docs.cntd.ru/document/499077169> (accessed 19.11.2023).
10. Lebedev, A.A. (2004), *Kovodstvo*, available at: <https://www.artlebedev.ru/kovodstvo/> (accessed 20.11.2023).
11. Rozental', D.Eh. (1997), *Spravochnik po pravopisaniiyu i stilistike* [Reference book on spelling and stylistics], available at: <http://rosental-book.ru/> (accessed 19.11.2023).
12. Litvinova, M.N. (2012), *Praktikum po perevodu nauchnykh tekstov (angliiskii yazyk)* [Practicum on translation of scientific texts (English)], Perm. gos. nats. issl. un-t, Perm', RUS.
13. Kazakova, T.A. (2001), *Prakticheskie osnovy perevoda. English <=> Russian* [Practical Basics of Translation. English <=> Russian], Soyuz, SPb., RUS.
14. Batyukova, N.A. (2011), "Multilingual localization in modern virtual space", *Educational technologies in virtual linguistic and communicative space, IV International Virtual Conference on Russian Language, Literature and Culture*, Yerevan, ARM, March 2–4, 2011, pp. 42–45.

Information about the authors.

Nadezhda A. Antonova – Bachelor (Radio Engineering, 2014), Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia; Bachelor (Linguistics, 2021), Institute of Foreign Languages, 13 lit. A 12th line V.O., St Petersburg 199178, Russia, independent researcher, editor of several translation agencies. Area of expertise: translation studies, machine translation systems, technical and scientific translation, localization, machine translation post-editing.

Irina V. Kuzmich – Can. Sci. (Philology, 1994), Associate Professor at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of more than 40 scientific publications. Area of expertise: foreign language teaching methodology, translation studies, translation and interpreting, lexicology, phonosemantics.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 20.01.2024; adopted after review 27.02.2024; published online 24.09.2024.

Оригинальная статья
УДК 81'34
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-93-105>

Функции высокого терминального тона в интонационной системе современного английского языка

Кира Николаевна Сыпачёва¹, Елена Анатольевна Шамина²✉

^{1, 2}Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия,

¹k.sypacheva@gmail.com

²✉e.shamina@spbu.ru, <http://orcid.org/0000-0001-5274-1001>

Введение. В статье исследуются изменения, происходящие в интонационных системах современных вариантов английского языка, на примере использования высокого терминального тона (ВТТ). В качестве объектов исследования выбраны следующие типы произношения: британский произносительный стандарт (RP), который является кодифицированной произносительной нормой британского национального варианта английского языка; австралийский английский; североирландские английские диалекты (диалекты Белфаста). Интонационные контуры, содержащие высокий терминальный тон, сопоставляются между собой с целью выявления сходства и различия в акустических характеристиках и функциональной нагрузке. Научная новизна исследования состоит в том, что сопоставительный анализ функций ВТТ проводится на материале аудиозаписей современной спонтанной речи носителей разных вариантов английского языка. Актуальность данной работы связана с возрастающим интересом к интонационным изменениям, происходящим в современных английских диалектах. Результаты сопоставительного анализа позволяют выявить, насколько данные изменения можно считать универсальными для разных вариантов английского языка.

Методология и источники. Исследование проводилось на материале аудиозаписей диалогической спонтанной речи носителей британского произносительного стандарта, австралийского английского и североирландских диалектов (диалектов Белфаста). В ходе исследования был проведен акустический анализ аудиозаписей, а также анализ сопутствующего лексического и коммуникативного контекста диалогов для определения значений исследуемого контура.

Результаты и обсуждение. Важным результатом проведенного исследования стал вывод о появлении новых значений ВТТ, не зафиксированных в классических описаниях интонационной системы британского произносительного стандарта. Анализ акустических свойств реализаций ВТТ также позволил выявить ряд схожих черт между разными типами английского произношения.

Заключение. В условиях глобализации происходят изменения в интонации различных вариантов английского языка. Несмотря на то, что британский произносительный стандарт является кодифицированной нормой британского варианта английского языка, он также подвержен изменениям.

Ключевые слова: английская интонация, высокий терминальный тон, английские диалекты

Для цитирования: Сыпачёва К. Н., Шамина Е. А. Функции высокого терминального тона в интонационной системе современного английского языка // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 93–105.

© Сыпачёва К. Н., Шамина Е. А., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-93-105

Original paper

The High Rising Terminal in the Intonation System of the Modern English Language

*Kira N. Sypacheva*¹, *Elena A. Shamina*²✉

^{1, 2}*Saint Petersburg State University, St Petersburg, Russia,*

¹*k.sypacheva@gmail.com*

²✉*e.shamina@spbu.ru, [http:// orcid.org/0000-0001-5274-1001](http://orcid.org/0000-0001-5274-1001)*

Introduction. The article examines changes taking place in the intonation systems of modern varieties of the English language by analysing the use of the High Rising Terminal (HRT). Received pronunciation (RP), which is recognised as standard pronunciation in the United Kingdom, Australian English accents and Northern Irish English accents (accents of Belfast) have been chosen as the subject for this study. Intonation contours containing the HRT are compared in order to reveal any similar features regarding their realisation and functions. The results of this comparative analysis will show to what extent other varieties of English may be attributed to the changes in the intonation system of the modern RP. The present study is unique in that the material for the comparative analysis of the functions of the HRT includes recordings of spontaneous speech of the speakers of modern English accents. This study is relevant due to the growing interest in the modern changes in the intonation systems of different modern English dialects. The results of the comparative analysis show whether these changes can be considered universal across different English dialects.

Methodology and sources. The material for the present study includes audio samples of spontaneous speech represented by dialogues between native speakers of Standard British English, Australian English and Belfast English. The samples containing the HRT have been acoustically analysed. The lexical and communicative context of the samples have been evaluated in order to determine the functions of the phonetic contour.

Results and discussion. One of the main findings of this study is a new function of the HRT in RP that has not been found in the classical descriptions of the accent. The acoustic analysis of the realisations of the HRT has also revealed a number of similar features between the modern accents of English analysed in this study.

Conclusion. Many changes taking place in modern varieties of English have been caused by globalisation. Even though RP accent is considered to be the standard accent of British English, it is also subject to change.

Keywords: English intonation, high rising terminal, English dialects

For citation: Sypacheva, K.N. and Shamina, E.A. (2024), "The High Rising Terminal in the Intonation System of the Modern English Language", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 93–105. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-93-105 (Russia).

Введение. Интонация является универсальным языковым явлением. Она используется во всех языках, и без нее трудно было бы представить процесс коммуникации. Информация, передаваемая с помощью интонации, многообразна: она позволяет идентифицировать говорящего по голосу, охарактеризовать эмоциональное и психическое состояние человека. К лингвистической информации, передаваемой интонационными средствами, можно отнести сведения о синтаксическом строе высказывания, его коммуникативную направленность,

а также дополнительные смысловые оттенки, такие как эмоциональная окраска высказывания, отношение говорящего к сказанному и речевая ситуация. Интонация также используется для распознавания и различения слов.

Интонационные особенности английского языка наиболее полно описаны в работах Дж. О'Коннора и Дж. Арнольда, Д. Кристала, Дж. Уэллса и др. [1–6]. Эти описания в большей степени посвящены кодифицированным типам произношения – *британскому национальному произносительному стандарту (RP или received pronunciation)* или американскому национальному стандарту (*Standard American*). Учитывая значительную территориальную вариативность английского языка [7–11], эти сведения не дают полной картины, особенно если принять во внимание, что круг носителей британского нормативного произношения весьма ограничен и составляет не более 3–5 % населения Великобритании [11, с. 4].

В последних работах, посвященных английской интонации, исследователи единодушно отмечают, что даже вышеупомянутые описания стандартного произношения сильно устарели и нуждаются в пересмотре [12, 13]. Языковая ситуация в современной Великобритании очень изменилась за последние десятилетия, что вызвано произошедшими в обществе преобразованиями [13, с. 3]. Если в первой половине XX в. нормативное произношение считалось образцом для подражания и отождествлялось с социальной элитой, то, начиная с 1960-х годов, отношение к норме резко меняется со взлетом популярности поп-культуры, появлением таких культовых групп, как *The Beatles*, а также с большей демократизацией общества. Снижение престижа нормативного произношения отмечается в социолингвистических исследованиях, согласно которым отношение к носителям нормы становится в социуме резко отрицательным, а стандартное произношение является предметом насмешек. Интересно, что в последнее время диалектная речь дополняет образ протагонистов в современных фильмах и театральных постановках, тогда как антагонисты, наоборот, говорят на норме [13, с. 3].

Интересно отметить, что наряду с падением престижа *RP*, наблюдается рост популярности южного варианта произношения (*Standard Southern British* или *SSB*), характерного для представителей среднего класса, проживающих в Лондоне и южных регионах Великобритании [13, с. 4].

Интонационная система Дж. О'Коннора и высокий терминальный тон.

Южный тип произношения обладает целым рядом отличий от *RP* на сегментном уровне. Супraseгментный уровень также имеет свои особенности, хотя они выражены менее ярко. Интонационная система данного типа произношения имеет схожий с *RP* инвентарь интонационных конструкций, однако их функции и частота употребления различны. Так, интонационная конструкция *The Low Drop*, описанная в системе О'Коннора как интонационный контур с низким нисходящим мелодическим движением, используется значительно реже и перцептивно воспринимается как «высокомерная», «снисходительная» [13, с. 4]. Более предпочтительным интонационным контуром для утвердительных высказываний и специальных вопросов является тональная группа *The High Drop*, имеющая высокий нисходящий тон.

Нейтральные общие вопросы, для которых в системе О'Коннора предложена конструкция *The Low Bounce* [1, с. 62–66], в южном британском варианте обычно произносятся с нисходяще-восходящим движением тона (*the Fall-Rise*). Низкий восходящий тон в данном типе вопросов передает оттенок удивления, а также в определенных коммуникативных

ситуациях может звучать покровительственно (часто используется при обращении родителей к детям) [13, с. 102–103].

Следует отметить, что высокий восходящий тон (конструкция *The High Bounce* в системе О'Коннора [13, с. 75–78]) имеет более широкое применение в южном британском варианте, где он является не только типичным тоном вопросов без инверсии и вопросов-переспросов, но также используется в утвердительных высказываниях. В них ВТТ выполняет коммуникативную роль: говорящий желает получить ответную реакцию от собеседника, которая может быть выражена как вербально, так и невербально (с помощью таких жестов, как кивок головы или улыбка, выражающие одобрение или понимание). В исследованиях последних лет отмечаются и другие функции ВТТ: захват лидирующей позиции в коммуникации, выражение сомнения [14].

Такое использование ВТТ было неоднократно отмечено исследователями в речи молодых людей, говорящих на разных вариантах английского языка, включая носителей австралийского и ирландского английского, и получило название *Uptalk* (*UpSpeak*, *Australian Questioning Intonation*, *The High Rising Terminal*) [4, с. 37; 15, с. 70–74, 90–92; 16–18]. Некоторые исследователи считают, что данный смысловой оттенок характерен для разговорного стиля, и зрительный контакт участников беседы при этом очень важен не столько потому, что говорящий ожидает получить быструю реакцию от собеседника, выраженную минимальными невербальными средствами, сколько потому, что сама интонация является реакцией говорящего на невербальный стимул (жесты и мимика слушающего, выражающие отчужденность, непонимание, побуждают говорящего прибегнуть к иным интонационным средствам с целью вовлечь собеседника в разговор, вернуть интерес к его теме). По этой причине данный контур не используется при чтении новостей по телевидению и радио, т. е. в тех коммуникативных ситуациях, когда исключена возможность личной беседы [13, с. 107–108].

Согласно одной из теорий, ВТТ (*Uptalk*, *UpSpeak*) изначально появился в австралийском английском, а затем был заимствован в другие варианты английского языка. Существуют несколько гипотез появления данной интонации. Согласно одной из них частое использование ВТТ было отмечено в речи австралийцев в 1960–1970-е гг., когда в Австралию прибывало много иммигрантов из Европы [16, с. 51–52]. Иммигранты испытывали трудности при общении на неродном английском, поэтому австралийцы часто прибегали к данной интонации для облегчения коммуникации (ВТТ служил способом удостовериться, что сообщение понято верно).

Uptalk признается многими лингвистами универсальным явлением: использование восходящей интонации в утверждениях было замечено во многих вариантах английского языка. При этом отмечается, что зачастую носители английского относятся отрицательно к данной интонации: считается, что она выражает неуверенность говорящего в своих словах, беспомощность, покорность перед вышестоящим. Тем не менее некоторые лингвисты скептически относятся к универсальности этого явления, считая, что в разных вариантах английского языка данный интонационный контур может выполнять разные функции [15].

Несмотря на стигматизацию функции ВТТ, в последнее время исследователи отмечают все больше положительных коннотаций данного контура. Например, в австралийской кодифицированной произносительной норме было выявлено, что высказывания с ВТТ могут выражать догадку, требующую подтверждения (когда говорящий хочет убедиться в том, что

сообщение было им правильно понято), а также служить для установления контакта с собеседником, ведущей позиции в коммуникации, запроса реакции от собеседника (кивок головы, улыбка или реплика типа «окау», «mhh») [16, с. 52]. Дальнейший детальный анализ использования ВТТ также позволяет выявить, что этот тон характерен для определенных коммуникативных ситуаций. Так, во время рассказа истории или описания событий ВТТ нередко используется с целью удостовериться в степени вовлеченности слушающего: успеет ли он следить за повествованием или за ходом мысли говорящего [15, с. 53]. В одной из последних работ также упоминаются другие возможные смысловые оттенки тона, например, ирония [16, с. 57].

Особое место занимает ВТТ в интонационной системе североирландских диалектов. Насколько различны диалекты внутри североирландского варианта – вопрос, достойный отдельного исследования, однако бесспорно, что во всех североирландских диалектах типичной интонацией утверждений является восходящий контур. Согласно результатам сопоставительного исследования, проведенного на материале девяти английских диалектов (диалекты Лондона, Кембриджа, Кардиффа, Ливерпуля, Бредфорда, Лидса, Ньюкасла, Белфаста и Дублина), более 70 % утвердительных высказываний в диалекте Белфаста имели восходящий контур в отличие от остальных диалектов, в которых восходящий контур встречался в утверждениях значительно реже (не более 10 % всех высказываний в каждом диалекте) [19, 20]. Поскольку ВТТ является нейтральным тоном утверждений в североирландских диалектах, вполне справедливо считать, что он имеет более широкий спектр функций.

Исследователи также отмечают, что ВТТ может иметь в зависимости от диалекта разную фонетическую реализацию. В австралийском английском мелодическая форма ВТТ в утверждениях и вопросах не имеет существенных различий кроме того, что в утверждениях восходящее движение имеет низкий высотный уровень в начале ядерного тона (диапазон мелодического движения в утверждениях более широкий, чем в вопросах) [17]. В североирландских диалектах, в которых ВТТ является немаркированным тоном утверждений, *Uptalk* реализуется особым мелодическим контуром: за восходящим движением следует ровный тон или конечный «спад» [15, с. 73–74].

Таким образом, при сопоставлении ВТТ в разных вариантах английского языка можно наблюдать расхождение по функциям и форме мелодического движения. Справедливо ли в таком случае считать *Uptalk* в разных диалектах одним и тем же явлением? Какими функциями обладает ВТТ в современном британском произносительном стандарте? Насколько эти функции совпадают с функциями ВТТ в других английских диалектах? Попыткой ответить на эти вопросы и является данное экспериментальное исследование.

Методология и источники. Данная статья посвящена особенностям реализации ВТТ и его функции в современном британском произносительном стандарте (*RP*) в сравнении с австралийским английским (*Standard Australian*) и ирландским английским на примере диалекта Белфаста (*Belfast English*). Поскольку большое количество исследовательских работ указывают на то, что явление *Uptalk* характерно для разговорного стиля, для целей настоящего исследования был подобран материал, представленный записями диалогов спонтанной и малоподготовленной речи между носителями вышеуказанных диалектов.

В качестве материала исследования были использованы видеозаписи, имеющиеся в открытом доступе на веб-сайте *YouTube*, аудиозаписи эфиров интернет-радиостанции *Q Radio*

Belfast и аудиозаписи корпуса диалогической спонтанной австралийской речи *CABank English GCSAusE Corpus* [21].

В выборку вошли примеры восьми фраз с ВТТ, произнесенных носителями британского стандарта: двое дикторов являются профессорами университета, третий диктор – радиоведущая интернет-радиостанции *BBC Radio London*, у которой присутствуют черты южного типа произношения (*South Standard British*).

Выбор местной интернет-радиостанции в качестве источника диалектной речи позволил облегчить поиски носителей диалекта Белфаста, а непринужденная обстановка радиоэфира, программа которого была посвящена обсуждению между ведущими и слушателями бытовых тем, обеспечила подходящие условия для использования *Uptalk*. В выборку вошли 62 фразы, реализованные с ВТТ носителями диалекта Белфаста. Реализации являются утвердительными высказываниями, записанными в контексте радиоэфира интернет-радиостанции *Q Radio Belfast*.

В качестве источника австралийского английского был выбран корпус спонтанной речи *CABank English GCSAusE Corpus*, содержащий записи диалогов между друзьями и родственниками на повседневные темы. Диалоги были записаны на диктофон самими дикторами в домашней обстановке и в университете *Queensland* в Брисбене. Корпус был создан в 2010 г.

С помощью слухового и инструментального анализа были отобраны утвердительные высказывания, произнесенные с ВТТ. Детальный акустический анализ был произведен в программе *Wave Assistant* для получения данных о мелодическом контуре каждой фразы: диапазон изменения частоты основного тона (ЧОТ) на всей синтагме, локализация интонационного центра, значения ЧОТ мелодических пиков, движение тона в пост-центре высказывания. Для определения смысловых оттенков ВТТ был рассмотрен сопутствующий контекст каждой из 25 фраз выборки из четырех диалогов (30 мин.).

Результаты и обсуждение.

Британский произносительный стандарт.

Фонетическая реализация ВТТ во фразах выборки совпадает с реализацией тональной группы *The High Bounce* (по системе О'Коннора): подъем тона происходит на ядерном слоге или при наличии пост-центра начинается на ядерном слоге и продолжается на заударных слогах. Восходящее движение начинается на среднем тональном уровне говорящего и достигает высокого уровня. Интервал подъема составил от 5 до 16 полутонов (пт).

Две реализации ВТТ прозвучали во вступительной части видеointервью с профессором лингвистики, когда интервьюер представлял гостя и сообщал тему беседы. Эти фразы содержат самую важную информацию вступления: имя гостя (*professor David Crystal*) и тему беседы (*conversation*). Можно предположить, что ВТТ служит для выделения новой информации в монологической речи. Учитывая то, что *Uptalk* часто используется именно в разговорном стиле, можно также сделать предположение, что диктор, чья речь была обращена к аудитории, с помощью ВТТ стремилась установить контакт со слушателями, придав немного непринужденности своей речи. Примеры реализаций вместе с сопутствующим лексическим контекстом приводятся далее (интонация показана с помощью разметки О'Коннора).

Пример 1.

I will be in 'conver'sation to/day | with pro'fessor David 'Crystal | 'who is a pro'fessor of lin^vguistics | and 'author of\`very-'very 'many 'books | on the 'English language.

Пример 2.

His 'latest 'book is on ,conver'sation | and I'm de'lighted to 'welcome him | to/day | from his 'home in 'North / Wales | to 'have a ,conver'sation 'with him | about ,conversational.

В следующем примере ВТТ используется в перечислении тем, которые будут затронуты в беседе. ВТТ использован в схожей функции, что и в начале вступительной части – установление контакта со слушающим во время объявления новой темы.

Пример 3.

There are some ,questions to be 'asked:| 'what is it, | 'why do we 'do it,| 'how do we 'learn it,| 'what are the con>ventions,| and 'what about 'virtual conversation| like \this one.

В следующем фрагменте другой диктор использует ВТТ также во вступительной части во время представления себя аудитории. ВТТ выполняет схожую функцию – установление контакта со слушающим.

Пример 4.

I'm 'Jennifer 'Jenkins. | And I'm 'sitting in my 'office | in ,South'ampton ,uni>versity | 'where I 'work at the 'centre of 'Global \Englishes.

Другой диктор использует ВТТ во фразе «of 'just 'putting your'self on/line». Диктор делится своими впечатлениями от просмотра видеоблога. Фраза с ВТТ следует после описания видеоблога и содержит объяснение того, чем вызвано восхищение диктора. Можно предположить, что он прибегает к использованию ВТТ, чтобы получить подтверждение от слушателя или ответную реакцию, что слушающий разделяет мнение или даже восхищение. Тон реализован в тот момент, когда диктор устанавливает зрительный контакт с собеседником, а собеседник, в свою очередь, отвечает улыбкой на интонационный и невербальный стимулы. Таким образом, ясно, что ВТТ способствует поддержанию контакта участников диалога. Текст фразы и сопутствующий контекст представлены ниже.

Пример 5.

Then I was 'drawn \in to 'watching /her | 'do very \little but 'talk to a ,camera | and 'putting 'on \make-up | and I was \sold | and then I 'don't in 'any 'way 'try to ,emu\late her | but I 'just 'thought I 'love this \medium | of 'just 'putting your'self on/line | and I 'said in my ,intro\duction | both \she | and \Joe | are the o\riginals | They are the \trailblazers.

Австралийский английский.

15 фраз с ВТТ были отобраны из корпуса австралийской диалогической речи *CABank English GCSAusE Corpus*. В корпус включены записи диалогов между носителями стандартного австралийского варианта. Большая часть диалогов была записана в домашней обстановке. Дикторы общались друг с другом на повседневные темы: работа, учеба, любимая еда и др.

Акустический анализ реализаций утвердительных высказываний с ВТТ показал, что интонационный контур по форме мелодического движения похож на тональную группу *The High Bounce*: подъем тона локализуется на ядерном слоге, начинается на среднем тональном уровне говорящего и достигает высокого уровня, или при наличии заударных слогов (пост-центра) восходящее движение распределяется между ядерным слогом и последующими слогами до конца синтагмы. Интервал подъема составил от 5 до 12 полутонов. Зависимости между количеством заударных слогов и интервалом движения тона выявлено не было.

Смысловые оттенки ВТТ были определены с опорой на сопутствующий контекст. Было выявлено, что ВТТ используется во время предложения темы для обсуждения и для подде-
Функции высокого терминального тона в интонационной системе современного английского языка 99
The High Rising Terminal in the Intonation System of the Modern English Language

жания контакта с собеседником с целью получения ответной реакции или подтверждения внимания с его стороны.

В примере 6 реплика звучит в начале диалога, когда дикторы приступают к заданию поговорить о любимой еде и пытаются определить, как лучше начать обсуждение этой темы. Один из дикторов говорит, что в последнее время готовит много блюд японской кухни, что звучит как приглашение к обсуждению темы, и ВТТ, оформляющий ее, способствует установлению контакта между собеседниками.

Пример 6.

– 'Recently I've been 'cooking a 'lot of 'Japanese 'food at 'home.

– 'Are you?

– Yeah, because it's 'just 'more con 'venient and it's 'healthier.

– Do you 'eat 'Japanese 'food 'more 'often than 'Australian food?

В некоторых случаях ВТТ был применен в объяснениях, и тогда тон был использован для запроса у слушающего ответной реакции. В примере 7 один из дикторов объясняет, что нечасто готовит блюда японской кухни, потому что покупать ингредиенты в магазинах азиатских товаров для нее дорого, и заканчивая свое объяснение фразой с ВТТ: «from the asian /supermarket». Диктор при этом пытается удостовериться, что объяснение удовлетворяет собеседника или, возможно, собеседник имеет схожий опыт. Слушающий отвечает на этот стимул репликой обратной связи: «Yeah».

Пример 7.

– 'How about 'you? | Do you 'do 'much 'cooking at 'home?

– >Ahm. | >Basic 'things. | 'Not 'really 'Japanese 'food, | cause it's 'too >tricky.

– >Mm-hmm.

– >Ahm. | And 'yeah. | 'Like it's ex 'pensive to 'buy 'all the in'gredients | from the 'asian /supermarket.

– >Yeah.

ВТТ в похожей функции также встречается во фразе «like they wrap it in some kind of /leaf» (пример 8), когда говорящий описывает нюансы приготовления определенного вида суши. Ответная реакция слушающего выражена не просто репликой обратной связи («yeah», «right»), подтверждающей согласие со словами говорящего, слушающий вспоминает другие особенности приготовления этого блюда, т. е. его ответные реплики содержат дополнительную информацию, касающуюся услышанного.

Пример 8.

– It's a 'special 'type of 'sushi 'where |, 'ahm, they 'wrap it 'really 'tightly in a 'square 'form | and they 'cut it, | 'like they 'wrap it in some 'kind of /leaf.

– 'Square. | 'Not 'circular.

В примере 9 ВТТ выполняет схожую функцию. Он используется во фразах, содержащих описание малознакомых собеседнику названий блюд: «It's like Danish feta's a lot /creamier. | And a lot /saltier». В этом случае говорящий также запрашивает обратную связь.

Пример 9.

– My 'favourite 'food would have to be 'Danish /feta | 'which is 'really /salty, | 'ah, and 'really /sour.

– 'What's 'that?

– It's 'like 'Danish 'feta's a 'lot /creamier. | And a 'lot /saltier.

– >Mmm.

– So it's 'really 'good on \anything. | >Hamburgers, | >sandwiches, | in >pasta...

Стоит отметить, что оттенок незавершенности, типичный для ВТТ в стандартном британском произношении и встречающийся в высказываниях с однородными членами, был передан в примере 9 ровным тоном («Hamburgers, sandwiches, in pasta»).

Диалект Белфаста.

Локализация мелодического максимума в ирландском диалекте происходит по универсальным правилам: подъем тона локализуется на ядерном слоге, если он является последним слогом синтагмы, или восходящее движение распределяется между ядерным слогом и постцентром, а мелодический максимум реализуется на последнем слоге постцентра. Среднее значение диапазона, в пределах которого реализуется терминальный подъем, у дикторов варьируется от 7 до 13 пт. Зависимость диапазона движения тона от длины постцентра не была установлена: при анализе речи каждого диктора в отдельности средние значения диапазонов для фраз с постцентром и без него практически совпадают.

В выборке были и исключения: в некоторых случаях интонационный контур был представлен двумя восходящими движениями. Например, во фразе «It's her birthday tomorrow» восходящее движение было локализовано на ударном слоге слова «birthday», а также на ударном слоге слова «tomorrow».

Следует учитывать, что речевая деятельность, реализующаяся в радиоэфире (радиоречь), имеет свою специфику. В радиокommunikации совершенно явно присутствует ориентация на ее пассивного участника – слушателя. Радиоведущий создает иллюзию диалога со слушающим, прибегая к специальным вербальным средствам (частое использование обращений к радиослушателям, конструкции, апеллирующие к ментальному опыту адресата, и др.). Поскольку радиоэфир лишен визуальности, дикторы радио вынуждены прибегать исключительно к вербальным средствам общения с использованием механизмов компенсации (речь более эмоционально окрашенная, лексически и интонационно более выразительная) [22]. Для современной ситуации устного публичного общения отмечается замена обращений типа «уважаемые радиослушатели» на конструкции привлечения внимания, которые в коммуникативном смысле выполняют функцию обращений [23].

С учетом специфики данной коммуникативной ситуации были определены следующие смысловые оттенки ВТТ: привлечение внимания, установление контакта, дружелюбие, незавершенность.

В примере 10 ВТТ реализован в неконечной синтагме «give us something good», поэтому предположительный смысловой оттенок тона – незавершенность.

Пример 10.

We 'used to 'say “ 'trick or \treat, | 'smell my \feet, | 'give us 'something /good | to 'eat for ,Hallo\ween”.

В следующем примере ВТТ реализован на слове *birthday*. В этом примере радиоведущий приглашает слушателей поздравить одну из слушательниц с днем рождения, поэтому был предложен оттенок значения «привлечение внимания».

Пример 11.

'Give a 'shout 'out to \Debby ... | in \Lisbon. | It's her /birthday to/morrow. | 'Happy \birthday!

Для некоторых фраз было определено несколько дополнительных смысловых оттенков. В примере 12 ведущий озвучивает сообщение, поступившее от радиослушателя, т. е. синтагма с ВТТ является цитатой. ВТТ использован предположительно для привлечения внимания слушателей к тексту сообщения. Поскольку текстовое сообщение содержит положительную оценку, можно также предположить, что диктор, не имея возможности выразить эмоцию невербальными средствами (например, улыбкой), старался передать чувство радости от полученной похвалы с помощью интонации. Таким образом, авторами были предложены оттенки «дружелюбие» и «установление контакта».

Пример 12.

I 'got a 'text | 'which 'says | 'Class 'start of the 'Saturday 'show. | I must have 'just /missed that. | Apologies.

Интересно проявлена функция установления контакта с собеседником в примере 13. ВТТ был реализован на ядерном слоге слова «massive» во фразе «to them my car is massive», которая выражает негодование диктора, направленное в сторону владельцев электромобилей, которые, по его мнению, водят их довольно небрежно. В данном примере происходит диалог между двумя радиоведущими, поэтому вероятно, что диктор запрашивает от второго радиоведущего ответную реакцию в виде согласия или сочувствия. Также возможно, что данные фразы являются обращением к радиослушателям. Похожий пример использования терминального высокого подъема можно встретить и во фразе «they couldn't miss it» с ядерным слогом на слове «miss».

Пример 13.

The e 'lectric 'cars in my 'cul-de-sac, | that are 'owned by 'Kelvin, | are 'small. | To... to 'them my 'car is 'massive... | 'like... they 'couldn't 'miss it.

Заключение. Данные, представленные в статье, наглядно демонстрируют, что между интонационными системами разных вариантов английского языка имеются сходства как в реализации ВТТ, так и в его функциях. Во всех трех типах произношения ВТТ локализуется на ядерном слоге, а в случае наличия постцентра восходящее движение распределяется между ядерным слогом и последующими слогами, достигая мелодического максимума в конце синтагмы.

При сравнении смысловых оттенков ВТТ в утвердительных высказываниях можно заключить, что его основной функцией является установление контакта с собеседником. Из вышеприведенных примеров также следует, что в роли слушающего может выступать как непосредственный собеседник, так и аудитория, являющаяся пассивным участником коммуникации. В коммуникативной ситуации радиоэфира и видеointервью ВТТ был, вероятно, использован дикторами для поддержания контакта с потенциальными зрителями или слушателями.

Таким образом, подтверждаются сделанные ранее наблюдения о расширении и изменении значений ВТТ в речи современных носителей британского стандартного произношения. По полученным данным можно также заключить, что применение исследуемого тона в новой функции (установление контакта) является универсальным явлением в различных вариантах английского языка.

Стоит, однако, отметить, что выводы, касающиеся использования ВТТ, были сделаны только с опорой на коммуникативный контекст и субъективную оценку. Для получения более объективных данных необходимо оценить восприятие данного интонационного контура носителями различных вариантов английского языка с помощью перцептивных экспериментов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. O'Connor J. D., Arnold G. F. *Intonation of Colloquial English*. 2nd ed. Bristol: Longman Group Ltd, 1973.
2. Crystal D. *Prosodic Systems and Intonation in English*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1969.
3. Crystal D. It's not what you say, it's the way that you say it // University of Huddersfield. URL: <https://news-archive.hud.ac.uk/news/2016/may/itsnotwhatyousayitsthewaythatyousayit.php> (дата обращения: 24.10.2023).
4. Wells J. C. *English Intonation. An Introduction*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2009.
5. Cruttenden A. *Gimson's Pronunciation of English*. 8th ed. London, NY: Routledge, 2014.
6. *Intonation systems. A Survey of Twenty Languages* / D. Hirst, A. Cristo (eds.). Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1998.
7. Wells J. C. *Accents of English 1. An Introduction*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1982.
8. Wells J.C. *Accents of English 2. The British Isles*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1982.
9. Wells J. C. *Accents of English 3. Beyond the British Isles*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1982.
10. Trudgill P. *Language in the British Isles*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1984.
11. Hughes A., Trudgill P., Watt D. *English Accents and Dialects*, 5th ed. London, NY: Routledge, 2012.
12. Crystal D. Language developments in British English // *The Cambridge Companion to Modern British Culture* / M. Higgins, C. Smith, J. Storey (eds.). Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2010. P. 26–41. DOI: 10.1017/CCOL9780521864978.003.
13. Lindsey G. *English after RP: Standard British Pronunciation Today*. Cham: Springer, 2019.
14. Arvaniti A., Atkins M. Uptalk in Southern British English // *Proc. of Speech Prosody*, Boston, 31 May – 3 Jun 2016 / Univ. of Boston, Boston. 2016. P. 153–157. DOI: 10.21437/SpeechProsody.2016-32.
15. Warren P. Uptalk in English varieties // *Uptalk: The Phenomenon of Rising Intonation*. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2016. P. 69–96. DOI: 10.1017/CBO9781316403570.005.
16. Frödrich K. Functions of 'Uptalk' in Australian English: A Tool to Express Humor // *Australian Studies J.* 2023. Vol. 37. P. 49–60. DOI: 10.35515/zfa/asj.37/2023.04.
17. Fletcher J., Harrington J. High-rising terminals and fall-rise tunes in Australian English // *Phonetica*. 2001. Vol. 58, iss. 4. P. 215–229. DOI: 10.1159/000046176.
18. Moritz N. Uptalk variation in three varieties of Northern Irish English // *Proc. of Speech Prosody*, Boston, 31 May – 3 Jun 2016 / Univ. of Boston, Boston. 2016. P. 119–122. DOI: 10.21437/SpeechProsody.2016-25.
19. Grabe E., Post B. Intonational variation in British Isles // *Proc. of the Speech Prosody*, Aix-en-Provence, April 11–13, 2002 / Laboratoire Parole et Langage, Aix-en-Provence. 2002. P. 343–346. DOI: 10.21437/SpeechProsody.2002-71.
20. Grabe E., Kochanski G., Coleman J. The intonation of native accent varieties in the British Isles: potential for miscommunication? // *English pronunciation models: A changing scene* / K. Dziubalska-Kolaczyk, J. Przedlacka (eds.). Bern: Peter Lang, 2005. P. 311–338.
21. Haugh M. *CABank English GCSAusE Corpus*. 2013. URL: <https://ca.talkbank.org/access/GCSAusE.html>. DOI: 10.21415/T53W33 (дата обращения: 17.11.2023).
22. Нестерова Н. Г. Коммуникативно-прагматическая специфика спонтанного радиодискурса // *Вестн. Том. гос. ун-та*. 2009. № 318. С. 37–40.
23. Снятков К. В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Черепов. гос. ун-т. Вологда, 2008.

Информация об авторах.

Сыпачёва Кира Николаевна – аспирантка (теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика) Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия. Автор трех научных публикаций. Сфера научных интересов: фонетика, английская интонация.

Шамина Елена Анатольевна – кандидат филологических наук (1989), доцент кафедры фонетики и методики преподавания иностранных языков филологического факультета Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия. Автор более 70 научных публикаций. Сфера научных интересов: фонетика, методика преподавания иностранных языков, фоносемантика.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 16.01.2024; принята после рецензирования 14.02.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.

REFERENCES

1. O'Connor, J.D. and Arnold, G.F. (1973), *Intonation of Colloquial English*, 2nd ed., Longman Group Ltd, Bristol, UK.
2. Crystal, D. (1969), *Prosodic Systems and Intonation in English*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
3. Crystal, D. (2016), "It's not what you say, it's the way that you say it", *Univ. of Huddersfield*, available at: <https://news-archive.hud.ac.uk/news/2016/may/itsnotwhatyousayitstheawaythatyousayit.php> (accessed 24.10.2023).
4. Wells, J.C. (2009), *English Intonation. An Introduction*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
5. Cruttenden, A. (2014), *Gimson's Pronunciation of English*, 8th ed., Routledge, London, NY, UK.
6. Hirst, D., Cristo, A. (1998) *Intonation systems. A Survey of Twenty Languages*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
7. Wells, J.C., (1982), *Accents of English 1. An Introduction*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
8. Wells, J.C., (1982), *Accents of English 2. The British Isles*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
9. Wells, J.C., (1982), *Accents of English 3. Beyond the British Isles*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
10. Trudgill, P. (1984), *Language in the British Isles*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
11. Hughes, A., Trudgill, P. and Watt, D. (2012), *English Accents and Dialects*, 5th ed., Routledge, London, NY, UK.
12. Crystal, D. (2010), "Language developments in British English", *The Cambridge Companion to Modern British Culture*, in Higgins, M., Smith, C. and Storey, J. (eds.), Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK, pp. 26–41. DOI: 10.1017/CCOL9780521864978.003.
13. Lindsey, G. (2019), *English after RP: Standard British Pronunciation Today*, Springer, Cham, GER.
14. Arvaniti, A. and Atkins, M. (2016), "Uptalk in Southern British English", *Proc. of Speech Prosody*, 31 May – 3 Jun 2016, Boston, USA, pp. 153–157. DOI: 10.21437/SpeechProsody.2016-32.
15. Warren, P. (2016), "Uptalk in English varieties", *Uptalk: The Phenomenon of Rising Intonation*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK, pp. 69–96. DOI:10.1017/CBO9781316403570.005.
16. Frödrich, K. (2023), "Functions of 'Uptalk' in Australian English: A Tool to Express Humor", *Australian Studies J.*, vol. 37, pp. 49–60. DOI: 10.35515/zfa/asj.37/2023.04.
17. Fletcher, J. and Harrington, J. (2001), "High-rising terminals and fall-rise tunes in Australian English", *Phonetica*, vol. 58, iss. 4, pp. 215–229. DOI: 10.1159/000046176.
18. Moritz, N. (2016), "Uptalk variation in three varieties of Northern Irish English", *Proc. of Speech Prosody*, 31 May – 3 Jun 2016, Boston, USA, pp. 119–122. DOI:10.21437/SpeechProsody.2016-25.
19. Grabe, E. and Post, B. (2002), "Intonational variation in British Isles", *Proc. of the Speech Prosody*, Aix-en-Provence, FRA, April 11–13, 2002, pp. 343–346. DOI: 10.21437/SpeechProsody.2002-71.
20. Grabe, E., Kochanski, G. and Coleman, J. (2005), "The intonation of native accent varieties in the British Isles: potential for miscommunication?", *English pronunciation models: A changing scene*, in Dziubalska-Kolaczyk, K. and Przedlacka, J. (eds.), Peter Lang, Bern, GER, pp. 311–338.
21. Haugh, M. (2013), *CABank English GCSAusE Corpus*, available at: <https://ca.talkbank.org/access/GCSAusE.html> DOI: 10.21415/T53W33 (accessed 17.11.2023).
22. Nesterova, N.G. (2009), "Communicative and pragmatic peculiarities of spontaneous radiodiscourse", *Tomsk State Univ. J.*, no. 318, pp. 37–40.

23. Snyatkov, K.V. (2008), "Communicative-pragmatic characteristics sports discourse of television broadcasting", Abstract of Can. Sci. (Philology) dissertation, ChSU, Vologda, RUS.

Information about the authors.

Kira N. Sypacheva – Postgraduate (Theoretical, Applied and Comparative Linguistics), Saint Petersburg State University, 7/9 University emb., St Petersburg 199034, Russia. The author of 3 scientific publications. Area of expertise: phonetics, English intonation.

Elena A. Shamina – Can. Sci. (Philology, 1989), Associate Professor at the Department of Phonetics and Foreign Language Teaching Methodology, Saint Petersburg State University, 7/9 University emb., St Petersburg 199034, Russia. The author of over 70 scientific publications. Area of expertise: phonetics, foreign language teaching methodology, phonosemantics.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 16.01.2024; adopted after review 14.02.2024; published online 24.09.2024.*

Оригинальная статья

УДК 811.112

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-106-120>

Разговорник в типологии текстов: подтип учебника или отдельный тип текста?

Мария Александровна Соколюк

*Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия,
sokolyuk_mari@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0002-0814-7974>*

Введение. Разговорник как тип текста, нацеленный на обеспечение основ общения в условиях отсутствия знания иностранного языка, не может быть однозначно отнесен к подтипу словаря, учебника или пособия по развитию навыков устной речи. В статье рассматривается проблема определения статуса разговорника в типологии типов текста. Исследование нацелено на диахронический анализ текстов и структуры разговорников для выявления черт, объединяющих разговорник с учебником, а также определения присущих только разговорнику свойств, позволяющих выделить его как самостоятельный тип текста. Отсутствие работ, рассматривающих проблему определения статуса разговорника, определяет актуальность исследования.

Методология и источники. Материалом исследования послужили тексты немецко-русских и русско-немецких разговорников XVIII–XXI вв., охватывающие период с 1795 по 2011 г., которые создавались как для обучения немецкому или русскому языку, так и для практического использования во время путешествий. Выбор общих (учебных и туристических) разговорников обусловлен тем, что они отражают разные стороны взаимодействия представителей языковых сообществ в заранее заданных ситуациях.

Результаты и обсуждение. Сравнение показало, что разговорник – самостоятельный тип текста, на разных этапах своего исторического развития обладающий большим или меньшим количеством сходных черт с учебником, словарем и пособием по развитию навыков устной речи, но значительно от них отличающийся. В ходе своего исторического развития когезивные связи между языковыми единицами разговорника ослабевают: из книжки, содержащей связные и логичные диалоги на разные темы (XVIII–XIX вв.) разговорник превращается в пособие с набором тематически организованных шаблонных фраз и списков слов (конец XX–XXI вв.).

Заключение. Разговорник, таким образом, представляет собой тип текста, который тесно связан с эпохой создания, что отражается не только в тематике и структуре, но и в силе когезивных связей, составляющих разговорник языковых единиц.

Ключевые слова: разговорник, тип текста, разговорник как тип текста, учебник, разговорник как текст, дидактическая функция разговорника

Для цитирования: Соколюк М. А. Разговорник в типологии текстов: подтип учебника или отдельный тип текста? // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 106–120. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-106-120.

© Соколюк М. А., 2024

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Original paper

Phrasebook in Text Typology: a Type of Textbook or an Independent Type of Text?

Maria A. Sokoljuk

*Saint Petersburg State University, St Petersburg, Russia,
sokolyuk_mari@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0002-0814-7974>*

Introduction. A phrasebook as a type of text is aimed at providing the basics of communication in situations when the knowledge of a foreign language is absent. It can not be classified as a type of a dictionary, textbook or manual for the development of speaking skills. The article examines the problem of determining the status of a phrasebook in the typology of text types. The study is aimed at a diachronic analysis of the texts and structure of phrasebooks to identify features that unite a phrasebook with a textbook, as well as to determine the properties inherent only to a phrasebook, allowing it to be distinguished as an independent type of text. The lack of works that consider the problem of determining the status of a phrasebook determines the relevance of the study.

Methodology and sources. The research material – the texts of German-Russian and Russian-German phrasebooks of the XVIII–XXI centuries, covering the time period from 1795 to 2011, which were created both for teaching the German or Russian language, and for practical use during travel. The general (educational and tourist) phrasebooks were chosen because of the fact that they reflect different aspects of interaction between representatives of language communities in predetermined situations.

Results and discussion. The comparison has shown that a phrasebook is an independent type of text, at different stages of its historical development having more or less similar features with a textbook, dictionary and a manual for the development of oral speech skills, but differing significantly from them. In the course of its historical development, the cohesive connections between the linguistic units of the phrasebook weaken: from a book containing coherent and logical dialogues on various topics (XVIII–XIX centuries), the phrasebook turns into a manual with a set of thematically organized template phrases and lists of words (late XX–XXI centuries).

Conclusion. The phrasebook, thus, is a type of text that is closely related to the era of creation, which is reflected not only in the theme and structure, but also in the strength of the cohesive connections of the linguistic units that make up the phrasebook.

Keywords: phrasebook, type of text, phrasebook as a type of text, textbook, phrasebook as a text, didactic function of the phrasebook

For citation: Sokoljuk, M.A. (2024), "Phrasebook in Text Typology: a Type of Textbook or an Independent Type of Text?", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 106–120. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-106-120 (Russia).

Введение. Разговорник представляет собой относительно неизученный тип текста. Первая проблема, возникающая перед исследователем разговорника, – вопрос дефиниции. Какие именно пособия можно назвать разговорниками? В обиходном представлении под разговорником понимают, как правило, книжку для туристов небольшого формата, разделенную на главы по тематическому принципу и содержащую в каждой главе самые необходимые слова и фразы на иностранном языке для заданных в названии главы ситуаций. Эти фразы сопровождаются транслитерацией и переводом на иностранный язык. Некоторые из

Разговорник в типологии текстов: подтип учебника или отдельный тип текста? 107
Phrasebook in Text Typology: a Type of Textbook or an Independent Type of Text?

дания помимо «готовых» для использования фраз предлагают также алфавит иностранного языка, правила произношения некоторых звуков, элементарную грамматику, а с XX в. могут включать также лингвострановедческую информацию. Такое представление соответствует определению, данному в Большом энциклопедическом словаре (в лингвистических словарях определение разговорника не встречается), который подчеркивает ситуативную привязку представленных в разговорнике фраз, упоминает разновидности разговорников, но недостаточно раскрывает вопрос его структуры: «Разговорник – издание, помогающее в общении на иностранном языке в распространенных жизненных ситуациях. Бывает дву- и многоязычным; включает отдельные слова и фразы» [1].

Более детализированным, но достаточно общим представляется определение Б. Ю. Нормана: «Разговорник – это собрание некоторого количества изолированных или связанных между собой фраз (реплик) на родном языке вместе с их переводом на неродной (иностранной) язык» [2, с. 179].

Тем не менее остается открытым вопрос не только дефиниции, но и жанровой принадлежности разговорника. Г. А. Левченко уверенно определяет разговорник как словарь, основной единицей описания которого является не слово, а синтаксически самостоятельная единица разговорной речи – зафиксированная в письменном виде фраза [3, с. 155]. Встречается точка зрения, согласно которой разговорник, «предугадывающий» ситуации реального непринужденного связного общения, «автоматически переходит в иной жанр, превращается в сборник упражнений по развитию навыков речи» [2, с. 176].

Методология и источники. Материалом нашего диахронического исследования послужили русско-немецкие и немецко-русские разговорники, охватывающие период с 1795 по 2011 г. Разговорники, предназначенные для специалистов в разных областях (медицина, кораблестроение и др.), к анализу не привлекались. Объект исследования – разговорники, относящиеся по классификации Г. А. Левченко, к группе общих (учебные и туристические), так как они, в отличие от специальных, стремятся охватить как можно большее количество «жизненно важных» коммуникативных практик, осветить разные стороны взаимодействия представителей двух культур.

Результаты и обсуждение.

Разговорник как собрание текстов.

Отстаивая самостоятельный статус разговорника как типа текста, мы должны, прежде всего, доказать принадлежность представленных в разговорнике материалов, иногда разрозненных и слабо связанных между собой, к текстам.

Б. Ю. Норман однозначно относит разговорник к лингвометодической литературе, позволяющей «познавать язык через текст», утверждая, что разговорник отражает систему языка как совокупность «готовых продуктов речевой деятельности, т. е. текстов», несмотря на то что эта совокупность текстов является тематически и стилистически ограниченной [2, с. 179]. С. И. Дубинин, анализируя военный разговорник под редакцией Г. Ф. Пламша, называет его «прагматически ориентированным текстом в событийном аспекте конкретной военной ситуации и милитаристской доктрины германского вермахта в начале войны (1941)» [4, с. 144]. В другой статье, анализируя разговорник 1938 г. под редакцией Ф. Зулцбергера, исследователь также подчеркивает, что этот военный разговорник представляет собой связ-

ный текст в совокупности с материальными, идеологическими, жизненными, этно- и социокультурными, психологическими факторами [5, с. 153].

Вопрос принадлежности представленных в разговорниках предложений к текстам не является однозначно решенным. Что отличает текст от случайного соположения предложений? Согласно определению И. Р. Гальперина, «текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [6, с. 18].

Критерии, на основании которых какое-то количество расположенных рядом предложений может быть отнесено к тексту, разнятся. Согласно концепции Р.-А. де Богранда и В. Дресслера любой текст должен удовлетворять семи критериям текстуальности: 1) когезия; 2) когерентность; 3) интенциональность; 4) воспринимаемость; 5) информативность; 6) ситуативность; 7) интертекстуальность [7]. Если текст не удовлетворяет хотя бы одному критерию, он не может быть признан текстом. Одни исследователи выделяют большее, другие – меньшее количество критериев. Но все исследователи, так или иначе, сходятся во мнении, что текст не может быть текстом, если он не обладает цельностью и связностью (в других терминах – когерентностью и когезией). Именно благодаря им текст становится принадлежностью системы языка [8, 9]. Целостность (когерентность) охватывает содержательные взаимосвязи в тексте и, по мнению О. И. Москальской, выражается в виде смысловой (содержание – единство формы), коммуникативной (функция – темо-рематическая цепочка) и структурной (форма – внешние сигналы связей между предложениями) целостности [10]. По сути, О. И. Москальская объединяет в разных видах целостности и цельность, и связность. Иногда их объединяют понятием «когерентность текста» [11, с. 133].

Разговорник, безусловно, удовлетворяет критерию целостности. Прежде всего, любое его издание всегда соотносится с определенной тематикой, отсюда и разные типы разговорников – туристические, медицинские, военные. Кроме того, представленные в рамках каждой отдельно взятой главы фразы всегда относятся к одной теме, в большинстве случаев (особенно, в современных разговорниках) указанной в названии. Развертывание тем в разговорниках происходит по логическому принципу, в основе которого – человеческая коммуникация: от знакомства и приветствий до менее «важных» тем, таких как, например, спорт или праздники.

Что касается связности представленных в рамках каждой темы фраз, то возникает закономерный вопрос о силе этих связей. Необходимо отметить, что не только содержание и структура разговорника, но также когезивные связи между предложениями зависят от большого количества факторов, таких как, например, эпоха создания, цели конкретного издания, его объем, а также субъективные представления составителей разговорников о коммуникативном минимуме. Поэтому возможно выделить несколько типов разговорников, основываясь на характере когезивных связей между составляющими их предложениями.

Первый тип: разговорники с сильными когезивными связями во всех главах. Такие издания напоминают связные, логически выстроенные диалоги персонажей литературных

произведений. К этому типу относятся следующие разговорники: «Новый легчайший способ самому без помощи учителя учиться правильно по немецки» [12], «Русские и немецкие разговоры» [13], «Краткий русско-немецкий разговорник» [14], «Deutsch-russisches Gesprächsbuch» [15]. Последний разговорник похож на путевые заметки немца, посетившего с визитом Советский Союз, где его встречает русский (либо его давний знакомый, либо руководитель делегации) и показывает страну, рассказывает ее историю, сопровождает в отель, ресторан, театр, колхоз:

– *Guten Tag! (Guten Morgen! Guten Abend!)* – *Здравствуйте! (Доброе утро! Добрый вечер!)*

– *Wie war die Reise?* – *Как вы доехали?*

– *Danke, (sehr) gut.* – *Спасибо, (очень) хорошо.*

– *Was gibt es Neues?* – *Что нового?*

– *Ich soll Ihnen einen Gruß von Herrn N. Übermitteln.* – *Меня просили передать вам привет от господина Н* [15, с. 7].

...

– *Was werden wir in Moskau zu sehen bekommen?* – *Что мы будем осматривать в Москве?*

– *In Moskau gibt es eine große Zahl von Sehenswürdigkeiten. Wir können uns nur die wichtigsten davon ansehen.* – *В Москве очень много достопримечательностей. Мы можем из них осмотреть только самые важные* [15, с. 36].

....

– *Wo kann man hier zu Mittag essen?* – *Где здесь можно пообедать?*

– *Ganz in der Nähe gibt es ein gutes Restaurant.* – *Совсем недалеко есть хороший ресторан.*

– *Setzen wir uns an diesen Tisch, dort scheinen noch Plätze frei zu sein.* – *Сядем за этот стол, там, кажется, еще есть свободные места* [15, с. 72–73].

Второй тип: разговорники, которые комбинируют главы со слабыми и сильными когезивными связями. К этому типу относятся: «Новые легчайшие немецкие разговоры, разделенные на 150 уроков» [16], «Азбука немецкая новейшая или букварь, по которому скоро и легко можно научиться правильно читать и говорить по-немецки» [17], «Новые немецкие и российские разговоры, разделенные на 130 уроков» [18], «Новые немецкие и российские разговоры для начинающих» [19], «Русско-немецкие разговоры» [20], «Краткий русско-немецкий разговорник» [14].

Так, например, в разговорнике М. Шарлинской диалоги со слабыми (или отсутствующими) когезивными связями предлагают тематические списки слов – профессии, национальности, дни недели, цвета, качества. Некоторые главы представляют собой набор фраз, не связанных между собой, предназначенных для использования в разных ситуациях, но объединенных по тематическому принципу:

– *Сегодня очень жарко (душно). В тени тридцать градусов, а на солнце еще больше.* – *Heute ist es sehr heiß (schwül). Im Schatten sind es dreißig Grad, und in der Sonne noch mehr* [14, с. 33].

– *Сегодня сильный мороз и холодный ветер.* – *Heute ist starker Frost und [es weht] ein kalter Wind* [14, с. 34].

Однако к этой главе примыкает логически выстроенный диалог с сильными когезивными связями, в котором героям даже даны имена. Разыгрывается целая сценка, выходящая за рамки разговора о погоде:

Курт. Ты слушал радио? Какая будет завтра погода? – Kurt. Hast Du Radio gehört? Wie wird morgen das Wetter?

Хайнц. Ведь ты тоже слушал? – Heinz. Du hast [es] doch auch gehört?

Курт. Да, я слушал, но ничего не понял. – Kurt. Ja ich habe zugehört, aber nichts verstanden.

Хайнц. Нужно было лучше учить в школе русский язык, а то ты всегда был лентяем. – Heinz. Du hättest in der Schule besser Russisch lernen müssen, aber du warst [ja] immer ein Faulpelz.

Курт. Не все же могут быть такими прилежными, как ты. Все-таки, какая же будет погода? – Kurt. Es können doch nicht alle so fleißig sein wie du. Trotzdem, wie wird das Wetter?

Хайнц. Подожди, я сейчас вспомню. Будет очень холодно, дождь, а может быть и град. Сильный ветер, переходящий в ураган. Я советую тебе надеть теплую рубашку, свитер, костюм и пальто. – Heinz. Warte, ich besinne mich gleich. Es wird sehr kalt sein, regnen, vielleicht sogar auch hageln. Ein starker Wind, der zum Orkan wird. Ich rate dir, ein warmes Hemd, einen Pullover, Anzug und Mantel anzuziehen

Курт. Ну, довольно тебе дурака валять! Я же прекрасно вижу, что ты все выдумываешь. Говори, какая будет погода? – Kurt. Nun, genug der Dummheiten! Ich sehe sehr wohl, daß du [dir] das alles [nur] ausdenkst. Sag, wie wird das Wetter?

Хайнц. Ну, хорошо, по старой дружбе я открою тебе эту тайну. Все теплые вещи оставь в гостинице. Сказали, что даже в тени будет 25 градусов, а на солнце, конечно, еще больше. – Heinz. Nun gut, ich werde dir aus alter Freundschaft dieses Geheimnis entdecken. Laß alle warmen Sachen im Hotel. Es wurde gesagt, daß sogar im Schatten 25 Grad sein werden, und in der Sonne selbstverständlich noch mehr [14, с. 35].

Помимо практической информации, разговорник представляет и эстетическую ценность, встречается ирония, подшучивание, разговорные выражения, упреки, которые допустимы в рамках дружеского диалога. Большое количество связей в представленном выше диалоге позволяет рассматривать его как текст.

Третий тип: разговорники, которые предлагают набор не связанных между собой фраз-шаблонов (часто без ответов) и список слов, которые можно подставить в эти фразы. Разговорниками такого типа являются: «Langenscheidts Sprachführer Russisch» [21], «Разговорник русско-немецкий» [22], «Русско-немецкий разговорник» [23], «Русско-немецкий разговорник» [24], «Русско-немецкий разговорник» [25], «Начни общаться! Современный русско-немецкий суперразговорник» [26].

Рассмотрим отрывок главы «Вокзал» («Bahnhof») из разговорника «Langenscheidts Sprachführer Russisch» [21]:

– Wann fährt der nächste (Schnell-) Zug nach...ab? – Когда отходит следующий (скорый) поезд на...?

– Wann fährt der erste (letzte) Zug nach...? – Когда идет первый (последний) поезд на...?

– Auf welchem Bahnsteig kommt der Zug aus...an? – На какую платформу приходит поезд из...? [21, S. 54].

Ответы на заданные вопросы разговорник не предлагает. Возникает вопрос: как путешественник, задавший с помощью разговорника вопрос, сможет понять ответ? К набору фраз прилагается список слов:

- *Express* – *экспресс*;
- *Eilzug, D-Zug, Schnellzug* – *скорый поезд*;
- *Personenzug* – *пассажирский поезд*;
- *Triebwagen* – *моторный вагон*;
- *Schlafwagen* – *спальный вагон*;
- *Speisewagen* – *вагон-ресторан*;
- *Kurswagen* – *беспересадочный вагон* [21, S. 54].

Разговорники данного типа не направлены на развитие навыков общения на иностранном языке и едва ли могут использоваться как пособия для его изучения.

Таким образом, диахронический анализ разговорников, которые охватывают период с 1795 по 2011 г. показывает, что издания, вышедшие с 1795 по 1967 г. относятся либо к первому, либо ко второму типу, следовательно, даже если они не полностью состоят из связанных диалогов, то содержат их хотя бы в нескольких главах, вводят разрозненные слова и фразы в контекст общения. Разговорники конца XX – начала XXI в. представляют собой третий тип; издания со связными, логически выстроенными диалогами среди них не встречаются.

Место разговорника в классификации типов текста.

Вопросом классификации огромного многообразия созданных человечеством текстов занимается лингвистика текста. Безусловно, тексты можно объединить в группы по разным признакам: по функциональным стилям (официальный, художественный, публицистический и др.), по характеру передаваемой информации (пакт, договор, меморандум и др.), по цели (утилитарные, сакральные, художественные). В современной лингвистике для характеристики таких устойчивых текстовых форм используются термины «тип текста» (Textsorte) или «экземпляр текста» (Textexemplar). При этом каждый тип текста строится по определенным правилам и нормам (грамматические, лексические и фонетические особенности структуры), которые направлены на реализацию коммуникативных намерений говорящего [4]. Это коммуникативное намерение, пресуппозиция, прагматическое «направление» текста, как правило, они обозначены уже в самом названии типа текста: воззвания, призывы, прокламации и др. [27, с. 30].

В самом общем плане под типами текстов понимаются классы текстов, характеризующиеся определенным набором лингвистических и экстралингвистических признаков. На абстрактность подобной дефиниции указывает К. Эрмерт, утверждая, что отдельные экземпляры текста можно соотнести с типами текста только благодаря определенным повторяющимся признакам [28, S. 50].

Из расплывчатости определения и невозможности исходить из какого-либо одного критерия вытекает и невозможность всеохватывающей классификации типов текста. Расхождения в толковании понятия «тип текста» настолько велики, что оно трактуется либо слишком узко, либо слишком широко: кулинарный рецепт как тип текста и перевод как тип текста [29].

Разговорник как тип текста обладает наибольшим количеством общих признаков с учебником, с которым его объединяет, прежде всего, историческое развитие разговорника.

Предшественники современных разговорников появляются уже в поздней Античности и в Средневековье. К ним относится, например, греческо-латинский учебник *Hermeneumata Pseudodositheana*, который помимо тематически организованных групп слов включал в себя также живые диалоги [30, с. 111]. Известно, что в Средневековой Европе и на Руси разговорники представляли собой своеобразное подобие учебника для изучения языка. Иностранные слова заучивались наизусть, количество знакомых слов на каждую букву алфавита определяло уровень владения языком [31]. Позднее алфавитный принцип сменился тематическим, что уже приближало древние разговорники к современным изданиям. К. Кох указывает на то, что рукописные немецко-русские разговорники (*Gesprächsbücher*) XVI–XVII вв. использовались наряду с грамматиками, азбуками, вокабулярами, собраниями текстов и словарями для обучения немецкому языку [32, с. 21]. Е. Р. Сквайрс также указывает на то, что прибывающие в Новгород иностранцы для изучения русского языка активно использовали пособия-руководства по ведению разговора на русском языке, «похожие на сегодняшние разговорники для туристов» [33, с. 227].

В XVIII в. появляются первые учебники живых европейских языков, которые часто сочетают в себе грамматику (теоретическую часть) и «диалоги/разговоры» (практическую часть). О. Г. Сидорова называет такое расширение текста «типичным», так как оно встречалось в учебниках французского, немецкого, английского языков [34, с. 109–112]. С появлением учебников разговорники утрачивают статус пособия для изучения иностранного языка (несмотря на то что они продолжают включать краткие грамматические указания и словарные пометы по употреблению лексем), функция обучения языку переходит к учебнику, разговорник теперь служит для какой-то определенной цели, как правило коммуникативной, отсюда и обозначения: «разговоры» и «собрание употребительных речений». Вместо большого количества коммерческо-деловой и бытовой лексики разговорники теперь содержат разного рода страноведческую информацию [27].

Таким образом, дидактическая функция являлась одной из основных с момента появления первых разговорников.

Разговорник как подтип учебника: дидактическая функция в разговорниках разных исторических эпох.

Проследим, насколько сильно дидактическая функция проявляется в исследуемых нами разговорниках.

Дидактическая функция в разговорниках XVIII–XIX вв.

Изданный в Москве в 1795 г. разговорник Блемера «Новый легчайший способ самому без помощи учителя учиться правильно по немецки» содержит «изображение, произношение и выговор в целых предложениях всех немецких букв с показанием их употребления, также разные полезные разговоры, приятные повести, нравоучительные письма с приобщением довольного собрания употребительнейших в общежитии слов в пользу российского юношества» [12, с. 5]. Разговорник подробно описывает произношение согласных и гласных букв, предлагает списки слов, состоящих из трех, четырех, пяти букв, и «речения» на эти слова. Грамматические правила отсутствуют. Авторы издания делают акцент на лексике и ее использовании в речи или в важных для того времени типах текста: «разные маленькие письма с российским переводом, служащие примером к сочинению оных». Для обучения

чтению предлагаются «нравоучительные примеры», «разные исторические пьесы». Тексты, слова и фразы представлены с переводом и, что редкость для разговорников того времени – с транслитерацией. Можно сказать, что это издание представляет собой некий прообраз современных разговорников: немного «обучающих» материалов, транслитерация и большой объем лексики на разные темы.

«Новые легчайшие немецкие разговоры, разделенные на 150 уроков», изданные В. Третьяковым в 1795 г., не предлагают совсем никаких грамматических или фонетических правил, но на дидактический характер издания автор указывает уже в предисловии: «Новые предлагаются вам немецкие разговоры, могущие облегчить труд ваш, в первоначальном изучении оного языка. Для сего нарочно и разделены они на небольшие уроки, состоящие большею частью из одних фразов или речений, дабы с большей удобностью можно было впечатлеть в памяти трудные для выговора немецкие слова» [16, с. 22]. Диалоги представлены без транслитерации, после диалогов даются списки слов с переводом и транслитерацией. Вероятно, разговорник мог использоваться как приложение к учебнику или к урокам по иностранному языку. По схожему принципу организованы и «Новые немецкие и российские разговоры, разделенные на 130 уроков», изданные Иоанном Филиппом Вегелином (1824 г.). Разговоры, которые называются «уроками», предлагаются «для употребления начинающим учиться сим языкам». В каждом уроке после диалогов – списки слов, которые в нем использовались, с переводом, но без транслитерации [18].

«Азбука немецкая новейшая или букварь, по которому скоро и легко можно научиться правильно читать и говорить по-немецки» [17] акцентирует внимание, как следует из названия, на произношении слов. Для этой цели дается алфавит, описывается произношение слов, состоящих из двух, трех и более слогов. Далее предлагаются молитвы для ежедневного употребления, тематические списки слов, на 46 страницах представлена краткая грамматика: описание частей речи, таблицы с изменениями артиклей, подробное разграничение определенного и неопределенного члена (артикля), описывается, с какими падежами используются предлоги. «Употребительные разговоры» занимают всего 17 страниц. После разговоров находим «Краткое понятие о...»: дружелюбии, миролюбии, услужливости, искренности, честности и т. д. Кроме того, авторы включают в издание нравственные рассуждения (надежный способ прожить долго, здорово и весело), басни, примеры для переводов, слова, цифры и даже таблицу умножения [17].

«Новые немецкие и российские разговоры для начинающих» [19]. Большое (53 страницы) введение: спряжение глагола «иметь», «быть» в настоящем, прошедшем, будущем, условном настоящем, условном прошедшем, построение вопросов, отрицательные предложения, слова и употребление слов в разрозненных, не связанных по смыслу предложениях разных типов. Введение по стилю не похоже на главы из учебника, так как объяснение правил, принципов построения предложений отсутствует, правила иллюстрируются примерами конкретных предложений. Вероятно, эти «разговоры» использовались в качестве приложения к учебнику или урокам иностранного языка, как, например, «Русские и немецкие разговоры» [13], которые примыкают к самоучителю немецкого языка «с дополнением особой части, в которой помещены легкие немецкие разговоры, необходимые в особенности для путешествующих русских за границей. Составлены учителями немецкого языка Рейфом и Золотовым» [13].

Так как только по диалогам сложно выучить иностранный язык, можно сделать вывод о том, что разговорники XVIII–XIX вв. использовались как приложение к учебнику, иллюстрировали представленные в нем правила конкретными примерами. На эту дидактическую функцию указывает, прежде всего, распространенное в ту эпоху название диалогов – «уроки», а также пометки: «речения, способствующие изучению языка» в предисловии.

Дидактическая функция в разговорниках XX–XXI вв.

«Русско-немецкие разговоры» [20] предлагают «краткий очерк немецкой грамматики». По сравнению с другими разговорниками этого периода «краткий» очерк можно назвать относительно подробным. Он занимает 46 страниц и описывает особенности произношения, артикли, предлагает подробное разъяснение способа определения рода существительного. Далее следует описание сильного и слабого склонения существительных, имен прилагательных, степеней сравнения прилагательных, типов местоимений, числительных, предлогов, союзов, междометий, представлены таблицы спряжения глаголов во всех временах и наклонениях и даже краткие синтаксические сведения: как правильно использовать артикль, порядок слов в главном и придаточном предложениях, управление глаголов и прилагательных. Описание грамматики в этом очерке связано с грамматической традицией того времени: «давнопрошедшее» время, «член» (определенный и неопределенный) [20].

Очевидно, что туристам, которым необходимо лишь как-то изъясниться с партнером по коммуникации, такая подробная грамматическая справка ни к чему. Разговорник, таким образом, примыкает к традиции «дополнения» учебников разговорной частью.

В других анализируемых нами разговорниках XX в. такой подробный грамматический материал не встречается. Авторы могут предложить алфавит, почти во всех находим правила произношения, но «обучающая» грамматическая часть значительно сокращается.

«Разговорник русско-немецкий»: алфавит, на одной странице – особенности чтения немецких букв [22].

«Русско-немецкий разговорник»: алфавит, подробные правила произношения (упомянутся даже придыхательные глухие согласные), которые представлены в сравнении с русским языком, краткая грамматическая пометка об артиклях существительного [23].

Современные разговорники продолжают эту тенденцию и ограничиваются правилами произношения:

– «Русско-немецкий разговорник»: особенности немецких гласных (упоминается долгота) и согласных, на трех страницах описывается ударение [24];

– «Русско-немецкий разговорник»: правила произношения, чтение некоторых буквосочетаний [25];

– «Начни общаться! Современный русско-немецкий суперразговорник»: акцент на лингвострановедческой информации – рассказывается о Германии, банках, предлагается небольшая историческая и культурная справка, информация о населении Германии, клубах, обществах, ассоциациях. А правила произношения занимают всего полстраницы [26].

Таким образом, диахроническое развитие разговорника как типа текста показывает значительное сокращение или даже исчезновение какой-либо информации об иностранном языке. Разговорник постепенно утрачивает дидактическую функцию, отдаляется от учебника, на первое место выдвигается «имитация» знаний иностранного языка для достижения определенных коммуникативных задач.

Разговорник как самостоятельный тип текста: отличия от учебника.

Рассмотрим черты разговорника как типа текста, которые отличают его от учебника. Прежде всего, это традиция их составления. Интересен процесс создания первых разговорников. М. П. Алексеев при анализе рукописи голландско-англо-русского «Азбуковника» XVII в. описывает этот процесс следующим образом: «Записывали двое – иностранец и русский; поэтому всю рукопись легко разбить <...> на две голосовые партии: то иностранец записывал под русскую диктовку в ответ на поставленные ему вопросы, то русский записывал “с голоса” своего иностранного собеседника, но это уже были ответы на вопросы, поставленные им самим; именно русскому грамотею и принадлежала основная, активная роль, поскольку он, несомненно, являлся инициатором этого своеобразного коллективного труда» [31, с. 10]. Таким образом, при составлении разговорников авторы опирались не на предшествующие издания, которых порой и не существовало, а на живой язык и ситуации реального общения. Авторам разговорников приходилось привлекать собственный опыт общения, субъективные представления о коммуникативном минимуме и распространенных бытовых ситуациях. Составители не были ограничены нормами правописания или толкования, поэтому лексический состав разговорников того времени никак нельзя назвать однородным: сниженная лексика соседствовала с высокопарной, встречались примеры как русских, так и немецких диалектизмов [30, с. 127]. Кроме того, описанная М. П. Алексеевым практика составления разговорников показывает, что их качество зависело во многом от таких экстралингвистических факторов, как, например, хороший слух и внимательность составителей, отсутствие которой приводило к ошибочному написанию одних и тех же слов в разных частях разговорника [27, с. 119]. Составление разговорников, таким образом, ближе к заложенной *Altdeutsche Gespräche* традиции, которую В. Гримм описывает так: «...эти разговоры записывали речи, которые обычно слышали в подобных случаях, они не брались из воздуха»¹ [35, S. 15].

Кроме того, разговорники, в отличие от учебников, быстро теряют свою актуальность. Постоянно меняющаяся общественно-политическая ситуация требует изменений в их тематической структуре или переработки содержания. За 40 или 50 лет представленные в разговорнике реалии могут значительно измениться, что потребует переработки издания [2, с. 172].

Важно, что в разговорнике языковая система представлена фрагментарно, произвольно и условно [2, с. 171]. Если сравнить разговорники примерно одного периода времени, созданные для одной целевой аудитории, то можно обнаружить значительные отличия этих изданий, что говорит о большом значении субъективного языкового опыта составителя разговорника.

Заключение. Таким образом, мы рассматриваем разговорник как самостоятельный тип текста, обладающий сходными чертами с учебником, но отличающийся от него по ряду признаков, значимость которых не позволяет отнести разговорник к подтипу учебника. К этим признакам относятся тематическое деление, свобода в выборе грамматического и лексического материала, сильная связь с эпохой создания.

Диахронический анализ изданий XVIII–XXI вв. показал, что на разных этапах исторического развития разговорник по-разному удовлетворяет критерию связности представлен-

¹ „...diese Gespräche haben die reden aufgezeichnet, die man bei solchen gelegenheiten gewöhnlich hörte, und sind nicht aus der luft gegriffen“ [35, S. 15].

ных в текстах языковых единиц. Основываясь на силе этих связей, мы выделили три типа разговорников: первый тип представляет собой разговорники с сильными когезивными связями во всех главах, второй тип совмещает главы с сильными и слабыми связями, третий тип – разговорники, состоящие из связанных только тематикой фраз-шаблонов и списков слов. Разговорники XVIII – первой половины XX в. относятся к первому или второму типу, «современные» разговорники издания конца XX – начала XXI в. – к третьему типу.

Следовательно, можно утверждать, что в процессе исторического развития разговорник претерпевает значительные изменения и превращается в небольшое пособие с набором наиболее необходимых для общения в определенных ситуациях фраз и слов. Выучить язык с их помощью (часто без ответов) не представляется возможным, можно лишь заучить ограниченное количество фраз. Дидактическая функция ослабевает, но в то же время такие пособия более удобны для получения конкретной информации от иностранца, так как пользователю не нужно вчитываться в диалоги, можно быстро найти подходящую главу и выбрать релевантную для ситуации фразу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Прохоров А. М. Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. М.; СПб.: Большая Российская Энциклопедия, 2001.
2. Норман Б. Ю. Жанр разговорника: между текстом и языком // Жанры речи. 2002. № 3. С. 171–186.
3. Левченко Г. А. Словарь-разговорник в России: к вопросу об истории жанра // Вестн. МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2006. № 3. С. 145–156.
4. Дубинин С. И. Между миром и войной: двуязычный немецко-русский разговорник в милитарном дискурсе // Вестн. Самар. ун-та. История, педагогика, филология. 2018. Т. 24, № 4. С. 144–149. DOI: 10.18287/2542-0445-2018-24-4-144-149.
5. Дубинин С. И. Военный разговорник для солдат вермахта: динамика текстотипа // Вестн. Самар. ун-та. История, педагогика, филология. 2016. № 3–2. С. 153–161.
6. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007.
7. Beaugrande R. A., Dressler W. U. Einführung in die Textlinguistik. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1981.
8. Brinker K. Textlinguistik. Heidelberg: Julius Groos, 1993.
9. Мурзин Л. Н., Штерн А. С. Текст и его восприятие. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1991.
10. Москальская О. И. Грамматика текста. М.: Высш. шк., 1981.
11. Филиппов К. А. Лингвистика текста. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2003.
12. Блемер М. Новый легчайший способ самому без помощи учителя учиться правильно по немецки. М.: Сенатская Типогр. у В. Окорокова, 1795.
13. Рейф Ф. И., Золотов П. А. Русские и немецкие разговоры. М.: Тип. Е. Г. Потапова, 1887.
14. Шарлинская М. Краткий русско-немецкий разговорник. Leipzig: Verlag Enzyklopädie, 1967.
15. Dick G., Knipper A. Deutsch-Russisches Gesprächsbuch. Berlin: Volk und Wissen volkseigener Verlag, 1959.
16. Третьяков В. Новые легчайшие немецкие разговоры, разделенные на 150 уроков. М.: Тип. Селивановского и товарища, 1795.
17. Васильев П. Азбука немецкая новейшая или букварь, по которому скоро и легко можно научиться правильно читать и говорить по-немецки. СПб.: Тип. Ф. Дрехслера, 1809.
18. Вегелин И. Ф. Новые немецкие и российские разговоры, разделенные на 130 уроков. 7-е изд., М.: Университетская тип., 1824.
19. Новые немецкие и российские разговоры для начинающих. СПб.: Тип. Императорского воспитательного дома, 1830.

20. Фридл К. Русско-немецкие разговоры. М.: Издание Т-ва А. А. Левенсон, 1913.
21. Zajczeuko L., Walewski S. Langenscheidts Sprachführer Russisch. Berlin; München: Langenscheidt KG, 1969.
22. Андриенко В. В., Гончарова А. В., Соркин А. П. Разговорник русско-немецкий. Днепропетровск: Изд-во Днепропетр. ун-та, 1991.
23. Новиков А., Шамрикова А. Русско-немецкий разговорник. Л.: НТЦ «Балтэк», 1991.
24. Сайфутдинова Р. Русско-немецкий разговорник. М.; Минск: Локид-Пресс. 2005.
25. Никитина Т. М., Ноздрин Л. А. Русско-немецкий разговорник. 8-е изд., стереотип. М.: Рус. яз. - Медиа; Дрофа, 2008.
26. Бережная В. В. Начни общаться! Современный русско-немецкий суперразговорник. М.: Эксмо, 2011.
27. Баева Г. А. Развитие типа текста «разговорник»: между словарем и учебником (на материале ранних немецко-русских и русско-немецких разговорников) // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2021. Вып. 10. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та. С. 113–136.
28. Briefsorten E. K. Untersuchungen zu Theorie und Empirie der Textklassifikation. Tübingen: Niemeyer Verlag, 1979.
29. Валгина Н. С. Теория текста. М.: Логос, 2003.
30. Баева Г. А. Коммуникативные практики и их реализация в первых двуязычных разговорниках // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. Вып. 9. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2019. С. 110–130.
31. Алексеев М. П. Русский язык в мировом культурном обиходе // Вопросы языкознания. 1984. № 2. С. 3–14.
32. Koch K. Deutsch als Fremdsprache im Rußland des 18. Jahrhunderts: Ein Beitrag zur Geschichte des Fremdsprachenlernens in Europa und zu den deutsch-russischen Beziehungen. Berlin; NY: Walter de Gruyter, 2002.
33. Сквайрс Е. Р. Языковой аспект торгово-дипломатических отношений Новгорода с Ганзой // Новгород и Ганза. М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. С. 213–249.
34. Сидорова О. Г. Учебные англо-русские разговорники XVIII – начала XIX в. // Отечественная и зарубежная педагогика. 2016. № 3 (30). С. 109–120.
35. Grimm W. Altdeutsche Gespräche. Berlin: Gedruckt in der Druckerei der Königlichen Akademie der Wissenschaften, 1851.

Информация об авторе.

Соколюк Мария Александровна – аспирантка кафедры немецкой филологии Санкт-Петербургского государственного университета, Университетская наб., д. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия; учитель немецкого языка гимназии № 586 Санкт-Петербурга, ул. Кораблестроителей, д. 37, корп. 5, лит. А, Санкт-Петербург, 199058, Россия. Автор трех научных публикаций. Сфера научных интересов: типология текстов, диахронические исследования текстов, разговорник как тип текста.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 05.01.2024; принята после рецензирования 06.02.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Prokhorov, A.M. (2001), *Bol'shoi ehntsiklopedicheskii slovar'* [Large encyclopedic dictionary], 2nd ed. izd., Bol'shaya Rossiiskaya Ehntsiklopediya, Moscow, SPb., RUS.
2. Norman, B.Yu. (2002), "Phrasebook genre: between text and language", *Speech Genres*, no. 3, pp. 171–186.

3. Levchenko, G.A. (2006), "Phrase books in Russia: history of the genre", *Moscow State Univ. Bulletin. Ser. 19. Linguistics and Intercultural Communication*, no. 3. pp. 145–156.
4. Dubinin, S.I. (2018), "Between peace and war: bilingual German-Russian phrasebook in the military discourse", *Vestnik of Samara Univ. History, pedagogics, philology*, vol. 24, no. 4, pp. 144–149. DOI: 10.18287/2542-0445-2018-24-4-144-149.
5. Dubinin, S.I. (2016), "Military phrasebook for Wehrmacht soldiers: dynamics of text type", *Vestnik of Samara Univ. History, pedagogics, philology*, no. 3–2, pp. 153–161.
6. Gall'perin, I.R. (2007), *Tekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya* [Text as an object of linguistic research], KoMKniga, Moscow, RUS.
7. Beaugrande, R.A. and Dressler, W.U. (1981), *Einführung in die Textlinguistik*, Max Niemeyer Verlag, Tübingen, GER.
8. Brinker, K. (1993), *Textlinguistik*, Julius Groos, Heidelberg, GER.
9. Murzin, L.N. and Shtern, A.S. (1991), *Tekst i ego vospriyatie* [Text and its perception], Izd-vo Ural. un-ta, Sverdlovsk, RUS.
10. Moskal'skaya, O.I. (1981), *Grammatika teksta* [Grammar of the text], Vysshaya shkola, Moscow, USSR.
11. Filippov, K.A. (2003), *Lingvistika teksta* [The linguistics of the text:], Izd-vo S.-Peterb. un-ta, SPb., RUS.
12. Blemer, M. (1795), *Novyi legchaishii sposob samomu bez pomoshchi uchitelya učit'sya pravil'no po nemetski* [A new, easiest way to learn German correctly without the help of a teacher], Senatskaya Tipogr. u V. Okorokova, Moscow, RUS.
13. Reif, F.I. and Zolotov, P.A. (1887), *Russkie i nemetskie razgovory* [Russian and German conversations], Tip. E.G. Potapova, Moscow, RUS.
14. Scharlinsky, M. (1967), *Kleines Russisch-Deutsches Konversations. Buch*, Verlag Enzyklopädie, Leipzig, GER.
15. Dick, G. and Knipper, A. (1959), *Deutsch-Russisches Gesprächsbuch*, Volk und Wissen volkseigener Verlag, Berlin, GER.
16. Tret'yakov, V. (1795), *Novye legchaishie nemetskie razgovory, razdelennye na 150 urokov* [New easiest German conversations, divided into 150 lessons], Tip. Selivanovskogo i tovarishcha, Moscow, RUS.
17. Wasilief, P. (1809), *Deutsches ABC-Buch, nach welchen man leicht und richtig Deutsch lesen und sprechen lernen kann*, Tip. F. Drechsler, SPb., RUS.
18. Wegelin, I.Ph. (1824), *Neue Deutsche und Russische Gespräche*, 7th ed., Universitetskaya tip., Moscow, RUS.
19. *Neue Deutsche und Russische Gespräche* (1830), Tip. Imperatorskogo vospitatel'nogo doma, SPb., RUS.
20. Friedl, K. (1913), *Russko-nemetskie razgovory* [Russian-German conversations], Izdanie T-va A.A. Levenson, Moscow, RUS.
21. Zajczeuko, L. and Walewski, S. (1969), *Langenscheidts Sprachführer Russisch*, Langenscheidt KG, Berlin, München, GER.
22. Andrienko, V.V., Goncharova, A.V. and Sorkin, A.P. (1991), *Razgovornik russko-nemetskii* [Russian-German phrasebook], Izd-vo Dnepropetr. un-ta, Dnepropetrovsk, USSR.
23. Novikov, A., Shamrikova, A. (1991), *Russko-nemetskii razgovornik* [Russian-German phrasebook], NTTS "Baltekh", L., RUS.
24. Saifutdinova, R. (2005), *Russko-nemetskii razgovornik* [Russian-German phrasebook], Lokid-Press, Minsk, Moscow, RUS.
25. Nikitina, T.M. and Nozdrina, L.A. (2008), *Russko-nemetskii razgovornik* [Russian-German phrasebook], 8th ed., Rus. yaz. – Media, Drofa, RUS.
26. Berezhnaya, V.V. (2011), *Nachni obshchat'sya!: sovremennyyi russko-nemetskii super-razgovornik* [Start communicating!: a modern Russian-German super phrasebook], Ehksmo, Moscow, RUS.
27. Baeva, G.A. (2021), "Development of the "phrasebook" -type text: between the textbook and the dictionary (based on early German-Russian and Russian-German phrasebooks)", *German Philology in St. Petersburg State Univ.*, iss. 10. pp. 113–136.

28. Briefsorten, E.K. (1979), *Untersuchungen zu Theorie und Empirie der Textklassifikation*, Niemeyer Verlag, Tübingen, GER.
29. Valgina, N.S. (2003), *Teoriya teksta* [Theory of text], Logos, Moscow, RUS.
30. Baeva, G.A. (2019), "Communicative practices and their realization in the first bilingual phrasebooks", *German Philology in St. Petersburg State Univ.*, iss. 9. pp. 110–130.
31. Alekseev, M.P. (1984), "Russian language in world cultural use", *Voprosy Jazykoznanija*, no. 2, pp. 3–14.
32. Koch, K. (2002), *Deutsch als Fremdsprache im Rußland des 18. Jahrhunderts: Ein Beitrag zur Geschichte des Fremdsprachenlernens in Europa und zu den deutsch-russischen Beziehungen*, Walter de Gruyter, Berlin, NY, GER.
33. Skvairs, E.R. (2009), "Sprachliche Aspekte der diplomatischen und Handelsbeziehungen Groß Novgorods mit der Hanse", *Novgorod und Hanse*, Rukopisnye pamyatniki Drevnei Rusi, Moscow, RUS, pp. 213–249.
34. Sidorova, O.G. (2016), "English-Russian Phrasebooks of the Late 18th - Early 19th Century as Textbooks", *Domestic and Foreign Pedagogy*, no. 3 (30), pp. 109–120.
35. Grimm, W. (1851), *Altdeutsche Gespräche*, Gedruckt in der Druckerei der Königlichen Akademie der Wissenschaften, Berlin, GER.

Information about the author.

Maria A. Sokoljuk – Postgraduate at the Department of German Philology, Saint Petersburg State University, 7/9 University emb., St Petersburg 199034, Russia; German Language Teacher at gymnasium no. 586 St Petersburg, 37, building 5, lit. A Korablestroiteley str., St Petersburg 199058, Russia. The author of 3 scientific publications. Area of expertise: typology of texts, diachronic studies of texts, phrasebook as a type of text

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 05.01.2024; adopted after review 06.02.2024; published online 24.09.2024.*

Оригинальная статья
УДК 811.111
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-121-133>

Образные нарративы в политической блогосфере: лингвокогнитивный аспект

Инна Валериевна Скрынникова¹, Лариса Михайловна Генералова²✉

^{1, 2}Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия

¹i.skrynnikova@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2390-7866>

²✉l.m.generalowa@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0807-391X>

Введение. В последние годы наблюдается существенный сдвиг в сторону активного использования образных нарративов в опосредованной политической коммуникации. Нарративные практики, стали своего рода «языковыми играми» современных политиков в их коммуникации с потенциальными избирателями и оппонентами, дебатах и сложных переговорных процессах. В статье анализируются образные нарративы англо- и немецкоязычной политической блогосферы как мощный лингвокогнитивный инструмент опосредованной политической коммуникации. Целью данной статьи является глубокий семантический анализ образных нарративов политических блогов. Постулируется, что умелое использование образных нарративных практик с опорой на архетипические сюжеты и культурные референции позволяет манипулировать сознанием электората для достижения политических целей.

Методология и источники. Методологически исследование опирается на когнитивно-дискурсивный подход к анализу нарратива и основные положения нейронной теории языка и метафоры.

Результаты и обсуждение. Указывая на манипулятивный эффект метафорического фрейминга в нарративе, авторы предпринимают попытку представить целостный взгляд на нарратив как инструмент формирования политических взглядов. Исследование базируется на постулате о том, что нарратив использует богатую структуру человеческих репрезентаций событий и действий, а тип продвигаемой метафоры в нарративе влияет на понимание событий и принятие позиции по важному общественному вопросу читателями политических блогов. Набор метафор, используемых политиками, образует особый тип культурного нарратива, который авторы трактуют как расширенный метафорический.

Заключение. Суммируя эффекты использования метафорически фреймированных нарративов в политике, авторы приходят к выводу, что нарративная стратегия коммуникации в политической блогосфере является целенаправленным воздействием на партнера по коммуникации за счет обращения к различным повествовательным сюжетам; модификация или трансформация потенциала и разнообразия политических нарративов, а также их эффективность говорят в пользу их применения во внутри- и внешнеполитической коммуникации, чтобы способствовать созданию симметричного коммуникативного пространства, нацеленного на успешное сотрудничество, а не на конфронтацию.

Ключевые слова: образные нарративы, концептуальная метафора, политический блог, фрейминг, манипулятивный эффект

© Скрынникова И. В., Генералова Л. М., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

Для цитирования: Скрынникова И. В., Генералова Л. М. Образные нарративы в политической блогосфере: лингвокогнитивный аспект // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 121–133. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-121-133.

Original paper

Figurative Narratives in Political Blogging: Linguocognitive Perspective

*Inna V. Skrynnikova*¹, *Larisa M. Generalova*²✉

^{1, 2}*Volgograd State University, Volgograd, Russia*

¹*i.skrynnikova@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2390-7866>*

²✉*l.m.generalova@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0807-391X>*

Introduction. Recent years have seen a significant shift towards the pervasive use of figurative narratives in mediated political communication. Narrative practices, previously analyzed exclusively within the framework of literary theory, have become a kind of “language games” of modern politicians in their communication with potential voters and opponents, debates and intricate negotiation processes. The article analyzes figurative narratives of the English- and German-speaking political blogs as a powerful linguistic-cognitive tool for mediated political communication. The purpose of the paper is deep semantic analysis of figurative narratives of political blogs, which, as the authors claim, is a promising direction of research due to the narrative nature of human reasoning. The paper argues that the skillful use of figurative narrative practices based on archetypal plots and cultural references makes it possible to manipulate the consciousness of the electorate to achieve political goals.

Methodology and sources. Methodologically, the study is based on the cognitive-discursive approach to narrative analysis and the basic principles of the neural theory of language and metaphor.

Results and discussion. Pointing to the manipulative effect of metaphorical framing in narrative, the authors attempt to present a holistic view of narrative as a tool for the formation of political views. The study is based on the premise that narrative employs the rich structure of human representations of events and actions, and the type of metaphor promoted in the narrative affects human understanding of events and the adoption of certain positions on an important public issue by readers of political blogs. The set of metaphors, politicians use, forms a special type of cultural narrative, which the authors interpret as an extended metaphorical narrative.

Conclusion. Summarizing the effects of using metaphorically framed narratives in politics, the authors conclude that the narrative communication strategy in political blogging is a targeted impact on a communication partner by referring to various narrative plots; the modification or transformation of the potential and diversity of political narratives, as well as their effectiveness, speaks in favor of their use in domestic and foreign policy communication to contribute to a symmetrical communication space aimed at successful cooperation rather than confrontation.

Keywords: figurative narratives, conceptual metaphor, political blog(ging), framing, manipulative effect

For citation: Skrynnikova, I.V. and Generalova, L.M. (2024), “Figurative Narratives in Political Blogging: Linguocognitive Perspective”, *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 121–133. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-121-133 (Russia).

Введение. За последние десятилетия формат использования средств массовой информации кардинально изменился. Сегодня медиаповедение многих людей определяется применением цифровых технологий, в том числе социальных сетей и блогов. Интернет стал местом экономических дискуссий, политических и социальных дебатов. «Бурно развивающаяся интернет-коммуникация по степени своего влияния на другие сферы общения в настоящее время, пожалуй, не имеет себе равных» [1, с. 97]. Феномен интернет-общения затронул и политическую сферу, где пространство блогосферы превратилось в платформу для выражения политиками своих идей и взглядов, а также для прямого общения с потенциальными избирателями, обмена идеями и мнениями. Если раньше деятельность политиков была ограничена традиционными средствами массовой информации, то сегодня, благодаря техническим инновациям, они получили возможность самовыражения без посредников.

В настоящее время этот интернет-формат интегрирован в онлайн-приложения многих политических деятелей, благодаря чему у них появилась возможность общаться с аудиторией в реальном времени, в любое время и в любом месте. С каждым днем эта сфера становится все более значимой и влиятельной в политическом дискурсе, способствуя политической мобилизации и активизации граждан.

Общезвестно, что многие концепции цифровой демократии, по крайней мере, имплицитно ориентированы на совещательную демократию. Ее основной целью в целом и многих предвыборных политических программ в частности является обеспечение возможности онлайн-диалога, фундаментом которого является учение Юргена Хабермаса о демократическом обществе, где главной задачей является обсуждение политических вопросов, в котором все граждане имеют возможность выразить свои мысли по политическому устройству государства [2].

В качестве интерактивной среды блоггинг открывает фундаментальные возможности опосредованного общения и, следовательно, также имеет отношение к демократической теории. В борьбе за благосклонность избирателей партии и политики выбирают выгодные стратегию и тактику, больше уделяют внимания самопрезентации, а также следят за тем, чтобы негативные стороны их собственных политических действий не стали слишком очевидными. При этом политики пытаются приукрасить ситуацию, широко используя для вербального общения образные нарративы.

Выход лингвистики в область когнитивно ориентированных исследований привел к смещению фокуса ее интересов. Стало понятно, что язык функционирует отнюдь не «для себя» или «в себе», а служит для наименования определенным образом отражаемых в сознании говорящих ситуаций экстралингвистической реальности. Об этом свидетельствует прежде всего тот факт, что каждый язык располагает средствами интерпретировать одну и ту же ситуацию множеством разнообразных способов [3].

Психические механизмы, обеспечивающие эту деятельность, представляют собой сложный процесс – от наблюдения и идентификации события внеязыковой действительности до его интерпретации (концептуализации), под которой мы вслед за Лутцайером понимаем ментальное моделирование отдельной конкретной ситуации, репрезентацию фрагмента действительности на ментальном уровне [4].

В связи с этим особую популярность приобретает изучение нарративов, так как человеческое мышление имеет нарративный характер [5]. Исходя из этого В. Лабов и Дж. Ва-

лежки определяют нарративы как методы повторения прошлого опыта через сопоставление словесной последовательности предложений с логической хронологией событий, которые действительно произошли. Это традиционные в культурном отношении модели повествования (рассказа), пользующиеся общим признанием [6].

Несмотря на то, что концепция нарратива до сих пор подвергается конкуренции со стороны устоявшихся альтернативных конструкторов и иногда кажется невозможным заменить ее на систему таких менталистических категорий, как фреймы, скрипты, аргументы и т. д., нельзя обойтись без обращения к надсубъектным единицам познания, что направлено на разработку максимально рациональных и понятных аргументов [7].

Сегодня вряд ли оспаривается тот факт, что для передачи глубокого смысла в человеческом общении особая роль отводится нарративам. Фундаментальные лингвокоммуникативные практики основаны на множестве когнитивных предпосылок, которые обеспечивают культурное и историческое разнообразие сообщаемого. Очевидно, что умелое использование нарративных практик в политическом дискурсе всегда приводит к политической победе. Цель статьи – проанализировать метафорически фреймированные нарративы в политическом блоггинге и выявить эффекты их использования.

Методология и источники. Предметом настоящего исследования послужили записи англоязычных (FiveThirtyEight, Politico, Just in News, Daily Cos) и немецкоязычных (Abgeordnetenwatch, Prabelsblog, Sprengsatz, Netzpolitik) политических блогов (методом сплошной выборки 212 и 200 соответственно), содержащих метафорические нарративы. Исследование нацелено на выявление эффектов метафорического фрейминга на основе анализа когерентных метафор [8], формирующих нарративы в политической блогосфере. На основе четырехступенчатого глубокого семантического анализа (рис. 1) идентифицировался тип концептуальной метафоры, тип которой оказывает влияние на понимание событий и принятие позиции по определенному вопросу, доказывая персуазивный и манипулятивный эффект метафорического фрейминга.

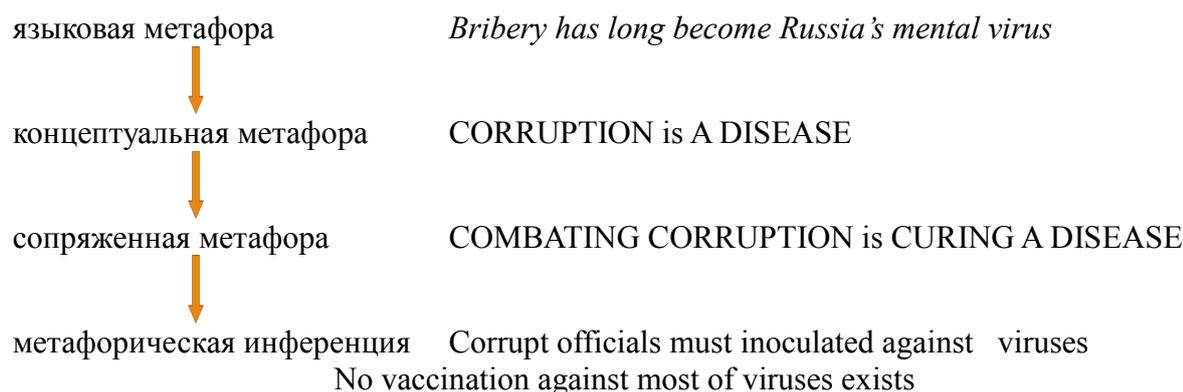


Рис. 1. Многоуровневая модель глубокого семантического анализа метафоры
Fig. 1. Multilevel model of deep semantic analysis of metaphor

Методологически исследование базируется на когнитивно-дискурсивном подходе Дж. Лакоффа и М. Джонсона, Дж. Чартерис-Блэка [9, 10], основных положениях нейронной теории языка и метафоры [11], важной частью которой является структура метафорического нарратива Дж. Лакоффа и С. Нараяна [12] (рис. 2).

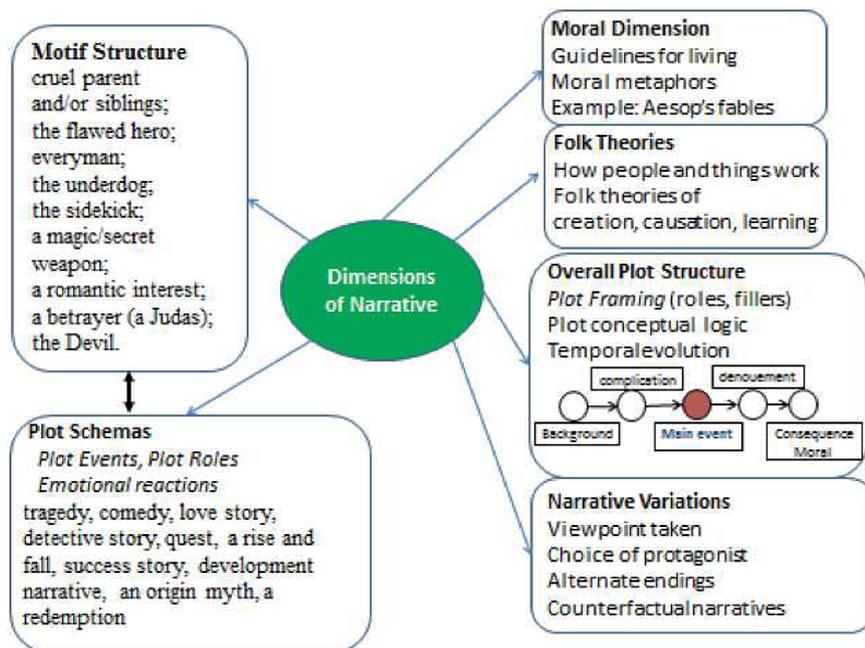


Рис. 2. Структура метафорического нарратива Дж. Лакоффа и С. Нараянана
Fig. 2. The structure of metaphorical narrative by J. Lakoff and S. Narayanan

Результаты и обсуждение. Анализ речи различных политических деятелей показал, что она всегда полифункциональна, поскольку призвана выполнять множество функций: делиться информацией, ставить в известность, напоминать, убеждать, манипулировать и т. д. Не существует единых правил, как должна выглядеть политическая речь в блоге. Однако, все политики следуют единому шаблону – непосредственное воздействие на аудиторию, используя когерентные дискурсивные метафоры для интерпретации своих действий. С помощью образных нарративов им удастся манипулировать сознанием людей и добиваться эффекта персуазивности. Нарратив требует репрезентации событий, конкретных единичных объектов и фактов в повествовательной последовательности. Характерные свойства нарратива позволяют использовать его при номинации и интерпретации всевозможных политических событий в СМИ и на интернет-платформах.

Использование политиками нарративов всегда предполагает ожидаемую эмоциональную реакцию (одобрение/несогласие) на упоминание о прошлом событии. Это повествование служит катализатором для убеждения аудитории в правильности решения. Так, лидер КПРФ Геннадий Зюганов, описывая беспорядки в Казахстане, винит в происходящем событии тридцатилетней давности: «Совершенно ясно, что ситуация в Казахстане стала прямым следствием трагедии, которая произошла со всеми нами тридцать лет назад. Разрушение СССР, отказ от социалистической системы и Советской власти заложили под новые «независимые и демократические» государства многочисленные мины» [13].

Обращают на себя внимание также истории, в которых нет сознательных отсылок к прошлым событиям или катастрофам. Например, А. Меркель, выступая перед аудиторией после аварии на реакторе в Фукусиме, сознательно не ссылается на историю в Чернобыле, избегая ненужных ассоциаций: «Ohne Zweifel, die dramatischen Ereignisse in Japan sind ein Einschnitt für die Welt. Sie waren ein Einschnitt auch für mich ganz persönlich» (Без сомнения,

драматические события в Японии являются **поворотным моментом** для мира. Лично для меня они также стали поворотным моментом¹) [14].

Сегодня широко признанным является тот факт, что политика – это не только «место историй», но и «место споров». Кто лучше всех умеет играть с повествованиями, алгоритмами и социальными сетями заслуживает внимания и уважения потенциальных избирателей. Проявив немного воображения, легко представить, что это будет означать для политики и общества в целом. На политическом языке нарратив может иметь значение, аналогичное значению пропаганды. Партия и политикам, которые хотят добиться успеха в предвыборной гонке, придется излагать свои политические требования в достоверных, даже новых повествованиях. Более того, рассказывание историй открывает возможность «сделать нереальное реальным, а реальное нереальным» [15]. Нарративы лавинообразно множатся через интернет-коммуникации и усиливают экспрессивность сообщений внутри групп и блогов, которые придерживаются определенной идеологии или политического направления. Политический нарратив служит для интеграции современных политических целей и ценностей в нарратив будущего, к которому нужно стремиться. Политические нарративы всегда представляют собой последовательную связь между прошлыми событиями и текущей ситуацией. В спорных случаях политики интерпретируют эту связь для лучшего понимания проблемы и принятия необходимых решений в результате обсуждения политических вопросов. Поскольку наиболее важные политические решения принимаются на основе доминирующих нарративов, необходимо точно знать, что типично для таких повествований, какое влияние они оказывают и что влияет на их успех.

Важно, чтобы политические партии и политики воспринимали нарративы серьезно, как соответствующую форму мышления и коммуникации. Особенно это становится заметным в моменты кризиса – теракты, войны, экологические катастрофы, финансовые кризисы, проблемы с мигрантами тут же оказываются ключевыми моментами в речах политических кампаний, а политики используют в своих выступлениях повествовательные модели, которые могут повлиять на намеренный ход событий и мнение избирателей. Специфика жанрового наполнения таких нарративов определяется совокупностью прагматических, медийных, стилистических, структурных параметров, корреляцией предмета выступления с интерпретацией изложенных фактов. Они создают целостный мир образов, открывающий неделимое смысловое поле и часто вступающий в противоречие с событийно-ориентированной фактической истиной.

Так, известный немецкий блогер-оппозиционер Вольфганг Прабель критикуя правительство Шольца за бездействие и экономический кризис, проводит параллель с экономической ситуацией в Китае при правлении Мао Цзедуна: «*Bei Mao kam die Macht aus den Gewehren, in der BRD aus Seifenblasenmaschinen, Kinderbüchern und Schmutzkübeln*» (*При Мао власть исходила от оружия, в ФРГ – от машин для изготовления мыльных пузырей, детских книг и ведер с грязью*) [16].

Поскольку продвигаемые политические идеологии в первую очередь опираются на нравственность, мораль становится центральным концептом в политическом блоггинге. При этом концептуальные модели морали разнятся в зависимости от партийной принадлеж-

¹ Здесь и далее перевод авторов.

ности политика и лежат в основе политического разделения партий [17]. Политикам часто приходится выбирать из двух зол, но они всегда позиционируют себя приверженцами высокой морали, утверждая, что они «чисты» перед своими избирателями. Неудивительно, что наиболее распространенным является метафорический нарратив MORALITY is PURITY:

– «... *the level of “cleanliness” depends on if politicians gain the consent of the public for their actions; there is more dirt and the action is more unethical if a leader does not have public approval. Also, moral culpability depends on one’s distance from the execution of an act*» (... уровень «чистоты» зависит от того, получают ли политики согласие общественности на свои действия; большие **грязи** и действия становятся более неэтичными, если лидер не пользуется общественным одобрением. Кроме того, **моральная вина** зависит от дистанции от совершения действия) [18];

– «*Americans evangelicals often say they admire politicians’ morally pure actions and family values*» (Американцы часто говорят, что восхищаются **морально чистыми действиями политиков** и семейными ценностями) [19];

– «*Parlament in Paris verordnet Politikern “moralische Sauberkeit”*» (Парламент в Париже **предписывает** политикам «**моральную чистоту**») [20].

Тесно связана с нравственностью политика и его способность проводить независимую политику, направленную на благополучие граждан и процветание страны. Метафорически это описывается как поддержание вертикального положения тела, подразумевающего правоту, честность и прямоту. Следовательно, неспособность поддерживать вертикальное положение тела или его наклон понимаются как безнравственное действие или проявление слабохарактерности.

ПРОВЕДЕНИЕ НЕЗАВИСИМОЙ/ЧЕСТНОЙ ПОЛИТИКИ – ПОДДЕРЖАНИЕ ВЕРТИКАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ТЕЛА:

– «*On the surface, Cunningham seemed like an upstanding politician. Inside, the sickness turned him into an ethical monster who saw no problem with accepting gifts and cash from defense lobbyists*» (На первый взгляд Каннингем казался **порядочным политиком**. Внутри болезнь превратила его в **этического монстра**, который не видел проблем в принятии подарков и денег от оборонных лоббистов) [21];

– «*Wagenknecht warf Merkel vor, Erdogan nichts entgegenzusetzen und ihm mit ihren Reisen in die Türkei – zuletzt im Februar – den Rücken zu stärken*» (Вагенкнехт обвинила Меркель в том, что она ничего не делает для противостояния Эрдогану и укрепляет его **хребет** своими поездками в Турцию – последний раз в феврале) [22].

Сара Вагенкнехт – немецкий политик, член Левой партии Германии, представляет себя как оппозиционер правящей партии, выступая с критикой энергетической политики правительства, заявила, что Германия имеет самое глупое правительство в Европе:

– «*Die hohen Energiepreise viele als in vielen anderen europäischen Ländern die sind doch nicht vom Himmel gefallen, die sind doch das Ergebniss von Politik. Sie sind zum einen das Ergebniss ihrer völligen Rückgratlosigkeit gegenüber den Absahnen und Krisen*» (Более высокие цены на энергоносители, чем во многих других европейских странах, не упали с небес, они являются результатом политики. Они являются результатом **их полной бесхребетности** перед лицом неудач и кризисов) [23].

Альтернативным нарративом, активно продвигаемым в политических блогах, по данным нашей выборки, является метафорическая модель КОНФЛИКТ/ПОЛИТИЧЕСКАЯ БОРЬБА – СЦЕНИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ. В нем политические оппоненты представляются политиками в неблагоприятном свете как бездарные актеры, клоуны или случайные персонажи на политической арене: «*Insofern gleicht der Ablauf des Konflikts einer zynischen Waffenschau der Moderne*» (В этом отношении ход конфликта напоминает циничное шоу современного оружия) [24].

Как видно из приведенных примеров, репертуар активируемых метафорических нарративов весьма разнообразен, а их манипулятивный эффект возрастает в результате сочетания когерентных метафор в описании одного события или явления. Следующие примеры опираются на триаду метафор: CORRUPT OFFICIALS are BEASTS, CORRUPTION is a DISEASE, CORRUPTION is DIRT:

– «*Not a single political tiger, but just a few flies were officially accused of corruption. A recent survey has shown that most Russians consider national bureaucracy uncurably corrupt. Why isn't the Kremlin willing to do some cleansing, especially now when reducing losses from corruption could compensate for the fall in oil prices? The nation could have been better off*» (Ни один политический тигр, а лишь несколько мух официально не были обвинены в коррупции. Недавний опрос показал, что большинство россиян считают национальную бюрократию неизлечимо коррумпированной. Почему Кремль не желает провести чистку, особенно сейчас, когда сокращение потерь от коррупции могло бы компенсировать падение цен на нефть? Нация могла бы жить лучше) [25, p. 286];

– «*Korruption ist wie eine Krankheit in die globalisierte Wirtschaft eingezogen*» (Коррупция вошла в глобализованную экономику как болезнь) [26];

– «*Korruption erfolgt heutzutage intelligenter, viel raffinierter. Korruption ist wie eine Virus*» (В наши дни коррупция осуществляется более разумно, гораздо более изощренно. Коррупция – это вирус) [27];

– «*Der allgegenwärtige Sumpf der Korruption muss endlich ausgetrocknet werden!*» (Вездесущее болото коррупции должно быть наконец высушено!) [28].

Приведенные примеры наглядно демонстрируют, что метафорические нарративы являются имплицитным средством конструирования цифровой идентичности политика и социального конструирования знаний и представлений о конкурирующих политических акторах, содействуя формированию образа героя. Посредством активации когерентных метафорических схем в политических блогах реализуется их манипулятивный потенциал образной нарративной структуры повествования как дискурсивного феномена блогосферы.

Заключение. Рассмотренный в рамках статьи репертуар метафорических нарративов и продуцируемые ими инференции позволяют сделать вывод, что образный нарратив – мощный когнитивно-дискурсивный инструмент формирования политических взглядов в политической блогосфере. Тип метафоры в нарративе, которому подвергается читатель блога, в конечном счете влияет на понимание событий и принятие позиции по значимым вопросам социально-политической жизни государства. При этом, учитывая наличие культурных референций, отраженных в политической блогосфере, определенный набор когерентных метафор, используемых политическими блогерами, образует особый тип культурного нарратива, расширенный метафорический нарратив.

Наиболее частыми типами личного, идеологического и событийного метафорических нарративов в нашей выборке блогов являются: МОРАЛЬ – это ЧИСТОТА; ПРОВЕДЕНИЕ ЧЕСТНОЙ/НЕЗАВИСИМОЙ ПОЛИТИКИ – ПОДДЕРЖАНИЕ ВЕРТИКАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ТЕЛА; КОРРУПЦИЯ – БОЛЕЗНЬ/ВИРУС/ГРЯЗЬ; КОНФЛИКТ/ПОЛИТИЧЕСКАЯ БОРЬБА – СЦЕНИЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ. Однако, количественное соотношение указанных типов нарративов в англоязычной и немецкоязычной блогосферах варьируется, указывая на необходимость дальнейшего сопоставительного изучения политического блогинга в эпоху геополитической турбулентности.

Анализ эмпирического материала показал, что нарратив является мощным инструментом манипулирования электоратом в формировании определенных политических взглядов. Эффект метафорического фрейминга в нарративе заключается не только во влиянии на электоральную ситуацию в целом по стране, но и на взгляды и поведение потенциального избирателя. Репрезентации, рассуждения о форме и содержании нарративов предполагают кодирование этой структуры. Авторы считают, что тип метафоры в нарративе, которому подвергается человек, влияет на понимание событий и принятие позиции по любому важному общественному вопросу. Набор метафор, используемых политиками, образует особый тип культурного нарратива, который авторы трактуют как расширенный метафорический нарратив. Нами были представлены примеры анализа нарративов в политической коммуникации, очерчены структура нарратива и его измерения, месседж, которые они могут содержать, а также типы сюжетов, которые они используют для достижения желаемого эффекта (модификации или полного изменения взглядов людей).

Учитывая критическую роль архетипических культурно-мифических сюжетов, метафор и образов в политическом блогинге, авторы полагают, что они имеют существенное значение для соединения бессознательного с практическим применением через проецирование старых и знакомых конкретных сценариев и явлений на сложные и абстрактные. Более того, через них можно передать моральные принципы, которые оставались неизменными на протяжении веков.

Суммируя эффекты использования метафорически фреймированных нарративов в политике считаем возможным заключить следующее:

1) нарративная стратегия коммуникации в политической блогосфере – целенаправленное воздействие на партнера по коммуникации или публику посредством обращения к различным повествовательным сюжетам или подсюжетам;

2) последнее можно охарактеризовать как латентное состояние конкуренции за доминирующее положение в коммуникативном пространстве, при котором правящие субъекты испытывают определенное неравенство по качественным характеристикам (например, двусторонняя асимметрия, когда конкурирующие стороны обладают несовпадающим потенциалом превосходства);

3) модификация или трансформация потенциала и разнообразия политических нарративов, а также их эффективность говорят в пользу их применения во внутри- и внешнеполитической коммуникации, чтобы способствовать созданию симметричного коммуникативного пространства, нацеленного на успешное сотрудничество, а не на конфронтацию.

Дальнейшее исследование нарративов требует не только описания события, но и динамической модели, которая может имитировать выполнение события, разворачивающегося во времени, или текущего сценария. Необходимо создание системы интерпретации сюжетов политических блогов с использованием метафорических проекций воплощенных симуляций. Это позволит применить эту систему к другим смежным областям для последующего включения в целостную систему понимания нарратива.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Интернет-коммуникация как новая речевая формация / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. 4-е изд. М.: ФЛИНТА, 2018.
2. Habermas J. Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1996.
3. Генералова Л. М. Категоризация и концептуализация как базовые способы представления ситуативного знания // В мире научных открытий. 2012. № 9 (33). С. 236–249.
4. Lutzeier P. R. Syntaktisch-semantische Relationen: ein Versuch fürs Deutsche // Deutsche Sprache. 1988, Nr. 2, S. 131–143.
5. Кудрявцева З. Г. Виды нарративов в политическом дискурсе // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2021. № 4 (43). С. 142–146. DOI: 10.36622/AQMPJ.2021.60.37.021.
6. Labov W., Waletzky J. Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience // Essays on the Verbal and Visual Arts. Proceedings of the 1966 Annual Spring Meeting of the American Ethnological Society / In Helm, Ju. (ed.). Seattle, London: Univ. of Washington Press, 1967. P. 12–44.
7. Gadinger F, Jarzelski S., Yildiz T. Politische Narrative. Konzepte – Analysen – Forschungspraxis. Wiesbaden: Springer, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02581-6>.
8. Skrynnikova I. V., Astafurova T. N. Figurative Narratives of Environmental Security // Science J. of Volgograd State Univ. Linguistics, 2023, vol. 22, no. 4, pp. 158–166. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.4.12>.
9. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. London: Univ. of Chicago Press, 2003.
10. Charteris-Black J. Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor. Basingstoke, NY: Palgrave-MacMillan, 2005.
11. Lakoff G. The neural theory of metaphor // The Cambridge handbook of metaphor and thought; R. W. Gibbs, Jr. (ed.). Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2008. P. 17–38. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816802.003>
12. Lakoff G., Narayanan S. Toward a computational model of narrative // Computational Models of Narrative: AAAI Fall Symposium. Arlington, VA, November 11–13, 2010 / AAAI, Arlington, 2010. P. 21–28.
13. Зюганов Г. Голос трудящихся Казахстана должен быть услышан вопреки провокаторам! // Завтра.ру. 14.012.022. URL: https://zavtra.ru/blogs/golos_trudyashihnya_kazahstana_dolzhen_bit_uslishan_vopreki_provokatoram (дата обращения: 14.08.2023).
14. Merkel A. Regierungserklärung von Bundeskanzlerin // Die Bundesregierung. 09.06.2011. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/bulletin/regierungserklaerung-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-793374> (дата обращения: 20.08.2023).
15. Koschorke A. Wahrheit und Erfindung. Grundzüge einer Allgemeinen Erzähltheorie. Frankfurt a. M.: Fischer, 2012.
16. Prabel W. Scholz ist nur eine feile Marionette von Böhmernann & Co // Prabels Blog. 30.09.2023. URL: <https://www.prabelsblog.de/2023/09/scholz-ist-nur-eine-feile-marionette-von-boehmermann-co/> (дата обращения: 02.10.2023).
17. Lakoff G. Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think. Chicago: Univ. of Chicago Press, 2002.

18. Glassvisage. Dirty Hands: A Dilemma of Politicians and Public Administrators // HubPages. 21.09.2012. URL: <https://discover.hubpages.com/politics/Dirty-Hands-A-Dilemma-of-Politicians-and-Public-Administrators> (дата обращения: 18.12.2023).
19. Khazan O. What Your Politics Do to Your Morals // The Atlantic. 09.09.2019. URL: <https://www.theatlantic.com/health/archive/2019/09/political-party-morals/597517/> (дата обращения: 17.12.2023).
20. Balmer R. Parlament in Paris verordnet Politikern „moralische Sauberkeit“ // Die Presse. 03.08.2017. URL: <https://www.diepresse.com/5261508/parlament-in-paris-verordnet-politikern-moralische-sauberkeit> (дата обращения: 27.08.2023).
21. Garza M. Political flu: it's spreading // Los Angeles Daily News. 24.06.2007. URL: <https://www.dailynews.com/2007/06/24/political-flu-its-spreading/> (дата обращения: 29.11.2023).
22. Wagenknecht bezeichnet Erdogan als "Terroristen" // Spiegel Politik. 27.03.2017. URL: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/sahra-wagenknecht-bezeichnet-recep-tayyip-erdogan-als-terroristen-a-1140689.html> (дата обращения: 15.09.2023).
23. Wie bescheuert ist das denn? Wir haben die dümmste Regierung Europas! // You Tube. Welt. 08.09.2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yJm4MTBfTOc> (дата обращения: 18.08.2023).
24. Roewer H. Mr. Putin hat den Krieg bereits verloren // GlobKultMagazin. 31.07.2023. URL: <https://www.globkult.de/politik/welt/2306-mr-putin-hat-den-krieg-bereits-verloren> (дата обращения: 20.08.2023).
25. Skrynnikova I. V., Astafurova T. N. Power of metaphor: cultural narratives in political persuasion // Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR). 2017. Vol. 97. P. 285–290.
26. Eigen P. Korruption ist wie eine Krankheit in die globalisierte Wirtschaft eingezogen // Deutschlandfunk. 05.07.2005. URL: <https://www.deutschlandfunk.de/korruption-ist-wie-eine-krankheit-in-die-globalisierte-100.html> (дата обращения: 23.08.2023).
27. Weh K. Filz und Korruption sind wie eine Virus // Alster-aktuell. 19.05.2021. URL: <https://alster-aktuell.de/2021/05/19/filz-und-korruption-sind-wie-eine-virus/> (дата обращения: 03.09.2023).
28. Grosz G. Ein Plädoyer gegen Korruption, für Moral und Anstand // Bücherquelle. 25.05.2022. URL: <https://www.buecherquelle.at/shop/zeit-fuer-sauberkeit/> (дата обращения: 10.09.2023).

Информация об авторах.

Скрынникова Инна Валериевна – кандидат филологических наук (2005), доцент (2011), доцент кафедры иноязычной коммуникации и лингводидактики Волгоградского государственного университета, пр. Университетский, д. 100, Волгоград, 400062, Россия. Автор более 54 научных публикаций. Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, нейролингвистика, психолингвистика, компьютерная лингвистика, концептуализация пространства и времени в неблизкородственных языках, концептуальная метафора, нейробиологические основы языка.

Генералова Лариса Михайловна – кандидат филологических наук (2007), доцент кафедры теории и практики перевода и лингвистики Волгоградского государственного университета, пр. Университетский, д. 100, Волгоград, 400062, Россия. Автор более 95 научных публикаций. Сфера научных интересов: когнитивная лингвистика, психолингвистика, концептуальная метафора, грамматическая семантика, прагматика, интернет-коммуникация, протестная коммуникация.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 13.04.2024; принята после рецензирования 22.05.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet communication as a new speech formation] (2018), in Kolokol'tsev, T.N. and Lutovinov, O.V. (eds.), 4th ed., FLINTA, Moscow, RUS.
2. Habermas, J. (1996), *Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, GER.
3. Generalova, L.M. (2012), "Categorisation and Conceptualisation as Base Methods to Represent Situational Knowledge", *In the World of Scientific Discoveries*, no. 9 (33), pp. 236–249.
4. Lutzeier, P.R. (1988), "Syntaktisch-semantische Relationen: ein Versuch fürs Deutsche", *Deutsche Sprache*, Nr. 2, S. 131–143.
5. Kudryavtseva, Z.G. (2021), "The types of narrative in political discourse", *Actual Issues of Modern Philology and Journalism*, no. 4 (43), pp. 142–146. DOI: 10.36622/AQMPJ.2021.60.37.021
6. Labov, W. and Waletzky, J. (1967), "Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience", *Essays on the Verbal and Visual Arts. Proceedings of the 1966 Annual Spring Meeting of the American Ethnological Society*, in Helm, Ju. (ed.), Univ. of Washington Press, Seattle, London, USA, pp. 12–44.
7. Gädinger, F., Jarzebski, S. and Yildiz, T. (2014), *Politische Narrative. Konzepte – Analysen – Forschungspraxis*, Springer, Wiesbaden. GER. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02581-6>.
8. Skrynnikova, I.V. and Astafurova, T.N. (2023), "Figurative Narratives of Environmental Security", *Science J. of Volgograd State Univ. Linguistics*, vol. 22, no. 4, pp. 158–166. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.4.12>.
9. Lakoff, G. and Johnson, M. (2003), *Metaphors We Live By*, Univ. of Chicago Press, London, UK.
10. Charteris-Black, J. (2005), *Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor*, Palgrave-MacMillan, Basingstoke, NY, RUS.
11. Lakoff, G. (2008), "The neural theory of metaphor", *The Cambridge handbook of metaphor and thought*, in R. W. Gibbs, Jr. (ed.), Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK, pp. 17–38. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816802.003>
12. Lakoff, G. and Narayanan, S. (2010), "Toward a computational model of narrative", *Computational Models of Narrative: AAAI Fall Symposium*, Arlington, VA, USA, November 11–13, 2010, P. 21–28.
13. Zyuganov, G. (2022), "The voice of the workers of Kazakhstan must be heard despite the provocateurs!", *Zavtra.ru*, 14.012.022, available at: https://zavtra.ru/blogs/golos_trudyashihsya_kazahstana_dolzhen_bit_uslishan_vopreki_provokatoram (accessed 14.08.2023).
14. Merkel, A. (2011), "Regierungserklärung von Bundeskanzlerin", *Die Bundesregierung*, 09.06.2011, available at: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/bulletin/regierungserklaerung-von-bundeskanzlerin-dr-angela-merkel-793374> (accessed 20.08.2023).
15. Koschorke, A. (2012), *Wahrheit und Erfindung. Grundzüge einer Allgemeinen Erzähltheorie*, Fischer, Frankfurt a. M., GER.
16. Prabel, W. (2023), "Scholz ist nur eine feile Marionette von Böhmermann & Co", *Prabels Blog*, 30.09.2023, available at: <https://www.prabelsblog.de/2023/09/scholz-ist-nur-eine-feile-marionette-von-boehmermann-co/> (accessed 02.10.2023).
17. Lakoff, G. (2002), *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*, Univ. of Chicago Press, Chicago, USA.
18. Glassvisage (2012), "Dirty Hands: A Dilemma of Politicians and Public Administrators", *HubPages*, 21.09.2012, available at: <https://discover.hubpages.com/politics/Dirty-Hands-A-Dilemma-of-Politicians-and-Public-Administrators> (accessed 18.12.2023).
19. Khazan, O. (2019), "What Your Politics Do to Your Morals", *The Atlantic*, 09.09.2019, available at: <https://www.theatlantic.com/health/archive/2019/09/political-party-morals/597517/> (accessed 17.12.2023).
20. Balmer, R. (2017), "Parlament in Paris verordnet Politikern „moralische Sauberkeit“", *Die Presse*, 03.08.2017, available at: <https://www.diepresse.com/5261508/parlament-in-paris-verordnet-politikern-moralische-sauberkeit> (accessed 27.08.2023).
21. Garza, M. (2007), "Political flu: it's spreading", *Los Angeles Daily News*, 24.06.2007, available at: <https://www.dailynews.com/2007/06/24/political-flu-its-spreading/> (accessed 29.11.2023).

22. "Wagenknecht bezeichnet Erdogan als "Terroristen"" (2017), *Spiegel Politik*, 27.03.2017, available at: <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/sahra-wagenknecht-bezeichnet-recep-tayyip-erdogan-als-terroristen-a-1140689.html> (accessed 15.09.2023).

23. "Wie bescheuert ist das denn? Wir haben die dümmste Regierung Europas!", *You Tube. Welt*, 08.09.2022, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=yJm4MTBfTOc> (accessed 18.08.2023).

24. Roewer, H. (2023), "Mr. Putin hat den Krieg bereits verloren", *GlobKultMagazin*, 31.07.2023, available at: <https://www.globkult.de/politik/welt/2306-mr-putin-hat-den-krieg-bereits-verloren> (accessed 20.08.2023).

25. Skrynnikova, I.V., Astafurova, T.N. (2017), "Power of metaphor: cultural narratives in political persuasion", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, vol. 97, pp. 285–290.

26. Eigen, P. (2005), "Korruption ist wie eine Krankheit in die globalisierte Wirtschaft eingezogen", *Deutschlandfunk*, 05.07.2005, available at: <https://www.deutschlandfunk.de/korruption-ist-wie-eine-krankheit-in-die-globalisierte-100.html> (accessed 23.08.2023).

27. Weh, K. (2021), "Filz und Korruption sind wie eine Virus", *Alster-aktuell*, 19.05.2021, available at: <https://alster-aktuell.de/2021/05/19/filz-und-korruption-sind-wie-eine-virus/> (accessed 03.09.2023).

28. Grosz, G. (2022), "Ein Plädoyer gegen Korruption, für Moral und Anstand", *Bücherquelle*, available at: <https://www.buecherquelle.at/shop/zeit-fuer-sauberkeit/> (accessed 10.09.2023).

Information about the authors.

Inna V. Skrynnikova – Can. Sci. (Philology, 2005), Docent (2011), Associate Professor at the Department of Foreign language Communication and Linguodidactics, Volgograd State University, 100 Universitetskiy ave., Volgograd 400062, Russia. The author of over 54 scientific publications. Area of expertise: cognitive linguistics, neurolinguistics, psycholinguistics, computational linguistics: conceptualization of space and time in unrelated languages, conceptual metaphor, neurological foundations of language.

Larisa M. Generalova – Can. Sci. (Philology, 2007), Associate Professor at the Department of Translation Theory and Practice and Linguistics, Volgograd State University, 100 Universitetskiy ave., Volgograd 400062, Russia. The author of over 95 scientific publications. Area of expertise: cognitive linguistics, psycholinguistics, conceptual metaphor, grammatical semantics, pragmatics, Internet communication, protest communication.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 13.04.2024; adopted after review 22.05.2024; published online 24.09.2024.*

Оригинальная статья

УДК 81-11

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-134-142>

Неудачные и удачные селфи в презентации антропоморфных метафор англоязычного цифрового дискурса

Светлана Владимировна Киселева¹, Александр Сергеевич Нехорошев²

¹Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

²Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия

¹svkiseljeva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3814-1111>

²aleks.nexoroshev@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0008-6768-9793>

Введение. Статья посвящена анализу роли антропоморфных метафор современной цифровой лексики на примере слова «selfie». Актуальность работы обусловлена возрастающим интересом научного сообщества к эволюции цифровой лексики, включающей в себя разнообразные лексические единицы и выражения, отражающие современные реалии и социокультурные изменения.

Методология и источники. Методологическое исследование базируется на продуктивности антропометрических когнитивных инструментов при формировании образных выражений в английском языке с инклюзией слова «selfie». Данное исследование связано с концептуальной теорией метафор, разработанной известными лингвистами Дж. Лакоффом и М. Джонсоном.

Результаты и обсуждение. В ходе этого исследования обращается внимание на некоторые выразительные словосочетания, связанные с понятием «selfie». Были выбраны прилагательные с отрицательной и положительной коннотацией, далее на основе анализа эмпирического материала выделены структуры, архитектурно представляющие модель «adjective + selfie». На этом основании в контексте «selfie» были выявлены отрицательные и положительные метафорические образы.

Заключение. Рассмотрение семантики исследуемых выражений позволяет лучше понять, как цифровая лексика представляет социокультурные тренды и изменения в обществе, взгляд на эволюцию языка в эпоху цифровизации и подчеркивает роль цифровой лексики в формировании новых лингвистических образцов, отражающих динамику социокультурных изменений, подчеркивая роль цифровой лексики в современном мире.

Ключевые слова: цифровая лексика, метафора, когнитивная лингвистика, эволюция языка, социокультурные изменения

Для цитирования: Киселева С. В., Нехорошев А. С. Неудачные и удачные селфи в презентации антропоморфных метафор англоязычного цифрового дискурса // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 134–142. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-134-142.

© Киселева С. В., Нехорошев А. С., 2024

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Original paper

Unsuccessful and Successful Selfies in the Presentation of Anthropomorphic Metaphors in English-Language Digital Discourse

*Svetlana V. Kiseleva*¹, *Aleksandr S. Nekhoroshev*²✉

¹*Saint Petersburg State Economic University, St Petersburg, Russia*

²*Pushkin Leningrad State University, St Petersburg, Russia*

¹*svkiseljeva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3814-1111>*

²✉*aleks.nexoroshev@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0008-6768-9793>*

Introduction. This article is devoted to the analysis of the role of anthropomorphic metaphors in modern digital vocabulary using the example of the word “selfie”. The relevance of the work is due to the growing interest of the scientific community in the evolution of digital vocabulary, which includes a variety of lexical units and expressions that reflect modern realities and sociocultural changes.

Methodology and sources. The methodological study is based on the productivity of anthropometric cognitive tools in the formation of figurative expressions in English, with the inclusion of the word “selfie”. This study is related to the conceptual theory of metaphors developed by famous linguists G. Lakoff and M. Johnson.

Results and discussion. In the course of this study, attention is drawn to some expressive phrases associated with the concept of “selfie”. Adjectives with negative and positive connotations were selected, then, based on the analysis of empirical material, structures were identified that architecturally represent the “adjective + selfie” model. On this basis, in the context of selfie, negative and positive metaphorical images were identified, which were analyzed in examples.

Conclusion. Consideration of the semantics of the expressions under study allows us to better understand how digital vocabulary shows sociocultural trends and changes in society, provides a look at the evolution of language in the era of digitalization and emphasizes the role of digital vocabulary in the formation of new linguistic patterns that reflect the dynamics of sociocultural changes, emphasizing the role of digital vocabulary in the modern world.

Keywords: digital lexicon, metaphor, cognitive linguistics, language evolution, socio-cultural changes

For citation: Kiseleva, S.V. and Nekhoroshev, A.S. (2024), “Unsuccessful and Successful Selfies in the Presentation of Anthropomorphic Metaphors in English-Language Digital Discourse”, *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 134–142. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-134-142 (Russia).

Введение. В мире языка и мышления существует уникальный механизм, который открывает перед нами бесконечные возможности понимания и интерпретации окружающего мира. Одной из ключевых составляющих этого механизма является когнитивная метафора. Когнитивная метафора представляет собой одну из форм концептуализации, когнитивный процесс, который выражает и формирует новые понятия и без которого невозможно получение нового знания [1].

В современном мире, где цифровые технологии прочно вошли в повседневную жизнь, язык как средство общения постоянно эволюционирует под воздействием новых явлений и тенденций. Одним из удивительных проявлений этой эволюции стала цифровая лексика, включающая в себя разнообразные лексические единицы и выражения, отражающие современные реалии и социокультурные изменения.

Неудачные и удачные селфи в презентации антропоморфных метафор англоязычного цифрового... 135
Unsuccessful and Successful Selfies in the Presentation of Anthropomorphic Metaphors...

Методология и источники. В рамках данного исследования обращается внимание на когнитивную лингвистику, изучающую взаимосвязь языка и методов исследования когнитивных процессов, при помощи которых можно не только анализировать цифровую лексику как набор слов, но и раскрывать глубокие когнитивные процессы, лежащие в ее основе.

Исследование аккуратно вплетено в обширную область когнитивной лингвистики и концептуальной теории метафор, принимая во внимание работы таких авторов, как Е. С. Кубрякова, Н. Н. Болдырев, М. В. Никитин, Дж. Лакофф, М. Джонсон.

Результаты и обсуждение. Для работы с метафорами важно правильно их декодировать. Часто возникает ситуация, когда закодированная речь включает в себя сложные расширенные ассоциативные, нетривиальные и многоэтапные метафоры, поэтому декодируется с трудом. Для их понимания необходимо использовать интеллект и воображение [2].

С одной стороны, язык всегда динамично развивается, а с другой – это социально и культурно обусловленное хранилище данных. Метафоры в языке играют ключевую роль в становлении лингвистических значений и концепций [3].

Цифровая лексика, рассмотренная в когнитивном аспекте, представляет собой уникальное поле исследований, где лингвистика переплетается с когнитивной наукой. Когнитивный подход к изучению языка в цифровой эпохе позволяет раскрывать глубинные процессы восприятия, понимания и формирования смысла. Когнитивное исследование цифровой лексики дает возможность проникнуть за пределы слов и фраз, исследуя более глубокие слои нашего понимания мира в эпоху цифровых инноваций [4].

Цифровая лексика, освещенная через призму метафорического восприятия, становится не только средством обозначения технологических явлений, но и окном в наше когнитивное восприятие современного мира. Метафорические конструкции, в частности метонимия, играют важную роль в формировании смысла и образов вокруг цифровых понятий, а применение метафор в цифровой лексике расширяет диапазон наших ассоциаций и углубляет понимание цифровых технологий. Например, когда используется слово «cloud» в облачных вычислениях, это не просто техническое определение, но еще и метафора, которая переносит нас в абстрактное пространство, связанное с хранением данных [4].

Метафоры – это не только языковые конструкции, а отражение основных когнитивных структур, которые подчеркивают, что наше восприятие и понимание мира формируются через метафорические образы, влияя на наше мышление и язык. Дж. Лакофф и М. Джонсон в своей концептуальной теории метафор показывают, что метафоры не просто языковые конструкции, а отражение основных когнитивных структур. Они рассматривают метафору как инструмент, формирующий мышление и язык, где источник (source) представляет собой область, из которой берутся элементы для переноса на целевую область (target), формируя новый, метафорический смысл [5].

Этот процесс интерпретации метафорического образа сопровождается когнитивным освоением новых форм дискурса, интегрирующих элементы различных семиотических систем, что формирует сложный контекст [6].

Е. С. Кубрякова в своих исследованиях по когнитивной лингвистике выделяет роль метафор в формировании языковых концепций. Она рассматривает метафору как основной

когнитивный механизм, используемый для описания и структурирования абстрактных понятий. Метафорические переносы помогают людям осмыслить сложные явления через аналогии с более конкретными и знакомыми образами [1].

Метафора в когнитивной лингвистике представляет собой механизм, с помощью которого используются знакомые концепты и языковые выражения для описания менее знакомых или абстрактных идей. Это перенос значения от одного концепта к другому [7]. В контексте цифровой лексики метафоры играют ключевую роль в формировании смысла и восприятия новых явлений и тенденций в современном обществе.

Когнитивная семантика подчеркивает использование метафор для описания абстрактных концепций. Что касается цифровой лексики, метафоры играют важную роль в представлении цифрового мира, например, слово «cloud» в облачных технологиях или «virus» в компьютерной безопасности [8].

В ходе исследования обращается внимание на некоторые выразительные словосочетания, связанные с понятием «selfie», где данная лексическая единица (ЛЕ) имеет следующую дефиницию: *an image that includes oneself (often with another person or as part of a group) and is taken by oneself using a digital camera especially for posting on social networks* [9].

В этой статье акцент сделан на продуктивность антропометрических когнитивных инструментов при формировании образных выражений в английском языке с инклюзией слова «selfie». Были выбраны прилагательные с отрицательной и положительной коннотацией, далее на основе анализа эмпирического материала выделены структуры, архитектурно представляющие модель «adjective + selfie», где прилагательное, имеющее коннотацию неудачности, придает отрицательно-оценочное (пейоративное) значение образному выражению в целом. И наоборот, где прилагательное с коннотацией удачности придает положительно-оценочное значение. Исследование подтверждает, что описываемые метафоры представляют сложный когнитивный механизм, требующий осмысления семантического наполнения компонентов для интерпретации смысла целостной метафорической единицы.

На этом основании в контексте *selfie* были выявлены отрицательные метафорические образы, такие как *reckless selfie*, *inappropriate selfie*, *awkward selfie*, *unflattering selfie*. Эти образы акцентируют негативные аспекты самого селфи, такие как тщеславие, безрассудство, неуместное поведение, неловкость и непривлекательный внешний вид соответственно. Подобные метафоры обогащают семантику (цифровую лексическую единицу) слова *selfie* и создают критическое восприятие этого явления.

В современном цифровом пространстве становится заметным увеличение употребления словосочетания «*awkward selfie*» («*Ella hesitated to share the awkward selfie, unsure of how her friends would react to the unexpected pose and quirky facial expression*» [5], «*While scrolling through her gallery, Emma found an awkward selfie she had taken at the party*», «*Jake's attempt to capture a quick photo with his favorite celebrity resulted in an awkward selfie*» [9]) – неловкого или неудобного селфи, характеризующегося неуклюжими позами, странными выражениями лица или иными элементами, вызывающими дискомфорт или недопонимание у зрителей. Это словосочетание может описывать снимки, которые не соответствуют общепринятым стандартам красоты или эстетической привлекательности. Аналогия с «*awkward*»

(неуклюжий, неловкий) подчеркивает негармоничность и неудачность таких снимков, создавая образ неудачного момента в мире цифровой фотографии.

В современном цифровом обществе понятие «*inappropriate selfie*» («*She faced criticism from her followers after posting an inappropriate selfie that violated the platform's community guidelines*» [10], «*Sarah quickly deleted the inappropriate selfie she had taken at the office party, realizing it was not suitable to share online*», «*Posting an inappropriate selfie during a solemn event led to a wave of backlash and criticism on social media*» [9]) становится все более актуальным и отражает автопортреты, созданные способами, считающимися неприемлемыми, оскорбительными или социально неодобряемыми. Эта ЛЕ проецирует область социальной нормы на представление о себе через цифровые изображения, формируя дискурс вокруг самовыражения в онлайн-пространстве. Прилагательное «*inappropriate*» выполняет функцию модификатора, внося свои семантические оттенки и влияя на восприятие основной лексической единицы «*selfie*».

Прилагательные «*inappropriate*» и «*awkward*» могут использоваться синонимично, подчеркивая гибкость языка в передаче тонких нюансов в области цифрового представления о себе. Обсуждение неподходящих селфи отражает динамику социокультурных норм и ожиданий в цифровой эпохе, демонстрируя, как язык приспосабливается к новым явлениям в нашем визуально насыщенном обществе.

В современной цифровой культуре словосочетание «*reckless selfie*» («*Despite the risky environment, he decided to take a reckless selfie on the edge of the cliff, alarming friends and family with his daring stunt*» [10], «*Taking a reckless selfie on the edge of the cliff, Mark ignored all safety warnings and put himself in serious danger*», «*The news reported several incidents where tourists were injured while trying to capture a reckless selfie in dangerous locations*» [9]) становится все более употребляемой в речи, обозначая автопортреты, созданные без соответствующей осторожности, несмотря на потенциальные негативные последствия. Прилагательное «*reckless*» в данном контексте указывает на действия, которые осуществляются без должной осмотрительности, подчеркивая риск и возможные опасности, связанные с такими снимками.

Данное сочетание может использоваться для описания селфи, сделанных в опасных ситуациях, вредных для здоровья или без уважения к социокультурным нормам. Это сочетание служит катализатором обсуждения безответственного поведения в онлайн-пространстве и его влияния на общественное восприятие.

Следующее сочетание «*unflattering selfie*» («*After a long day of hiking, she accidentally took an unflattering selfie, covered in dirt and sweat, and shared it with her friends*» [10], «*Despite the picturesque background, Jenna was disappointed with the unflattering selfie that highlighted her bad hair*», «*James quickly deleted the unflattering selfie from his phone, embarrassed by the awkward angle and poor lighting*» [9]) относится к автопортретам, которые не лестно представляют фотографируемого и часто могут вызвать отрицательные эмоции у зрителей. Прилагательное «*unflattering*» указывает на непривлекательный, невыгодный облик субъекта/объекта снимка.

Такие селфи могут включать в себя непрофессиональное освещение, неудачный угол съемки или момент, когда лицо человека изображает необычное выражение. Данное словосочетание используется для описания феномена саморепрезентации в онлайн-среде и влияния визуального восприятия на формирование внешнего облика.

Когда дело доходит до создания снимков, привлекающих внимание и захватывающих воображение, многие стремятся к эффектным и драматичным селфи. Однако важно найти баланс между выразительностью и естественностью, чтобы избежать неудачных или неестественных моментов. В то время как драматические снимки могут подчеркнуть индивидуальность и стиль, важно учитывать контекст и обстоятельства, чтобы создать впечатляющее и эмоционально насыщенное изображение, которое не утратит своей искренности.

«Dramatic selfie» («*She took a dramatic selfie, capturing the intense emotions reflected in her eyes and the atmospheric lighting of the sunset behind her*» [10]) в контексте неудачности может означать попытку создать эффектное и волнующее изображение, которое, однако, может неудачно передать задуманное настроение или эмоцию. Такие селфи часто оказываются чрезмерно экспрессивными или преувеличенными, что приводит к неестественным позам или выражениям лица. Такие селфи могут вызывать отрицательные эмоции или даже насмешки из-за своего необычного стиля или неудачной попытки передать определенное настроение. Они кажутся нелепыми или искусственными, не отражая подлинных эмоций или чувств человека. Такие снимки бывают нежелательными и неудачными в плане эстетики, вызывая негативные реакции у зрителей.

Однако также можно сказать, что «dramatic selfie» представляет собой сильный способ выразить индивидуальность и эмоциональную глубину чувств человека через фотографию («*With the stormy sky and lightning in the background, Sarah captured a dramatic selfie that stunned her followers*» [10], «*Mark's dramatic selfie, taken on the edge of a cliff at sunset, perfectly conveyed the sense of adventure he wanted to share*» [9]). Этот стиль селфи часто отличается яркими выражениями лица, интенсивным освещением съемками или необычными ракурсами фотографии, чтобы подчеркнуть определенное настроение или эмоцию человека. Они могут быть использованы, чтобы выделить важные моменты или события в жизни, а также для выражения своей индивидуальности.

Драматические селфи способствуют созданию эффектных и запоминающихся изображений, которые привлекают внимание и вызывают эмоциональные реакции у зрителей. Они могут подчеркивать креативность и художественный подход к фотографии, добавляя элементы загадочности или интриги. Такие селфи часто используются для самовыражения и коммуникации, позволяя людям поделиться своими чувствами и переживаниями через визуальные образы.

В современной цифровой культуре можно наблюдать увеличение использования выражения «iconic selfie» («*Her iconic selfie in front of the Eiffel Tower captured the essence of her Parisian adventure*» [10], «*The astronaut's iconic selfie with Earth in the background became one of the most celebrated images of the space mission*» [9]), которое обозначает селфи, имеющее значительное культурное или личное значение. Сюда можно отнести селфи, сделанное Полом Маккартни (1959) или селфи Базза Олдрина в космосе (1996). Такие селфи часто выходят за рамки обычных снимков, символизируя ключевые моменты нашей истории, будь то знаковое селфи знаменитости, ставшее вирусным, или автопортрет, документирующий личное путешествие в места, где никто еще не был. Эти изображения становятся знаковыми для своего времени и контекста, формируя наше представление о том или ином времени.

Кроме того, «iconic selfie» может служить средством самовыражения и самопредставления в цифровой эпохе, позволяя людям выражать свои убеждения, идеалы или принадлежность к определенным группам или движениям. Эти изображения часто активно обсуждаются. Неудачные и удачные селфи в презентации антропоморфных метафор англоязычного цифрового... 139
Unsuccessful and Successful Selfies in the Presentation of Anthropomorphic Metaphors...

даются в социальных сетях и могут влиять на формирование общественного мнения, воздействуя на культурные и политические дискурсы. Таким образом, этот вид селфи играет важную роль в контексте современной культуры и общества, отражая и влияя на наши представления о личной и коллективной идентичности, ценностях и событиях.

В современной культуре становится заметно увеличение использования словосочетания «stylish selfie» («*She posted a stylish selfie on social media, showcasing her trendy outfit and impeccable sense of fashion*» [10], «*She posted a stylish selfie showcasing her new designer outfit and impeccable makeup, garnering thousands of likes*», «*His stylish selfie, taken against the backdrop of a trendy cityscape, perfectly captured his urban look*» [9]) («стильное селфи»). Это выражение обозначает не просто снимок себя, сделанный с использованием смартфона или другого устройства, но и такой, который продемонстрирован с особым усердием в создании стиля, элегантности или моды. Нередко такие селфи включают в себя тщательно подобранные наряды, аксессуары и даже фон, чтобы создать впечатление непринужденной изысканности и привлекательности. Это могут быть фотографии, которые подчеркивают чувство стиля и индивидуальности человека, а также служат способом самовыражения и социального статуса.

Такие снимки зачастую размещаются в социальных сетях и блогах, где пользователи делятся своими образами и стилем жизни с подписчиками. Этот вид селфи стал неотъемлемой частью современной культуры самопрезентации, отражая стремление людей к созданию эстетически привлекательных образов и подчеркивая их индивидуальность и вкус.

Словосочетание «casual selfie» («*During their weekend getaway, they snapped a casual selfie while lounging on the beach, capturing the carefree spirit of their adventure*» [10], «*She shared a casual selfie from her Sunday morning walk, with messy hair and a relaxed smile*», «*His casual selfie, taken while lounging on the couch in a t-shirt and jeans, showed his laid-back personality*» [9]) описывает спонтанные и непринужденные снимки, которые делаются без предварительной подготовки или особого внимания к деталям. Эти селфи отличаются естественностью и простотой, охватывая моменты повседневной жизни и обычные ситуации. Они передают атмосферу расслабленности и непринужденности, не требуя сложных настроек или аккуратной прически. Вместо этого «casual selfie» позволяет зрителям увидеть за кадром человека, а не его образ. Эти снимки часто представляют собой искренние и подлинные моменты, которые захватывают внимание и создают чувство близости к автору.

В этом виде «селфи» нет стремления к идеальной композиции или улучшению внешнего вида. Они часто совершаются на ходу, чтобы запечатлеть моменты радости, смеха или просто настроения. Эти снимки могут быть сделаны в домашней обстановке, на улице или в компании друзей, не требуя особых усилий по созданию идеального образа. Они отражают истинную личность автора, позволяя зрителям увидеть его таким, какой он есть, без масок и фильтров.

«Glamorous selfie» («*As she walked down the red carpet, she couldn't resist capturing a glamorous selfie with the dazzling city lights as her backdrop*» [10], «*She posted a glamorous selfie from the gala, with her hair perfectly styled and makeup flawlessly applied*», «*His glamorous selfie at the rooftop party, dressed in a sharp suit and bow tie, received hundreds of likes*» [9]) – это снимки, которые представляют собой высокоэстетичные и роскошные образы. Их отличают стильные наряды, профессиональный макияж и аксессуары, которые создают иллюзию роскоши и блеска. Эти селфи могут быть сделаны на особых мероприятиях, в роскошных интерьерах

или на фоне известных достопримечательностей. Цель «glamorous selfie» – подчеркнуть статус, привлекательность и успешность, создавая впечатление роскоши и изыска.

«Glamorous selfie» – это способ самовыражения, который включает в себя использование модных и современных элементов, чтобы подчеркнуть свой стиль и привлекательность. Эти селфи могут быть сделаны в различных ситуациях, от повседневных моментов до особых событий, и они часто отражают стремление к представлению себя в лучшем свете. Люди делают этот вид селфи, чтобы подчеркнуть свой утонченный вкус (следуя последним модным тенденциям), а также для привлечения внимания к своей стилистике и образу.

Заключение. Рассмотрение семантических нюансов исследуемых выражений позволяет лучше понять, как цифровая лексика описывает социокультурные тренды и изменения в обществе, предоставляет взгляд на эволюцию языка в эпоху цифровизации и подчеркивает роль цифровой лексики в формировании новых лингвистических образцов, отражающих динамику социокультурных изменений, подчеркивая роль цифровой лексики.

С точки зрения когнитивной лингвистики, метафорическое явление представляет собой процесс, при котором структура домена источника, часто ассоциированного с негативными коннотациями, переносится на структуру домена цели. Таким образом, данное исследование предоставляет взгляд на эволюцию языка в эпоху цифровизации и характеризует роль цифровой лексики в формировании новых лингвистических моделей, отражающих динамику социокультурных изменений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: когнитивные исследования. М.: Знак, 2012.
2. Classification of metaphors according to the degree of difficulty of their perception and their decoding from the standpoint of invariant semantics / S. A. Pesina, S. V. Kiseleva, S. A. Vinogradova et al. // Res Militaris. 2022. Vol. 12, no. 3. P. 2129–2141.
3. Functioning of metaphor through the prism of invariant theory of polysemy / S. A. Pesina, S. A. Vinogradova, S. V. Kiseleva et al. // Applied Linguistics Research J. 2021. Vol. 5, no. 4. P. 247–252. DOI: 10.14744/alrj.2021.34356.
4. Baron N. S. Always on: Language in an online and mobile world. NY: Oxford Univ. Press, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195313055.001.0001>.
5. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. А. Н. Баранова, А. В. Морозовой; под ред. А. Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004.
6. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика (курс лекций по англ. филологии). 3-е изд., стер. Тамбов: Изд-во ТГУ, 2002.
7. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики: учеб. пособие. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007.
8. Digital discourse: Language in the new media; C. Thurlow, K. Mroczek (eds.), Oxford: Oxford Univ. Press, 2011.
9. Merriam-Webster: Dictionary and Thesaurus. URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary> (дата обращения: 02.02.2024).
10. Cambridge Dictionary: Free English Dictionary and Thesaurus. URL: <http://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 02.02.2024).

Информация об авторах.

Киселева Светлана Владимировна – доктор филологических наук (2010), профессор кафедры английской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного эконо-

мического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор 138 научных публикаций. Сфера научных интересов: история английского языка, лексикология английского языка, теоретическая грамматика, когнитивная лингвистика (когнитивная семантика, когнитивная терминология).

Нехорошев Александр Сергеевич – аспирант кафедры романо-германской филологии и лингводидактики Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина, Петербургское шоссе, д.10, Пушкин, Санкт-Петербург, 196605, Россия. Сфера научных интересов: семантика, терминология, когнитивная лингвистика, лексикология.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 07.06.2024; принята после рецензирования 26.06.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.*

REFERENCES

1. Kubryakova, E.S. (2012), *V poiskakh sushchnosti yazyka: kognitivnye issledovaniya* [In search of the essence of language. Cognitive research], Znak, Moscow, RUS.
2. Pesina, S.A., Kiseleva, S.V., Vinogradova, S.A. et al. (2022), "Classification of metaphors according to the degree of difficulty of their perception and their decoding from the standpoint of invariant semantics", *Res Militaris*, vol. 12, no. 3, pp. 2129–2141.
3. Pesina, S.A., Vinogradova, S.A., Kiseleva, S.V. et al. (2021), "Functioning of metaphor through the prism of invariant theory of polysemy", *Applied Linguistics Research J.*, vol. 5, no. 4, pp. 247–252. DOI: 10.14744/alrj.2021.34356.
4. Baron, N.S. (2008), *Always on: Language in an online and mobile world*, Oxford Univ. Press, NY, USA. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195313055.001.0001>.
5. Lakoff, G. and Johnson, M. (1980), *Metaphors we live by*, Transl. Baranov, A.N. and Morozova, A.V., in Baranov, A.N. (ed.), Editorial URSS, Moscow, RUS.
6. Boldyrev, N.N. (2002), *Kognitivnaya semantika (kurs lektsii po angl. filologii)* [Cognitive semantics (course of lectures on English philology)], 3rd ed., ster. Izd-vo TSU, Tambov, RUS.
7. Nikitin, M.V. (2007), *Kurs lingvisticheskoi semantiki* [Course of linguistic semantics], Izd-vo RGPU im. A. I. Gertsena, SPb., RUS.
8. Thurlow, C. and Mroczek, K. (eds.) (2011), *Digital discourse: Language in the new media*, Oxford Univ. Press, Oxford, UK.
9. *Merriam-Webster: Dictionary and Thesaurus*, available at: <http://www.merriam-webster.com/dictionary> (accessed 02.02.2024).
10. *Cambridge Dictionary: Free English Dictionary and Thesaurus*, available at: <http://dictionary.cambridge.org> (accessed 02.02.2024).

Information about the authors.

Svetlana V. Kiseleva – Dr. Sci. (Philology, 2010), Professor at the Department of English Philology and Translation, Saint Petersburg State Economic University, 30-32 Griboyedov Channel emb., St Petersburg 191023, Russia. The author of 138 scientific publications. Area of expertise: history of the English language, lexicology of the English language, theoretical grammar, cognitive linguistics (cognitive semantics, cognitive terminology).

Aleksandr S. Nekhoroshev – Postgraduate at the Department of Romance-Germanic Philology and Linguodidactics, Pushkin Leningrad State University, 10 Petersburgskoye hig, Pushkin, 196605 St Petersburg, Russia. Area of expertise: semantics, terminology, cognitive linguistics, lexicology.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 07.06.2024; adopted after review 26.06.2024; published online 24.09.2024.*

Оригинальная статья
УДК 811.11; 81'373.45
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-4-143-156>

Место французских заимствований среди слов английской фонестемной группы CR-

Валерия Николаевна Малышева

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия,
malvaleriam@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0003-9837-3533>*

Введение. Рассматривается вопрос влияния французских заимствований на процесс развития фонестемного звукового символизма (ФЗС) в английском языке. ФЗС – один из языковых инструментов кодирования значения, проявляющийся у групп слов, имеющих схожую внешнюю форму. Цель статьи – выявить степень влияния французских заимствований на семантический состав английской фонестемной группы CR-.

Методология и источники. Приводится этимологический анализ 62 английских слов, заимствованных из французского языка, содержащих сочетание CR-, которые могли повлиять на формирование фонестемной группы в целом. Материал отбирался методом направленной выборки из Большого Оксфордского словаря, этимология слов дополнительно уточнялась по французским этимологическим словарям Le Littré и Trésor. Теоретической базой также послужили работы А. Б. Михалёва по теории фоносемантического поля, Ф. М. Леонарди по фонестемам латинского языка и Д. Боттино, где рассматривается ФЗС французского языка. В процессе работы выполнен этимологический и фоносемантический анализ лексем, входящих в состав изучаемой группы, выделены слова, вошедшие в английскую фонестемную группу (25 слов), а также проанализированы заимствованные французские слова на CR-, не вошедшие в нее.

Результаты и обсуждение. В случае совпадения сем в языке-доноре и языке-акцепторе заимствованные слова дополняют и укрепляют явление ФЗС, в противном случае, новые слова остаются за пределами фоносемантического поля группы. В случае различий фонотактических норм в языке-доноре и языке-акцепторе слова также остаются за пределами группы. Французские CR- заимствования германского происхождения демонстрируют бóльшую устойчивость в языке по сравнению со словами латинского происхождения. Собственно, французские заимствования в составе исследуемой фонестемной группы представлены исключительно звукоподражаниями.

Заключение. Исследование демонстрирует, что французские заимствования оказали ограниченное влияние на формирование английской фонестемной группы CR-, дополняя и усиливая тенденции, сформированные в этой группе на основе исконного лексического материала.

Ключевые слова: фонестема, звуковой символизм, иконичность, звукоизобразительность, этимология

Для цитирования: Малышева В. Н. Место французских заимствований среди слов английской фонестемной группы CR- // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 4. С. 143–156. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-143-156.

© Малышева В. Н., 2024

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Original paper

French Loanwords in English *cr*-phonaesthetic group

Valeria N. Malysheva

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia,
malvaleriam@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0003-9837-3533>*

Introduction. The article examines the influence of French borrowings on the process of development of phonaesthetic sound symbolism in the English language. Phonaesthemes work as a language instrument of semantic structuring of meanings of groups of words with similar form. The article aims to identify how French borrowings influenced the set of semes characteristic of the English phonaesthetic group *cr*-.

Methodology and sources. The preselected 62 English words with the initial *cr*- consonant cluster borrowed from French, were analyzed for their possible influence on the respective English phonaesthetic group. 25 words were confirmed to be phonaesthetic. The words were selected from the Oxford English Dictionary by targeted sampling. Etymology, if necessary, was further verified after French etymological dictionaries Le Littré and Trésor. Theoretical framework for this research are the works of Mikhalev (phonosemantic field theory), Leonardi (on Latin phonaesthemes) and Bottineau (on French iconic words). Methods applied in the research are etymological and phonosemantic analyses. French loanwords included and not included in the English phonaesthetic group were analysed separately.

Results and discussion. The data analyses have shown that in case the shared semes of the CR- word group in the donor language coincide with those of the recipient language, loanwords seem to augment and strengthen the tendency to form phonaesthetic groups. Otherwise, new words remain outside the English phonosemantic field of the group in question. Phonotactic restrictions may also leave such loanwords outside the studied phonaesthetic group. French loanwords of Germanic origin seem to demonstrate stronger sustainability in language as compared to those of Latin origin. Words of French origin appear to be onomatopoeic only.

Conclusion. The results of the study demonstrate that French loanwords had a limited effect on the English *cr*- phonaesthetic group. French loanwords have expanded the group and strengthened the tendencies formed within the native English word group.

Keywords: phonaestheme, sound symbolism, iconicity, phono-iconicity, etymology

For citation: Malysheva, V.N. (2024), "French Loanwords in English *cr*-phonaesthetic group", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 4, pp. 143–156. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-4-143-156 (Russia).

Введение. В работе приводятся результаты изучения проявления фонестемного звукового символизма (ФЗС) в английских словах французского происхождения. Феномен ФЗС понимается как явление, «когда две (реже три) фонемы, имеющиеся в фонетическом облике у группы слов, приобретают устойчивую ассоциативную связь с каким-либо значением, либо рядом значений» [1, с. 20–21]. Так, слова с фонестемным сочетанием CR- /кг-/ в английском языке объединяет содержание в них семы «сломанное с характерным треском, хрустом» (*crack, crash, crush*) и ряда других с ним связанных.

Фонестемные группы формируются не по принципу деривации, а на основании: 1) содержания в начальной позиции корня идентичного сочетания согласных – *фонестемы*; 2) содержания повторяющейся семы хотя бы в одном словарном значении слова; 3) связи между значением слова и характеристиками фонем, составляющих фонестему, что может быть отмечено в словарях пометами «звукоизобразительное», *imitative, onomatopoeic origin*.

Таким образом, можно наблюдать содержание в языке слов, которые схожи по форме и значению и могут происходить от разных корней. Так, в Большом Оксфордском словаре [2] насчитывается 3702 слова с CR- в начальной позиции (без учета слов с приставками), из которых в 68 словах (как исконных, так и заимствованных) мы определяем наличие фонестемы.

В данном исследовании изучены слова французского происхождения, имеющие сочетание CR- в начале корня (всего 229 слов), среди которых выделены слова, которые вошли в английскую фонестемную группу и могли оказать влияние на ее развитие (всего 25 слов), и те, которые по выделенным критериям в фонестемную группу не входят (оставшиеся 204 слова). Подробное описание приводится для 62 из 229 французских заимствований, отобранных для детального анализа в связи с повторяемостью значений. Эти 62 слова могли бы рассматриваться на предмет принадлежности к французской фонестемной группе CR-, однако сам факт выявления французских фонестем остается дискуссионным (см. п. 2).

Анализ учитывал происхождение самих французских заимствований, которые были образованы в рамках собственно французского языка или были развитием латинских или германских корней.

1. Подходы к изучению фонестемного звукового символизма и критерии выделения фонестемных групп. Исследование ФЗС идет по нескольким направлениям. Исследуются отдельные фонестемные группы английского языка (GL- [3], FL- [4]), особенности фонестемного звукового символизма на материале отдельных языков: английского [5], китайского [6], финно-угорских [7], французского [8], японского [9], способов иконической передачи категорий значения, таких как форма или размер предмета [10]; разработана общая теория фоносемантики и фоносемантического анализа [11, 12], теория фоносемантического поля [8].

Фонестемный звуковой символизм принято рассматривать как частный случай проявления звукоизобразительности (ЗИ), или *иконичности* в языке. Понятие «иконичность» было введено Ч. С. Пирсом [13] в рамках общей теории знаков. Пирс выделил три типа знаков: знаки-индексы, знаки-иконы и знаки-символы, которые различаются по типу связи между означаемым и означающим. Так, знаки-индексы связаны с денотатом непосредственно, знаки-иконы мотивированы принципом подобия; знаки-символы во многом произвольны, они связаны с денотатом на основании конвенции. В языке иконичность проявляется в звукоподражательных словах, имитирующих звук реальной действительности с помощью фонемного состава живого языка (*плюх*, *кукареку*, *теов*), а также при редупликации слов (*ку-ку*) и при передаче порядка действий с помощью порядка слов (лат. *Veni, vidi, vici* «Пришел, увидел, победил») [14, с. 11].

«Звуковой символизм» определяется, согласно разным подходам: 1) как синоним «звукоизобразительности»; 2) подвид иконичности, основанный на сходстве артикуляции (звуков речи и движений речевого аппарата, не используемого для речепроизводства – при кашле, плевке, и пр.); 3) связь между звуковым образом слова и его значением в части образных представлений, формы, размера, цветов, эмоций и ощущений [14, с. 12]. В этой статье понятие *звуковой символизм* будет использоваться во втором и третьем значениях. Так, о звуковом символизме можно говорить в контексте таких слов, как *puff* «дуть», мимически имитирующего дуновение, и *teeny* «крошечный», в котором звук [i] иконически передает малый размер предмета.

Термин *фонестема* впервые был введен в научный оборот в работе Дж. Фёрта «Речь» для описания «отдельных фонем и их сочетаний, передающих определенные значения в сло-

вах, этимологически не связанных между собой» [15]. Принадлежность таких сочетаний к определенному уровню языка на настоящий момент остается предметом дискуссии: предлагаются его трактовки как «сочетанием фонем» [1; 8; 15; 16] или субморфемы [3, с. 167; 17]. В нашем исследовании фонестема понимается как явление фонетического уровня, так как она является частью основы слова [14, с. 70] и не образует самостоятельных корней.

В фонестемном звуковом символизме важны не только фонетический облик слова и связь с обозначаемым явлением, но и принадлежность к *группе* слов со схожим значением и обликом. Так, сочетание фонем /kr-/ в начале слова не во всех случаях будет трактоваться как фонестема (например, оно не является таковым в словах *crew* «команда корабля», «загон»; *crown* «корона», так как у них не наблюдается общих значений). Объединяющие семы, как правило, связаны с передачей ощущений от органов чувств – с движением, ощущением от поверхности, и т. п. (*twirl* «крутиться», *bramble* «грубый колючий кустарник»). Таким образом, слова *crew* и *crown* не входят в состав исследуемой группы.

Количество слов английского языка, которые, напротив, демонстрируют наличие объединяющих сем, заставляет обращать на себя внимание. Так, К. Смит [3] при анализе слов с фонестемой FL- выделяет 103 слова; П. Садовский [3], исследовавший группу GL-, выделяет 47 слов. В целом разные авторы выделяют в английском языке до 28 фонестемных групп: BL-, BR-, CL-, CR-, DR-, FL-, FR-, GL-, GR-, PL-, PR-, QU- /kw/, SL-, SK-, SKR-, SM-, SN-, SP-, SPL-, SPR- SQU- /skw/, ST-, STR-, SW-, THR-, TR-, TW-, WH- /w/. [8, с. 161–162, 177–178; 18, с. 405–419].

Исторически появление фонестемных групп обусловлено не только способностью языка к иконической передаче наблюдаемых предметов и явлений, но и накоплением набора слов со схожим значением и обликом. Таким образом, при изучении данного явления следует принимать во внимание и этимологический, и количественный факторы. При этом при синхроническом изучении языка в группе могут обнаруживаться как слова, этимологически связанные между собой, так и заимствованные. Как утверждает Р. Родес, современное значение слова «связано со значением всей группы вне зависимости от их происхождения» [14, с. 71]. В то же время частотность, по замечанию К. Смита [3, с. 168], «зависит от метода подсчета и не должна считаться адекватным критерием для определения валидности, или семантического поведения фонестемы». Кроме того, фонестемы по определению «несистемны», поэтому определяющее значение будет иметь именно «связь между фонестемой и семантическими свойствами».

С точки зрения фоносемантики [11], выбор звуков речи для передачи имитируемых процессов или явлений происходит на основании того звукоизобразительного значения, которое звук речи способен передавать в связи со способом его артикуляции или акустическими свойствами. Рассматриваемая в данной статье фонестема CR- /kr-/ представляет собой соположение глухого заднеязычного смычного [k], передающего значение «акустического удара» и имитирующего краткие, прерывистые, резкие естественные звучания, а также звука [r], (исторически) артикулируемого за счет дрожания кончика языка, что воспринимается как нечто диссонантное, шероховатое, отрывистое, трескучее [11]. Суммарно сочетание фонем позволяет выразить значения, связанные с «базисными» значениями, передаваемыми каждым звуком речи по отдельности. Значения слов фонестемной группы в той или

иной мере проистекают от этих базисных значений. Так, исследуемая группа слов содержит значения, связанные с поломкой, которая сопровождается характерным *треском*, а также значения, семантически связанные с этим результатом поломки: шероховатостью, трещинами. Английская фонестема также ассоциируется с резким движением, это значение может быть выведено из значения «резкий звук».

Набор сем, которые связаны с определенным сочетанием согласных, различается в разных языках, что позволяет говорить об их определенной свободе в выборе семантики. Это можно наблюдать при сравнении набора сем английской фонестемы CR- с примерами латинского языка, список сем которого приводится в п. 1.1 и 1.4 раздела «Результаты и обсуждение» данного исследования.

Итак, при оценке принадлежности слова к фонестемной группе следует комплексно анализировать и оценивать слово с точки зрения:

- 1) его фонетического облика (т. е. ЗИ-функций, которые выполняют звуки в составе фонестемы);
- 2) подтвержденности звукоизобразительного статуса;
- 3) этимологии;
- 4) наличия фонестемной *группы* (т. е. общего числа слов со схожими семами, содержащих исследуемый консонантный кластер).

Настоящее исследование имеет целью изучить изменение состава фонестемных групп под влиянием языковых контактов. Французский язык в значительной степени определял вектор развития словарного состава английского языка, поэтому в данной статье исследуется влияние французских заимствований на состав фонестемной группы CR- английского языка.

2. ФЗС в языке-доноре. Наличие фонестемных групп во французском языке. Прежде чем перейти к обсуждению влияния французского языка на исследуемую фонестемную группу английского языка, необходимо установить, является ли изучаемый консонантный кластер фонестемой во французском языке.

Вопрос наличия фонестемных групп во французском языке остается дискуссионным. Так, Д. Боттино [17, с. 2] отмечает, что во французском языке нет «системного инвентаря лексической субморфологии», а в словах редко можно зафиксировать иконичность, если речь не идет о непосредственных звукоподражаниях, междометиях и звукоизобразительных корнях. Вместе с тем Боттино рассматривает примеры «консонантных матриц», сформированных двумя согласными, между которыми может быть гласный. К примеру, он выделяет слова *bille* «шарик», *bol* «миска, шар», *balle* «мяч, шар, пуля», объединенные значением округлости и сферичности, и относит их к матрице В...L [17, с. 6].

Боттино сравнивает слова английских фонестемных групп с соответствующими им французскими сочетаниями согласных и указывает на следующее: там, где английский прибегает к концентрации согласных (*write, try, drive*), французский стремится разделить их гласным (*vire, tiner, diriger*) [17, с. 10]. Ранее подобные «дистантные сочетания» (*couler*) были отмечены в работе Ш. де Бросса «О механическом образовании языков и физических принципах этимологии» [8, с. 162].

С другой стороны, вопрос, являются ли слова с изначальным сочетанием CR- (*crêpe, croquer, craindre*) во французском языке словами фонестемных групп, остаётся открытым. Так, вопреки подходу Боттино, А. Б. Михалёв [8] во французском языке фонестемы выде-

ляет. В работе, посвящённой теории фоносемантического поля [8], он подробно обсуждает французскую фонестемную группу BR- и выделяет 154 лексемы, объединённые семемами «Рука/Сила» (*bras* «рука», *brave* «смелый»), «Разрушение» (*briser* «разбивать»), «Острый» (*brochet* «щука») и др. Согласно теории Михалёва, в фонестемной группе особое внимание следует обращать не на «конкретные лексические значения, а на макросемы, объединяющие частные значения определенных лексико-семантических полей» [8, с. 223].

Французский язык – это язык романской группы, восходящий к латинскому языку, в котором фонестемные группы, напротив, выделяются однозначно. Так, Ф. М. Леонарди [19] приводит списки слов фонестемных групп в латинском языке и примеры их заимствования английским языком. В частности, Леонарди выделяет пять групп значений фонестемы CR- в латинском языке: 1) *crackle, noise* «треск, шум»; 2) *crinkled, rough* «складчатый, морщинистый, грубый»; 3) *raw, sour* «сырой, угрюмый»; 4) *to cross* «пересекать»; 5) *sieve, criterion, discernment* «сито, критерий, различение». Эти значения зафиксированы совокупно у 39 латинских слов, содержащих фонестему (*crepāre* «хрустеть, трескаться», *crispus* «завитой»), в том числе имеющих «двухсогласный корень» (*cernere* «просеять») [19, с. 8, 19–22].

В целом, складывается неоднозначное понимание проявления ФЗС в романских языках: во французском языке фиксируются слова, в которых фонетические сочетания несут семантическую нагрузку и могут быть определены как фонестемы или аналогичные сочетания [8, с. 179–184], однако исследователи в тоже время говорят об «отсутствии системного инвентаря» [17, с. 2] в исследуемом лексическом сегменте.

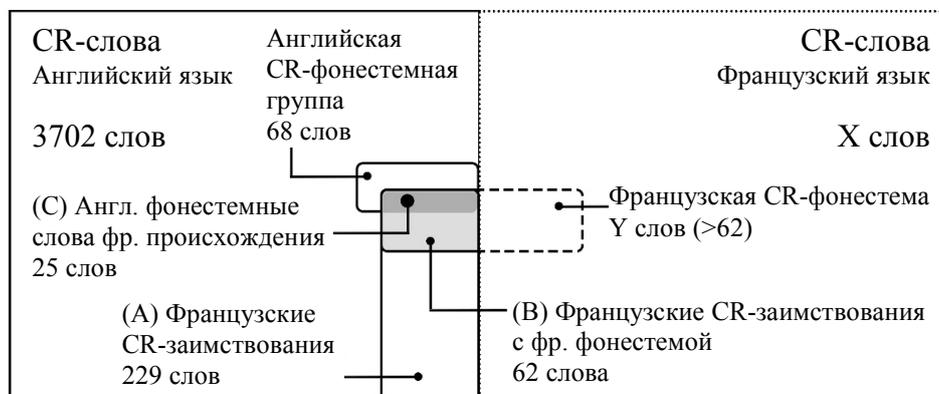
Таким образом, невозможно говорить о полном формальном совпадении фонестемных групп в английском и французском языках, что будет учитываться далее в настоящем исследовании.

Методология и источники. Исследование базируется на сравнении всех слов фонестемной группы CR- английского языка и группы слов французского происхождения, содержащих начальное сочетание CR-. Изучалось, сколько французских заимствований вошло в английскую фонестемную группу, какие это были слова и причины, по которым остальные слова остались за ее пределами.

Отбор слов английской фонестемной группы CR- происходил методом направленной выборки из Большого Оксфордского словаря (БОС) – *Oxford English Dictionary* [2]. Отбирались слова, отвечающие следующим критериям: 1) наличие сочетания CR- в начальной позиции корня; 2) наличие объединяющих сем. Всего в состав фонестемной группы CR- английского языка, по нашим подсчетам, входит 68 лексем. Это как исконные английские слова (*crack* «треснуть»), так и заимствованные (*crape* «креп», *crevice* «трещина»).

Отбор слов второй группы («французские заимствования на CR-») также выполнен методом направленной выборки из БОС. Критериями отбора являлись: 1) наличие сочетания CR- в начальной позиции корня и 2) указание в БОС на французское происхождение слова. Всего было отобрано 229 таких слов (см. рис., лит. А). Далее эти слова анализировались на 3) наличие повторяющихся сем, или совпадающих с семемами английской фонестемной группы, или передающих значение звуковой или иной модальности. Число анализируемых слов сократилось до 62 (см. рис., лит. В), эти слова могут являться частью французского фоносемантического поля CR-/C...R (характеристика французской фонестемной группы выходит за рамки данного исследования). Анализ, таким образом, был сведен к тому, чтобы

определить, какие французские заимствования (не более 62 слов) входят в состав английской фонестемной группы (68 слов) наряду со словами иного происхождения. Исследование выявило 25 таких слов (см. рис., лит. С). Приведенная на рисунке схема визуализирует отношения между обозначенными группами слов.



Соотношение английской фонестемной группы CR- и французских заимствований
English phonaesthetic group cr- and French loanwords

При анализе отобранных слов принимался во внимание факт: 1) происхождения французского слова от латинского корня; 2) его заимствования из германских языков на ранних этапах развития французского языка; 3) создания во французском языке.

В работе применяется методологический подход Д. Боттино [17] к определению фонестем и изучению их реализации во французском языке. Этимология заимствованных французских слов устанавливалась по «Словарю французского языка» Литтрэ (Le Littré) [20] и «Этимологическому словарю Национального центра текстовых и лексикологических ресурсов» (CNRTL, Trésor) [21]. Анализ отобранных слов выполнен с точки зрения их семантики, фонетического рисунка, этимологии, а также факта вхождения или не вхождения в состав фонестемной группы CR- английского языка.

Результаты и обсуждение

1. Исследование влияния французского языка на фонестемную группу CR- английского языка. Базовое значение английской фонестемы CR- сочетает идеи «поломки с треском» и «приложения силы». М. А. Флакман предполагает, что «основой номинации первых слов группы был резкий звук, получаемый при трении» [1, с. 66]. Мы выделяем следующие семы: «подвергнутое действию силы, сломанное» (*crash* – шумно разбиться на куски), «подвергшееся действию силы, сдавленное, скрученное» (*cramp* – судорога), «сопровождается треском» (*crack* – трещать), «обладающее силой» (*craft* уст. – мощь, физическая или иная сила), «треснутое» (*crease* – складка, морщинка), «шершавое» (*crate* – корзина), «царапающее» (*crab* – царапать), «жесткое, негибкое» (*crick* – жесткость, онемение в шее, спине или другой части тела); в одном слове могут проявляться более одной семы.

Среди 68 слов данной группы встречаются как собственно английские слова (30 слов), для которых установлены происхождение от прагерманского корня (*crack* – трескаться) или звукоизобразительное (*crick* – о внезапно сведенной мышце), так и заимствованные слова из французского (*cranny*, *crape*, *crevice*) и других языков (всего 38 слов).

В БОС насчитывается 229 слов английского языка, которые имеют сочетание CR- в начальной позиции корня и этимонами которых являются французские слова. Среди них Место французских заимствований среди слов английской фонестемной группы CR-
French Loanwords in English cr-phonetic group

следует отдельно рассмотреть слова, которые: 1) восходят к латыни (*crevice* – трещина); 2) заимствованы из германских языков (*cramp* – судорога) и 3) собственно французские слова (*cricket* – сверчок).

Мы рассматриваем, какое количество из этих 229 слов вошли в состав исследуемой фонестемной группы и отбираем из них включенные в английскую фонестемную группу в случаях, если их семы пересекаются с уже существующей семой английского языка, соответствуют фонетическим требованиям к английской фонестеме или образуют группу слов с повторяющейся семой, передающей значение звуковой или иной модальности. Таких слов среди зафиксированных в БОС выявлено 62, из которых в современном английском сохраняется только 51.

1.1. *Французские слова латинского происхождения, входящие в английскую фонестемную группу CR-*. Выделено 19 слов, восходящих к латинским словам, которые содержат фонестему CR-, согласно Леонарди [19, с. 19–22], как отмечалось выше. Из них 13 используются в современном языке:

1.1.1. Макросема «треск, шум»:

• *cree* о зерне: «сварить или размочить, чтобы размягчить его» < фр. *crever* «лопнуть» < лат. *crepāre* «хрустеть, трескаться»;

• *crevice* (вариант *crevace*) «трещина, расщелина» < фр. *crevace* «трещина, расщелина» < лат. *crepāre*;

• уст. и диал. *creve* «лопнуть» < фр. *crever* «лопнуть» < лат. *crepāre*;

• уст. *cravent* «одолеть» < фр. *cravanter* «сокрушить» < лат. *crepāre*;

• *crudités* «закуски из сырых овощей» < фр. *crudité* «незрелость» < лат. *crudus* «сырой, незрелый»; предполагаем акцент на хрустящих свойствах сырых овощей.

1.1.2. Макросема «складчатый, морщинистый, грубый»:

• *crest* «гребень» < фр. *creste* «гребень» < лат. *crista* «гребень»;

• *crin* «коса из конского волоса» < фр. *crin* «грива» < лат. *crista*;

• уст. *cranet*, уст. *crine*, *crinière* «часть защиты коня» < фр. *crin* < лат. *crista*;

• *crape* «креп», шелковая или шерстяная ткань, шероховатая и морщинистая, из туго скрученной нити < фр. *crêpe* «креп» < фр. *tissu crespé* «скрученная ткань» < лат. *crispus* «завитой, рифленый»:

• *crêpe* «креп» < фр. *crêpe* «креп» < лат. *crispus*;

• уст. *crispine* «женский головной убор в виде сеточки или косынки из золотой, серебряной или шелковой нити» < фр. *crêpe* «креп» < лат. *crispus*;

• уст. *crispage* «завитки крепа» < фр. *crêpe* «креп» < лат. *crispus*;

• *crust* «корка хлеба» < фр. *croûte* «корка хлеба» < лат. *crusta* «кора, корка»;

• *crut* «кора дуба» < фр. *croûte* «корка» < лат. *crusta*;

• *croustade* «хрустящий фаршированный хлеб» < фр. *croûte* < лат. *crusta*; (сочетание грубого и хрустящего);

• *croûte* «гренка» < фр. *croûte* < лат. *crusta*; (сочетание грубого и хрустящего);

• *croûton* «гренка, сухарик» < фр. *croûte* < лат. *crusta*; (сочетание грубого и хрустящего);

• уст. *croot* «мучнисто-белая мягкая порода, покрывающая руду на свинцовых рудниках» < фр. *croûte* < лат. *crusta*.

1.2. *Французские слова германского происхождения, входящие в английскую фонестемную группу CR-*. Выделено 8 слов, восходящих к германским корням:

1.2.1. Макросема «сломаться, треснуть» (толкование и этимология приводятся по [2; 20]):

• *cranny* «трещина, дырочка» < фр. *cran* «трещинка на чем-то твердом». Словари не дают однозначного толкования и приводят вариант происхождения от лат. **crena* [2; 20] и сравнение с германскими словами с тем же значением: нижненем. *karn*, баварск. *krinnen*;

• *crush* «сдавить с силой, так чтобы сломать», *уст.* «разбить друг о друга со звуком сильного удара» < фр. *croissir* «скрежетать зубами, трещать» < герм. происхождение, ср. свн. *krosen*, *krösen* «скрежетать зубами, трещать». БОС замечает, что передача звукового значения утрачена в *crush* и стала выражаться с помощью *crash*, ЗИ-слова, образованного в рамках английского языка.

1.2.2. Макросема «скрести, царапать»:

• *crap* «очистки, мусор, шелуха» < фр. *chrape* «мусор», *crappe* «шелуха», *crape* «грязь» или датск. *crappe*, *krappe* от герм. корня *skrapa* «скрести, очистки»; возможно взаимное влияние приведенных слов;

• *crayfish* (вариант *crawfish*) «речной рак», ранее – общее название всех ракообразных < фр. *crevice* (совр. *écrevisse*) «рачок» < днн. *crebiz* от общегерм. корня **krab-*, давшего в нижненем. *krabben* «царапать». Слово не связано с лат. *carabus* «краб» [2];

• *cratch* «передвижная полка для корма скота, ясли» < фр. *creche* «ясли» < общегерм. **crippja*, которое в английском развилось в *crib* «ясли, кровать», также «корзина». Это и следующее слово-дублет, заимствованный позже, выделяется здесь за счет шероховатой царапающей поверхности.

1.2.3. Макросема «сдавленное»:

• *creek* «бухта, приток, ручей» < фр. *crique* «бухта, ров» < голл. *krēke* «бухта». Возможно совместное влияние французского и голландского слов;

• *cramp* «судорога» < фр. *crampe* «судорога» < днн. **krambe*, древний общегерм. корень «сильно сжиматься»;

• *crush* «сдавить с силой, так чтобы сломать». Характеристика слова приводилось ранее при описании семы «сломаться, треснуть», слово содержит обе семы.

Выделенные слова в основном среднечастотны (4–5 из 8 по шкале БОС [2]), *crush* высокочастотны (6 из 8), *cracknel*, *cratch* и *crèche* низкочастотны. Первая фиксация этих слов пришлась на XIV–XV вв., только *crèche* заимствовано в XVIII в. и до настоящего момента сохраняет исходную орфографию.

Таким образом, можно наблюдать, что французские заимствования, германские по происхождению, встраиваются в семантическую структуру английской фонестемной группы CR-, так как содержат характерные для нее семы «сломанное», «треснувшее» (метонимический перенос факта поломки на результат по форме и тактильному ощущению), «шершавое», «сдавленное».

1.3. Исконно французские слова, входящие в английскую фонестемную группу. Выделено четыре исконно французских заимствования (в скобках указан век заимствования в английский язык, толкование и этимология приводятся по [2; 20]):

• *cracknel* «хрустящее пряное печенье», «шкварки» < фр. *craquelin* «хрустящее ломкое печенье» < фр. *craquer* «хрустеть при поломке или сминании» < фр. *croc* – звук хруста на зубах или под ногами, звукоподражание (ЗП);

• *craquelure* (20) «кракелюр», слой растрескавшейся краски или лака на поверхности картины < фр. *craqueler* «трескаться» < фр. *craquer* < фр. *croc*;

• *croquet(te)* (18): «крокет» – шарик из риса или картофеля, зажаренный в масле до хрустящей корочки < фр. *croquet* < фр. *croquer* < фр. *croc*;

• *criton* (14) «шкварка» < фр. *cretons* с тем же значением, происхождение неизвестно, однако форма денотата сближает слово с *croquet* (шкварки ~ жареные хрустящие шарики), что позволяет предположить ЗП и в этом слове.

Во всех выделенных словах прослеживается мотивировка слова, связанная с имитацией звука. Семы, содержащиеся в приведенной группе слов, пересекаются с характерными для английской фонестемы CR- семями «сломанное с треском» и «шероховатый». Такие слова сочетают передачу как звукового значения, так и тактильного (*cracknel*, *craquelure*, *croquet*).

Поздние заимствования *crêpe*, *croûte*, *croûton*, *crudité*, *croquet(te)*, *craquelure*, вероятно, могут ощущаться как экзотизмы ввиду нетипичного строения слова, но встраиваются в фонестемную группу в связи с наличием соответствующих сем.

1.4. Французские слова латинского происхождения, НЕ входящие в английскую фонестемную группу CR-. Слова приводятся в соответствии с семями классификации Леонарди [19], выделено 12 слов, из которых 7 используются в современном языке:

1.4.1. Макросема «сырой, угрюмый»:

• *crudity* «незрелость (биологическая и психологическая)» < фр. *crudité* «незрелость» < лат. *crudus* «сырой, незрелый»;

• *cruel* «жестокий» < фр. *cruel* «жестокий» < лат. *crudelis* «жестокий»;

1.4.2. Макросема «пересекать»:

• *crucial* «крестовый» < фр. *crucial* «крестообразный» < лат. *crux* «пересекать»;

• уст. *croisard* «крестоносец» < фр. *croisade* «крестовый поход» < фр. *croiser* «отправиться в крестовый поход» < лат. *crux* «крест, пересекать»;

• уст. *crusard* «крестоносец» < фр. *croisade* < фр. *croiser* < лат. *crux*;

• уст. *crozier* (вариант *crozier*) «крестоносец» < фр. *croisade* < фр. *croiser* < лат. *crux*;

• *crusade* «крестовый поход» < фр. *croisade* < фр. *croiser* < лат. *crux*.

1.4.3. Макросема «сито, критерий, различие». Часть заимствований восходит к латинским словам, которые могли формироваться на основе консонантной матрицы («двухслогового корня») C...R, приравненной в исследовании Леонарди к фонестеме.

• *crayon* «цветной мелок или карандаш» < фр. *crayon* «кусочек мела» < фр. *craie* «мел» < лат. *crēta* «мел» < лат. *cernere* «просеять, различать, понимать». Le Littré указывает, что *crēta* образовано от *cernere* и означает «пропущенное через сито»;

• уст. *cray* «мел» < фр. *craie* < лат. *crēta* < лат. *cernere*;

• уст. *cribble* «сито, шелуха» < фр. *crible* «сито» < лат. *cribrum* «сито»;

• *crime* «преступление» < фр. *crime* «преступление» < лат. *crimen* «преступление (попытка выделить различия и дискриминировать)».

1.4.4. Макросема «треск, шум»:

• *crotal* (вариант *crotalum*), *crotale* «хлопушка» < фр. *crotale* «хлопушка» < лат. *crotalum* «хлопушка».

Приведенные слова не входят в английскую фонестему, так как: 1) не имеют соответствия среди набора сем английских и не формируют статистически заметную группу неод-

нокоренных слов (п. 1.4.1); 2) не передают ЗИ-значения имитации звуковой или незвуковых модальностей (пп. 1.4.2, 1.4.4); 3) не соответствуют определению фонестемы, применимому согласно фонотактике английского языка (п. 1.4.3).

1.5. Французские слова германского происхождения, НЕ входящие в английскую фонестемную группу. Не включаются в английскую фонестемную группу 15 слов германского происхождения, которые не демонстрируют повторяемость сем. Например, *croup* «круп» (также *croupe*, *crupade*) < фр. *croupe* < собирательное значение чего-то выпуклого, фиксирующееся в словах германских языков сканд. *kryppa*, свн. *Kropf*. Другая заметная группа слов – французские заимствования, восходящие к фр. *croc* «крюк», образованного от германского, возможно, сканд. *krôkr*, вместе с тем, имеющее соответствие и с бретонским *krôk*. Это слова *croquet* «крокет, спортивная игра», уст. *crose* и *croche* «посох», *croche* «кончик оленьих рогов», *crocket*, или *crocket* «архитектурная деталь в форме вьющегося растения с листьями», *crotchet* «крючок». Кроме того, сюда относятся дублиеты *cruche*, *cruet*, уст. *cruskyn* (вариант *cruisken*) со значением «кувшин» < фр. *cruche* «кувшин» < *kymri*, ср. двн. *cruoc*, *krôg*.

Не включается и *crèche* «ясли» значительного расширения представления о яслях как о корзине до колыбели любой формы, не связанной с шероховатым предметом.

1.6. Исконно французские слова, НЕ входящие в английскую фонестемную группу:

• *creshawk* (19, ныне диал.) «пустельга» < фр. *resserelle* (совр. *crécerelle*) с тем же значением; есть предположения о связи со словами лат. *querquedula* «чирок», лат. *crepitaculum* «погремушка», греч. *κρέξ* [*kreks*] «коростель»; имеет признаки ЗП [20];

• *crick* (16) «домкрат» < фр. *cric* с тем же значением, мотивированным, возможно, звуком, который издает инструмент;

• *cricket* (14) «сверчок», ЗП (ср. нижненем. *krieken* «стрекотать»);

• *croquis* (19): «недетальный набросок» < фр. *croquer* < фр. *croc*.

Четыре исконно французских слова не включаются в фонестемную группу, так как не передают значения незвуковых модальностей.

2. Анализ полученных результатов. Французские заимствования представлены тремя группами: слова латинского происхождения, слова германского происхождения, собственно французские слова.

Выделено 25 неустаревших французских заимствования, включенных в английскую фонестемную группу. Это около 1/3 английских фонестемных слов и около 11 % от французских CR-заимствований.

Слова, содержащие семы «треснуть», «хрустеть», «царапать», «ломаться», «складчатый» встраиваются в английскую фонестемную группу. Сема «трещина» как результат поломки особой формы появляется у английской фонестемы CR- вместе с французскими заимствованиями, влияет и на появление данной семы у собственно английских слов (*crack* с XVI в. «трещина», с XVII в. «образовать трещину»).

Заимствования германского происхождения также дополняют группы слов, содержащих семы «сдавленное» и «шероховатое». Эта группа слов хорошо встраивается в английскую фонестемную группу, за ее пределами остаются слова, не группирующиеся семантически.

Заимствования латинского происхождения менее склонны к влиянию на английскую фонестему: часть из них сохраняет раздельнооформленность значащих согласных, что не

соответствует виду английской фонестемы, другие содержат нехарактерную для английского сему, среди них фиксируется больше устаревших слов. Семы латинских корней, соотносящиеся с семями английских, органично вписываются в английскую систему и дополняют ее (*cree, crevice, crape, crust, crut*).

Собственно французские заимствования представлены звукоподражаниями, но могут также передавать значение полочки, характерное для английской фонестемы.

Заключение. Мы предполагаем, что на формирование фонестемной группы CR- английского языка наибольшее влияние могли оказать французские заимствования, содержавшие сему, уже характерную для слов группы CR-, т. е. связанные со значением «трещать», «хрустеть», «сдавливаться», «ломать(ся)», «шероховатое». Заметны и выраженные звукоподражательные свойства рассматриваемого звуко сочетания. Французские заимствования германского происхождения демонстрируют большую устойчивость, чем слова латинского происхождения, что выражается в меньшем числе устаревших слов.

Заимствования, содержащие фонестему языка-донора, остаются вне фоносемантического поля нового языка, если они подчиняются взаимоисключающим фонотактическими ограничениями.

Таким образом, можно заключить, что французские заимствования оказали ограниченное влияние на формирование фонестемной группы CR- английского языка, дополняя и усиливая тенденции, сформированные на основе германского материала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Флакман М. А. Словарь английской звукоизобразительной лексики в диахроническом освещении. СПб.: Ин-т иностранных языков, Изд-во РХГА, 2016.
2. Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/> (дата обращения: 20.05.2024).
3. Sadowski P. The sound as an echo to the sense. The iconicity of English gl- words / in O. Fischer & M. Nänny (eds.) // *The Motivated Sign*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2001. P. 69–88.
4. Smith C. Tracking semantic change in fl- monomorphemes in the Oxford English Dictionary // *J. of Historical Linguistics*. 2016. Vol. 6, iss. 2. P. 165–200. DOI: 10.1075/jhl.6.2.02smi.
5. Kwon N., Round E. R. Phonaesthemes in morphological theory // *Morphology*. 2015. Vol. 25. P. 1–27. DOI: 10.1007/s11525-014-9250-z.
6. Joo I., Liu M. Profiling Sound Symbolism: The case of Mandarin phonestheme –ang // Paper presented at 21st Chinese Lexical Semantics Workshop (CLSW2020), Hong Kong, May 28–30, 2020 / Hong Kong, City Univ. of Hong Kong, 2020. URL: <https://clsw2020.lt.cityu.edu.hk/repo/posters/slides/CLSW2020-057-slides.pdf> (дата обращения: 03.06.2024).
7. Иванов В. А. Изобразительная лексика в фольклорных текстах малых форм (на материале финно-угорских языков) // *Сибирский филологический журнал*. 2016. № 4. С. 174–192. DOI: 10.17223/18137083/57/16.
8. Михалёв А. Б. Теория фоносемантического поля. Двадцать лет спустя. Пятигорск: Изд-во ПГУ, 2018.
9. Akita K. *A Grammar of Sound-Symbolic Words in Japanese: Theoretical Approaches to Iconic and Lexical Properties of Japanese Mimetics*. Kobe: Kobe Univ., 2009.
10. Willemsen J., Miltersen E. H. The expression of vulgarity, force, severity and size. Phonaesthetic alternations in Reta and in other languages // *Studies in Language*, 2020. Vol. 44, iss. 3. P. 659–699. DOI: 10.1075/sl.19073.wil.

11. Воронин С. В. Английские ономотопы: фоносемантическая классификация. СПб.: Геликон Плюс, 2004.
12. Воронин С. В. Основы фоносемантики. М.: ЛЕНАНД, 2006.
13. Пирс Ч. С. Избранные философские произведения / пер. с англ. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриева. М.: Логос, 2000.
14. Фоносемантика: Опыт междисциплинарного исследования / М. А. Флакман, Л. О. Ткачева, Ю. Г. Седелкина и др. М.: Мир науки, 2022.
15. Firth J. *Speech*. London: Ernest Benn, 1930.
16. Householder F. W. On the problem of sound and meaning, an English phonestheme // *Word*. 1946. № 2. P. 83–84.
17. Bottineau D. Explorer l'iconicité des signifiants lexicaux et grammaticaux en langue française dans une perspective contrastive (anglais, arabe), 2014. URL: https://www.researchgate.net/publication/325732924_Explorer_l'iconicite_des_signifiants_lexicaux_et_grammaticaux_en_langue_francaise_dans_une_perspective_contrastive_anglais_arabe (дата обращения: 20.05.2024).
18. Marchand H. Phonetic symbolism in English word-formation // *Indogermanische orschungen* 1959. Vol. 64. P. 146–168. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110243062.146>.
19. Leonardi F. M. Phonesthemes in Latin Language. 2015. URL: https://www.academia.edu/17549917/Phonesthemes_in_Latin_Language_2015_ (дата обращения: 20.05.2024).
20. *Dictionnaire de la langue française*, par É. Littré. URL: <https://www.littre.org/> (дата обращения: 03.06.2024).
21. Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales CNRTL (Trésor). Etymologie. URL: <https://www.cnrtl.fr/etymologie> (дата обращения: 03.06.2024).

Информация об авторе.

Мальшева Валерия Николаевна – аспирантка кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор девяти научных публикаций. Сфера научных интересов: германские языки, фоносемантика, иконичность в языке, сравнительно-историческое языкознание, общее языкознание.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 01.07.2024; принята после рецензирования 17.07.2024; опубликована онлайн 24.09.2024.

REFERENCES

1. Flaksman, M.A. (2016), *Slovar' angliiskoi zvukoizobrazitel'noi leksiki v diakhronicheskom osveshchenii* [A dictionary of English iconic words on historical principles], St. Petersburg Institute of Foreign Languages, RCAH, SPb., RUS.
2. *Oxford English Dictionary*, available at: <https://www.oed.com/> (accessed 20.05.2024).
3. Sadowski, P. (2001), "The sound as an echo to the sense. The iconicity of English gl- words", *The Motivated Sign*, in Fischer, O. and Nänny, M. (eds.), John Benjamins Publishing Company, Amsterdam, Philadelphia, pp. 69–88.
4. Smith, C. (2016), "Tracking semantic change in fl- monomorphemes in the Oxford English Dictionary", *J. of Historical Linguistics*, vol. 6, iss. 2, pp. 165–200. DOI: <https://doi.org/10.1075/jhl.6.2.02smi>.
5. Kwon, N. and Round, E.R. (2015), "Phonaesthemes in morphological theory", *Morphology*, vol. 25, pp. 1–27. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11525-014-9250-z>.
6. Joo, I. and Liu, M. (2020), "Profiling Sound Symbolism: The case of Mandarin phonestheme – ang", *Paper presented at 21st Chinese Lexical Semantics Workshop (CLSW2020)*, Hong Kong, China, May 28–30, 2020, available at: <https://clsw2020.it.cityu.edu.hk/repo/posters/slides/CLSW2020-057-slides.pdf> (accessed 03.06.2024).
7. Ivanov, V.A. (2016), "Sound iconic words in small genres of folklore (by the material of Finno-Ugric languages)", *Siberian J. of Philology*, no. 4, pp. 174–192. DOI: [10.17223/18137083/57/16](https://doi.org/10.17223/18137083/57/16).

8. Mikhalev, A.B. (2018), *Teoriya fonosemanticheskogo polya. Dvadsat' let spustya* [The Theory of the Phonosemantic Field. Twenty Years Later], Izd-vo PSU, Piatigorsk, RUS.
9. Akita, K. (2009), *A Grammar of Sound-Symbolic Words in Japanese: Theoretical Approaches to Iconic and Lexical Properties of Japanese Mimetics*, Kobe Univ., Kobe, JPN.
10. Willemsen, J. and Miltersen, E.H. (2020), "The expression of vulgarity, force, severity and size. Phonaesthetic alternations in Reta and in other languages", *Studies in Language*, vol. 44, iss. 3, pp. 659–699. URL: DOI: 10.1075/sl.19073.wil.
11. Voronin, S.V. (2004), *Angliiskie onomatopy: fonosemanticheskaya klassifikatsiya* [English Onomatopes: A Phonosemantic Classification], Gelikon Plyus, SPb., RUS.
12. Voronin, S.V. (2006), *Osnovy fonosemantiki* [The Fundamentals of Phonosemantics], Lenand, Moscow, RUS.
13. Pierce, C. (2000), *Collected Papers*, Transl. by Golubovich, K., Chukhruidze, K. and Dmitriev, T., Logos, Moscow, RUS.
14. Flaksman, M.A., Tkacheva, L.O., Sedelkina, Yu.G. et al. (2022), *Fonosemantika: Opyt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya* [Phonosemantics: an interdisciplinary approach], Mir nauki, Moscow, RUS.
15. Firth, J. (1930), *Speech*, Ernest Benn, London, UK.
16. Householder, F.W. (1946), "On the problem of sound and meaning, an English phonestheme", *Word*, no. 2, pp. 83–84.
17. Bottineau, D. (2014), *Explorer l'iconicité des signifiants lexicaux et grammaticaux en langue française dans une perspective contrastive (anglais, arabe)*, available at: https://www.researchgate.net/publication/325732924_Explorer_l'iconicite_des_signifiants_lexicaux_et_grammaticaux_en_langue_francaise_dans_une_perspective_contrastive_anglais_arabe (accessed 20.05.2024).
18. Marchand, H. (1959), "Phonetic symbolism in English word-formation", *Indogermanische Forschungen*, vol. 64, pp. 146–168. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110243062.146>.
19. Leonardi, F.M. (2015), *Phonesthemes in Latin Language*, available at: https://www.academia.edu/17549917/Phonesthemes_in_Latin_Language_2015_ (accessed 20.05.2024).
20. *Dictionnaire de la langue française, par É. Littré*, available at: <https://www.littre.org/> (accessed 03.06.2024).
21. *Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales CNRTL (Trésor). Etymologie*, available at: <https://www.cnrtl.fr/etymologie> (accessed 03.06.2024).

Information about the author.

Valeria N. Malysheva – Postgraduate at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 9 scientific publications. Area of expertise: Germanic languages, phonosemantics, language iconicity, comparative linguistics, theoretical linguistics.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 01.07.2024; adopted after review 17.07.2024; published online 24.09.2024.*

В редакцию журнала «ДИСКУРС» необходимо представить:

- по e-mail discourse@etu.ru либо на электронном носителе:
 - электронную копию статьи, подготовленную согласно разделам «Правила оформления текста статьи» и «Структура научной статьи». К публикации принимаются статьи на русском и английском языках;
 - каждый рисунок отдельным файлом в формате тех редакторов, в которых они были подготовлены, согласно правилам оформления. Размещение рисунка в электронной копии статьи не освобождает от его представления отдельным файлом;
 - сведения об авторах (на русском и английском языках).

Правила оформления текста статьи

Текстовый редактор – Microsoft Word версии не ниже 2003 г.

Формат бумаги – А4.

Параметры страницы: поля: верхнее 2.75 см, правое и левое по 2.25 см, нижнее 2.5 см; верхний колонтитул 1.7 см, нижний колонтитул 2 см.

Для создания *формул* используется редактор MathType.

Текст статьи: объем до 1 п. л. (20 000–40 000 знаков, включая пробелы), шрифт «Times New Roman» 12 pt; выравнивание по ширине; межстрочный интервал «Множитель 1.15»; автоматическая расстановка переносов.

Текст в таблицах печатается через одинарный интервал, шрифт «Times New Roman»; основной текст 10 pt, индексы 8 pt, подындексы 6 pt. Нумерационный заголовок содержит слово «Таблица» и ее номер арабскими цифрами. Номер и заглавие таблицы указываются на русском и английском языках.

Рисунки в электронном виде и подписи к ним создаются в черно-белом виде средствами Word или других программ [CorelDRAW, Visio, Adobe Illustrator, Excel (с предоставлением оригинала рисунка в электронном виде)]. Качество рисунков и фотографий (в форматах .jpg, .tif) должно быть не менее 300 dpi. На каждый рисунок и таблицу в тексте статьи необходимо дать ссылку. Каждый рисунок и таблица, если в статье их содержится более одного, должны быть пронумерованы (например: рис. 1, рис. 2, табл. 1, табл. 2).

Описание содержания рисунка, а также введенных на нем обозначений следует приводить в основном тексте статьи. Подпись под рисунком содержит его номер и название на русском и английском языках. Буквенные обозначения фрагментов рисунка ставятся под фрагментом перед нумерационным заголовком; в тексте ссылка на фрагмент ставится после нумерационного заголовка через запятую (например: рис. 1, а).

Структура научной статьи

Авторам рекомендуется придерживаться следующей структуры статьи:

- *Заголовочная часть*:
 - УДК (выравнивание по левому краю);
 - авторы (перечень авторов – ф. и. о. автора(-ов) полностью, инициалы ставятся перед фамилиями, после каждого инициала точка и пробел; инициалы не отрываются от фамилии, если авторов несколько – ф. и. о. разделяются запятыми);

– место работы каждого автора и почтовый адрес организации. Если авторы относятся к разным организациям, то после указания всех авторов из одной организации дается ее наименование, а затем приводятся список авторов, относящихся ко второй организации, наименование второй организации и т. д.;

– название статьи;
– аннотация – 200–250 слов, характеризующих содержание статьи;
– ключевые слова – 5–7 слов и/или словосочетаний, отражающих содержание статьи, разделенных запятыми;

- текст статьи;
- приложения (при наличии);
- список литературы (библиографический список);
- справка об авторах.

Англоязычная часть (по порядку расположения структурных элементов и оформлению соответствует русскоязычной части статьи):

– авторы (Authors);
– место работы каждого автора (Affiliation). Необходимо убедиться в корректном (согласно уставу организации) написании ее названия на английском языке. Перевод названия возможен лишь при отсутствии англоязычного названия в уставе. Если авторы относятся к разным организациям, то после указания всех авторов из одной организации дается ее наименование, затем приводятся список авторов, относящихся ко второй организации, наименование второй организации и т. д.;

- название (Title);
- аннотация (Abstract);
- ключевые слова (Keywords);
- список литературы (References);
- справка об авторах.

Авторство и место в перечне авторов определяется договоренностью последних. При примерно равном авторском вкладе рекомендуется алфавитный порядок. Если авторов несколько, необходимо указать контактного автора по работе редакции со статьей.

Название статьи должно быть информативным, четко отражать ее содержание в нескольких словах. Хорошо сформулированное название – гарантия того, что работа привлечет читательский интерес. Следует помнить, что название работы прочтет гораздо больше людей, чем ее основную часть.

Аннотация представляет собой краткое описание содержания изложенного текста. Она должна отражать актуальность, постановку задачи, пути ее решения, результаты и выводы. Рекомендуется содержание аннотации представить в структурированной форме согласно структуре самой статьи: Введение (Introduction), Методология и источники (Methodology and sources), Результаты и обсуждение (Results and discussion), Заключение (Conclusion).

В аннотации не следует приводить ссылки и сноски, упоминать источники, использованные в работе, пересказывать содержание отдельных параграфов, упоминать цифры и формулы.

При написании аннотации необходимо соблюдать особый стиль изложения: избегать длинных и сложных предложений, излагать мысли максимально кратко и четко, составлять предложения только в настоящем времени и только от третьего лица.

В русскоязычном издании *Abstract* является для иностранных читателей основным и, как правило, единственным источником информации о содержании статьи и изложенных в ней результатах исследований. Зарубежные специалисты по авторскому резюме оценивают

публикацию, определяют свой интерес к работе российского ученого, могут использовать ее в своей публикации и сделать на нее ссылку, открыть дискуссию с автором, запросить полный текст и т. д. Текст резюме должен быть связным и информативным; целесообразно при написании резюме использовать Past Indefinite и Present Perfect Tenses. Рекомендуемый объем – 200–250 слов.

Ключевые слова – набор слов, отражающих содержание текста в терминах объекта, научной отрасли и методов исследования. Рекомендуемое количество ключевых слов/фраз – 5–7, количество слов внутри ключевой фразы – не более 3.

Текст статьи структурируется в определенной последовательности: Введение (Introduction), Методология и источники (Methodology and sources), Результаты и обсуждение (Results and discussion), Заключение (Conclusion).

При необходимости авторы могут вводить дополнительные разделы, например *Обзор литературы* и т. п.

Благодарности – выражается признательность коллегам, которые оказывали помощь в выполнении исследования или высказывали критические замечания в адрес статьи. Однако необходимо заручиться согласием тех, кого планируете поблагодарить.

Источник финансирования – указываются источники финансирования (гранты, совместные проекты и т. п.).

Соблюдение этических стандартов – раздел необходим в том случае, если проводились опыты с участием животных или людей. Подробнее: <http://pleiades.online/ru/authors/guidlines/ethics-statements/>

Конфликт интересов – авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи. Например: «Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов». Если конфликт интересов возможен, то необходимо пояснение (см. <http://pleiades.online/ru/authors/guidlines/ethics-statements/>)

Возможен раздел *Информация о вкладе авторов* (по желанию указывается, какая часть работы при подготовке и написании статьи выполнена конкретным автором).

Приложения – при их наличии.

Библиографический список включает:

– заголовок «Список литературы»;

– библиографическое описание источника с порядковым номером ссылки на него по тексту статьи, подряд начиная с первого, выполненное по ГОСТ Р 7.0.5–2008.

В ссылках на материалы конференций обязательно указание даты и места их проведения; при ссылках на статьи в сборниках статей обязательно приводятся номера страниц, содержащих данный материал. Во всех случаях, когда у цитируемого материала есть *цифровой идентификатор* Digital Object Identifier (DOI), его необходимо указывать в самом конце библиографической ссылки. Проверять наличие DOI статьи следует на сайте <http://search.crossref.org/> или <https://www.citethisforme.com>.

References (стиль Harvard): для зарубежных баз данных приводится полностью отдельным блоком, повторяя список литературы к русскоязычной части, независимо от того, имеются или нет в нем иностранные источники. Если в списке литературы есть ссылки на иностранные публикации, то они полностью повторяются в списке, готовящемся в романском алфавите. В *References* совершенно недопустимо использовать российский ГОСТ 7.0.5-2008. Библиографический список представляется с переводом русскоязычных источников на латиницу. При этом применяется транслитерация по системе BSI

(см. <http://ru.translit.net/?account=bsi>). Онлайн-помощник оформления библиографии (только статьи из газет или журналов): <http://publishing-vak.ru/clearance-bibliography.htm>

Авторская справка содержит: фамилию, имя, отчество (полностью) автора, ученую степень (год присвоения), ученое звание (год присвоения), должность по основному месту работы; указывается количество научных публикаций автора; сфера научных интересов (несколько слов, словосочетаний); e-mail; контактный телефон. Также требуется включать идентификационный номер исследователя ORCID (Open Researcher and Contributor ID), который отображается как адрес вида <http://orcid.org/xxxx-xxxx-xxxx-xxxx>. При этом важно, чтобы кабинет автора в ORCID был заполнен информацией об авторе, имел необходимые сведения о его образовании, карьере, публикациях.

Перечень основных тематических направлений журнала

Философия (по научным специальностям):

- 5.7.1. Онтология и теория познания;
- 5.7.2. История философии;
- 5.7.3. Эстетика;
- 5.7.4. Этика;
- 5.7.5. Логика;
- 5.7.6. Философия науки и техники;
- 5.7.7. Социальная и политическая философия;
- 5.7.8. Философская антропология, философия культуры;
- 5.7.9. Философия религии и религиоведение (философские науки).

Социология (по научным специальностям):

- 5.4.1. Теория, методология и история социологии;
- 5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы;
- 5.4.5. Политическая социология;
- 5.4.6. Социология культуры;
- 5.4.7. Социология управления.

Филология (по научным специальностям):

- 5.9.6. Языки народов зарубежных стран;
- 5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика.

Рукописи печатаются бесплатно.

Технические вопросы можно выяснить, написав на адрес discourse@etu.ru

Редакторы: *О. Н. Артунян, О. Р. Крумина,
Е. А. Ушакова*
Компьютерная верстка *Е. С. Рыбец*

Editors: *O. N. Artunian, O. R. Krumina,
E. A. Ushakova*
DTP Professional *E. S. Rybets*

Подписано в печать 19.08.24. Формат 60 × 84 1/8.
Бумага офсетная. Печать цифровая. Гарнитура «Times New Roman».
Уч.-изд. л. 20,93. Печ. л. 20,25. Тираж 300 экз. (1-й завод 1–150 экз.). Заказ 112.
Цена свободная.

Signed to print 19.08.24. Sheet size 60 × 84 1/8.
Educational-ed. liter. 20,93. Conventional printed sheets 20,25. Number of copies 300.
Printing plant 1–150 copies. Order no. 112.
Free price.

Издательство СПбГЭТУ «ЛЭТИ»
197022, С.-Петербург, ул. Проф. Попова, 5Ф. Тел. / факс: +7 (812) 346-28-56

ETU Publishing house
5F Professor Popov Str., St Petersburg 197022, Russia
Tel./Fax: +7 (812) 346-28-56