

ISSN 2412-8562 (print)
ISSN 2658-7777 (online)

ДИСКУРС

■ ■ ■ DISCOURSE

4/2026

ФИЛОСОФИЯ

СОЦИОЛОГИЯ

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Санкт-Петербург
2026



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

ДИСКУРС

Том 12. № 4/2026

DISCOURSE

Volume 12. No. 4/2026

Санкт-Петербург
Издательство СПбГЭТУ «ЛЭТИ»

Saint Petersburg
ETU Publishing house

2026

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 филол. наук, проф., Санкт-Петербургский государственный ун-т, СПб., Россия

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

С. В. Шустова, д-р филол. 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

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

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

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, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Оригинальные статьи

ФИЛОСОФИЯ

Марков А. В., Штайн О. А. Медиафилософия вертикального движения: лифт как узел модернизации	5
Ильин А. Н. Отчуждение в обществе потребления	19
Дорохина Р. В., Мельникова И. Ю. Искусственный интеллект в системе образования: почему технологии не могут заменить преподавателя.....	34
Желнин А. И. Коллективный интеллект и проблема его демаркации в технологиях, природе и обществе	50
Муртазин С. Р. Эпистемология добродетелей в контексте философии медицины и врачебной практики: актуальность и перспективы интеграции	64
Московчук Л. С., Гусев О. Н. Билингвальные стратегии и третье пространство культуры в формировании гибридной идентичности (на материале бельгийского песенного дискурса)	75

СОЦИОЛОГИЯ

Отто З. Н. От двора до Кремля: траектории городского конфликта в медиаинфраструктуре.....	86
Лебединцев Д. А. Туризм как форма «новой мобильности»: детерминация мотивации в контексте социального неравенства.....	98
Лебедева Н. О. Концептуальные различия западной и китайской деловой этики как фактор кросс-культурной коммуникации.....	108
Щербина А. В., Огороднова А. М. Новые глобальные конфликты: факторы медиатизации и персонализации	123

ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Коломейцева Е. Б. Когнитивный анализ неймдроппинга и прецедентных имен в англоязычных романах ужаса	136
Е Ицзинь, Киселева С. В. Язык как экономический инструмент: неонимация лиц в поле ЗОЖ и новая потребительская реальность (на примере лексемы «зожник»).....	146
Кононова И. В., Белозуб Д. А. Языковые механизмы речевого воздействия в англоязычном дискурсе инфлюенсера	163
Теплыгина И. М. Коммуникативные стратегии жанра англоязычного вступительного собеседования: лингвокультурный анализ.....	179
Богданов Б. С. Сравнительный анализ валлийского и английского претерита	194
Правила представления рукописей авторами	205

CONTENTS

Original papers

PHILOSOPHY

Markov A. V., Shtayn O. A. Media Philosophy of Vertical Movement: the Elevator as a Node of Modernization	5
Il'in A. N. Alienation in the Consumer Society	19
Dorokhina R. V., Melnikova I. Yu. Artificial Intelligence in the Education System: Why Technologies Cannot Replace the Teacher	34
Zhelnin A. I. Collective Intelligence and the Problem of its Demarcation in Technology, Nature, and Society.....	50
Murtazin S. R. Virtue Epistemology in the Context of Philosophy of Medicine and Medical Practice: Relevance and Prospects for Integration	64
Moskovchuk L. S., Gusev O. N. Bilingual Strategies and the Third Space of Culture in the Formation of Hybrid Identity (Based on Belgian Song Discourse)	75

SOCIOLOGY

Otto Z. N. From the Neighborhood to the Kremlin the Trajectories of Urban Conflict in Media Infrastructure	86
Lebedintsev D. A. Tourism as a Form of "New Mobility": Determination of Motivation in the Context of Social Inequality	98
Lebedeva N. O. Conceptual Differences Between Western and Chinese Business Ethics as a Factor in Cross-Cultural Communication.....	108
Shcherbina A. V., Ogorodnova A. M. New Global Conflicts: Factors of Mediatization and Personalization	123

LINGUISTICS

Kolomeytseva E. B. A Cognitive Analysis of Namedropping and Precedent Names in English Horror Novels	136
Ye Yijin, Kiseleva S. V. Language as an Economic Instrument: The Neonation of Individuals in the Healthy Lifestyle Discourse and the New Consumer Reality (A Case Study of the Lexeme zozhnik)	146
Kononova I. V., Belozub D. A. Linguistic Mechanisms of Speech Influence in the English-Language Discourse of an Influencer	163
Teplygina I. M. Communication Strategies in the Genre of English Academic Admissions Interview: Linguocultural Analysis.....	179
Bogdanov B. S. Comparative Analysis of English and Welsh Preterite	194

Оригинальная статья
УДК 141.3; 7.01; 62
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-5-18>

Медиафилософия вертикального движения: лифт как узел модернизации

Александр Викторович Марков¹, Оксана Александровна Штайн²✉

¹Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

²Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия

¹markovius@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6874-1073>

²✉shtaynshtayn@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-1701-3147>

Введение. Статья посвящена комплексному медиафилософскому анализу лифта как одного из ключевых, но недооцененных медиумов модерна и последующих эпох, раскрывающего через призму вертикального движения социальные, архитектурные и перцептивные практики.

Методология и источники. Исследование базируется на синтезе методологии медиаархеологии (В. Эрнст, Ф. Киттлер, Э. Цилински), теории акторно-сетевого взаимодействия (Б. Латур) и отечественного подхода к чтению материальной формы городской среды (В. Глазычев). Для осмысления лифта как инфраструктурной среды развивается метафорология П. Слотердайка через введение оперативного понятия «канал». Эмпирическую базу составляют исторические документы, визуальные репрезентации и сатирические материалы.

Результаты и обсуждение. Лифт рассмотрен как социотехнический агрегат, конституированный «договором доверия» (перформанс Э. Отиса), прослежена эволюция его дизайна от ар-нуво до хай-тека как материализация смены философских установок о сущности техники. Лифт проанализирован как метамедиум и узел конвергенции инфраструктурных потоков, предвосхитивший логику сетевых протоколов, раскрыта его роль в формировании социального воображаемого (метафора «социального лифта» П. Сорокина) и сценографии повседневности, а также трансформация в кибернетическую капсулу сенсорного программирования.

Заключение. Установлено, что лифт является прототипом и зеркалом цифровой эпохи, материализующим принципы управляемой инкапсуляции, делегирования агентства алгоритму и аффективного управления. Его философия раскрывает фундаментальные противоречия технологической цивилизации между мобильностью и контролем, приватностью и публичностью.

Ключевые слова: медиафилософия, лифт, медиум, инфраструктура, социальный лифт, акторно-сетевая теория, медиаархеология, дизайн, техника, урбанистика

Для цитирования: Марков А. В., Штайн О. А. Медиафилософия вертикального движения: лифт как узел модернизации // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 5–18. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-5-18

© Марков А. В., Штайн О. А., 2026



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

Media Philosophy of Vertical Movement: the Elevator as a Node of Modernization

Alexander V. Markov¹, Oksana A. Shtayn²✉

¹*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia*

²*Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia*

¹markovius@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6874-1073>

²✉shtaynshtayn@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-1701-3147>

Introduction. The article is devoted to a comprehensive media-philosophical analysis of the elevator as one of the key but underestimated media of modernity and subsequent eras, revealing social, architectural, and perceptual practices through the prism of vertical movement.

Methodology and sources. The study is based on a synthesis of media archaeology methodology (W. Ernst, F. Kittler, S. Zielinski), actor-network theory (B. Latour), and the domestic approach to reading the material form of the urban environment (V. Glazychyev). To comprehend the elevator as an infrastructural environment, P. Sloterdijk's metaphorology is developed through the introduction of the operative concept of "channel". The empirical base consists of historical documents, visual representations, and satirical materials.

Results and discussion. The elevator is considered a socio-technical aggregate, constituted by the "contract of trust" (E. Otis's performance). The evolution of its design from Art Nouveau to High-Tech is traced as a materialization of the change in philosophical attitudes towards the essence of technology. The elevator is analyzed as a meta-medium and a node of convergence of infrastructural flows, anticipating the logic of network protocols. Its role in shaping the social imaginary (the metaphor of the "social elevator" by P. Sorokin) and the scenography of everyday life is revealed, as well as its transformation into a cybernetic capsule of sensory programming.

Conclusion. It is established that the elevator is a prototype and a mirror of the digital age, materializing the principles of managed encapsulation, delegation of agency to an algorithm, and affective management. Its philosophy reveals the fundamental contradictions of technological civilization between mobility and control, and privacy and publicity.

Keywords: media philosophy, elevator, medium, infrastructure, social elevator, actor-network theory, media archaeology, design, technology, urban studies

For citation: Markov, A.V. and Shtayn, O.A. (2026), "Media Philosophy of Vertical Movement: the Elevator as a Node of Modernization", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 5–18. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-5-18

Введение. Лифт как объект философского и медиатеоретического осмысления долгое время оставался на периферии, рассматриваемый сугубо как утилитарный механизм. Однако его история и онтология представляют собой концентрированный нарратив модерна и последующих эпох, материализованный в движении по вертикали. Статья предлагает рассмотреть лифт не просто как транспортное устройство, но как медиум в расширенном смысле, по М. Маклюэну [1], т. е. как «продолжение» и одновременно как «среду», формирующую социальные, архитектурные и перцептивные практики. В этом контексте лифт выступает ключевым узлом, связывающим дискурсы безопасности (Отис), эстетические парадигмы (от ар нуво до хай-тека), инфраструктурные медиа (пневмопочта, трубопроводы), телесный опыт и

биополитику, а также эволюцию вертикальных систем вроде эскалаторов и элеваторов. Мы утверждаем, что философия лифта – это философия управляемого, капсулированного перемещения, предвосхитившая логику современных цифровых интерфейсов и платформ, где пользователь делегирует агентство алгоритму внутри строго ограниченного пространства возможностей.

Методология и источники. Исследование базируется на методологическом синтезе медиаархеологии (В. Эрнст [2], Ф. Киттлер [3], З. Цилински [4]) и теории акторно-сетевого взаимодействия (Б. Латур [5]). Медиаархеологический подход позволяет проследить материальные и технические условия возможности лифта как медиума (от зубчатых реек до алгоритмов диспетчеризации), вскрывая его дисконтинуитеты и альтернативные траектории (как в случае патерностера). Акторно-сетевая теория применяется для анализа лифта как гибридного актанта, вовлеченного в сети взаимодействий с архитекторами, пассажирами, нормативными актами и другими инфраструктурами, что позволяет избежать противопоставления социального и технического. Для комплексного анализа лифта как полисемантического объекта городской среды применяется также подход отечественного теоретика В. Глазычева [6], разработанный им в контексте урбанистики и исследования повседневных технологий. В рамках данного подхода, лифт рассматривается не как изолированный артефакт, а как «социотехнический агрегат», органично вплетенный в ткань повседневных практик и наделенный культурным смыслом. Мы опираемся на глазычевский принцип «чтения» материальной формы, где дизайн кабины, интерфейс управления (кнопки, указатели), характер освещения и акустики трактуются как текст, раскрывающий ценностные установки эпохи и модели взаимодействия человека с техникой. Этот метод позволяет декодировать, как через эстетику ар-нуво транслируется идея смягчения технологического шока, а через стерильность рационализма – идея тотальной функциональности. Таким образом, метод Глазычева служит мостом между материальной медиаархеологией и социальной феноменологией, позволяя рассматривать лифт как форму материализованной коммуникации. Эмпирическую базу составляют исторические документы (патенты, рекламные проспекты, строительные нормы), визуальные и кинематографические репрезентации, а также сатирические материалы (журнал «Крокодил»), анализируемые в рамках дискурсивного и иконологического анализа. Для анализа микросоциологии взаимодействий в кабине привлекается также драматургический подход И. Гофмана, рассматривающий лифт как сцену для исполнения кратких, но строго регламентированных социальных ролей [7].

Для осмысления лифта в рамках медиафилософии мы предлагаем развить метафорологию П. Слотердайка [8–10], выводя из его трехатомной модели сфер (Пузыри, Глобусы, Пена) производное, но отсутствующее у него напрямую оперативное понятие – канал. Если сферология описывает формы совместности и со-обитания (от интимной диады до глобальной целостности и, наконец, пенистой множественности автономных ячеек), то инфраструктурная реальность модерна требует понятия для связующей, транспортной и имплантированной среды. Канал (труба, шахта, провод, туннель) логически проистекает из распада герметичных Глобусов и из условия возможности Пены. Он не является сферой обитания, но служит иммунологическим интерфейсом, обеспечивающим селективную, защищенную связь между разрозненными пузырями или ячейками пены. Лифтовая шахта – архетипический пример такого канала. Она не создает общего мира (как Глобус) и не является автономной ячейкой жизни (как элемент Пены), она функционирует как искусственная артерия, им-

планированная в архитектурное тело для гарантированного, стерильного транзита между изолированными камерами (квартирами, офисами). Вводя понятие «канала», мы фокусируемся на материальной логике связности, которая делает возможной саму пенистую структуру современного мегаполиса, оставаясь при этом в русле слотердайковской проблемы иммунизации и создания искусственных сред. Таким образом, лифт анализируется как конкретный медиум, реализующий эту канальную логику в ее чистом виде.

Эмпирическую базу составляют: 1) историко-технические и смежные документы (инженерные чертежи, рекламные проспекты лифтостроительных компаний Otis и Schindler конца XIX – середины XX вв., фотографии интерьеров зданий), находящиеся в свободном доступе; 2) визуальные и кинематографические репрезентации, отображающие эволюцию восприятия лифта (гравюры и фотографии первых небоскребов, кадры из фильмов – от «Метрополиса» Фрица Ланга (1927) до «Социальной сети» Дэвида Финчера (2010), где лифт выступает местом социальной селекции); 3) сатирические материалы (карикатуры на тему неработающего лифта в советском журнале «Крокодил» 1970–80-х гг., анализируемые в русле концепции гипернормализации А. Юрчака и И. Каспэ [11]); 4) тексты массовой культуры (урбан-легенды, такие как «The Elevator Game», сериал «Зло»). Источники отобраны по принципу репрезентативности для ключевых этапов становления лифта как медиума и для раскрытия его различных аспектов – технического, социального, символического.

Результаты и обсуждение. 1. Антикатастрофа как условие медиальности: перформанс Отиса и генезис доверия. Первые подъемные механизмы, напоминающие лифты, использовались еще в античности (например, в Колизее для подъема гладиаторов и животных), а в средние века они приводились в движение мускульной силой людей или животных [12]. В 1743 г. был сооружен лифт для Людовика XV в Версале. В России в 1793 г. Кулибин представил Екатерине II так называемое «самоподъемное кресло». С изобретением парового двигателя лифты стали устанавливаться на промышленном производстве, а с изобретением электричества сделались неотъемлемым звеном повседневной жизни любого горожанина и олицетворением города. Но за этой вроде бы поступательной историей стоит медийный взрыв, по две стороны которого эпоха пара и эпоха электричества.

Фундаментальным парадоксом, лежащим в основе медиафилософии лифта, является необходимость пережить воображаемую гибель, чтобы обрести жизнь в качестве массового медиума. До середины XIX в. вертикальный подъем, будь то в шахтах или на стройплощадках, был занятием рискованным, сопряженным с постоянной угрозой обрыва троса и падения платформы в «шахту» в прямом и метафизическом смысле. Лифт как технология существовал, но не как медиум повседневности – ему не хватало эпистемического условия доверия. Э. Г. Отис в 1853 г. совершил не столько техническое, сколько символическое изобретение. Его автоматический предохранительный тормоз был, по сути, машиной для предотвращения катастрофы, но ее социальное усвоение требовало демонстрации.

Кульминацией стал перформанс на выставке в Нью-Йоркском «Кристал Пэлас» в 1854 г. Отис, стоя на открытой платформе, поднятой на изрядную высоту, приказал перерубить удерживающий трос топором. Платформа не рухнула, а лишь слегка дрогнула, удерживаемая защелками на зубчатых направляющих. Этот жест – публичная инсценировка катастрофы с гар-

антированным спасением – может быть рассмотрен как учредительный акт медиальности лифта в массовом сознании. Отис продавал не движение вверх или вниз, а именно безопасное падение или, точнее, его невозможность. Его знаменитая фраза «Все безопасно, джентльмены!» адресована не столько зрителям на выставке, сколько будущему пользователю, который должен был внутренне принять этот договор.

«Договор Отиса» становится краеугольным камнем новой медиаформации. В отличие от доверия к врачу или духовнику, основанного на личном авторитете, профессиональной тайне и институциональном статусе, доверие к лифту носит безличный, системный характер. Оно делегируется не человеку, а алгоритмически работающему устройству. Пользователь, нажимающий кнопку вызова, вступает в негласное соглашение: он добровольно отказывается от суверенитета над своим перемещением, делегируя его машине в обмен на абсолютную гарантию физической сохранности. Лифт, таким образом, становится одним из первых в истории массовых «черных ящиков»: сложность его внутреннего устройства (блоки, тросы, тормоза, реле) скрыта за предельно простым интерфейсом (кнопки, двери). Его медиальная функция основана на доверии к невидимому. Это доверие не интуитивно, оно было культурно инженерировано через повторяемый в массовом сознании перформанс обрезанного троса.

Поэтому образ лифта в психоанализе будет представлять спуск к глубинам психики человека, прохождение через разные уровни сознания, выворачивание на поверхность собственных страхов: чем ниже этаж, тем более подавлен страх. Путешествие в лифте, как мы увидим далее, вполне психоаналитический процесс, не только социализация, самопознание, блокировка (если лифт застревает), конфликты или стены, через которые индивид не может прорваться. Лифт служит образом коллективного архетипа: мы снова спускаемся вниз в подземное царство Аида и сталкиваемся с мрачными тенями, или поднимаемся в Поднебесную как вершине истины и красоты. Стены лифта могут пониматься как архетип пещеры Платона с образами и театром теней на них как способ укрыться от истины, но могут пониматься и как рамка договора Отиса.

Без этого договора была бы невозможна ключевая урбанистическая революция XX в. – вертикальное освоение пространства, рождение небоскреба. Архитектура могла тянуться ввысь, но без безопасного, быстрого и предсказуемого лифта она оставалась бы пустой оболочкой, непрактичным монументом. Лифт, следовательно, выступает не просто вспомогательным устройством, а конституирующим медиумом метрополиса, превращающим высоту в обитаемую ценность. Он материализует обещание модерна – преодоление естественных ограничений (гравитации, расстояния) через технологию, но лишь после того, как технология доказала свою способность защитить от собственного потенциального коллапса.

Боязнь лифта как одно из проявлений клаустрофобии, вызванная страхом перед замкнутым пространством или перед незнакомыми людьми, также связана с представлением о лифте как портале в страшный мир в случае коллапса всех чисел и мер, управляющих лифтом. The Elevator Game – игра, некогда популярная среди корейских подростков (2013–2015 гг.), возникла вокруг истории о смерти Элизы Лэм (Лэм Хо И). Если соблюсти последовательность нажимаемых цифр в лифте, можно побродить среди душ умерших людей в другом мире, в чем-то вроде чистилища. Этот сюжет лег в основу серии «“Л”, значит “Лифт”» (E Is for Elevator), – 4-я серия 2-го сезона сериала «Зло» (Evil).

В более широком медиа-теоретическом контексте «договор Отиса» предвосхищает логику всех последующих интерфейсов цифровой эпохи. Пользователь смартфона или облачного сервиса точно так же делегирует обработку данных, хранение личной информации и коммуникацию сложным, не до конца понятным системам, веря в их безотказность и конфиденциальность (часто иллюзорно). Лифт, таким образом, является прототипом любой системы, где взаимодействие строится на вере в надежность скрытого от глаз алгоритма. Его история начинается с триумфа над страхом падения, что делает его медиумом не просто движения, но прежде всего управляемого и предсказуемого риска – основы современной технологической цивилизации.

2. Эстетика как онтология механизма: стилевые парадигмы и раскрытие сущности техники. Эволюция дизайна лифтовой кабины – это не просто история меняющейся моды, но наглядная материализация смены философских установок относительно сущности техники. Каждая стилевая парадигма предлагает свой ответ на фундаментальный вопрос, сформулированный М. Хайдеггером [13] – является ли техника лишь нейтральным инструментом (Zeug) или же она есть способ раскрытия потаенности мира (aletheia)? Лифт, как сконцентрированное выражение технического, становится полем для этого онтологического спора, где эстетика выступает языком, на котором говорит сама техника о своем месте в мире.

Во многих сказках порталом служит похожий на лифт, но художественно прописанный еще до появления лифтов, камин. Даже Буратино носом протыкает нарисованный очаг (камин, в трубу камина падают рождественские подарки и Санта-Клаус, из русской печи выходят не только пирожки, но и волшебные наставления в русских сказках). Так техника в первичном архаичном портале становится как раз первоэстетикой волшебного руководства, раскрывающего потаенность мира вполне по-хайдеггеровски.

Период ар-нуво (конец XIX – начало XX вв.) в своих доминирующих чертах стиля и жизнетворчества реализует стратегию тотальной мимикрии. Лифтовая кабина, обитая деревом, украшенная витражами, коваными элементами и мягким, рассеянным светом, тщательно маскировала свою машинную природу. Она превращалась в «гостиную в движении», в миниатюрный салон, оторванный от грубой механики шахты. Здесь техника понимается как нечто, что должно быть скрыто, облагорожено, вписано в органический, естественный контекст. Это консервативный ответ на шок модернизации: кабина-медиум работает как буфер, смягчающий травматичную встречу человека с чистой функциональностью. Сущность техники – ее способность к невидимому служению – остается непроявленной, подчиненной доиндустриальному идеалу ремесла и орнамента.

В мягко вздрагивающем лифте
с зеркалами отшлифованными
мы неслись, дрожа в предчувствии,
на двенадцатый этаж.
Нам в пролетах небо искрилось,
точно чаша из финифти
с инкрустированными лебедями,
яркий ткущими мираж.
(Георгий Шенгели, 1915)

Резкий разрыв с этой логикой совершает ар-деко 1920–1930-х гг. Отказ от органических линий в пользу геометрии зиккурата, использование хромированных стале́й, зеркал, скоростных полос и абстрактных узлов – все это было не просто украшением, а демонстрацией новой онтологии. Техника здесь впервые предстает как самостоятельная, мощная и прекрасная в своей сути сила. Вертикальные линии кабины визуальнó акцентировали вектор подъема, отождествляя движение лифта с динамикой самой эпохи – прогрессом, скоростью, урбанизмом. Лифт в стиле ар-деко – это не маскировка, а прославление механического. Его эстетика есть визуализация технической эффективности и социального лифта в одном флаконе. Сущность техники раскрывается здесь как «постав» (Gestell, по Хайдеггеру), но еще в его оптимистической, модернистской версии – как упорядочивающая и возносящая мощь.

Послевоенный рационализм и интернациональный стиль совершают радикальную демистификацию. Следуя заветам Баухауса и М. ван дер Роэ («меньше значит больше»), лифтовая кабина сводится к идеализированной, стерильной коробке: гладкие поверхности, минималистичные панели управления, нейтральные цвета. Это воплощение техники как чистой функциональности, освобожденной от какого бы то ни было нарратива или символического излишества. Философия здесь близка к инструментализму: техника есть средство, и ее совершенство измеряется степенью ее самоустранения из поля восприятия. Лифт становится невидимым медиумом, идеальным потоком, встроенным в архитектурный каркас. Его сущность – это сущность стандартизированного, универсального модуля, что отражает глобализирующийся, корпоративный мир.

И, наконец, хай-тек (с 1970-х) осуществляет предельное онтологическое раскрытие. Архитекторы вроде Н. Фостера и Р. Роджерса отказываются от идеи невидимости, вынося лифтовые механизмы, двигатели и шахты на фасад здания. Кабина в прозрачной шахте превращает подъем в театрализованное зрелище. Здесь техника перестает быть либо слугой, либо нейтральным инструментом, либо невидимым потоком. Она становится главным героем, объектом эстетического созерцания. Этот жест – выворачивание «черного ящика» наизнанку – соответствует позднехайдеггеровской мысли о том, что сущность техники не есть нечто техническое. Хай-тек показывает саму работу «постав», обнажая его структуру. Медиум, по Маклюэну, окончательно становится сообщением: сообщением о собственном устройстве, своей сложности и своем праве на демонстративность. Это кибернетическая и постиндустриальная эстетика, где интерфейс (кабина) и система (привод) сливаются в единый, прозрачный перформанс.

Таким образом, стилистическая эволюция лифта представляет собой краткий курс философии техники XX в. от сокрытия и облагораживания машинного начала – через его оптимистическое прославление – к утилитарной демистификации и, наконец, к тотальному обнажению и превращению механизма в самоценный объект. Каждый стиль программирует не только взгляд, но и телесный опыт пассажира, определяя, является ли он гостем в салоне, пассажиром прогресса, безликой единицей потока или зрителем великолепного действа механики.

3. Метамедиум в сети потоков: лифт как узел конвергенции и протокол данных. В медиафилософии лифт не может быть осмыслен изолированно. Его онтологический статус раскрывается лишь в рамках более обширной «гибридной среды» (Б. Латур) [5] или «культуры каналов» (если переделать понятие «Сфер» Слотердайка), где он функционирует как ключевой узел конвергенции разнородных потоков. Лифтовая шахта с момента своего появления стала вертикальной артерией, конкурирующей и сосуществующей с другими ин-

фраструктурными медиа: пневмопочтой, перемещающей капсулы с депешами; водопроводом и стояками канализации, обеспечивающими жизнедеятельность; электросетями, питающими энергией; и, наконец, кабельными трассами для телефонии и данных. Лифт, таким образом, предстает как метамедиум – медиум, чья первичная функция (перемещение тел) обеспечивает физическую основу и топологию для циркуляции других медиа. Шахта – это общий канал, где параллельно или последовательно протекают потоки органического, механического, гидравлического и информационного порядка.

Эта конвергенция позволяет провести глубокую аналогию между логикой лифта и логикой цифровых сетей передачи данных. Лифтовая система здания работает по строгим, алгоритмическим принципам, предвосхитившим архитектуру современных вычислительных сетей. Отдельная кабина функционирует как дейтаграмма в протоколе без установления соединения (UDP-like). Она адресована определенному этажу (порт назначения), содержит в себе полезную нагрузку (пассажиров), маршрутизируется диспетчерской системой (роутер) по оптимальному пути, конкурируя за общий ресурс (пропускную способность шахты) с другими кабинами (пакетами). Система группового вызова и назначения кабин в современных небоскребах – это уже сложный алгоритм планирования трафика, минимизирующий среднее время ожидания и повышающий пропускную способность «вертикальной сети». Лифт, следовательно, оказывается ранней, материализованной формой сетевого протокола, где тело пассажира квантуется и передается.

В этом контексте исторические тупиковые ветви развития, такие как патерностер, представляют собой альтернативную, но отброшенную сетепарадигму. Патерностер – это система с непрерывной циркуляцией данных (кабин), где нет состояния ожидания, но нет и гарантии немедленного входа или безопасного, контролируемого выхода. Его логика напоминает peer-to-peer – сеть или шину с постоянной передачей. Однако его отказ от «договора Отиса» в пользу непрерывного, рискованного движения сделал его несовместимым с биополитикой безопасности и инклюзии [14], которая стала доминирующей в XX в. Патерностер был эффективен, но небезопасен; он исключал детей, пожилых, людей с ограниченными возможностями. Его исчезновение маркирует триумф логики управляемых, изолированных сеансов связи (TCP-like) над логикой непрерывного, анархического потока.

Более того, лифт как метамедиум раскрывает свою сущность в экстремальных условиях добычи и распределения. Шахтный подъемник и зерновой элеватор – это его протоформы, где перемещаемой субстанцией является не человек, но сырье: уголь, руда, зерно. Здесь техника выступает в чистом виде как инструмент экстракции и аккумуляции, как материальная основа капитала. Нефтяная вышка – как будто гигантская внешняя лифтовая система, качающая «черное золото» из недр. Эти промышленные аналоги обнажают экономическую подоплеку вертикального движения: его изначальная цель – не комфорт, а циркуляция ресурсов. Городской пассажирский лифт сублимирует эту грубую экономическую мощь, превращая экстрактивную вертикаль в социальную и корпоративную. Он перемещает не руду, но человеческий капитал, не зерно, но бюрократические единицы. Таким образом, лифтовая шахта становится каналом, в котором циркулируют не только физические тела, но и абстрактные значения – статус, класс, капитал, – подтверждая его статус как фундаментального медиума экономики модерны.

4. Капсула социального воображаемого: от Сорокина к сатире и сенсорному управлению. Символический капитал лифта достигает своей кульминации в метафоре «социального лифта», широкое распространение которой восходит к концепции социальной мобильности П. Сорокина, изложенной в его фундаментальном труде «Социальная мобильность» (1927) [15]. Хотя сам Сорокин использовал скорее органические или пространственные метафоры («каналы циркуляции»), именно лифт как технический символ эпохи стал в публицистике и социологическом дискурсе XX в. ее емким иероглифом. Выбор этой механической аналогии глубоко симптоматичен. Сорокин анализирует каналы циркуляции индивидов в обществе через социальные институты армии, церкви и школы. Интерпретаторы его творчества подхватили идею системной и управляемой мобильности индивида, противоположную идее хаотичного и насильственного способа изменения его статуса. Лифт, к 1920-м гг. уже ставший символом современного небоскрежного капитализма, идеально подошел для этой роли. Эта метафора схватывает ключевой парадокс: вертикальный рост города, описанный Р. Колхасом как «лоботомия» Манхэттена – рассечение городской ткани на изолированные вертикальные слои, – одновременно создает и аппарат для их преодоления, но лишь по строго заданным, архитектурно детерминированным траекториям [16]. Кабина лифта – социальная капсула: она инкапсулирует индивида, отрывает его от исходного контекста (этажа/класса) и перемещает по строго заданной, архитектурно predetermined траектории к новой цели. Важно, что движение здесь делегировано внешней системе, что точно отражает сорокинское понимание социальной мобильности как функции структур общества, а не только личной воли. Таким образом, термин закрепляет за лифтом роль медиума социального воображаемого, превращая физический механизм в модель для осмысления динамики статусов в индустриальном и постиндустриальном мире.

Однако внутри самой материальной кабины разворачивается иная, микрофизическая социальность, напрямую связанная с ее медиальными свойствами. Лифт создает уникальное пространство вынужденной публичной интимности и регламентированной временной аномалии. Здесь, в тесной, замкнутой капсуле на несколько десятков секунд сталкиваются незнакомые или знакомые по иерархии тела, подчиняясь неписаным, но строгим коммуникативным протоколам: взгляд, устремленный в табло этажей или в телефон, минимизация движений, молчание. Это пространство сжатой, подавленной коммуникации, которой так же, например, могла выступать исповедальня или кухня коммунальной квартиры: эти два пространства удачно сблизил Е. Евтушенко:

В нашенской квартире коммунальной
кухонька была исповедальней,
и оркестром всех кастрюлек сводным,
и судом, воистину народным.
Если говорила кухня: «Лярва», –
«Стерва» – означало популярно.
Если говорила кухня: «Рыло»,
означало – так оно и было.
(«Плач по коммунальной квартире», 1983)

Именно на этом фоне редкое событие – например, краткий разговор с боссом – обретает исключительный вес. Такая коммуникация возможна лишь потому, что лифт, будучи медиумом перемещения, сам по себе считается пространством «не-места» (М. Оже) [17], временной паузой, свободной от конвенций офиса или улицы. В эти секунды кабина может стать медиумом случайной, но потенциально судьбоносной связи – аналогом алгоритмически подобранного «счастливого совпадения» в цифровых сетях. Этот парадокс – медиум систематической молчаливой изоляции, порождающий единичные моменты гиперценной коммуникации, – лежит в основе социальной драматургии лифта.

Показательно, что в советском дискурсе, где идея «социального лифта» была официально экспроприирована государством как обещание партийно-номенклатурного роста, материальный лифт часто становился объектом сатиры. Карикатуры в «Крокодиле» с вечной темой «Лифт не работает», и множество постсоветских самодельных карикатур об этом же – это не просто критика бытовых неудобств. Это мощный медиатроп гипернормализации (как показала И. Каспэ в своем анализе журнала «Крокодил» как позднего извода утопизма [11]), разоблачающий разрыв между господствующим нарративом стремительного прогресса и социалистического восхождения с повседневной реальностью застоя, дефицита и поломанной инфраструктуры. Неисправный лифт здесь – это сломанный медиум, символ заблокированных каналов вертикальной мобильности, причем как физической, так и социальной. Он передает сообщение о невыполнении «договора Отиса» обществом в целом: система не обеспечивает обещанного безопасного и эффективного движения, оставляя граждан на лестничной клетке истории.

Современное развитие ведет к новому витку медиатизации внутреннего пространства. Мультимедийные лифты с экранами, голосовыми оповещениями и системами диффузии ароматов превращают кабину из нейтрального контейнера в активную сенсорно-управляющую среду. Это переход от лифта как средства передвижения к лифту как кибернетической капсуле опыта. Говорящий лифт нарративизирует перемещение, создавая иллюзию персонализированного обслуживания. Запах («чистоты», «свежести», «древесины» в элитных резиденциях) работает как дорациональный медиум, программирующий эмоциональное состояние и маскирующие телесные запасы других пассажиров. Экраны, показывающие рекламу или новости, заполняют принудительную паузу, захватывая аудиторию, лишенную возможности избежать контакта. Этот сенсорный дизайн представляет собой прямую проекцию логики цифровых платформ, стремящихся к тотальному охвату внимания пользователя и управлению его аффектами даже в микропромежутках времени. Лифт становится пространством, где тело не просто перемещается, но подвергается тонкой настройке восприятия, готовясь к следующей социальной или коммерческой интервенции – выходу в офис, торговый зал, гостиничный лобби. Его философия завершает свой путь: от обеспечения физического подъема – к управляемому подъему социальному – и, наконец, к сенсорно-программируемому предвосхищению самого акта прибытия.

5. Зеркало и интерфейс: лифт как прототип цифрового субъекта и его аффективная экономика. Лифт завершает свою эволюцию от механического подъемника к медиафилософскому концепту, когда его анализ выходит за рамки функциональности и социальной семиотики в сферу конституции субъективности и аффективного управления. Он предстает

не просто моделью, но материальным прототипом цифровой субъективности, в которой пользовательское агентство является производным от взаимодействия с замкнутой, алгоритмически управляемой системой. Пространство кабины – это классическое «не-место» (*non-lieu*, М. Оже) с его временной приостановкой привычных социальных кодов, становящееся лабораторией по производству особого типа субъекта – делегирующего, отстраненного, интерфейсного.

Этот субъект формируется через практику вынужденного пассивного доверия. Пользователь, нажимая кнопку, инициирует сложную цепочку машинных операций, суть которой ему недоступна и неинтересна. Его роль сводится к простейшему выбору из ограниченного меню (этажи) и ожиданию результата внутри черного ящика. Эта логика напрямую предвосхищает взаимодействие с любым современным цифровым интерфейсом – от онлайн-банкинга до соцсетей, где сложные алгоритмы скрыты за дружелюбными кнопками, а пользователь делегирует системе задачи поиска, фильтрации, даже формирования социальных связей. Лифт, таким образом, явился одной из первых повседневных школ цифровой покорности, где условием получения услуги (мобильности) является отказ от суверенитета над процессом ее оказания. В кабине тело обучается состоянию приостановленной агентности, которое станет нормой в киберпространстве.

Параллельно лифт функционирует как мощный генератор аффектов, чья экономика радикально трансформировалась с развитием медиатехнологий. Исторически доминирующим аффектом был фоновый страх, удерживаемый в узде «договором Отиса», но периодически прорывающийся в массовой культуре (фильмы-катастрофы, истории о заточении). Советский сатирический троп «лифт не работает» эксплуатировал аффект фрустрации и абсурда, обнажая кризис инфраструктуры доверия. Современная мультимедийная кабина работает с более изощренной палитрой, стремясь заместить негативные аффекты управляемыми позитивными или нейтральными состояниями. Экраны и звуковая реклама создают аффективную нагрузку, заполняя временной вакуум и направляя внимание на потребление. Диффузия запахов («чистота», «свежесть», «кожа») работает на дорациональном, лимбическом уровне, производя аффект безопасности, статуса или релаксации, маскируя телесность других пассажиров и минимизируя социальную трению. Лифт становится машиной по предварительной эмоциональной настройке пользователя перед его интеграцией в следующее пространство – офис, торговый центр, аэропорт.

В этой перспективе лифт окончательно раскрывается как критический интерфейс между телом, архитектурой и властью. Он материализует принципы биополитики (М. Фуко), мягко регулируя потоки тел, минимизируя непредсказуемые контакты и максимизируя пропускную способность системы. Его эволюция от зеркал (позволяющих наблюдать за собой и другими, не встречаясь взглядом) к камерам наблюдения знаменует переход от саморегулируемого социального контроля к тотальному архивированию перемещений. Таким образом, медиафилософия лифта завершает круг: начав с преодоления физической гравитации через техническое доверие (Отис), он приходит к преодолению аффективной и агентной гравитации через сенсорный и интерфейсный дизайн. Он больше не просто перемещает нас между этажами: он перемещает наши состояния сознания, готовя к следующему акту потребления или труда. В этом смысле неподвижный, сломанный лифт советской и постсоветской сатиры – это не только символ застоя, но и утопический, хотя и непреднамеренный образ со-

противления: машина, отказавшаяся участвовать в циркуляции тел, капиталов и аффектов, насильственно возвращающая горожан к лестнице – пространству неэффективного, но суверенного телесного усилия. Лифт, таким образом, в своем функционировании и в своей поломке, остается незаменимой призмой для анализа того, как технологии формируют саму ткань современного человеческого опыта.

Заключение. Медиафилософский анализ позволяет утверждать, что лифт представляет собой один из ключевых, но системно недооцененных медиумов модерна и последующих эпох. Его значение далеко выходит за рамки утилитарной функции вертикального транспорта. От учредительного жеста Э. Отиса, инсценировавшего катастрофу, чтобы заключить «договор доверия» между человеком и машиной, лифт эволюционировал в сложный социотехнический узел. Он материализовал в себе смену философских представлений о сущности техники от сокрытия и облагораживания в ар-нуво до тотального обнажения механизмов в хай-теке. Одновременно функционируя как метамедиум, он встроился в сеть инфраструктурных потоков (от пневмопочты до цифровых данных), предвосхитив логику пакетной коммуникации и сетевых протоколов. Лифт оказался не просто вспомогательным устройством, а конституирующим условием вертикальной урбанистики и, следовательно, всего облика современного метрополиса.

Медиафилософия лифта раскрывает его не как изолированный объект, а как узел в сети вертикальных и горизонтальных медиа. Его анализ естественно порождает серию бинарных оппозиций для дальнейшего исследования: лифт vs. эскалатор (дискретное капсулированное движение vs. непрерывный конвейерный поток); лифт vs. лестница (делегированное, алгоритмизированное усилие vs. суверенное телесное усилие); движение в небеса (пентхаус как обсерватория для демонстрации статуса); vs. спуск в подземелье (паркинг, метро, технотона). Эти оппозиции открывают перспективу для целостной аналитики движения в современном городе, схематизации его потоков и выявления тех политик мобильности, которые, будучи встроенными в инфраструктуру, формируют саму возможность социального действия и восприятия.

Таким образом, философия лифта оказывается философией управляемой инкапсуляции в ее историческом развитии. Лифт предвосхитил фундаментальные принципы цифровой эпохи: интерфейс как черный ящик, пользовательское доверие к непрозрачному алгоритму, квантование и маршрутизацию потоков (будь то тела или данные), тотальный захват внимания в микропаузах. Он выступает и прототипом, и зеркалом, в котором отражаются противоречия технологической цивилизации между мобильностью и контролем, между приватностью и публичностью, между делегированием и утратой агентности, между обещанием прогресса и реальностью поломки. Исследование лифта как медиума открывает перспективу для критического переосмысления и других, казалось бы, нейтральных инфраструктур, раскрывая, как материальные технологии не просто обслуживают общество, но активно формируют его структуры, ритмы, социальные коды и саму человеческую субъективность. Лифт в своей работе и в своей остановке остается мощной аналитической призмой для понимания того, как мы движемся – физически, социально и экзистенциально – в вертикальном мире, который сами и создали.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М.: Кучково поле, 2019.
2. Ernst W. Digital Memory and the Archive / ed. by J. Parikka. Minneapolis: Univ. of Minnesota Press, 2013.
3. Kittler F. A. Gramophone, Film, Typewriter / transl. by G. Winthrop-Young, M. Wutz. Stanford: Stanford Univ. Press, 1999.
4. Zielinski S. Deep Time of the Media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means / transl. by G. Custance. Cambridge: The MIT Press, 2008.
5. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / пер. с англ. И. Полонской. М.: Изд. дом ВШЭ, 2014.
6. Глазычев В. Л. Урбанистика. М.: Европа: Новая площадь, 2008.
7. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / пер. с англ. А. Д. Ковалева. М.: Канон-Пресс-Ц, 2000.
8. Слотердайк П. Сферы. Т. 1. Пузыри / пер. с нем. К. В. Лощевского. СПб.: Наука, 2005.
9. Слотердайк П. Сферы. Т. 2. Глобусы / пер. с нем. К. В. Лощевского. СПб.: Наука, 2007.
10. Слотердайк П. Сферы. Т. 3. Пена / пер. с нем. К. В. Лощевского. СПб.: Наука, 2010.
11. Каспэ И. В союзе с утопией. Смысловые рубежи позднесоветской культуры. М.: Новое литературное обозрение, 2018.
12. Kelechava B. A brief history of elevators // ANSI. 12.08.2022. URL: <https://blog.ansi.org/ansi/history-of-elevators/> (дата обращения: 17.12.2025).
13. Хайдеггер М. Вопрос о технике // Время и бытие: статьи и выступления / пер. с нем. В. В. Библихина. М.: Республика, 1993. С. 221–238.
14. Фуко М. Надзирать и наказывать: рождение тюрьмы / пер. с фр. В. Наумова. М.: Ad Marginem, 2018.
15. Сорокин П. А. Социальная и культурная мобильность / пер. с англ. А. Ю. Согомонова // Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. С. 297–424.
16. Колхас Р. Нью-Йорк вне себя / пер. с англ. А. Смирновой. М.: Strelka Press, 2013.
17. Оже М. Не-места: введение в антропологию гипермодерна / пер. с фр. А. Ю. Коннова. М.: Новое литературное обозрение, 2017.

Информация об авторах

Марков Александр Викторович – доктор филологических наук (2014), профессор (2018), профессор кафедры кино и современного искусства факультета истории искусства Российского государственного гуманитарного университета, Миусская пл., д. 6, Москва, 125993, Россия. Автор 120 научных публикаций. Сфера научных интересов: медиафилософия, теория медиа, визуальные исследования, современное искусство.

Штайн Оксана Александровна – кандидат философских наук (2005), доцент (2008), доцент кафедры социальной философии Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, пр. Ленина, д. 51, Екатеринбург, 620075, Россия. Автор 65 научных публикаций. Сфера научных интересов: социальная философия, философия техники, урбанистика, медиаисследования.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 04.12.2025; принята после рецензирования 16.12.2025; опубликована онлайн 22.09.2026.*

REFERENCES

1. McLuhan, M. (2019), *Understanding Media: The Extensions of Man*, Transl. by Nikolaev, V., Kuchkovo pole, Moscow, RUS.
2. Ernst, W. (2013), *Digital Memory and the Archive*, Parikka, J. (ed.), Univ. of Minnesota Press, Minneapolis, USA.
3. Kittler, F.A. (1999), *Gramophone, Film, Typewriter*, Trans. by Winthrop-Young, G., Wutz, M., Stanford Univ. Press, Stanford, USA.
4. Zielinski, S. (2008), *Deep Time of the Media: Toward an Archaeology of Hearing and Seeing by Technical Means*, The MIT Press, Cambridge, UK.
5. Latour, B. (2014), *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*, Transl. by Polonskaya, I., HSE Publ. House, Moscow, RUS.
6. Glazychev, V.L. (2008), *Urbanistika* [Urbanistics], Evropa, Novaya ploshchad', Moscow, RUS.
7. Goffman, E. (2000), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Transl. by Kovalev, A.D., Kanon-Press-Ts, Moscow, RUS.
8. Sloterdijk, P. (2005), *Sphären. Makrospharologie. Band 1. Blasen*, Transl. by Loshchevskii, K.V., Nauka, SPb., RUS.
9. Sloterdijk, P. (2007), *Sphären. Makrospharologie. Band 2. Globen*, Transl. by Loshchevskii, K.V., Nauka, SPb., RUS.
10. Sloterdijk, P. (2010), *Sphären. Plurale Spharologie. Band 3. Schäume*, Transl. by Loshchevskii, K.V., Nauka, SPb., RUS.
11. Kaspe, I. (2018), *V soyuze s utopiej. Smyslovye rubezhi pozdnesovetskoj kul'tury* [In alliance with utopia. Semantic frontiers of Late Soviet culture], Novoe literaturnoe obozrenie, Moscow, RUS.
12. Kelechava, B. (2022), "A brief history of elevators", *ANSI*, 12.08.2022, available at: <https://blog.ansi.org/ansi/history-of-elevators/> (accessed 17.12.2025).
13. Heidegger, M. (1993), "Die Frage nach der Technik", *Sein und Zeit*, Transl. by Bibikhin, V.V., Respublika, Moscow, RUS, pp. 221–238.
14. Foucault, M. (2018), *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Transl. by Naumov, V., Ad Marginem, Moscow, RUS.
15. Sorokin, P.A. (1992), "Social and Cultural Mobility", Transl. by Sogomonov, A.Yu., *Chelovek. Tsvivilizatsiya. Obshchestvo* [The Man. Civilization. Society], Politizdat, Moscow, RUS, pp. 297–424.
16. Koolhaas, R. (2013), *Delirious New York: A Retroactive Manifesto for Manhattan*, Transl. by Smirnova, A., Strelka Press, Moscow, RUS.
17. Augé, M. (2017), *Augé, Marc Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la survodernité*, Transl. by Konnov, A.Yu., Novoe literaturnoe obozrenie, Moscow, RUS.

Information about the authors

Alexander V. Markov – Dr. Sci. (Philology, 2014), Professor (2018), Professor at the Department of Cinema and Contemporary Art, Russian State University for the Humanities, 6 Miusskaya sq., Moscow 125993, Russia. The author of 120 scientific publications. Area of expertise: media philosophy, media theory, visual studies, contemporary art.

Oksana A. Shtayn – Can. Sci. (Philosophy, 2014), Docent (2008), Associate Professor at the Department of Philosophy, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, 51 Lenin ave., Ekaterinburg 620075, Russia. The author of 65 scientific publications. Area of expertise: social philosophy, philosophy of technology, urban studies, media studies.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 04.12.2025; adopted after review 16.12.2025; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 130.2

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-19-33>

Отчуждение в обществе потребления

Алексей Николаевич Ильин

Омский государственный педагогический университет, Омск, Россия

ilin1983@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1090-3636>

Введение. В статье поднимается вопрос о дискурсивном забвении теории отчуждения в современной социальной и гуманитарной науке. Автор доказывает, что, несмотря на отход научного дискурса от осмысления отчуждения, данное явление остается характерным для современного общества потребления.

Методология и источники. Автором используются различные сведения из научных работ отечественных и зарубежных авторов. Анализируются как классические работы, так и исследования современных авторов. Марксистский подход дал основное (фундаментальное) представление об отчуждении. Посредством неомарксистского метода удалось эксплицировать различные формы отчуждения, существующие в современном обществе. При помощи философско-культурологического подхода рассмотрена проблематика отчуждения как относящаяся к особенностям функционирования культуры потребления. Методологической базой послужили философские концепты отчуждения К. Маркса, Г. Маркузе, Э. Фромма, теория превратного сектора А. В. Бузгалина. Автором проанализирован ряд работ, не переведенных на русский язык.

Результаты и обсуждение. Отчуждение есть утрата связи с самыми значимыми элементами бытия и отсутствие понимания этой утраты. Отчуждение конституируется в нашем обществе в первую очередь посредством рекламы, моды и пропаганды. Социализированный применительно к обществу потребления человек самостоятельно воспроизводит отчуждение. Отчуждение обладает особым очарованием. В своих ключевых позициях марксистские и постмарксистские теории отчуждения вполне адекватны для описания современного потребительского общества.

Заключение. Обществу потребления характерно отчуждение: 1) от продуктов своего труда, 2) производственной деятельности (не имеют контроля над средствами производства и вынуждены отчуждать свою рабочую силу), 3) других людей в условиях атомистического, «разорванного» общества индивидуалистов-потребителей, 4) осознания реальных классовых интересов, 5) совершения ненавязанного личного выбора, 6) влияния на политические решения, 7) высоких нравственных идеалов и личной совести, 8) солидарности и коллективных действий, 9) экологии, 10) аутентичного потребления, 11) подлинной – творческой и развивающей – деятельности.

Ключевые слова: отчуждение, общество потребления, капитализм, марксизм, мода, реклама, потребности, манипуляции

Для цитирования: Ильин А. Н. Отчуждение в обществе потребления // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 19–33. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-19-33

© Ильин А. Н., 2026



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

Alienation in the Consumer Society

Aleksey N. Il'in

Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia

ilin1983@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1090-3636>

Introduction. This article addresses the discursive neglect of alienation theory in contemporary social science and the humanities. The author demonstrates that, despite the shift in scholarly discourse away from understanding alienation, this phenomenon remains characteristic of contemporary consumer society.

Methodology and sources. The author draws on a variety of data from scholarly works by Russian and international authors. Both classical works and contemporary studies are analyzed. The Marxist approach provided a fundamental understanding of alienation. The neo-Marxist method allowed us to explicate the various forms of alienation present in contemporary society. Using a philosophical and cultural approach, we examined the problematic of alienation as related to the specific functioning of consumer culture. The philosophical concepts of alienation by K. Marx, G. Marcuse, and E. Fromm, as well as A.V. Buzgalin's theory of the perverse sector, served as the methodological basis. The author analyzed a number of works not yet translated into Russian.

Results and discussion. Alienation is the loss of connection with the most significant elements of existence and the lack of understanding of this loss. Alienation is constituted in our society primarily through advertising, fashion, and propaganda. A person socialized into a consumer society reproduces alienation themselves. Alienation has a special charm. In their key positions, Marxist and post-Marxist theories of alienation are quite adequate for describing contemporary consumer society.

Conclusion. Consumer society is characterized by alienation from: 1) the products of one's labor, 2) productive activity (having no control over the means of production and being forced to alienate one's labor force), 3) other people in the context of an atomistic, "fractured" society of individualistic consumers, 4) awareness of real class interests, 5) making (unforced) personal choices, 6) influencing political decisions, 7) high moral ideals and personal conscience, 8) solidarity and collective action, 9) the environment, 10) authentic consumption, 11) genuine – creative and developing – activity.

Keywords: alienation, consumer society, capitalism, Marxism, fashion, advertising, needs, manipulation

For citation: Il'in, A.N. (2026), "Alienation in the Consumer Society", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 19–33. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-19-33

Введение. Понятие отчуждения сегодня забыто, выведено за пределы дискурса, практически не используется академическим языком. Впрочем, неудивительно, что в капиталистическом обществе потребления главенствует идеологическая линия, характерная для самого существования данного общества и не противоречащая его ценностным основам. Соответственно, парадигма социальных и гуманитарных наук в некотором роде направляется согласно «потребностям» современного капитализма. Конечно, речь не идет о жесткой цензуре и тотальной идеологизации науки и культуры. Однако целесообразнее постулировать некую «мягкую силу», направляющую дискурсивные практики. В таких условиях, выражаясь словами А. Грамши, не может обладать культурной гегемонией как теория отчуждения в частности, так и левая социальная мысль в целом. С помощью господствующего дискурса осу-

ществляется «расчистка понятий», т. е. удаление ряда «неудобных», «неуместных» для неолиберального порядка понятий. К одному из них относится понятие отчуждения.

Отчуждение – понятие, которое требует своего возвращения в научный оборот, так как с его помощью можно с максимальной объективностью подвергнуть описанию современное потребительское общество. Даже если понятие «отчуждение» редко встречается в научном анализе, сам феномен отчуждения господствует в реальной жизни общества и человека. В этом заключается серьезное противоречие между бытием и спецификой его осмысления, между реальностью и научным дискурсом, эту реальность изучающим.

Методология и источники. Автором используются различные сведения из научных работ отечественных и зарубежных авторов. Анализируются как классические работы, так и исследования современных авторов. Марксистский подход дал основное (фундаментальное) представление об отчуждении. Посредством неомарксистского метода удалось эксплицировать различные формы отчуждения, существующие в современном обществе. При помощи философско-культурологического подхода рассмотрена проблематика отчуждения как относящаяся к особенностям функционирования культуры потребления. Методологической базой послужили философские концепты отчуждения К. Маркса, Г. Маркузе, Э. Фромма, теория превратного сектора А. В. Бузгалина. Автор проанализировал ряд работ, не переведенных на русский язык.

Результаты и обсуждение. При рассмотрении отчуждения в современном обществе важно обратиться к такому методологическому подходу, как марксизм. Эта философская система отстаивает тезис, что буржуазная идеология подчиняет человека собственности. Марксизм указывает на отчужденную суть не только социума XIX в., но и современного общества потребления. Изживание частной собственности на средства производства, их национализация с последующей социализацией коррелятивно освобождению личности. Марксистские интеллектуальные построения об отчуждении отличаются высокой степенью абстракции и неполнотой, однако они выступают некоторой точкой отчета для осмысления отчуждения, характерного для капиталистической эпохи.

Как отмечал К. Маркс, человек отчужден от самого себя, его творение оказывается чуждой ему силой, его богатство является его бедностью, он оторван от другого человека. Предмет его труда властен над ним [1]. Продукт труда эксплуатируемого рабочего противостоит ему как нечто чуждое, частная собственность есть следствие отчужденного труда и внешнего отношения рабочего к самому себе [2]. Эти марксистские тезисы остаются актуальными и сейчас. Теория изъятия прибавочной стоимости описывает также современные производственные отношения, внутри которых работник продает свою рабочую силу, а капиталист ее эксплуатирует, выплачивая заработную плату меньшего размера, чем стоит продукт, который произвел трудящийся.

Анализирующий «Экономическо-философские рукописи 1844 г.» Г. Маркузе отмечает, что если отчуждение труда означает отчуждение человеческой сущности, то сам труд необходимо понимать как действительное выражение и реализацию человеческой сущности [3]. Согласно психологической теории деятельности, человек проявляет себя через разные формы деятельности: игру, учение, общение и труд. Следовательно, деятельность – в том числе трудовая – выступает основной формой самопроявления индивида. И если она отчуждена, то от-

чуждается и сущность человека. Кроме того, человек посредством создания, обработки и присвоения природы создает себе свою реальность; так труд становится выражением свободы, но только если это не отчужденный труд, который носит вынужденный характер; человеку приходится тратить свои время и энергию на зарабатывание средств к существованию. Нередко это приводит к различным профессиональным деформациям, психологическому истощению, профессиональному выгоранию, когнитивному отупению и экзистенциальной утрате смысла деятельности. И даже если работник вместо всего этого списка психологически вредных приобретений обеспечивает себе посредством труда интеллектуальное и профессиональное саморазвитие, данный факт не отменяет отчужденности его работы, ведь труд остается вынужденным и частично неоплаченным (по теории изымания прибавочной стоимости).

Маркс предвосхитил явление, которое с эпохой «позднего капитализма» продемонстрировало себя как «вакханалия ложных потребностей». «Каждый человек старается пробудить в другом какую-нибудь новую потребность, чтобы вынудить его принести новую жертву, поставить его в новую зависимость и толкнуть его к новому виду наслаждения, а тем самым и к экономическому разорению. Каждый стремится вызвать к жизни какую-нибудь чуждую сущностную силу, господствующую над другим человеком, чтобы найти в этом удовлетворение своей собственной своекорыстной потребности. Поэтому вместе с ростом массы предметов растет царство чуждых сущностей, под игом которых находится человек, и каждый новый продукт представляет собой новую возможность взаимного обмана и взаимного ограбления. Вместе с тем человек становится все беднее как человек, он все в большей мере нуждается в деньгах, чтобы овладеть этой враждебной сущностью, и сила его денег падает как раз в обратной пропорции к массе продукции, т. е. его нуждаемость возрастает по мере возрастания власти денег. Таким образом, потребность в деньгах есть подлинная потребность, порождаемая политической экономией, и единственная потребность, которую она порождает. *Количество* денег становится все в большей и большей мере их единственным могущественным свойством, подобно тому как они сводят всякую сущность к ее абстракции, так они сводят и самих себя в своем собственном движении к количественной сущности. Безмерность и неумеренность становятся их истинной мерой. <...> Промышленный евнух приспособляется к извращеннейшим фантазиям потребителя, берет на себя роль сводника между ним и его потребностью, возбуждает в нем нездоровые вожделения, подстерегает каждую его слабость, чтобы затем потребовать себе мзду за эту любезность. <...> Чем ничтожнее твое бытие, чем меньше ты проявляешь свою жизнь, тем больше твое имущество, тем больше твоя отчужденная жизнь, тем больше ты накапливаешь своей отчужденной сущности» [2, с. 128–129, 131]. Последняя фраза предвосхищает бинарность «иметь или быть», равно как и идея, согласно которой частная собственность сделала нас тупыми и односторонними [4]. Или мы «отдаемся» нашей собственности, воплощенной в модных и брендовых вещах, дорогих гаджетах и т. д., создаем из них светский вариант фетиша, или посвящаем себя подлинному духовному саморазвитию. Частная собственность и ее абсолютизация прокладывают путь первому сценарию, отчуждая человека от духовности, от аутентичного бытия. Конечно, не со всем из сказанного в приведенной цитате следует бесспорно соглашаться, так как не каждый в каждом пробуждает новые (ложные) потребности. Но процитированные слова вполне иллюстрируют ту истину, что маркетоло-

логи/рекламщики/бизнесмены и прочие «производители инаковости» ради расширения рынка сбыта и максимизации прибыли своей компании стремятся пробудить в других новую потребность, используя в том числе манипулятивные способы. В целом же, при свободном рынке ложь и манипуляции получили гегемонию.

Трирский мыслитель квалифицировал зависимость людей от неестественных, отчужденных и исторически обусловленных потребностей, т. е. не укорененных в жизненных силах человека, а представляющих чуждые силы. С XIX в., конечно, изменились производительные силы, но эта зависимость не исчезла, а тоже претерпела «прогрессивный» процесс.

Маркс писал про отчужденного производством рабочего, поскольку в то время рабочий еще не был потребителем. Для нашего времени марксистская мысль выглядит даже оптимистично, ибо теперь отчуждение и эксплуатация распространяются далеко не только на сферу труда. Сегодня как предмет труда, так и предмет потребления имеет власть над человеком.

Позже философы стали изучать отчужденного потреблением рабочего, опираясь на характер рекламных и других воздействий. Хотя, как было замечено, начатки критики отчуждения при потреблении имеются у Маркса. Трирский философ подмечал, что духовность человека отчуждена стремлением к обладанию, преклонением и подчинением вещам, жадной наживы. Индивиды обособлены и противостоят друг другу, вовлекаясь во взаимное отчуждение. Вместо личных отношений их связывают товары, которыми они обмениваются. Место физических и духовных чувств заняло отчуждение этих чувств – чувство обладания. Чувство обладания есть проявление бедности человека, отчуждение физических и духовных чувств. Доля отнятой человечности возмещается в виде денег и вещей. Все, что не может человек, могут его деньги. Страсти и деятельность тонут в жажде наживы. Подвластный отчужденным потребностям человек – обесчеловеченный человек-товар. Мы привели некоторые основные тезисы из теории отчуждения К. Маркса, вполне адекватные для нашего времени.

А. В. Бузгалиным высказывается протест против превратного сектора, создающего симулякры-миражи и не развивающего и даже разрушающего личностные качества. К превратному сектору относятся: спекулятивный финансовый рынок, маркетинг и реклама, посредничество, брендинг, некоторые консультационные услуги, часть индустрии досуга (потребительская индустрия) и т. д. Здесь создаются симулякры (от вторичных деривативов до брендовых платьев), которые формируют фантомные потребности в фантомных результатах, признаваемые именно фантомно созданной средой. Мир имеет высокоразвитые, но «перекошенные» производительные силы, не создающие материальной базы, которая была бы достаточной для избавления людей от нищеты и обеспечения их условиями для творческой деятельности. Существует диспропорция между замедленным становлением производительных сил в секторе производства, обеспечивающих развитие качеств человека (образование, медицина, наука, культура), и активным становлением в производстве медийной продукции, системы манипулирования сознанием, области финансов и пр. Творческий труд высококвалифицированных специалистов, пользующихся сложнейшим оборудованием для создания продуктов-симулякров – пример бесполезного использования высокоразвитых производительных сил [5]. Иными словами, целая индустрия (рекламы, спекулятивной финансовой деятельности, маркетинга) функционирует в целях зарабатывания денег посредством формирования и закрепления отчуждающих тенденций. Таким образом, она

является производительной силой, которая производит «инаковость». Именно поэтому данный сектор следует называть превратным. Здесь стоит оговориться, что не всю сферу рекламы имеет смысл относить к превратному сектору. Та область рекламной деятельности, которая не сопряжена с манипулятивными воздействиями на реципиента, защищена от столь негативной характеристики. Превратный сектор есть сильнейшее расхищение труда, расточение ресурсов. Они тратятся не на создание чего-то действительно ценного, а на формирование миражей, которые «преображают» общественное сознание.

Многие из формируемых у человека потребностей имеют внешнюю природу, будучи навязанными индустрией. Мы не склонны давать однозначно отрицательную оценку именно тому факту, что потребности конституируются внешней силой. Важно то, что ряд «наших» потребностей функционирует вовсе не в соответствии с нашими интересами. Типично конsumerистские потребности обычно сводятся к гедонизму, стремлению к индивидуальному позиционированию перед другими в крайне выгодном свете. Потребителю свойственно посредством дорогих вещей демонстрировать себя, престиж, статус, даже если он таковыми не обладает; так мы выходим на новую дихотомию – *иметь или слыть имеющим*. Эти потребности не направлены на интеллектуальное, этическое или эстетическое развитие человека.

По мысли Г. Маркузе, тот факт, что удовлетворение навязанных социальных потребностей делает человека «счастливее», не является убедительным. Ложные потребности служат увековечению тяжелого труда, агрессивности и власти предрержащих (например, необходимость покупать новый автомобиль раз в два года, потребность расслабиться перед телевизором, «не отставать от соседей»). Пока люди подвергаются идеологической обработке и манипулированию навязанными им обществом, их ответ на вопрос о том, какие потребности реальны, не может считаться их собственным. Но ни один «трибунал» не способен справедливо присвоить себе право решать, какие потребности следует развивать и удовлетворять. Социальный контроль интроецирован в человека на такой глубине, что стирает различие между навязанным и спонтанным поведением [6]. Маркузе высказывает здесь важную мысль о навязанных (отчуждающих) потребностях, но постулирует некий тупик касательно того, что мнение манипулируемого СМИ человека не является аутентичным. Он может полагать, что его потребности удовлетворены, и даже не думать о том, что они носят ложный характер. Однако можно поспорить касательно тотальности социального контроля: Маркузе явно его переоценивает. Нет никаких данных, указывающих на социальный контроль как тотальное явление, способное работать бесперебойно и охватывать своим влиянием каждого потенциального реципиента, чтобы он из статуса потенциального обретал статус реального и, соответственно, максимально лояльного к контролю и к господствующей системе. Реклама, пропаганда, маркетинг, конечно, обладают серьезной суггестивной силой, но неспособны в равной мере навязывать предлагаемые ими стандарты так, чтобы общество однозначно принимало их. Человек, учитывая его индивидуальные особенности (способность критически мыслить, волевые, мотивационные и т. д. качества), может противодействовать оказываемому в его отношении суггестивному влиянию.

Стоит отметить, что Маркузе (как и Фромм) писал свои работы в то время, когда капитал делился с трудом, а капиталистическое государство носило относительно социальный оттенок. Рабочие обладали достаточно большим количеством трудовых прав, свободно объ-

единялись в профсоюзы. Сегодняшняя волна неолиберализма, охватившая почти весь мир, уничтожает некогда завоеванные трудящимися прежние «аспекты социальности», нивелирует их права в трудовой сфере, усиливает отчуждение, формирует все больше ложных (репрессивных) потребностей, а вместе с тем увеличивает социально-экономическое расслоение и расширяет бедность.

Человек, вовлекаясь в безудержное потребление, пытается бессознательно дистанцироваться от скуки, от своей духовной пустоты и заполнить ее новомодными предметами обожания. Он прикладывает усилия для экономии времени, а потом растрчивает его впустую на шопинг. Таким образом, он отчуждается не от скуки, которая вскоре все равно наступает, а от подлинной, творческой и развивающей деятельности.

Тот колоссальный объем производительности, который мы имеем сейчас, создает различные потребности. Огромный вклад в это производство потребностей вносят реклама, пропаганда и мода. Как писал Р. Ванейгем, знание все большего количества вещей заменяет знание своих желаний. При «умном» встраивании в общество, в систему обмена, приспособлении к законам воли к власти, восполняется бездонная нехватка себя [7]. «Я» становится в некотором роде сконструированным модой, рекламой, системой ценностей капиталистического общества потребления.

Одним из признаков общества потребления является рост финансирования того сегмента рекламы, который является элементом превратного сектора. В целом современность характеризуется колоссальной коммодификацией и ростом социально бесполезных или даже вредных индустрий: та же манипулятивная реклама, финансовые спекуляции и т. д. Капитал навязывает не только нормы труда и вознаграждения за труд. Он насаждает стандарты потребительского «выбора» посредством рекламных воздействий. Таким образом, человек овеществляется как трудящийся и как потребитель. Он претерпевает *двойное овеществление* и, следовательно, отчуждение. Необходимо осознание каждым своих настоящих потребностей и их удовлетворение, что достижимо только при служении производства человеку, при ликвидации спекуляции капитала на фиктивных потребностях людей.

При всей неолиберальной риторике о рынке, дающем человеку свободу, личность низводится до уровня объекта манипуляций моды, рекламы, индивидуализирующей идеологии, политической пропаганды. В некотором роде реклама, мода и пропаганда пытаются затмить разум неразумием, реализовать отчуждение разума. Люди становятся зависимыми от рынка, стандартизированной моды, консюмеризма, денежного и товарного фетишизма. Личность превращается в вещь, несмотря на фасад антиовеществления в виде почтительного обращения и игры в подчеркивание индивидуальности («этот товар создан специально для Вас»). Мегамашинной отчуждения выступает описанный Марксом базис, т. е. производственные отношения, экономика в ее текущем виде. Реклама, мода и пропаганда являются агентами отчуждения, относящимися к надстройке. И эта надстройка соответствует этому базису, который нуждается в ней.

«Средний человек» вовлекается в перманентную гонку за комфортом, адаптируясь к новым условиям постоянно развивающейся «инфраструктуры» потребления. Он стремится демонстрировать окружающим свой (обычно несуществующий) статус посредством покупки дорогих и модных вещей, обрекая себя на следование не своему индивидуальному

вкусу, а быстро меняющейся моде. Это одно из проявлений духовного отчуждения личности. Нередко приобретение вещей отчуждено от их использования: так, не смыслящий в искусстве человек покупает дорогую картину или книгу лишь для подчеркивания собственной важности. Потребление стало самоцелью, являясь удовлетворением искусственно сконструированных прихотей, отчужденных от реального «я», и даже великое искусство, оставаясь непонятым, но «престижно представленным», становится отчужденным. Особенно это происходит, когда оно не понимается, а потребляется напоказ.

У человека частично теряется критичность мышления под воздействием манипулирующих его сознанием моды и рекламы. Он предпочитает в до неприличия «экстравертированной» форме ориентироваться на внешние соблазны, призывающие действовать по схеме «купить – недолго попользоваться – выбросить – снова купить». Вся инфраструктура потребления «воспитывает» консюмера действовать по этой схеме, которая содействует ускорению капиталооборота. Если вещь не приходит в негодность посредством своего физического устаревания, она призвана меняться благодаря моральному устареванию. Потребитель излишними растратами денег, покупкой дорогих и брендовых вещей, щеголянием гаджетами осуществляет перед другими людьми индивидуальный перформанс. Он пытается сконструировать высокий статус посредством дорогих «игрушек». Мода и реклама требуют постоянно менять приобретения, чтобы «идти в ногу со временем», даже если вещи пока не утратили своего функционала, не износились. Оставив за собой реальные потребительские функции, они быстро теряют свои символические функции, и для демонстрации своей «современности» потребитель их меняет, даже если они пока не пришли в негодность – для него важно, что они вышли из моды. В обществе потребления господствует символическое, не позволяющее прорываться к реальному через потребление. Так происходит *отчуждение от реального потребления*, поскольку вещь не потреблена, не истрачена. Однако такое отчуждение не вызывает никакого психологического дискомфорта у типичного консюмера, который вовлечен в «великий миф» символического потребления и стремится посредством перманентного процесса потребления выставлять напоказ свое (реальное или мнимое) высокое социальное положение.

В целях сравнения себя с другими реализуется квазиподглядывание посредством моды и рекламы. В одном случае индивид фиксирует своим взором окружающих, оценивая их «современность» по дорогой одежде, «продвинутым» гаджетам и т. д. Сознательно или бессознательно он старается соответствовать им, как минимум «быть не хуже». Квазиподглядывание характеризуется тем, что индивид полагает, будто наблюдает других, хотя перед ним предстает лишь отдаленный от оригинала образ, который оказывается рекламной уловкой, телеэффетом. Медийное позиционирование товаров выступает в качестве квазиподглядывания за другими людьми, хотя мимикрирует под истинный взгляд. Например, зритель может не задумываться о том, что рекламирующий какую-либо одежду известный актер в действительности вовсе не обязательно носит одежду этого бренда – демонстрация приверженности не есть реальная приверженность. Так формируется идеологический фантом, который своей фантомностью отличен от подглядывания. Квазиподглядывание сопряжено с коммерчески выверенным и четко продуманным соединением двух совершенно разных объектов: популярным персонажем и некоей продукцией, которой он, как утверждается в рекламном ролике, пользуется. Настоящая видимость сменяется фиктивной, подстраива-

ющей под реальную. Место знания о других людях заменяет фантазия о них, которая подкрепляется притягательным телеобразом.

Человек живет в условиях, когда ему приписывается меновая стоимость; его ценность в глазах других людей зависит от его коммерческого успеха – от широты кошелька и от обладания дорогими вещами. Человек оценивается стоимостью его товаров, и даже наиболее глубокие качества личности выражаются в деньгах как общем знаменателе товаров. Потребительская цивилизация делает каждого продаваемым. В ней ликвидируется интерес к тому, что нельзя товаризировать: совесть, любовь и другие человеческие качества высшего порядка. И отчужденный человек-вещь томится одиночеством. Моральное сознание человека все более преломляется типично капиталистическими идеологемами индивидуализма: «сделай себя сам», «иди к своему индивидуальному успеху» и т. д. Капитал смотрит на человека как на эгоиста, охваченного только своей выгодой, и прививает соответствующую моральную парадигму.

Рыночная концепция стоимости, делающая акцент на меновой стоимости, вызвала аналогичную концепцию стоимости по отношению к людям. Успех во многом складывается из умения человека продавать себя, делать себе «обертку», демонстрировать веселье, надежность и амбициозность. Поэтому помимо профессиональных навыков следует обладать умением позиционировать себя в соревновании с остальными. Потребителя волнует не самореализация, а продаваемость самого себя. Если он «успешен», он ценен, а в обратном случае он бесполезен. Если он чувствует, что его собственная ценность определяется в первую очередь не собственно человеческими качествами, которыми он обладает, а его успехом на конкурентном рынке с постоянно меняющимися условиями, его самооценка будет шаткой и постоянно нуждаться в подтверждении со стороны других. В результате он постоянно стремится к успеху, но чувствует беспомощность, неуверенность и неполноценность. Когда превратности рынка выступают судьями его ценности, рушатся чувства достоинства и гордости. Человек сталкивается со своими силами как с отчужденным от него товаром, ведь вместо его самореализации в процессе их использования важен успех в процессе их продажи. Его чувство идентичности, как и самооценка, становится шатким, так как оно состоит из ролей, какие кто-то хочет, чтобы он играл [8]. В ряде случаев подлинно человеческие, гуманистические качества только мешают человеку продавать себя, становиться успешным.

В таких условиях люди представляют собой изолированные, взаимно отталкивающиеся атомы. Отношения между людьми принимают форму торговых отношений, отношений между товарами, что называется товарным фетишизмом. Это взаимоотношения отчужденных друг от друга автоматов, проникнутых рыночным мышлением по отношению друг к другу. Контакты с другими обычно поверхностны. Отчуждение между людьми сопряжено с утратой социальных уз и солидарности, с формированием явления «легкой социальности». Каждый служит товаром для каждого, практикуется напускное дружелюбие, так как человек может понадобиться в дальнейшем (чисто инструментальный подход к другому), но за дружелюбием скрывается безразличие и недоверие, общение подчинено выгоде. Работодатель использует нанятых сотрудников, извлекая прибавочную стоимость из их труда, рекламщик использует покупателей.

Моделью человека при капитализме выступает отчужденный человек, а тот факт, что индустрия создает и удовлетворяет все больше потребностей, принимается как признак прогресса. Понятие свободы отражает в основном свободу потребителя выбирать между фактически одинаковыми видами одного товара в границах своей покупательной способности.

Человеческие отношения перверсивны, выступая результатом отношений производства и обмена. Человек – раб как другого человека, так и вещи. Каждый, обладая своей самостью, вынужден вступать с другими в отношения конкуренции вместо кооперации. Наблюдается противоречие между интересом отдельного индивида или семьи и общим интересом всех индивидов. К тому же каждый интегрирован в собственную отчужденность, и ему нет дела до отчужденности других, до их проблем. Отданный во власть отчужденных потребностей человек теряет свой духовный облик и становится самостоятельным и сознающим себя товаром.

Пока каждый вынужден разделять с другими агрессивные, конкурентные качества, необходимые для карьеры, он *самостоятельно воспроизводит отчуждение*. Чем более индивид интегрирован в ценностную среду общества потребления, тем больше воспроизводство отчуждения он «берет на себя». В этом случае явление социализации, обычно наделяемое педагогами позитивным значением, оборачивается своей негативной изнанкой. Здесь речь о том, что Э. Фромм назвал «патологией нормальности». Потребительская отчужденность стала социальной нормой: личность, которая с позиций отчужденного общества называется здоровой, с позиций подлинного гуманизма нездоровая. Человек может успешно функционировать в больном обществе именно потому, что он болен в гуманистическом смысле.

Свободный выбор среди разнообразия товаров и услуг не означает свободы, если «выбор» поддерживает контроль над жизнью, наполненной отчужденным трудом (с извлекаемой прибавочной стоимостью) и отчуждением от принятия политических решений. К тому же «выбор» конституируется коммерческой индустрией, которая предлагает человеку характер времяпровождения, и его вкус остается объектом манипуляций.

Потребление есть отчужденная форма контакта с миром, когда мир становится объектом алчности вместо предмета интереса и экологической заботы. При ориентации «иметь» человек смотрит на мир как на собственность, идеология потребительства желает поглотить мир целиком. Потребитель отчужден от результатов своего труда, от других людей, от природы, от самого себя. На последнее указывают ложные потребности. Отчужденный человек – тот, у которого навязчивое иррациональное стремление к идолам денег и вещей перекрывает все его духовное богатство, и он становится рабом своего потребления, которое не является своим в подлинном смысле этого слова. Отчуждение связано с современными формами идолопоклонства перед созданными человеком вещами, что самого человека делает пассивной, подчиненной вещью. Согласно Э. Фромму, служение идолам есть овеществление, отчуждение и самоотречение человека. Идолы – мертвые вещи, и молящиеся им становятся мертвыми вещами. Идолы современного человека – это производство, потребление, технологии, опустошение природы. Его вера связана со спасением как полным завоеванием природы. Чем богаче идолы человека, тем беднее он сам [9]. Чужой самому себе – тот, кто действует в силу навязанных ему со стороны потребностей. При капитализме отчуждение почти всеобщее. В некотором роде само отчуждение как таковое обладает особенным очарованием и, подобно магниту, притягивает к себе, соблазняет. Поэтому отчуждение следует

рассматривать как соблазн. Можно сказать, что одни люди живут, а другие существуют. Первые в той или иной степени свободны от отчуждения, их не соблазняет вещизм и знаковость предметов моды, с помощью которых вторые себя позиционируют как продвинутых, успешных и современных. «Живущие» растут интеллектуально и духовно, «существующие» вместо развития претерпевают процесс овеществления. Вместо любви для них важны деньги, вместо самоактуализации – финансовый, статусный и властный успех, вместо истины их интересует выгода (аналогично фундаментальная наука преследует поиск истины, а прикладная – инструментальную пользу). Они выбирают отчуждение вместо подлинной жизни. Их «жизнь» насыщается не этикой, эстетикой, истиной и солидарностью с другими людьми, а вещами, символами статуса, позиционированием себя в выгодном свете и конкуренцией.

Также наблюдается отчуждение от природы. Человек когда-то находился во власти природы. У него не было средств производства, чтобы преобразовывать окружающую среду под свои потребности, он оставался лишенным возможностей подстраивать природу под свои интересы. Природа выступала для него суровой матерью-хозяйкой, с ее «прихотями» были связаны разные лишения: голод, холод, влияние времен года, различные бедствия. Цепи зависимости от природы удерживали человека в страхе перед окружающей его средой. Но развитие цивилизации было сопряжено с совершенствованием средств производства, и человек стал постепенно преобразовывать природу, делая свое существование более безопасным и комфортным. В наше время произошел бунт против природы. Диалектика заключается в том, что, тщательно выстраивая посредством манипулирования природой собственную безопасность, человек отчуждается от окружающей среды и посредством этого отчуждения создает новые опасности. Он считает себя демиургом, способным покорить природу, однако она ему сопротивляется так, что назревший экологический кризис уже способен уничтожить жизнь на Земле. Более того, именно капиталистический способ производства оказывается крайне расточительным по отношению к окружающей среде. Капитал вместо природоохранных мер интересуется прибылью, а эти меры рассматриваются им как ненужные, избыточные издержки. Ради максимизации прибыли иницируется крайне антиэкологичный феномен запланированного устаревания, когда производимый продукт специально создается недолговечным, чтобы потребитель перманентно покупал аналогичные продукты. Этот феномен усиливают мода и реклама, постоянно призывая к антиэкологической практике: купил – попользовался недолго (пока продукт не выйдет из моды, хотя он может оставаться вполне функциональным) – выбросил – купил новый, но более модный. Так множится объем избыточного мусора, выбрасываемого производством и потреблением в атмосферу, воду и почву. В общем, если когда-то человек был зависим от природы, теперь он от нее отчужден. Как на заре цивилизации среда создавала опасности для человека в ответ на его бессилие против нее, так и теперь она продолжает это делать, но уже в ответ на его прометеевские амбиции и действительную силу по преобразованию природы и ее загрязнению.

Капитал обходит своим вниманием как страдания эксплуатируемых рабочих и вырождение человечества насаждаемой им культурой, так и антиэкологические практики с их глобально-катастрофическими последствиями. И эта социальная, культурная и экологическая безответственность – не проявление злой воли отдельных капиталистов и даже не злая воля всего класса. Речь идет о системной тенденции, поскольку сама логика накопления капи-

тала, логика выживания и конкуренции заставляет держателей средств производства отходить от ответственности перед человечеством и природой.

Культура в мире отчуждения рассматривается как духовное производство, зависимое от рынка. Она в значительной части подчинена (подобно идеологии, являющейся частью культуры) интересам крупного капитала и своими содержательными характеристиками противоречит подлинным интересам трудящихся. Так, она усыпляет всякое проявление у рабочих классового сознания, вместо которого актуализирует мещанство и вещизм. Реализуется перманентная пропаганда о неких общих интересах между трудом и капиталом, рабочими и топ-менеджером, которые в мире капиталистического отчуждения невозможны. Еще Э. Фромм отмечал возникновение области психологии, основанной на желании манипулировать рабочим и служащим. Эту область называли «человеческими отношениями». То, что Тейлор сделал для рационализации физического труда, психологи делают для умственного и эмоционального аспекта работника. Его превращают в вещь, с ним обращаются как с вещью, а так называемые человеческие отношения являются бесчеловечными, потому что они овеществлены и отчуждены [10].

СМИ формирует идеалы, зачастую невыгодные для интересов социального большинства. Помимо идеалов создается основа поведения, которая соответствует интересам манипулирующего, а не манипулируемого. При современных (пост)демократиях люди могут выражать свою избирательную волю, но их пытаются сделать объектами с заданной волей, противоречащей их классовым интересам. Так избирательное право превращается в симулякр. Пропаганда, как и манипулирующий сегмент рекламы, убеждает людей верить в то, что не согласуется с их интересами. Важно воздействие на потребительский выбор покупателя или на политический выбор избирателя, а не разумность и полезность рекламируемого/пропагандируемого.

Есть точка зрения, согласно которой рабочий изнуряет себя для создания машины и получает достаточно для ее покупки: эксплуатирующая его система дает как цель, так и возможность ее достижения. Поэтому сознание невыносимого характера системы предлагается искать не в невозможности удовлетворения потребностей, а в сознании отчуждения, ложности потребностей, в факте бессмысленности жизни [11]. В условиях господства неолиберализма едва ли эта позиция актуальна. Она была обоснованна во времена, когда западный капитализм функционировал с оглядкой на социалистический блок и был вынужден подстраиваться под своих рабочих, чтобы они не смотрели с завистью на «ту сторону» и не вопрошали, почему «там» есть социальные гарантии, столь нехарактерные для наших стран. Неолиберальная волна характеризуется отходом от социальных завоеваний, характерных для прежнего периода «социального капитализма», когда капитал более или менее делился с рабочими. Неолиберализм медленно, но верно нивелирует прежние «привилегии» рабочего класса, и теперь уже нельзя сказать, что рабочий получает достаточно для покупки того, что он создает. И потому сознание невыносимого характера системы следует искать во все большей трудности удовлетворения потребностей, хотя в условиях общества потребления ассортимент этих потребностей постоянно и неуклонно расширяется, создается огромный массив ложных потребностей.

Как замечает Р. Ванейгем, современность погружена в нищету изобилия. Каждое удобство обещает освобождение и оказывается лишь очередным бременем [12]. Только позволим себе немного поправить французского философа: каждое новое удобство, каждый недавно произведенный и окутанный ореолом моды новый гаджет в малой степени обещает освобождение (от чего?), поскольку массовое сознание в наименьшей степени грезит такими категориями. Скорее, потребительские товары вместо освобождения обещают еще большую укорененность в современности посредством повышения меры комфорта, уюта, престижа. Смена этих товаров на более новые есть «освобождение» от прежнего (недостаточного) комфорта для обретения нового, который вскоре снова будет представляться недостаточным и несовременным. И этот процесс конформистского и нерационального приспособления к придуманным индустрией стандартам моды уходит в дурную бесконечность...

Отчужденный человек-потребитель создает целую систему зависимости – от гаджетов, вещей, новомодных приобретений. Они формируют его Я, гордость за себя, чувство превосходства перед другими. Отчужденному человеку бывает свойственно сливаться с некоей великой силой, с вождем, с идеологией. Отчужденный человек обычно аполитичен. Он полагает, что от него все равно ничего не зависит. А когда все общество представляет собой совокупность таких индивидуализированно-деполитизированных людей, тогда действительно они ничего не могут изменить к лучшему, общей волей повлиять на действия властей. В таком случае миф сознания, выраженный во фразе «я не могу ничего изменить в политическом смысле» обретает реальность, становится социально действующим мифом.

Современный прогресс в науке, технике, создании различных благ для повседневного пользования можно рассматривать диалектически. С одной стороны, он доставляет в общественную и индивидуальную жизнь комфорт и в целом характеризует движение цивилизации к более высокому уровню развития. Но, с другой стороны, этот прогресс – он же прогресс отчуждения человеческого труда и досуга. Рациональность прогресса идет рука об руку с капиталистической рациональностью максимизации прибыли и превращением человека как в отчужденного производителя, не имеющего в руках средства производства, так и в не менее отчужденного потребителя, который центрирует свое внимание на перманентно создаваемых и пересоздаваемых индустрией стандартах потребления. Производительность и вся «инфраструктура потребления» остаются репрессивными. Они, способствуя росту бытового комфорта, усиливают отчужденность и подавляют само осознание отчужденности. В особенном единстве находятся прогресс и закабаление, товарный переизбыток и формируемые на его основе ложные потребности (выгодные владельцам капитала), эмансипация в одних сферах и угнетение в других, рост производительности и сохранение эксплуатации, профицит благ и дефицит ресурсов, рост жизненного комфорта и загрязнение окружающей среды.

В общем, по ряду своих ключевых характеристик остаются актуальными и для современности теории отчуждения, предложенные К. Марксом, Г. Маркузе, Э. Фроммом и другими авторами. Представители Франкфуртской школы в своих работах дали характеристику общества середины XX в., когда в передовых капиталистических странах господствовала модель «социального капитализма». Недаром та эпоха называлась славным тридцатилетием, где капитал неплохо делился с трудящимися. Однако в период неолиберализма описываемые проблемы только усиливаются, и отчуждение вместе с социальной атомизацией лишь углубляются.

Заключение. Конечно, невозможно в рамках одной статьи претендовать на создание целостной и содержательно полной теории, которая охватывала бы, описывала и объясняла все аспекты отчуждения нашего времени. Однако в качестве основного вывода выполненного исследования можно констатировать, что люди отчуждены 1) от продуктов своего труда, 2) производственной деятельности (не имеют контроля над средствами производства и вынуждены отчуждать свою рабочую силу), 3) от других людей в условиях атомистического, «разорванного» общества индивидуалистов-потребителей, где каждый сам за себя, 4) осознания реальных классовых интересов, 5) совершения (ненавязанного) личного выбора, 6) влияния на политические решения, 7) высоких нравственных идеалов и личной совести, 8) солидарности и коллективных действий, 9) экологии, 10) подлинного потребления, 11) аутентичной – творческой и развивающей – деятельности. *Отчуждение есть утрата связи с самыми значимыми элементами бытия и отсутствие понимания этой утраты.*

Настоящий показатель социального прогресса – вовсе не рост технологий, производительности, валового внутреннего продукта и т. д. Это – движение к разотчуждению, расцвету науки, искусства, образования, защите природы, всестороннему развитию личности, эгалитаризму и подлинному праву каждого оказывать воздействие на принятие общих решений. Богатый человек – тот, который не имеет многого, а есть многое. Человек из прежнего состояния объекта обстоятельств должен стать их субъектом, освободиться не только от политического и экономического угнетения, но и от давления вещей. Для описания того, каким образом и с помощью какого социально-философского, политологического, культурологического учения это можно сделать, потребуется отдельная работа вполне внушительных размеров. Пожалуй, более полно проработана философская теория практики разотчуждения в марксизме и некоторых направлениях неомарксизма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркс К. Конспект книги Джемса Милля «Основы политической экономии» // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. / пер. с нем. Т. 42. М.: Политиздат, 1974. С. 5–40.
2. Маркс К. Экономическо-философские рукописи 1844 г. // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. / пер. с нем. Т. 42. М.: Политиздат, 1974. С. 41–174.
3. Marcuse H. Heideggerian Marxism / ed. by R. Wolin and Jo. Abromeit. Nebraska: Univ. of Nebraska Press, 2005.
4. Маркс К. Подготовительные работы для «Святого семейства» // К. Маркс, Ф. Энгельс. Сочинения / пер. с нем.; под ред. Д. Рязанова. Т. III. М.-Л.: Госиздат, 1929. С. 613–670.
5. Бузгалин А. В. Поздний капитализм и его пределы: диалектика производительных сил и производственных отношений (к 200-летию со дня рождения Карла Маркса) // Вопросы политической экономии. 2018. № 2. С. 10–38.
6. Marcuse H. Towards a Critical Theory of Society. Collected papers of Herbert Marcuse. Vol. 2 / ed. by D. Kellner. NY: Routledge, 2001.
7. Vaneigem R. The Book of Pleasures // Libcom.org. URL: <https://libcom.org/article/book-pleasures-raoul-vaneigem> (дата обращения: 17.03.2025).
8. Fromm E. The Erich Fromm Reader / ed. by R. Funk. NY: Humanities Press Int. Inc., 1994.
9. Fromm E. The Essential Fromm. Life between having and being / ed. by R. Funk. NY: Open Road Media, 1995.
10. Fromm, E. The Dogma of Christ and Other Essays of Religion, Psychology and Culture. NY: Holt, Rinehart and Winston, 1963.

11. Mészáros I. Structural Crisis Needs Structural Change // *Monthly Review*. 2012. Vol. 63, № 10. URL: <https://monthlyreview.org/2012/03/01/structural-crisis-needs-structural-change/> (дата обращения: 21.01.2025).

12. Vaneigem R. Basic Banalities (Parts I & II) // *Libcom.org*. URL: <https://libcom.org/article/basic-banalities-parts-i-ii-raoul-vaneigem> (дата обращения: 19.03.2025).

Информация об авторе

Ильин Алексей Николаевич – доктор философских наук (2025), доцент кафедры практической психологии Омского государственного педагогического университета, ул. Партизанская, д. 4а, Омск, 644043, Россия. Автор более 200 научных публикаций. Сфера научных интересов: культура потребления, общество потребления, глобализация, неолиберализм.

*О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 02.12.2025; принята после рецензирования 24.12.2025; опубликована онлайн 22.09.2026.*

REFERENCES

1. Marx, K. (1974), "Summary of James Mill's "Principles of Political Economy"", *Marx, K. and Engels, F. Sochineniya* [Works], 2nd. ed., Transl., vol. 42, Politizdat, Moscow, USSR, pp. 5–40.
2. Marx, K. (1974), "Economic and Philosophical Manuscripts 1844", *Marx, K. and Engels, F. Sochineniya* [Works], 2nd. ed., Transl., vol. 42, Politizdat, Moscow, USSR, pp. 41–174.
3. Marcuse, H. (2005), *Heideggerian Marxism*, Wolin, R. and Abromeit, Jo. (eds.), Univ. of Nebraska Press, Nebraska, USA.
4. Marx, K. (1929), "Die heilige Familie, oder Kritik der kritischen Kritik", *Marx, K. and Engels, F. Sochineniya* [Works], Ryazanov, D. (ed.), vol. III, Gosizdat, Moscow, Leningrad, USSR, pp. 613–670.
5. Buzgalin, A.V. (2018), "Late capitalism and its limits: dialectics of productive forces and production relations (to the 200th birth anniversary of Karl Marx)", *J. Problems of Political Economy*, no. 2, pp. 10–38.
6. Marcuse, H. (2001), *Towards a Critical Theory of Society. Collected papers of Herbert Marcuse*, vol. 2, in Kellner, D. (ed.), Routledge, NY, USA.
7. Vaneigem, R. (n. d.), "The Book of Pleasures", *Libcom.org*, available at: <https://libcom.org/article/book-pleasures-raoul-vaneigem> (accessed 03.17.2025).
8. Fromm, E. (1994), *The Erich Fromm Reader*, Funk, R. (ed.), Humanities Press Int. Inc., NY, USA.
9. Fromm, E. (1995), *The Essential Fromm. Life between having and being*, Funk, R. (ed.), Open Road Media, NY, USA.
10. Fromm, E. (1963), *The Dogma of Christ and Other Essays of Religion, Psychology and Culture*, Holt, Rinehart and Winston, NY, USA.
11. Mészáros, I. (2012), "Structural Crisis Needs Structural Change", *Monthly Review*, vol. 63, no. 10, available at: <https://monthlyreview.org/2012/03/01/structural-crisis-needs-structural-change/> (accessed 21.01.2025).
12. Vaneigem, R. (n. d.), "Basic Banalities (Parts I & II)", *Libcom.org*, available at: <https://libcom.org/article/basic-banalities-parts-i-ii-raoul-vaneigem> (accessed 19.03.2025).

Information about the author

Aleksey N. Il'in – Dr. Sci. (Philosophy, 2025), Associate Professor at the Department of Practical Psychology, Omsk State Pedagogical University, 4a Partizanskaya st., Omsk 644043, Russia. The author of more than 200 scientific publications. Area of expertise: consumer culture, consumer society, globalization, neoliberalism.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 02.12.2025; adopted after review 24.12.2025; published online 22.09.2026.*

Оригинальная статья
УДК 004.89; 17; 159.95
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-34-49>

Искусственный интеллект в системе образования: почему технологии не могут заменить преподавателя

Римма Викторовна Дорохина¹, Ирина Юрьевна Мельникова²✉

^{1, 2}Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

¹dor-rimma@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8912-4269>

²✉melnikova_iyu@spbstu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8912-4269>

Введение. В условиях стремительного технологического прогресса обсуждение роли искусственного интеллекта в образовании приобретает философско-антропологический характер. Поскольку образование представляет собой не просто передачу знаний, а процесс формирования субъекта, его ценностей, мышления и культурной идентичности, оно не может быть сведено к алгоритмическим процедурам. Искусственный интеллект, являясь продуктом цифровой культуры и отражая ее стремление к ускорению и стандартизации, не обладает такими антропологическими свойствами, как рефлексия, свобода, креативное мышление, которые определяют сущность человеческого воспитания. Поэтому вопрос о применении ИИ в обучении неизбежно связан с определением границ технологического вмешательства в процесс становления личности.

Методология и источники. Методологическую основу составляют междисциплинарный, системный и сравнительно-аналитический подходы. В исследовании использованы концепции Уэйна Холмса, раскрывающие структуру AIED, и Кай-Фу Ли, подчеркивающего союз человека и ИИ, а также рекомендации ЮНЕСКО и Пекинского консенсуса о роли преподавателя.

Результаты и обсуждение. Основные барьеры – недостаток цифровых навыков, психологическая настороженность и слабая регулятивная база. ИИ используется преимущественно для рутинных задач, а оптимальной моделью развития признан формат «преподаватель+ИИ». С точки зрения философии образования, образовательная деятельность является не просто трансляцией знаний – это пространство диалога, встреча мастера и ученика, это процесс, в котором преподаватель выступает не только носителем информации, но и носителем смысла. Подлинное же воспитательное воздействие возможно лишь в живом межличностном диалоге. Алгоритмическая система со своими решениями и ответами не несет экзистенциальной открытости.

Заключение. Обобщая результаты исследования, можно утверждать, что проблема интеграции ИИ в образование является не только технической и организационной, но прежде всего философской. Речь идет о выборе модели будущего. Будет ли образование формировать уникальную личность, способную к критическому мышлению и творчеству, или оно превратится в систему алгоритмически упорядоченного производства компетенций? Этот выбор определяет не только качество профессиональной подготовки, но и культурный облик общества.

Ключевые слова: искусственный интеллект, философия образования, этика, преподаватель, студент, законы

© Дорохина Р. В., Мельникова И. Ю., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

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



Для цитирования: Дорохина Р. В., Мельникова И. Ю. Искусственный интеллект в системе образования: почему технологии не могут заменить преподавателя // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 34–49. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-34-49

Original paper

Artificial Intelligence in the Education System: Why Technologies Cannot Replace the Teacher

Rimma V. Dorokhina¹, Irina Yu. Melnikova²✉

^{1, 2}*Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St Petersburg, Russia*

¹*dor-rimma@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8912-4269>*

²✉*melnikova_iyu@spbstu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8912-4269>*

Introduction. In the context of rapid technological progress, the discussion of the role of artificial intelligence in education acquires a philosophical and anthropological dimension. Since education is not merely the transmission of knowledge but a process of forming the subject, their values, modes of thinking, and cultural identity, it cannot be reduced to algorithmic procedures. Artificial intelligence, as a product of digital culture and a reflection of its drive toward acceleration and standardization, lacks such anthropological qualities as reflection, freedom, and creative thinking – qualities that constitute the essence of human education. Therefore, the issue of AI's application in teaching is inevitably connected with defining the boundaries of technological intervention in the formation of personality.

Methodology and sources. The methodological framework is based on interdisciplinary systemic and comparative-analytical approaches. The study draws on the concepts of Wayne Holmes, who explores the structure of AIED, and Kai-Fu Lee, who emphasizes the symbiosis between humans and AI, as well as UNESCO recommendations and the Beijing Consensus concerning the role of the teacher.

Results and discussion. The main barriers include insufficient digital skills, psychological caution, and an underdeveloped regulatory framework. AI is used primarily for routine tasks, and the optimal development model is recognized as the “teacher + AI” format. From the perspective of the philosophy of education, educational activity is not merely the transmission of knowledge – it is a space of dialogue, a meeting between master and learner. In this process, the teacher acts not only as a bearer of information but also as a carrier of meaning. Genuine educational influence is possible only in live interpersonal communication. An algorithmic system, with its predetermined answers and decisions, does not possess existential openness.

Conclusion. Summarizing the results, it can be argued that the problem of integrating AI into education is not only technical and organizational but primarily philosophical. It concerns the choice of a model for the future: will education form a unique individual capable of critical thinking and creativity, or will it become a system of algorithmically organized production of competencies? This choice determines not only the quality of professional training but also the cultural character of society.

Keywords: artificial intelligence, philosophy of education, ethics, teacher, student, regulations

For citation: Dorokhina, R.V. and Melnikova, I.Yu. (2026), “Artificial Intelligence in the Education System: Why Technologies Cannot Replace the Teacher”, *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 34–49. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-34-49

Введение. Стремительное развитие технологий искусственного интеллекта в последние годы привело к существенным изменениям во всех сферах общественной жизни, вклю-

Искусственный интеллект в системе образования: почему технологии не могут заменить преподавателя
Artificial Intelligence in the Education System: Why Technologies Cannot Replace the Teacher

чая экономику, здравоохранение, социальные услуги и особенно образование. Государственные стратегии, нормативно-правовые документы и программы развития, принятые в различных странах, отражают устойчивый курс на масштабную цифровизацию и интеграцию ИИ в образовательные процессы. В Российской Федерации эта тенденция отражена в Национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 г., в рамках которой обозначены приоритеты подготовки кадров, развития инфраструктуры и внедрения ИИ в систему образования. Уже сегодня свыше ста образовательных программ направлены на подготовку специалистов в области искусственного интеллекта, а десятки тысяч педагогов проходят повышение квалификации в этой сфере.

Однако темпы технологического прогресса сопровождаются не только новыми возможностями, но и принципиально новыми вызовами. В академическом сообществе нарастает дискуссия о трансформации роли преподавателя в условиях активного внедрения ИИ. Часть педагогов воспринимает такие технологии как инструмент повышения эффективности и качества образовательного процесса, тогда как другая часть выражает опасения относительно угроз профессиональной идентичности, потери гуманистической составляющей обучения и рисков стандартизации мышления обучающихся. В российской научно-педагогической литературе цифровизация образования все чаще рассматривается не просто как внедрение новых технических решений, а как более глубокий культурный и социальный сдвиг. Исследователи обращают внимание на то, что цифровая образовательная среда меняет саму логику взаимодействия между участниками учебного процесса: трансформируется роль преподавателя, по-новому выстраивается позиция обучающегося, меняются формы коммуникации и распределение ответственности между человеком и технологической системой [1–3]. Цифровизация имеет смысл лишь тогда, когда она осмысленно встроена в образовательный процесс и служит его развитию, а не подменяет его внутреннюю логику. Уже сегодня очевидно, что ключевой вопрос заключается не только в технологических возможностях ИИ, но и в этической, педагогической и социальной целесообразности изменения модели взаимодействия «преподаватель–студент».

Мировые аналитические и исследовательские центры также подчеркивают: попытки заменить педагога алгоритмическими системами несут риск обесценивания сложных коммуникативных процессов, лежащих в основе образования. В документах ЮНЕСКО, Пекинском консенсусе по ИИ и образованию, стратегиях ряда государств уникальная роль преподавателя рассматривается как незаменимая. Преподаватель остается центральной фигурой образовательного взаимодействия, обеспечивающей не только передачу знаний, но и воспитание, развитие критического мышления, формирование ценностей, коммуникативных и социальных навыков.

Одновременно системы генеративного ИИ оказывают значительное влияние на структуру образовательных практик: автоматизируют обработку данных, создают учебные материалы, персонализируют траектории обучения, становятся частью процессов оценки и мониторинга. Современные ИИ-системы способны анализировать накопленные данные и на их основе предлагать решения задач. Кроме того, такие системы могут поэтапно реагировать на действия студента, предоставляя подсказки и комментарии по мере продвижения к решению [4; 5]. В этих условиях возникает необходимость научного анализа возможностей и ограничений применения ИИ, поиска оптимальной модели его интеграции, а также опре-

деления педагогических рисков и условий, при которых технология действительно усиливает образовательный процесс, а не подменяет собой его смысл.

Актуальность предлагаемого исследования определяется несколькими факторами:

- быстрым распространением ИИ в образовательной сфере;
- отсутствием консенсуса среди преподавателей и студентов относительно роли ИИ;
- необходимостью разработки научно обоснованной модели взаимодействия человека и цифровых технологий;
- высоким значением гуманистических и воспитательных функций высшего образования, которые не могут быть сведены к алгоритмической обработке данных.

В этой связи работа направлена на комплексное рассмотрение нормативных оснований, концептуальных подходов, зарубежного опыта и эмпирических данных о восприятии ИИ участниками образовательного процесса. Особое внимание уделено вопросу, может ли искусственный интеллект заменить преподавателя, или его роль ограничивается функцией инструмента, дополняющего и усиливающего человеческий труд.

Представленное исследование раскрывает многоаспектность этой проблемы и позволяет сформировать научно обоснованные выводы о месте ИИ в современном образовании и возможных направлениях его дальнейшего развития.

Методология и источники. Методологическую основу исследования составляют междисциплинарный, системный и сравнительно-аналитический подходы, позволяющие комплексно рассматривать роль искусственного интеллекта в образовательном процессе. Используются методы контент-анализа нормативно-правовых документов, сравнительного анализа международных стратегий и рекомендаций, структурно-функциональный анализ подходов к использованию ИИ в образовании, а также эмпирические методы.

Теоретическую базу формируют современные концепции цифровой трансформации образования, труды российских и зарубежных исследователей в области ИИ и педагогики.

В исследовании учитываются подходы Уэйна Холмса [6] к пониманию AIED как двойной системы – инструмента изучения процессов обучения и инструмента поддержки образовательной деятельности; Кай-Фу Ли [7], анализирующего симбиоз человека и ИИ, а также ошибочные представления об автономности ИИ как заменителя человеческого труда; рекомендации ЮНЕСКО по использованию технологий ИИ в образовании, включая категории интеграции ИИ (управление, обучение, расширение возможностей преподавателей, обучение в течение всей жизни) [8]; положения Пекинского консенсуса по ИИ и образованию (2019) [9] и роли преподавателя как незаменимого субъекта образовательного процесса; нормативные подходы, определенные Национальной стратегией развития искусственного интеллекта в РФ до 2030 г. [10] и другими федеральными документами.

Эти концепции позволили оценить влияние ИИ не только как технологического инструмента, но и как фактора педагогических, этических и коммуникативных изменений.

Результаты и обсуждение. Большинство преподавателей положительно относятся к использованию ИИ, рассматривая его как инструмент поддержки, но выражают опасения по поводу рисков снижения качества образования и потери педагогического контроля. С одной стороны, технологии ИИ действительно открывают новые возможности для персонализации обучения и делают знания более доступными, с другой – возникает риск того, что

студенты начнут опираться на готовые ответы, что может привести к формальному, поверхностному усвоению материала и снижению самостоятельности мышления [11]. Аналогичные выводы представлены в исследованиях [12], где подчеркивается необходимость формирования новых педагогических стратегий работы с ИИ. Ключевыми барьерами внедрения ИИ являются недостаток цифровых компетенций, психологическое неприятие, опасение замены педагога, неопределенность нормативно-правовой базы и отсутствие знаний о практических возможностях ИИ [13]. Преподаватели чаще всего используют ИИ для создания учебных материалов, поиска информации, проверки работ, администрирования и рутинных операций, реже – для творческих и аналитических задач. Анализ зарубежных кейсов подтверждает, что полная автоматизация сфер, основанных на межличностном взаимодействии, приводит к снижению качества услуг и необходимости возврата к человеческому участию, что полностью коррелирует с мнениями преподавателей.

Согласно п. II, ст. 17.13 Национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 г. (в редакции Указа Президента РФ от 15.02.2024 № 124) в Российской Федерации [10] развитие искусственного интеллекта в сфере образования на данный момент направлено на подготовку кадров образовательными организациями высшего образования, в результате чего было разработано более ста образовательных программ по профилю «Искусственный интеллект».

В рамках Постановления Правительства Российской Федерации от 27 мая 2021 г. № 798, предусматривающего повышение квалификации, 5421 педагогический работник образовательных организаций высшего образования прошел повышение квалификации в сфере искусственного интеллекта, в том числе в 2022 г. – 1924 чел., в 2023 г. – 1751 чел., в 2024 г. – 1746 чел. [14, с. 82]. Это преподаватели, кто не только интересуется ИИ, но готов применять его в рабочей деятельности. Несмотря на такую статистику, в разработки ИИ в Российской Федерации каждый год от государства и частных инвесторов продолжает поступать финансирование. Государственное финансирование развития искусственного интеллекта в Российской Федерации в образовательной сфере связано прежде всего с задачей подготовки кадров для цифровой экономики и модернизации системы образования. ИИ рассматривается как инструмент обновления образовательных моделей, развития новых компетенций и повышения эффективности обучения. Применение ИИ в настоящее время является одним из приоритетных и перспективных направлений, необходимых во всех сферах деятельности.

Представители академического сообщества поделились на тех, кто готов осваивать новые инструменты для улучшения и помощи в своей деятельности и тех, кто остановился на классическом варианте преподавания и воспитания. Почему это происходит, кто виноват и к чему мы идем? Ответ очевиден исходя из существующих процессов, происходящих уже в новом технологическом обществе. По большому счету, вопрос будет отнесен к области педагогической этики и личной ответственности преподавателя: насколько добросовестным и ответственным будет подход в преподавательской деятельности, если в процессе используется технология ИИ? Встанет вопрос и об ответственности преподавателя как перед обществом и самим собой, так и о собственной профессиональной пригодности. Насколько было бы правильным заменить преподавателя новыми цифровыми технологиями? Смогут ли они донести и объяснить информацию в той же мере, что и реальный человек? Какова вероят-

ность интерпретации результатов обучения при помощи образовательных технологий с использованием ИИ, окажутся ли они усвоенными с точки зрения методологии или будут хаотично понятыми? В том числе немаловажным остается вопрос, благодаря SMART-обучению, новым образовательным технологиям с применением генеративного ИИ, будем ли мы иметь право говорить, что воспитываем «будущую интеллектуальную элиту страны»? Или без преподавателя, его непосредственного руководства, применения педагогического мастерства у нас будет конвейерный поток специалистов с шаблонным мышлением, полагающихся не на знания и интуицию, а на протоколы действия и помощь ИИ? Попытки полностью заменить педагога цифровыми технологиями обречены на неудачу, так как это приводит к обесцениванию педагогического мастерства и риску воспроизводства шаблонного мышления, не опирающегося на интуицию и рефлексия.

Уэйн Холмс роль ИИ в образовании видит в двух взаимодополняющих компонентах: «AIED включает в себя две основные составляющие, которые дополняют друг друга: разработку инструментов для постижения процесса обучения и ответов на другие вопросы, занимающие педагогов уже много лет» [6, с. 88]. Интеллектуальные системы обучения рассчитаны на программу, которая поэтапно обучает, предлагает траектории обучения по заранее заданным алгоритмам, учитывая не личные достижения и пробелы в знаниях, а усредненные ответы и знания предшествующих обучающихся. Роль преподавателя в данном случае сводится к нулю, так как программа на анализе имеющихся данных сама предоставит дальнейший курс обучения и сложности: «...большинство ITS начинаются с изложения основ, а затем направляют каждого ученика по цепочке знаний, где уровень сложности повышается шаг за шагом, сводя к минимуму неудачи на этом пути» [6, с. 170]. Как отмечает автор, проблема такого обучения в игнорировании других подходов, имеющихся в педагогике.

Применение ИИ в образовании требует так же философского осмысления, поскольку затрагивает сущность образования как процесса формирования личности, а не только передачи знаний. С точки зрения философии образования, педагогическая деятельность основана на диалоге, живом межличностном взаимодействии, что принципиально недоступно алгоритмическим системам. Согласно позиции Плеснера, человек представляет собой «эксцентрическое» и принципиально незавершенное существо, способное выходить за пределы собственной биологической заданности, создавая культурные и технические формы как продолжение и дополнение самого себя [15, с. 254]. В этом контексте ИИ может интерпретироваться как одна из таких внешних форм расширения человеческих возможностей. Однако в отличие от человека, обладающего способностью к рефлексии, творческому самоопределению и моральному выбору, ИИ не является субъектом опыта и потому сохраняет статус вспомогательного средства, функционирующего в рамках человеческих целей и смыслов.

С позиции философского переосмысления, образование выступает пространством передачи смыслов и ценностей, тогда как ИИ отражает тенденции цифровой эпохи – стандартизацию и автоматизацию. Поэтому задача, стоящая перед системой современного образования, заключается не в замене преподавателя технологией, а в создании модели «преподаватель + ИИ», где технологии совершенствуют образовательный процесс, но не подменяют его гуманистическое содержание. Э. А. Ортис, в свою очередь, рассматривала ИИ-технологии не как альтернативу преподавателю, а как средство усовершенствования его профессиональной де-

тельности, позволяющее сочетать эффективность цифровых инструментов с человеческим пониманием, эмпатией и педагогическим выбором [16]. Цифровые устройства, интернет-доступ и ИИ-инструменты сами по себе не обеспечивают улучшение образования. Их эффективность определяется тем, насколько они педагогически осмысленно интегрированы в учебный процесс и используются преподавателем как инструмент, а не как его замена.

Проблема перед современным обществом на данный момент стоит иная. Технологии ИИ очень быстро вошли в разные сферы бизнеса, образования, здравоохранения, услуг и проч., поэтому сегодня остро ощущаем недостаток специалистов, умеющих работать в сфере цифровых технологий. Сейчас уже сложно представить свою жизнь без чат-ботов, благодаря которым можно записаться на прием к врачу или МФЦ, оставить заявку в банке или посмотреть ответы на экзамене. Посредством искусственного интеллекта деятельность рядовых сотрудников улучшилась, поднялись показатели. Все это благодаря применению технологий искусственного интеллекта в рабочем процессе, позволяющих экономить время – самый бесценный ресурс, где скорость выполнения задач увеличивается в четыре-пять раз.

Неверно понятый подход в работе с применением технологий ИИ приводит к ошибкам в уже отлаженной деятельности компании. Суть капитализма – заменить людей с заработной платой машинами с техобслуживанием, увеличив производительность, а с ней и доход. Возможно, мы придем к этому, но реальное положение дел таково, что желаемое, выдаваемое за действительное, приводит недальновидных бизнесменов если не к финансовым издержкам, то к потере репутации.

Известная финтех-компания Klarna в 2024 г. уволила 700 человек (преимущественно из колл-центра), предварительно подсчитав издержки и прибыль, и заменила их деятельность искусственным интеллектом. Генеральный директор С. Семятковски с большим энтузиазмом относился к применению ИИ в деятельности организации и замене сотрудников нейросетью. Еще в 2023 г. он заявил, что хочет, чтобы его компания стала «любимым подопытным кроликом» [17] корпорации Microsoft, вливающей миллионы долларов в OpenAI, с которой сотрудничает Klarna. Однако показатели и финансовые отчеты дали совершенно иную картину, чем изначально прогнозировалось. Реальные люди из колл-центра были более востребованы из-за эмоционального уровня и психологического взаимодействия. Клиенты не всегда хотели четких холодных ответов, сказанных приятным голосом. Нейросеть не может сотрудничать на уровне сомнений в выборе, правильности/неправильности того или иного решения, предполагаемой возможности развития событий при принятии решений. Пока только человек как специалист может взаимодействовать с другими людьми через психологический посыл и «дать обратную связь», а не сухо констатировать факты. Эксперимент с «кроликом» у Семятковски не удался, но для дальнейшей практики – это шаг вперед: только преодолев одну неудачу за другой, мы можем добиться результата.

Опыт компании Klarna показывает, что полная замена человеческого общения автоматизированными системами не всегда повышает качество взаимодействия, поскольку пользователи могут воспринимать такое общение как менее удовлетворительное. Полученные результаты соотносятся с выводами исследований ИИ в образовании, согласно которым образовательные и коммуникационные практики не могут быть сведены исключительно к передаче информации, поскольку их результат определяется качеством обратной связи,

уровнем доверия и способностью участника взаимодействия учитывать неопределенность и индивидуальный контекст обучающегося или пользователя. В своих исследованиях У. Лаккин, У. Холмс и другие подчеркивают, что ИИ в образовании направлен прежде всего на развитие инструментов поддержки обучения и понимание процессов обучения, а не на замену педагогической деятельности [6]. Как отмечают исследователи, ожидания от ИИ в образовании часто формируются на основе переоценки его текущих возможностей, что требует более осторожного подхода к интерпретации результатов внедрения технологий.

ЮНЕСКО в 2022 г. выпустило руководство для лиц, ответственных за формирование образовательной политики «Технологии искусственного интеллекта в образовании». В руководстве особо прослеживается мысль, что применение ИИ в образовательном процессе не только повысит качество образования, но и облегчит его доступность. Этот тезис полностью отвечает четвертой цели из 17 в области устойчивого развития и искоренения нищеты, сформулированной ЮНЕСКО на глобальной повестке в части «Образование-2030». Четвертая цель в области устойчивого развития – «Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех» [18]. Разработчики декларации считают, что технологии ИИ сделают образование не только более доступным для людей из стран с низким экономическим развитием, преодолеют классовую, расовую, гендерную, возрастную и пр. виды дискриминации, но позволят получить его тем, для кого классический вариант обучения по тем или иным причинам недоступен. Соответственно, несмотря на проблемное поле применения ИИ в образовании, технологии ИИ будут если не полностью сокращать неравенство, то повышать доступность знаний. Тем не менее распространенное утверждение, что применение искусственного интеллекта в образовательном процессе способствует одновременному повышению качества и доступности образования, требует критического осмысления. Коммерциализация и монетизация ИИ-технологий могут привести к формированию неравного доступа к образовательным ресурсам, при котором высококачественные интеллектуальные инструменты становятся доступными преимущественно институциям и обучающимся с большими финансовыми возможностями. В этом контексте развитие ИИ способно не только расширять образовательные возможности, но и усиливать дифференциацию качества образования.

Бытует мнение, что ИИ заменит преподавателя, но в действительности оно изначально ошибочно, так как ИИ в первую очередь есть лишь один из инструментов образовательного процесса. И здесь будет правильным сказать, что искусственный интеллект не вместо преподавателя, а вместе с преподавателем. Ключевая задача состоит в том, чтобы искусственный интеллект дополнял, а не заменял взаимодействие с человеком [19]. Согласно руководству по использованию ИИ в образовании, выпущенному ЮНЕСКО, возникновение подобных вопросов детально рассматривается и дается точное указание, для чего необходим ИИ в системе образования. Предлагаются четыре категории, позволяющие улучшить обучение, исходя из существующих потребностей: «I) управление образованием и его реализация; II) обучение и оценка; III) расширение прав и возможностей педагогов и совершенствование преподавателя; IV) обучение на протяжении всей жизни» [8, с. 15]. Ни в одной из них не говорится о полной замене преподавателя. В руководстве рассматривается вопрос онлайн-обучения с применением технологий ИИ, вызванных масштабными проблемами, такими как

COVID-19, но с уточнением, что это лишь временная мера, и полный переход на этот тип получения образования невозможен по причине его неэффективности. В документе уточняется, что технологии ИИ подходят не столько для обучения, сколько для администрирования образовательного процесса: составления расписания, учета балльно-рейтинговой системы, пропусков и посещаемости, предоставления домашних заданий и т. д.

Кай-Фу Ли, рассматривая гипотезы, что такое ИИ, указывает на их ошибочное восприятие, которое формируется тремя источниками – «научная фантастика, новостные ленты, “лидеры мнений”» [7, с. 12]. Авторы же видят будущее человека и ИИ так: «Люди, наконец, начнут работать в симбиозе с ИИ. Он станет выполнять количественный анализ, оптимизацию и рутинные задания, а мы, люди, сосредоточимся на креативности, критическом мышлении и страсти» [7, с. 13].

На пекинском консенсусе по ИИ и образованию в 2019 г. 12 и 13 части Преамбулы посвящены использованию ИИ в процессе преподавания и расширению прав и возможностей учителя:

– «12. Принимать во внимание, что несмотря на предоставляемые ИИ возможности для поддержки учителей в выполнении ими образовательных и педагогических обязанностей, личное взаимодействие и совместная работа учителей и учащихся должны оставаться центральным элементом образования. Понимать, что учителей невозможно заменить машинами, и обеспечивать защиту их прав и условий труда» [9, р. 5];

– «13. Определить и оперативно пересматривать функции учителей и необходимые им компетенции в рамках политики в отношении учителей, укреплять педагогические учебные заведения и разрабатывать соответствующие программы по наращиванию потенциала для подготовки учителей к эффективной работе в условиях широкого применения ИИ в сфере образования» [9, р. 5].

То есть ставится вопрос целесообразности замены преподавателя машинным обучением и влияния его на педагогический процесс. Как и в период активного внедрения ИКТ и ТСО, в приоритете остаются не технологические возможности, а педагогическая целесообразность замены преподавателя машинным обучением. Педагогическая наука традиционно рассматривала технологии как вспомогательный инструмент, направленный на повышение эффективности обучения, но не как субъект образовательного взаимодействия. В этом контексте и технологии искусственного интеллекта должны рассматриваться прежде всего как средство поддержки педагогической деятельности, способствующее снижению рутинной нагрузки преподавателя и сохранению его определяющей роли в образовательном процессе.

В документе [8, с. 38–39] ЮНЕСКО также прописаны рекомендации по мерам регулирования использования ИИ в образовательном процессе, в том числе непосредственно затрагивающие интересы обучающихся и преподавателей (таблица).

А. В. Волобуев, отвечая на вопрос, почему нельзя заменить преподавателя искусственным интеллектом, видит в этом уже коммуникативную угрозу для самих обучающихся. «Студенты получают знания от преподавателя, общаясь, дискутируя, вступая в диалоги с одноклассниками, тем самым развиваются коммуникативные способности, умение поддерживать беседу, речевые навыки» [21, с. 27].

Применение ИИ для поддержки обучающихся и педагогов
The Use of AI to Support Learners and Educators

Расширение применения ИИ, ориентированного на учащихся, в целях совершенствования обучения и оценивания	Обеспечение использования ИИ для расширения прав учителей
<i>Укрепление и поддержка полномочий и самостоятельности людей в отношении их личных потребностей в условиях развития «умных» машин и компьютерных программ-посредников:</i> – проконсультируйтесь с педагогами и обучающимися относительно их взглядов на ИИ-технологии и используйте полученные отзывы для решения вопросов использования ИИ в образовательном контексте; – сообщите учащимся о типах собираемых о них данных, о том, как они используются, о влиянии, которое это может оказать на их обучение, профессиональную деятельность и социальную жизнь; – не позволяйте учебным заведениям использовать технологии ИИ с целью наблюдения; вместо этого развивайте доверие между учащимися и используйте ИИ для поддержки успеваемости, а не для усиления контроля	<i>Защита прав учителей и ценность их профессиональной деятельности:</i> – проведите консультации с педагогами в целях обеспечения защиты прав и учета их мнений при внедрении ИИ-технологий; – проводите пилотные исследования и полноценные испытания, направленные на удовлетворение повседневных практических потребностей учителей при внедрении ИИ-технологий; – упрощайте разработку ИИ-инструментов для поддержки обучения, а не для замены основных функций учителя; – обеспечьте конструктивное руководство, которое позволит учителям ориентироваться в технологиях ИИ, предлагаемых коммерческими организациями; – разрабатывайте критерии и рейтинги для поддержки учителей в принятии обоснованных решений об инструментах, наиболее подходящих для удовлетворения профессиональных нужд
<i>Расширение свободы действий, обучающихся и их социального благополучия в процессе интеграции инструментов на основе ИИ:</i> – защищайте инициативность учащихся и их мотивацию к личному росту; – обеспечивайте время для игры и отдыха, социальное взаимодействие и школьные каникулы; – используйте инструменты на основе ИИ, чтобы свести к минимуму нагрузку в виде домашних заданий и экзаменов, а не для ее увеличения; – поддерживайте учащихся в адаптации к новым инструментам и методологиям ИИ, чтобы они могли положительным образом сказаться на процессе обучения; – позволяйте обучающимся проводить наблюдения и выражать мнения о проблемах, возникающих при использовании ИИ в классе	<i>Анализ и переосмысление роли учителей в рамках процесса передачи знаний, личного общения, мышления высшего порядка и формирования общечеловеческих ценностей:</i> – анализируйте преимущества автоматизации определенных задач в противовес рискам от сокращения обучения или ухудшения методов обучения; – ограничивайте автоматизацию задач, требующих значительных временных затрат, и в то же время являющихся информативными для педагогов; – определяйте конкретные аспекты, зависящие от самостоятельности и мотивации учителей; – сохраняйте и усиливайте эти аспекты в процессе внедрения ИИ в педагогическую практику; – поддерживайте высокий уровень доверия к авторитету и возможностям педагогов
<i>Пересмотр и корректировка учебных программ для учета изменений в педагогической и оценочной практике, вызванных все более широким внедрением ИИ в преподавание и обучение:</i> – сотрудничайте с поставщиками ИИ и педагогами; – определяйте наиболее подходящие способы реагирования на изменения в рамках учебных программ и методологий оценивания, чтобы обеспечить благоприятную регуляторную среду и пространство в учебных программах для изучения ИИ; – способствуйте участию представителей сообщества учащихся в общенациональных инициативах, продвигающих новые компетенции в учебной программе	<i>Определение набора навыков, необходимых учителям, для поиска и применения инструментов ИИ при проектировании и организации учебной деятельности и собственном профессиональном развитии:</i> – проанализируйте навыки, необходимые для взаимодействия человека и машины в учебной среде; – оцените изменения парадигмы, необходимые для применения ИИ в целях профессионального развития учителей, оценивания на основе ИИ, а также разработки и реализации учебных мероприятий с использованием ИИ; – обновите базовые принципы и программы обучения учителей с учетом Рекомендации ЮНЕСКО «Структура ИКТ-компетентности учителей» [20]

Окончание таблицы
End of table

Расширение применения ИИ, ориентированного на учащихся, в целях совершенствования обучения и оценивания	Обеспечение использования ИИ для расширения прав учителей
<i>Тестирование и внедрение ИИ-технологий в целях поддержки оценки различных аспектов компетенций и результатов:</i> – интегрируйте ИИ в психометрические оценки, например, задействуя беседы чат-ботов с обучающимися в тестах на принятие ситуационных решений; – избегайте использования ИИ в качестве единственного средства прогнозирования будущего в области образования и профессионального роста учащихся; – осмотительно применяйте автоматическую оценку ответов на закрытые вопросы, основанные на правилах; – содействуйте учителям в применении промежуточного оценивания на основе ИИ в качестве интегрированной функции СУО на базе ИИ для анализа данных об обучении с более высокой точностью и эффективностью при меньшем количестве систематических ошибок, обусловленных человеческим фактором; – изучите потенциал передовых оценок на основе ИИ для обеспечения регулярных обновлений для педагогов, учащихся и родителей; – с гуманистической точки зрения протестируйте и оцените применение технологий распознавания лиц и других ИИ для идентификации и наблюдения за пользователями при решении задач и удаленном онлайн-оценивании	<i>Обучение и обеспечение постоянной поддержки учителям в приобретении навыков эффективного использования ИИ:</i> – разработайте и реализуйте программы обучения необходимым навыкам перед развертыванием платформ или инструментов ИИ; – предотвращайте ситуации, в которых педагоги не могут исполнять свои обязанности из-за недоступных или ненадежных функций ИИ; – планируйте на перспективу, чтобы дать учителям возможность применять новые ИИ-технологии в текущей практике и переходить на новые методы работы; – поощряйте создание сообществ педагогов, которые делятся опытом и повседневными передовыми практиками, а также поддерживают инновационное использование ИИ-инструментов; – обеспечьте упрощенные рекомендации, основанные на исследованиях новых технологий, в целях информирования учителей об актуальных сведениях, которые они могут применить в классе, а также расширить возможности обучения на протяжении всей жизни, чтобы идти в ногу с изменениями, привносимыми ИИ в педагогическую практику как внутри класса, так и за его пределами

В современных условиях развития технологий искусственного интеллекта такая позиция получает дополнительное осмысление. ИИ может эффективно выполнять функции информационной поддержки, персонализации обучения и обработки данных, однако он не способен воспроизводить полноту педагогического общения как формы социального и личностного развития. Поэтому актуальной становится не модель «студент–компьютер», а гибридная образовательная среда, в которой ИИ выступает инструментом дополнения образовательного процесса, тогда как преподаватель сохраняет ключевую роль организатора коммуникации, носителя ценностных и смысловых ориентиров и участника живого педагогического взаимодействия.

В документе «План развития искусственного интеллекта нового поколения в Китае» [22] говорится, что ИИ должен открывать новые возможности для социального строительства. Сфера образования как часть этого строительства призвана повысить уровень жизни при помощи использования ИИ.

План развития предполагает повысить эффективность образовательного процесса, тем самым формируя новую прогрессивную команду высококлассных молодых талантов в области ИИ в Китае. Для достижения этой цели предлагается пройти три важных этапа. Во-первых, воспитание высокоуровневых специалистов и создание команды в области инноваций в сфере ИИ. Имеется в виду подготовка специалистов в области ИИ, создание команд комплексных специалистов высокого уровня, в том числе для сотрудничества с ведущими мировыми институтами в области ИИ.

Во-вторых, расширение возможности привлечения высококлассных специалистов в области ИИ. Задача этапа состоит в привлечении специалистов с помощью льгот, поощрений, возможности международного сотрудничества и обмена. Для подобного привлечения и отбора высококлассных специалистов с 2008 по 2018 г. действовала программа «Тысяча талантов». В настоящее время власти Китая запустили новый проект «Цимин»¹. Приоритет отдается молодым специалистам (гражданам Китая) получившим образование в ведущих университетах мира. По своей сути, этот проект представляет собой механизм поиска и отбора талантов, ориентированный на технологический сектор, а не на трансформацию образовательных практик.

Этот пример можно рассматривать в косвенном аналитическом контексте. Его значение состоит в демонстрации развития ИИ на национальном уровне, предполагающего не только внедрение технологий, но и системную работу с человеческим капиталом. Приоритет, отданный молодым специалистам, гражданам Китая, получившим образование в ведущих университетах мира, подчеркивает роль образовательных институтов как ключевого источника формирования экспертизы в области ИИ.

В-третьих, создание академической дисциплины, связанной с ИИ. Помимо создания ряда специальностей, связанных с ИИ, стимулировать открытие институтов ИИ в пилотных учреждениях. Укреплять сотрудничество в сфере производства и исследований.

В рекомендациях по разработке удобных и эффективных интеллектуальных сервисов приоритет отдается образованию. Предлагается создавать интеллектуальные кампусы, внедрять ИИ в образовательный процесс и систему управления им.

Для реализации этого плана развития ИИ, в частности в секторе образования, предлагается реализовать проект по всеобщему образованию в области ИИ, начиная с начальной школы, постепенно переходя к программированию, разработке образовательных программ и игр.

Заключение. Выполненный анализ нормативно-правовых документов, международных рекомендаций, научных подходов и реальных практик использования искусственного интеллекта в образовательной сфере позволяет сделать вывод, что технология ИИ обладает значительным потенциалом для развития современного образования, но не может и не должна рассматриваться как замена преподавателя. Природа образовательного процесса включает не только передачу знаний, но и воспитание личности, формирование критического мышления, ценностных ориентиров, коммуникативных навыков, что невозможно реализовать средствами алгоритмических систем.

В традиции философии образования подчеркивается, что обучение осуществляется через диалог, формирование критического мышления и живое межличностное взаимодействие. Эти процессы невозможны без человеческого участия, поскольку алгоритмические системы не обладают способностью к эмпатии, интенциональности и экзистенциальной открытости.

Опыт международных организаций (ЮНЕСКО, Пекинский консенсус), а также государственные инициативы подтверждают: ключевым направлением развития является создание условий для безопасного, этически ответственного и методологически выверенного

¹ 啟明 пер. с кит. – просветление.

внедрения ИИ в педагогическую практику. ИИ способен существенно повысить эффективность образовательного процесса – автоматизировать рутинные операции, поддерживать персонализацию обучения, расширять доступ к образовательным ресурсам. Однако его применение требует профессиональной подготовки педагогов, совершенствования цифровых компетенций и формирования адекватной нормативно-правовой среды.

Анализ зарубежных кейсов, включая пример компании Klarna, показывает, что попытки полной автоматизации сфер, основанных на человеческом взаимодействии, приводят к снижению качества услуг и необходимости возврата к человеческому участию. В сфере образования подобные риски еще более масштабны, поскольку затрагивают не коммерческие процессы, а развитие личности обучающегося. Заменяя преподавателя машинными алгоритмами, образовательная система утрачивает гуманистическую составляющую, коммуникативную динамику и многоплановое педагогическое сопровождение.

Современное образование сталкивается с вызовом: с одной стороны, необходимо обеспечить доступ к новым технологиям, формировать цифровую культуру и готовить специалистов к работе в условиях быстро меняющейся технологической среды, с другой, сохранить ценностную, воспитательную и социальную функции педагогической деятельности. Оптимальной представляется модель «преподаватель + ИИ», в которой технологии играют роль интеллектуального инструмента, усиливающего профессиональные возможности педагога, но не подменяющего его.

Таким образом, использование ИИ в образовании должно рассматриваться не как альтернатива педагогической профессии, а как механизм повышения качества обучения и расширения возможностей всех участников образовательного процесса. Успешная интеграция ИИ в вузовскую образовательную среду требует системного подхода, включающего развитие цифровых компетенций преподавателей, совершенствование регуляторных механизмов, внедрение этических стандартов и дальнейшие исследования. Только при соблюдении этих условий ИИ сможет стать значимым ресурсом, дополняющим гуманистическую миссию высшего образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семенов Е. В., Соколов Д. В. Цифровизация высшего образования: возможности и риски // Идеи и идеалы. 2022. Т. 14, № 4-1. С. 137–153. DOI: 10.17212/2075-0862-2022-14.4.1-137-153
2. Китикарь О. В. Информатизация и цифровизация педагогического образования: проблемы и перспективы развития // Вестн. РУДН. Сер. Информатизация образования. 2023. Т. 20, № 1. С. 63–77. DOI: 10.22363/2312-8631-2023-20-1-63-77
3. Роберт И. В. Развитие информатизации образования периода цифровой трансформации // Педагогическое образование и наука. 2025. № 2. С. 7–11. DOI: 10.56163/2072-2524-2025-2-7-11
4. Intelligent tutoring systems and learning outcomes: A meta-analysis / W. Ma, O. O. Adesope, Jo. C. Nesbit, Q. Liu // J. of Educational Psychology. 2014. Vol. 106, № 4. P. 901–918. DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/a0037123>
5. Lin C.-C., Huang A. Y. Q., Lu O. T. H. Artificial intelligence in intelligent tutoring systems toward sustainable education: a systematic review // Smart Learning Environments. 2023. Vol. 10, № 1: 41. DOI: 10.1186/s40561-023-00260-y
6. Холмс У., Бялик М., Фейдел Ч. Искусственный интеллект в образовании: перспективы и проблемы для преподавателя и обучения / пер. с англ. В. Скворцова. М.: Альпина PRO, 2022.

7. Ли Кай-Фу, Чэнь Цюфань. ИИ-2041. Десять образов нашего будущего / пер. с англ. О. Медведь, А. Лаировой. М.: МИФ, 2025.
8. Технологии искусственного интеллекта в образовании: перспективы и последствия / Ф. Мяо, У. Холмс, Ж. Хуан, Х. Чжан / пер с англ. М. Федорова. Париж: UNESCO, 2022. URL: <https://aspnet-unesco.ru/prod/files/doc/event/88de338134879c0875a8ed912a7b5b7c.pdf> (дата обращения: 28.09.2025).
9. Beijing Consensus on Artificial Intelligence and Education, 2019 // UNESCO. URL: <https://web.archive.unesco.org/20240927044620/https://www.unesco.org/en/digital-education/artificial-intelligence> (дата обращения: 04.10.2025).
10. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта в РФ до 2030 г. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731> (дата обращения: 04.10.2025).
11. ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education / E. Kasneci et al. // Learning and Individual Differences. 2023. Vol. 103: 102274. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
12. What if the devil is my guardian angel: ChatGPT as a case study of using chatbots in education / A. Tlili, B. Shehata, M. Adarkwah, A. Bozkurt // Smart Learning Environments. 2023. Vol. 10: 15. DOI: [10.1186/s40561-023-00237-x](https://doi.org/10.1186/s40561-023-00237-x)
13. Chan C. K. Y., Tsi L. H. Y. Will generative AI replace teachers in higher education? A study of teacher and student perceptions // Studies in Educational Evaluation. 2024. Vol. 83: 101395. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2024.101395>
14. Доклад о реализации государственной политики в сфере высшего образования и соответствующего дополнительного профессионального образования за 2024 год. М., 2025. URL: <http://static.government.ru/media/files/rfMFpwlUIBHN33qAtOqNimaoiOf43wR.pdf> (дата обращения: 25.09.2025).
15. Плеснер Х. Ступени органического и человек: введение в философскую антропологию / пер. с нем. А. Г. Гаджикурбанова. М.: РОССПЭН, 2004.
16. AI and Education: Building the Future Through Digital Transformation / E. A. Ortiz, N. Castro, T. Forero et al. Washington: Inter-American Development Bank, 2025.
17. Ефремов Г. Разворот на 180. Первая ИТ-компания разочаровалась в нейросетях и мечтает вернуть всех уволенных сотрудников, замененных на ИИ // CNews. 13.05.2026. URL: <https://cnews.ru/link/n640690> (дата обращения: 25.09.2025).
18. Ичхонская декларация и рамочная программа действий по осуществлению ЦУР 4 в области устойчивого развития. Образование–2030. UNESCO, 2015. URL: https://www.uis.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/08/education-2030-incheon-framework-for-action-implementation-of-sdg4-2016-en_2.pdf (дата обращения: 31.05.2026).
19. Vieriu A., Petrea G. The Impact of Artificial Intelligence (AI) on Students' Academic Development // Education Sci. 2025. Vol. 15, iss. 3: 343. DOI: [10.3390/educsci15030343](https://doi.org/10.3390/educsci15030343)
20. Рекомендации ЮНЕСКО: Структура ИКТ-компетентности учителей // ЮНЕСКО, 2018. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368076> (дата обращения: 31.05.2026).
21. Волобуев А. В. Этические, социальные и философские проблемы искусственного интеллекта. М.: КноРУС, 2024.
22. Full Translation: China's 'New Generation Artificial Intelligence Development Plan (2017) / G. Webster, R. Creemers, E. Kania, P. Triolo. Stanford Univ. 2017. URL: <https://digichina.stanford.edu/work/full-translation-chinas-new-generation-artificial-intelligence-development-plan-2017/> (дата обращения: 26.09.2025).

Информация об авторах

Дорохина Римма Викторовна – кандидат философских наук (2013), доцент (2022), доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Санкт-Петербург-

ского политехнического университета Петра Великого, ул. Политехническая, д. 29, Санкт-Петербург, 195251, Россия. Автор 65 научных публикаций. Сфера научных интересов: этика, студенческие братства, ИИ, музейная деятельность, образование.

Мельникова Ирина Юрьевна – кандидат экономических наук (2004), доцент (2010), доцент Высшей школы медиакommunikаций и связей с общественностью Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, ул. Политехническая, д. 29, Санкт-Петербург, 195251, Россия. Автор 103 научных публикаций. Сфера научных интересов: маркетинговые исследования, внутренние корпоративные коммуникации, HR-брендинг.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 04.12.2025; принята после рецензирования 21.01.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Semenov, E.V. and Sokolov, D.V. (2022), "Digitalization of higher education: Opportunities and risks", *Ideas and Ideals*, vol. 14, no. 4-1, pp. 137–153. DOI: 10.17212/2075-0862-2022-14.4.1-137-153
2. Kitikar, O.V. (2023), "Informatization and digitalization of teacher education: problems and prospects of development", *RUDN J. of Informatization in Education*, vol. 20, no. 1, pp. 63–77. DOI: 10.22363/2312-8631-2023-20-1-63-77
3. Robert, I.V. (2025), "Advancing the informatization of education during the digital transformation era", *Pedagogical Education and Science*, no. 2, pp. 7–11. DOI: 10.56163/2072-2524-2025-2-7-11
4. Ma, W., Adesope, O.O., Nesbit, J.C. and Liu, Q. (2014), "Intelligent tutoring systems and learning outcomes: A meta-analysis", *J. of Educational Psychology*, vol. 106, no. 4, pp. 901–918. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0037123>
5. Lin, C.-C., Huang, A.Y.Q. and Lu, O.T.H. (2023), "Artificial intelligence in intelligent tutoring systems toward sustainable education: A systematic review", *Smart Learning Environments*, vol. 10, no. 1: 41. DOI: 10.1186/s40561-023-00260-y
6. Holmes, W., Bialik, M. and Fadel, C. (2022), *Artificial Intelligence in Education*, Transl. by Skvortsov, V., Alpina PRO, Moscow, RUS.
7. Lee, K.-F. and Qiufan, Ch. (2025), *AI 2041: Ten Visions for Our Future*, Transl. by Medved', O., Lairova, A., MIF, Moscow, RUS.
8. "Artificial Intelligence in Education: Challenges and Opportunities for Sustainable Development" (2022), Transl. by Fedorov, M., UNESCO, Paris, FRA, available at: <https://aspnet-unesco.ru/prod/files/doc/event/88de338134879c0875a8ed912a7b5b7c.pdf> (accessed 28.09.2025).
9. "Beijing Consensus on Artificial Intelligence and Education" (2019), UNESCO, available at: <https://webarchive.unesco.org/20240927044620/https://www.unesco.org/en/digital-education/artificial-intelligence> (accessed 04.10.2025).
10. "National Strategy for the development of artificial intelligence in the Russian Federation until 2030", *President of Russia*, available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731> (accessed 04.10.2025).
11. Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M. et al. (2023), "ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education", *Learning and Individual Differences*, vol. 103: 102274. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>
12. Tlili, A., Shehata, B., Adarkwah, M., Bozkurt, A. (2023), "What if the devil is my guardian angel: ChatGPT as a case study of using chatbots in education", *Smart Learning Environments*, vol. 10: 15. DOI: <https://doi.org/10.1186/s40561-023-00227-x>
13. Chan, C.K.Y. and Tsi, L.H.Y. (2024), "Will generative AI replace teachers in higher education? A study of teacher and student perceptions", *Studies in Educational Evaluation*, vol. 83: 101395. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2024.101395>

14. "Report on the implementation of state policy in higher education and relevant additional professional education for 2024" (2025), *The Russian Government*, available at: <http://static.government.ru/media/files/rfMFpwlUIBHNm33qAtOqNimaoiOf43wR.pdf> (accessed 25.09.2025).
15. Plessner, H. (2004), *Die Stufen des Organischen und der Mensch. Einführung in die philosophische Anthropologie*, Transl. by Gadzhikurbanov, A.G., ROSSPEN, Moscow, RUS.
16. Ortiz, A., Castro, N., Forero, T. et al. (2025), *AI and Education: Building the Future Through Digital Transformation*, Inter-American Development Bank, Washington, USA.
17. Efremov, G. (2025), "A 180-degree turn: The first IT company disappointed in neural networks and seeking to rehire employees replaced by AI", *CNews*, 13.05.2026, available at: <https://cnews.ru/link/n640690> (accessed 25.05.2025).
18. "Incheon Declaration and Framework for Action for the Implementation of Sustainable Development Goal 4: Education–2030" (2015), *UNESCO*, available at: https://www.uis.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2025/08/education-2030-incheon-framework-for-action-implementation-of-sdg4-2016-en_2.pdf (accessed 31.05.2026).
19. Vieriu, A. and Petrea, G. (2025), "The impact of artificial intelligence (AI) on students' academic development", *Education Sci.*, vol. 15, iss. 3: 343. DOI: 10.3390/educsci15030343
20. "UNESCO recommendations: The structure of teachers' ICT competence" (2018), *UNESCO*, available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368076> (accessed 31.05.2026).
21. Volobuev, A.V. (2024), *Eticheskie, sotsial'nye i filosofskie problemy iskusstvennogo intellekta* [Ethical, Social and Philosophical Problems of Artificial Intelligence], KnoRUS, Moscow, RUS.
22. Webster, G., Creemers, R., Kania, E. and Triolo, P. (2017), "Full Translation: China's "New Generation Artificial Intelligence Development Plan" (2017)", *Stanford Univ.*, 2017, available at: <https://digichina.stanford.edu/work/full-translation-chinas-new-generation-artificial-intelligence-development-plan-2017/> (accessed 26.09.2025).

Information about the authors

Rimma V. Dorokhina – Can. Sci. (Philosophy, 2013), Docent (2022), Associate Professor at the Higher School of Media Communications and Social Sciences, Peter the Great St Petersburg Polytechnic University, 29 Polytechnic st., St Petersburg 195251, Russia. The author of 65 scientific publications. Area of expertise: ethics, student fraternities, artificial intelligence, museum studies, education.

Irina Yu. Melnikova – Can. Sci. (Economic, 2004), Docent (2010), Associate Professor at the Higher School of Media Communications and Social Sciences, Peter the Great St Petersburg Polytechnic University, 29 Polytechnic st., St Petersburg 195251, Russia. The author of 103 scientific publications. Area of expertise: marketing research, internal corporate communications, HR branding.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 04.12.2025; adopted after review 21.01.2026; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 130.121

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-50-63>

Коллективный интеллект и проблема его демаркации в технологиях, природе и обществе

Антон Игоревич Желнин

*Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия
zhelnin@psu.ru, <https://orcid.org/https://orcid.org/0000-0002-6368-1363>*

Введение. Статья исследует коллективный интеллект (КИ) в природе, обществе и технологиях, выделяя его сущность и критерии, по которым он может быть демаркирован от ряда сходных феноменов.

Методология и источники. Применяется принцип системности, позволяющий рассмотреть КИ в привязке к конкретному субстрату. Для анализа дефиниций КИ используются критический и герменевтический методы. Раскрытие сложного характера детерминации конкретной формы КИ уровнем организации системы с присущими ей противоречиями осуществляется через диалектический метод.

Результаты и обсуждение. Технократическое видение КИ сводится к распределенным формам ИИ. Их отождествление нерелевантно, так как магистральная линия подхода к интеллекту рассматривает его как комплексное свойство (хотя одни трактуют его как, по крайней мере, витальный, а другие – как сугубо социокультурный феномен). ИИ реализуется онтологически простым субстратом, имитируя узкий подкласс возможностей интеллекта. Искусственный КИ есть симулякр и коллектива, так как последний имеет смысл как интеграция индивидов, в то время как здесь они редуцируются к узлам сети. В природе адекватность атрибуции КИ зависит от линии развития живого. Роевой интеллект предстает как коллектив без интеллекта, так как синхронное поведение реализуется родовыми инстинктивными программами. Нерелевантен и подход, трактующий любой индивид как КИ, так как он итеративно расчленяется на компартменты, быстро редуцируясь до неживого. Полноценный КИ атрибутируется человеку: лишь в его случае интеллектуальная активность достигает автономии от узкой биологической специализации и сопровождается совместным ментальным опытом (Мы-сознание).

Заключение. Интеллект человека социален, так как заточен не столько под адаптацию, сколько под универсальный целенаправленный праксис. КИ отражает оптимальный тип взаимосвязи родового и индивидуального в мыслительной активности. КИ – не тотальность и не механический агрегат, но эмерджентная целокупность, интегрирующая потенциал индивидов в единстве многообразия.

Ключевые слова: коллективный интеллект, роевой интеллект, искусственный интеллект, коллектив, индивид, Мы-сознание

Для цитирования: Желнин А. И. Коллективный интеллект и проблема его демаркации в технологиях, природе и обществе // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 50–63. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-50-63

© Желнин А. И., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

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



Original paper

Collective Intelligence and the Problem of its Demarcation in Technology, Nature, and Society

Anton I. Zhelnin

Perm State University, Perm, Russia

zhelnin@psu.ru, <https://orcid.org/https://orcid.org/0000-0002-6368-1363>

Introduction. The article explores collective intelligence (CI) in nature, society, and technology, highlighting its essence and criteria by which it can be demarcated from similar phenomena.

Methodology and sources. The system approach is applied, which seeks to consider CI in relation to a specific substrate. Critical and hermeneutic methods are used to analyze its definitions. Complex determination of the particular form of CI by the level of system organization with its contradictions is provided by the dialectical method.

Results and discussion. The technocratic vision of CI reduces it to distributed forms of AI. Their identification is irrelevant as the magistral approach to intelligence considers it a complex phenomenon (although some interpret it as at least vital, while others – only as a sociocultural thing). AI is implemented by an ontologically simple substrate, remaining an imitation of a narrow part of intelligence's capabilities. Artificial «CI» is also a simulacrum of the collective, since the latter makes sense as an integration of individuals, while here they are reduced to network nodes. In nature, the adequacy of articulation depends on the line of development of the living. Swarm intelligence is a collective without intelligence, because synchronous behavior is implemented by generic instinctive programs. The approach that every individual is CI is irrelevant, since it is iteratively divided into compartments, being reduced to the non-living. Full-fledged CI is attributed to humans: only here intellectual activity achieves autonomy from narrow biological specialization and is accompanied by joint mental experience (We-consciousness).

Conclusion. Human intelligence is social, because it is focused not so much on adaptation as on purposeful praxis. CI reflects the optimal type of relationship between the generic and the individual in cognitive activity. CI is not a totality or a mechanistic aggregate but an emergent sum that integrates the potential of individuals in the unity of diversity.

Keywords: collective intelligence, swarm intelligence, artificial intelligence, collective, individual, We-consciousness

For citation: Zhelnin, A.I. (2026), "Collective Intelligence and the Problem of its Demarcation in Technology, Nature, and Society", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 50–63. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-50-63

Введение. Коллективный интеллект (КИ) стал одним из феноменов, имеющих мощный стимул для меж- и трансдисциплинарных исследований, где активно конвергируется точное, естественнонаучное и социогуманитарное знание. Во многом это связано с быстрым прогрессом сетевых форм искусственного интеллекта (ИИ), прежде всего искусственных нейронных сетей (ИНС), ставших платформой для моделирования процессов групповой самоорганизации на различных уровнях. Более того, они сами все чаще воспринимаются как особая форма КИ. Целью ставится анализ спектра проявлений последнего в природе и социуме, а также в технологическом измерении, инспирированный вопросом о корректности приписывания КИ тем или иным системам, адекватным критериям данной процедуры.

КИ нуждается в переопределении, так как распространенные его дефиниции чересчур размыты, порождая эффект его превратной экстраполяции на области, которые де-факто им не обладают. В противовес унифицированному монизму, подходящему с одинаковой меркой к разным онтологическим областям, предлагается диверсифицированный подход, который учитывает качественную специфику носителя КИ, аргументированно демонстрируя, что его атрибуция целому ряду сущностей не является корректной.

Методология и источники. Для достижения цели исследования используются общетеоретические методы (генерализация, синтез, индукция, дедукция, абдукция, аналогия), холистический и диалектический подходы. Особое место принадлежит концептуальному анализу текстов отечественных и зарубежных ученых, которые посвящены различным версиям понимания интеллекта в целом и КИ в особенности. К ним относятся А. Бергсон, Д. С. Быльева, Д. Деннет, П. Леви, Дж. М. Леймейстер, К. Малабу, Дж. Малган, М. Минский, Е. А. Никитина, М. Пасквинелли, Ж. Пиаже, К. Поппер, Б. Б. Славин, Дж. Б. Фэллендейс, Х. Халпин и др.

Результаты и обсуждение. Дефиниция коллективного интеллекта. В свете поднятых вопросов на первый план выдвигается потребность определения КИ, оснований его выделения. Для начала приведем несколько популярных его дефиниций. Основоположник концепта КИ П. Леви определяет его как «форму повсеместно распределённого интеллекта, постоянно совершенствуемого, координируемого в реальном времени и приводящего к эффективной мобилизации навыков», добавляя, что «основа и цель коллективного интеллекта – взаимное признание и обогащение индивидов, а не культ фетишизированных или гипостазированных сообществ» [1, р. 13]. В свою очередь современный теоретик Дж. Малган дает дефиницию с большим упором на прояснение значения терминов, из которых составлен КИ, а именно «коллектив» и «интеллект»: «Интеллект происходит от латинского слова *inter*, означающего “между”, в сочетании со словом *legere*, означающим “выбирать”... Слово “коллективный” происходит от *colligere*. Это слово объединяет *col*, “вместе”, и еще раз *legere*, “выбирать”. Коллектив – это те, с кем мы хотим быть вместе, кому мы доверяем разделить нашу жизнь. Таким образом, коллективный разум – это в двух смыслах понятие о выборе: с кем мы хотим быть и как мы хотим действовать... его логичнее использовать для описания любого вида крупномасштабного интеллекта, в котором участвуют коллективы, решающие быть, думать и действовать сообща» [2, р. 14–15]. Похожую в плане акцента на лингвистический анализ версию предлагает Дж. Леймейстер: «Декомпозируя коллективный интеллект этимологически, термин “коллектив” описывает группу индивидов, от которых не требуется, чтобы они придерживались одинаковых взглядов. Разные члены группы могут демонстрировать разные точки зрения и подходы, что приводит к лучшим объяснениям или решениям данной проблемы. “Интеллект” означает способность учиться, понимать и адаптироваться к окружающей среде, используя собственные знания» [3, р. 245]. Наконец, процитируем характеристики, в которых КИ предстает как «интеллект, который можно приписать коллективу, где коллектив – это множество сущностей» [4, р. 439], а также как «группы индивидов, действующие коллективно способами, которые кажутся интеллектуальными» [5, р. 1]. Подобные последним дефиниции симптоматичны, так как представляют собой апофеоз абстрактного подхода. Если искать усредненный вариант, то на выходе получится тавтология: КИ – это интеллекты, действующие коллективным образом. Последняя версия еще более ослабляет критерии, сводя

все к видимости: нечто может феноменологически выступать как КИ, объективно не будучи таковым. В итоге он оказывается функцией достаточно вольного (в пределе произвольного) приписывания.

Коллективный искусственный интеллект как симулякр интеллекта и коллектива. Вместе с тем констатируем: если погружаться в углубленное изучение указанных авторов, то окажется, что все они имплицитно исходят из понимания КИ как объединения людей и их интеллектов. Это в конечном счете отличает их от техноцентристского лагеря, интерпретирующего КИ исключительно как особый вид ИИ [6]. Однако подобные абстрактные определения дефакто становятся неотличимы от подхода последних и в итоге вполне вписываются в компьютерно-информационистскую парадигму. Она распространяет интеллект в целом и КИ в частности на вычислительные и кибернетические системы, объявляя юниты их сетевых форм коллаборирующими агентами.

В противовес предлагается провести ревизию концепта КИ, пересмотрев его в плане перехода от абстрактного к конкретному. Для этого видение должно исходить из онтологической сущности и фундированных ею критериев. В таком свете оно станет определением. Оно должно демаркировать круг субъектов КИ от всего того, что создает лишь его превратный образ. Эссенциальный план приводит к признанию того, что первостепенным для трактовки КИ является интеллект *per se*. Мы исходим из абрисного его понимания как общей способности к применению и правильному сочетанию различных (как телесных, так и ментальных, в том числе и прежде всего когнитивных) способностей, направленных на освоение новой информации, решение комплексных и нестандартных проблем, полагание и эффективное достижение целей. Интеллект нуждается в субстратном видении, так как повсеместно распространено его чисто функциональное понимание. Первым тактом данной ревизии является фиксация того, что он принципиально есть свойство живых систем. Начиная с Пиаже, он трактуется как высокоорганизованная адаптация, формирующаяся в ходе усложнения взаимодействия субъекта с окружением: «Ж. Пиаже – это пример поистине эволюционного подхода к проблемам становления мышления. Основная идея описания стадийности развития мышления состоит в непрерывности, континуальности развития сложного рационального мышления» [7]. Сам Пиаже очерчивает свою авторскую позицию следующим образом: «Будучи самой совершенной из психических адаптаций, интеллект служит наиболее необходимым и эффективным орудием во взаимодействиях субъекта с окружающим миром, взаимодействиях, которые реализуются сложнейшими путями и выходят далеко за пределы непосредственных и одномоментных контактов, для того чтобы достичь заранее установленных и устойчивых отношений. Однако с другой стороны, этот же способ рассуждения запрещает нам ограничить интеллект его исходной точкой: интеллект для нас есть определенный конечный пункт, а в своих истоках он неотделим от сенсомоторной адаптации в целом, так же как за ее пределами – от самых низших форм биологической адаптации» [8, с. 11]. Не отрицая ядерную роль когнитивного структурирования, Пиаже показывает, что интеллект есть гибкое сочетание разноуровневых адаптивных образований. Тезис о нерасчленимости в нем когнитивного и аффективного компонентов при относительном преобладании первого подтвердился открытием феномена эмоционального интеллекта, который есть преимущественно рациональное постижение эмоций, их понимание и регулирование [9]. Обобщая, ин-

теллект есть равнодействующая различных способов структурирования взаимодействия субъекта со средой, центрированных *ratio*, но отнюдь не сводящихся к нему.

Однако адаптация является очень широким и гетерогенным концептом. Ее часто пытаются экстраполировать и на неживое. Подобную позицию обнаружила кибернетика, где адаптация понимается как средство поддержания стабильности за счет механизмов управления (прежде всего обратной связи). Такой взгляд пытается абстрагироваться как от ее органического субстрата, так и от факторов биологической полезности и телеономии. Однако в объективном плане адаптация, несмотря на попытки своего «размывания», атрибутируется прежде всего живому. К. Лоренц определяет адаптацию как в широком смысле когнитивный процесс получения живым «знания» о реальности и установления когеренции с ней: «Этот процесс, устанавливает соответствие между тем, что приспосабливается, и тем, к чему оно приспосабливается. То, что живая система узнает таким образом о внешней действительности, что в ней “отпечатывается” или “запечатлевается” – это информация» [10, с. 50]. В свою очередь Р. Левонтин трактует адаптацию как в широком смысле «решение проблем» живым: «Современный взгляд на адаптацию сводится к тому, что внешний мир ставит определенные “проблемы”, которые организм должен “решать”, и что механизмом, создающим эти решения, служит эволюция путем естественного отбора. Адаптация – это процесс эволюционного изменения, путем которого организм обеспечивает все лучшее и лучшее “решение” поставленной перед ним “проблемы”» [11, с. 243]. Действительно, важными аргументами уникальности органической адаптации является то, что она есть порождение эволюционных сил и носит целесообразную направленность на выживание и самосохранение. В этом свете не случайно, что даже авторы, исходящие из старого и в целом ошибочного логоцентрического взгляда на интеллект, не отказывают ему в витальной «силе»: «Интеллигенция, полагающаяся на логику, есть собственно природный феномен... законы, каким подчинены логические процессы, суть природные законы, в конечном счете не зависящие ни от чего другого, кроме как от структуры человеческого мозга, где они укоренены» [12, с. 211]. Виталистское видение интеллекта, начавшее противостоять механицизму с XIX в., обосновывается не только абстрактными философскими рассуждениями, но и эмпирическим массивом данных психологии, когнитивных наук, нейробиологии. Используя термины К. Малабу, теория интеллекта демонстрирует явный сдвиг от кибернетического в сторону биологического домена [13].

«Коллективные виды» ИИ, будучи имплементированными на базе физикотехнического субстрата вычислительными структурами, остаются достоянием онтологически простой неживой реальности, которая «вдохновляется» посредством «дизайнерского» замысла человека. Это, конечно, не исключает широкой автономии и самоорганизации современного ИИ, однако в контексте отсутствия адаптивной телеономии он остается лишь имитацией (аватаром) живого интеллекта. В этом свете ИИ есть «интеллект» без интеллекта.

Что важно, ИНС – симулякр не только интеллекта, но и коллектива: он оказывается низведен до абстракции синхронно взаимодействующей совокупности алгоритмов и программ, фундированных работой децентрализованной аппаратной архитектуры. В этом смысле, следуя Марксовской идее о *general intellect*, можно сказать, что ИИ остается продуктом «системы машин», которая сама является порождением совокупных (как умственных, так и физических) усилий людей: «К. Маркс представляет технологическую организа-

цию как воплощенный общий интеллект. В машине, понимаемой как технология оптимизации труда рабочих, проявлялась коллективность человеческого разума... технологии осмысливались как воплощение объединенного интеллекта людей» [14]. Такой подход продолжает М. Пасквинелли, артикулируя необходимость «критической политэкономии ИИ» [15].

Между тем, прогресс ИИ играет конструктивную роль, апофатически обнаруживая колоссальный «остаток» – отличие интеллекта от его технологических объективаций: «Исследования в области искусственного интеллекта (ИИ) позволили уточнить феномен естественного интеллекта (ЕИ), ибо ИИ (как направление исследований) занимается аппроксимацией ЕИ» [16, с. 32–33]. Вычислительное воспроизведение процессов логического мышления и рассуждения смещает фокус внимания на трудно формализуемые пласты интеллекта, связанные с личностным опытом и знанием, пониманием эмоций и ценностей, интуитивным переживанием, инсайтным схватыванием и т. д.

Коллективный интеллект в живой природе: «роевой интеллект» как коллектив без интеллекта. Более тонким является вопрос о КИ в органической природе. На данный момент многообразие живого интегрируется через обнаружение их инвариантной интенции на самосохранение. Однако стабильность является лишь одной из сторон последней. Живое сохраняется только диалектически, через перманентную перестройку. Адаптация в этом свете есть тонкий паритет между стремлением к поддержанию живым самотождественности и переходом в собственную инаковость: «Выживание зависит от двух контрастирующих феноменов или процессов, двух способов достижения адаптивного эффекта. Эволюция, подобно двуликому Янусу, всегда должна смотреть в двух направлениях: внутрь, на закономерности развития и физиологию живого существа, и вовне, на причуды и требования окружающей среды. Внутреннее развитие консервативно и требует, чтобы все новое согласовывалось или было совместимо с закономерностями предшествующего status quo..., напротив, внешний мир беспрестанно меняется и готовится к принятию существ, подвергшихся изменениям» [17, с. 230–231]. Ни одна адаптация не окончательна: всегда остается напряженное противоречие между этими полярными тенденциями, разрешающееся каждый раз в конкретной форме, представляющей собой в том числе определенное сочетание эволюционных консерватизма и новаторства.

В настоящее время наиболее широко изучаемый кейс КИ в природе – это так называемый роевой интеллект, приписываемый прежде всего коллективным насекомым (пчелы, осы, муравьи, термиты), реже птицам и рыбам, иногда также бактериям ввиду их способности образовывать колонии. В его контексте явно обнаруживается противоречие между двумя составляющими КИ – коллективностью и интеллектуальностью. У указанных видов за счет инстинктивного поведения доминирует первое. Они так или иначе воплощают примат родовой, филогенетической ипостаси жизни над индивидуальной, что привело к общему консерватизму этой линии живого: «Коллективная организация совместной деятельности сообществ на уровне отдельного индивида весьма консервативна к изменениям... Мозг муравья недостаточно производителен, чтобы позволить муравью осознать структуру колонии и ее эволюцию под влиянием внешних факторов. Отдельный муравей способен лишь выполнять ограниченный набор “трудовых макроопераций” и на инстинктивном уровне использовать информацию о непосредственном окружении. Но коллективные действия десятков и сотен тысяч особей, сложный сетевой информационный обмен позволяют

муравьиной семье получать необходимые для поддержания жизнеспособности муравейника сведения о состоянии окружающей среды» [18, с. 92]. Идея наличия интеллекта у роевых существ возникает в значительной мере ввиду «перепада сложности», когда комплексная коллективная динамика кажется необъяснимой из-за простоты устройства особей. В частности, Э. О. Уилсон отмечал, что «если бы муравьи располагали рационализирующим мозгом, подобным человеческому, они могли бы быть нам ровней» [19, с. 56]. Однако повторимся: залогом такой синхронии является совместная реализация общеродовой генетической программы. Здесь высвечивается и недостаточность примата инстинктивного поведения: его точность «становится ничемной, когда возникает необходимость в решении новых задач, ранее этим видом не решенных, и тем самым не закрепленных генетически» [20, с. 109]. Консерватизм и узкая специализация оборачиваются регрессом вследствие любых значительных или динамических сдвигов.

Роевой интеллект стал ярким примером концептуальной миграции из области наук о жизни в сферу компьютеринга, где были спроектированы отражающие его логику программы и алгоритмы: «Роевые системы вдохновлены поведением некоторых социальных живых существ, таких как муравьи, термиты, птицы и рыбы. Самоорганизация и децентрализованное управление – замечательные особенности роевых систем» [21, р. 1]. Более того, можно говорить о концептуальной аберрации, когда природный прототип и вычислительная модель меняются местами. В результате сегодня, говоря о роевом интеллекте, прежде всего имеют в виду особую форму «биоиндохновленного» ИИ. Как следствие, этологическая активность указанных существ рассматривается по аналогии с ИИ как дистрибутивная система механистических юнитов. Это было бы невозможно без биоонтологической простоты и поведенческой ригидности данных существ, когда весь потенциал к сложностной синергии «вынесен» вовне особей, только виртуально присутствуя в них ввиду тесной привязки к активности их геномов. Это позволяет маркировать роевой интеллект как коллектив без интеллекта.

Критика концепции «любой интеллект есть коллективный интеллект». Укажем на еще один подход одностороннего плана, а именно установку на то, чтобы рассматривать любой интеллект (в том числе и личный) как коллективный. Возникнув в XIX в. как следствие сближения разума со своим органическим субстратом, мозгом, и шире – организмом, уже тогда понимавшимися как сложноорганизованные системы (клеточная теория, Г. Спенсер, Г. Тард), она затем испытала влияние кибернетики и теории систем, а позднее сферы ИИ, из которых позаимствовала метафоры (опять же в целом «биоиндохвоенные») сетевой архитектуры и распределение организованного обучения (У. Мак-Каллок, У. Питтс, Д. Хебб, Дж. фон Нейман). Одним из самых последовательных разработчиков этого подхода стал М. Минский, предложивший концепцию (со)общества разума. Он формулирует ее основную посылку так: «Мы желаем объяснить интеллект как совокупность простых явлений и процессов. Это означает, что мы должны быть уверены на каждом этапе, что ни один из наших агентов не является сознательным сам по себе» [22, с. 16]. Отмечается, что стержневыми категориями у него являются агенты и операторы, предельно абстрактные сущности, первые из которых воплощают статистическое состояние интеллектуальной системы, совокупность структурных элементов, в вторые – функции над ними, приводящие систему в динамику [23]. Признавая коннекционистскую подоплеку данного подхода, не

стоит упускать из виду, что он также инспирирован более широким редукционистическим и меристическим видением. Минский рассматривает интеллект преимущественно по аналогии с мозгом, «когда кажущийся столь цельным орган» [22, с. 16] на проверку оказывается собранием огромного количества нейронов, агломераты которых фрактально объединены в широкие параллельно функционирующие цепи.

Несмотря на то, что подход Минского был инспирирован прежде всего проблематикой ИИ, подобные взгляды все чаще стали артикулировать биологи и когнитивисты. В говорящей статье «Весь интеллект есть коллективный интеллект» группа исследователей пишет: «Все больше биологов начали поднимать проблемы с распространенным предположением, что организмы – это индивиды, разделенные четкими физическими границами... Во многих случаях при более внимательном рассмотрении мы обнаруживаем, что такие границы размыты и/или меняются со временем... Мы утверждаем, что эффективнее понимать интеллект как коллективный “до самого низа”. То есть, для любого кажущегося индивидуума более внимательное рассмотрение может обнаружить, что его интеллект реализован коллективной динамикой на более низкой (а иногда и более высокой) шкале анализа» [24, р. 170]. Помимо кейса роевого и бактериального «интеллектов» приводятся примеры многоклеточного организма, являющегося сложным «государством клеток» (метафора Р. Вирхова), а также функционированием его распределенных управленческих систем (мозга, иммунитета и т. д.) и «тонкой» регуляцией эмбриогенеза. Если роевой интеллект демонстрирует ошибочность приписывания интеллекта, то взгляд на каждый индивид как КИ исходит из уплощенного понимания и интеллекта, и коллектива. Последний низводится до совокупности взаимодействующих частей безотносительно их онтологического статуса. Симптоматично, что одним из достоинств такого взгляда называется снятие дихотомии коллективного и индивидуального, но очевидна его антидиалектичность: одна из противоположностей полностью сводится ко второй, что лишает смысла и оставшуюся. Такая установка импловизно прорывается за пределы живого, параллельно обнажая свою неадекватность: приписывание и интеллекта, и коллективности системам, состоящим из молекулярных комплексов, кристаллических решеток и астрономических тел одинаково абсурдно. Отказ от индивида приводит к полному растворению КИ в системе внешних связей и отношений, но тогда остается непонятным, что конкретно сообщается и взаимодействует.

Человеческий интеллект как воплощение оптимальной взаимосвязи между коллективным и индивидуальным. Напротив, коллектив сохраняет свое значение, только диалектически оттеняясь своим антиподом, отдельным индивидом, так как де-факто состоит из последних, а индивид в свою очередь сохраняет значение только на фоне множества других индивидов, частично отличающихся и частично сходных с ним. Это было артикулировано еще Г. Гегелем в напряженной диалектике индивида как рода-в-себе и рода как всеобщего индивида: «Живой индивид есть предпосылка, которая еще не оправдалась самой собой... дальнейшее же определение, – это быть родом как тождеством себя со своим ранее безразличным инобытием.... так как отношение рода есть тождество индивидуального самоощущения в чем-то таком, что в то же время есть другой самостоятельный индивид, то оно противоречие... род есть индивидуальность самой жизни» [25, с. 825–826]. В менее спекулятивной форме данная логика нашла свою рецепцию в марксистском учении о родовой и инди-

видуальной сущности человека. Только с появлением человека формируется социальный пласт бытия. Социальность – не только характеристика внешних проявлений совместной деятельности людей, она есть прежде всего квинтэссенция их собственной сущности. В этом контексте В. Е. Кемеров настаивает на гуманизации социальности, переходе от ее понимания как существующей вне человека среды к признанию в качестве имманентного стержня человеческого бытия: «Если система с ее самоорганизацией не есть машина, вмещающая и адаптирующая индивидов, значит ее нужно представить как форму, реализующуюся в жизни и деятельности людей. Тогда в принципе становится понятно, как во взаимодействиях и самореализации индивидов могут осуществляться процессы воспроизводства и изменения различных структур системы» [26, с. 54]. Будучи таким ядром, социальность неизбежно пронизывает все стороны человеческой жизни и находит свое отражение во всех ее атрибутах.

Интеллект отнюдь не является исключением. В конечном счете полноценный интеллект присущ только человеку, так как только человек в полном смысле слова мыслит, целеполагает и целедостигает, ставит и творчески разрешает проблемы. Адаптация в ее биологическом смысле является необходимым, но недостаточным компонентом интеллекта. Любая биологическая адаптация ограничена, так как «заточена» под конкретные локальные условия и формируется «апостериори». Однако магистраль прогрессивного развития живого связана с преодолением примата такой реактивности, стремлением к утверждению максимально возможной автономии от среды. В биологии существует консенсус, что данная линия связана с усложнением нервной системы и становлением психического аппарата (Д. Д. Дана определил ее как цефализацию, Дж. Леконт – как эру психозоя). С Лем рассматривает мозг как «гомеостат второго рода», позволяющий его обладателю выйти из под жесткого диктата предустановленных инстинктивных программ и приспособляться к реальности более полноценно за счет гибкой перестройки поведения: «Возникают редкостные шансы для организмов, наделенных “регулятором второго рода”, т. е. мозгом, которые по мере потребности могут изменять программу действий («самопрограммирование за счет обучения»)». Преимущество получают процессы развития центральной нервной системы как системы, действие которой основано на создании пробных моделей ситуации» [20, с. 109–110]. В философском плане идеи такого преимущества обосновали К. Р. Поппер и затем Д. Деннет. Вместе с тем последний настаивал на недостаточности сведения интеллектуальной активности к проигрыванию возможных сценариев, вполне адекватно выделяя в качестве ядра интеллекта общую способность освоения нового: «Главным признаком понимания служит способность применять усвоенное новое знание, новые способы и методы. Некоторые животные, как мы, обладают чем-то вроде внутренней мастерской, в которой они исследуют собственные мыслительные инструменты, которые получили от рождения. Я полагаю, что сама идея, что наш индивидуальный организм может обладать собственными инструментами по настройке мышления, куда как более мощными, чем грубый и простой механизм совершенствования через пробы и ошибки, служит основой нашего понимания феномена понимания» [27, с. 134].

Психика не отменяет врожденные программы, но возвышается над ними и способна в значительных пределах их варьировать. Поэтому существа с развитой психикой воплощают собой более оптимальное соотношение родовой и индивидуальной ипостасей, где первое не господствует над вторым всецело, но и автономия второго имеет пределы. Вершиной данной

линии стал человек, овладев способностью идеального отражения действительности (сознание) и себя (самосознание), так что в его случае говорить об интеллекте имеет смысл только в связке с ними. Человек получил возможность для перехода к эмерджентному существованию, заключающемуся в том, что он способен не только более совершенно приспосабливаться к среде, но и целенаправленно видоизменять ее в соответствии со своим замыслом [28]. Его интеллект поэтому есть фактор творческого праксиса, когда человек преобразует все более широкие пласты природы, синхронизируя их со своими потребностями и целями.

Именно КИ служит воплощением описанной взаимосвязи родового и индивидуального в мыслительной активности. Долгое время интеллект представал как свойство исключительно отдельного субъекта: «Такое видение предполагает, что центр интеллекта, по сути, является предметом Просвещения, возрожденным как чистая мысль и незапятнанным случайностями нашей коллективной и непостижимо долгой истории биологической и культурной эволюции» [29, р. 4589]. Вместе с тем, начиная с XIX в., формируются подходы, так или иначе преодолевающие данный эголизм: марксизм, учение Э. Дюркгейма о социальной солидарности и категориях мышления как коллективных репрезентациях общего опыта, теории интерсубъективности (Э. Гуссерль, А. Шюц, Э. Штайн), теория третьего мира К. Поппера, теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса, теория коллективной интенциональности Дж. Сёрля. Конечно, они концептуально различны, однако их объединяет то, что каждая по-своему размыкает интеллектуальную жизнь, обнаруживая ее надындивидуальное измерение. Наша гипотеза в том, что эти теории можно сгруппировать в два больших класса: первый концентрируется на объективных основаниях и проекциях КИ (праксис, коммуникация, язык), в то время как второй склонен постигать его имманентное ментальное содержание. Они в целом взаимодополняющи, но ведущую роль должен играть второй, так как интеллект есть полноправная составляющая сознания. КИ есть синергия сознаний, без которой совместный праксис или коммуникативные системы были бы бессмысленны. В случае КИ первое лицо (Я) отнюдь не трансформируется в третье, но лишь плюрализируется, становясь «Мы-сознанием» (точнее, особым «Мы-режимом» сознаний [30]). Информационное общество создает более благоприятные условия для партисипаторного участия людей в коллективных процессах целеполагания и целедостижения, постановки и преодоления проблем, принятия решений и планирования стратегий развития (фабрики мысли, краудсорсинг, электронная демократия, сетевая экспертиза, гражданская наука, рынки предсказаний и т. д.) [31].

Следует иметь в виду, что КИ также всегда принадлежит некоему носителю. Им оказывается особый коллективный субъект. Несмотря на сдвиги в направлении сетевого и гибридного способа организации, такой коллективный субъект не обращается в «сумму технологий», сохраняя в качестве своего ядра человеческих индивидов с их антропологическими атрибутами: «Коллективный субъект, обладающий коллективной памятью и владеющей коллективными способами решения задач познания и деятельности, играет важную роль в производстве, сохранении и передаче определенных типизаций, таких как образцы взаимодействия с людьми, способы предметнопрактической деятельности... коллективный субъект вырабатывает, хранит и передает технологию адаптации человека к реальности, социуму» [32, с. 126–127]. Полноценно понятый КИ есть проявление социальной сущности человека как сложного сплава родового и личного. Нарастание общности в интеллектуальном плане

может происходить не иначе, чем посредством интеграции индивидов при сохранении их индивидуальности: «Коллективный интеллект у людей неизбежно социален и, следовательно, основан на актах общения, которые позволяют людям координировать и формировать свои миры» [29, р. 4600]. Все это позволяет маркировать человеческий КИ как КИ в полном смысле обоих понятий.

Закключение. Исследование показало, что при определении границ КИ нужно исходить из его реальной сущности. Дефиниция интеллекта играет ведущую роль, однако понимание коллектива также важно. Предложен диверсифицированный подход, учитывающий субстратную конкретику объектов, демонстрирующих интеллектуальные свойства.

Анализ технологического измерения результировался в том, что ни интеллект, ни его коллективные ипостаси не могут быть атрибутированы современному ИИ. Он реализуется на онтологически простом физико-техническом субстрате, представленном соответствующей компьютерной архитектурой, будучи де-факто совокупностью имплементированных на ней программ и алгоритмов. ИИ способен имитировать лишь точечные свойства интеллекта, связанные с рассуждением и выводом, обработкой языка, распознаванием объективированных паттернов. В свою очередь распределенный ИИ есть имитация КИ: коллективность теряет аутентичный смысл, сводясь к информационному процессингу между юнитами сети.

Вопрос о КИ в органической природе зависит от линии развития и уровня организации живого. Роевой интеллект не может считаться КИ, так как групповая самоорганизация в нем обусловлена инстинктивными программами. Ригидность роевого поведения не совместима с интеллектом, который ассоциируется с интерактивным отражением реальности, освоением и передачей нового негенетическими путями. Роевой интеллект есть коллектив без интеллекта; он воплощает одностороннее господство родовой жизни, поэтому связанная с ним линия стала тупиковой для дальнейшего прогресса когнитивного аппарата.

С другой стороны, в последнее время оформился концепт, стремящийся репрезентировать любой интеллект как коллективный. Вдохновляясь живой природой, он тем не менее быстро обнаруживает редукционистический характер. В итоге КИ экстраполируется за пределы живого. Специфика интеллекта как адаптивного свойства нивелируется, коллектив также сводится к совокупности абстрактных элементов.

Появлению интеллекта благоприятствовала линия животных, существующих в группах, сохраняющих значимость индивидов и их онтогенетического опыта. Человек является ее вершиной, перейдя вместе с тем на качественно новый уровень организации своего общения. Интегрально его можно определить как «социальность», понимающуюся как прежде всего внутреннее эссенциальное качество самого человека, воплощенное во всех его главных атрибутах (труд, мышление, речь и язык, культура и т. д.). Полностью проявленный интеллект человека есть всегда интеллект социальный. Это открывает возможность для объяснения КИ. Он является следствием тонкого диалектического баланса между родовым и индивидуальным в мыслительной активности человека при только относительном примате первого. Социальность также означает, что интеллект полностью раскрывается как фактор не столько «апостериорной» адаптации, сколько многомерного творческого праксиса, позволяющего не только познавать и приспосабливаться, но и создавать принципиально новое. Интеллект не есть лишь ментальный (когнитивный) феномен, он вплетен в предметную де-

тельность и внешнюю коллаборацию человека с себе подобными. В конечном счете антропологический КИ есть полный антипод искусственного КИ: в то время как второй является симулякром и интеллекта, и коллектива, первый представляет собой их конъюнктивное и, более того, диалектическое единство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Levy P. Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace. NY: Perseus Books, 1994.
2. Mulgan G. Big mind: How collective intelligence can change our world. Princeton: Princeton Univ. Press, 2018. DOI: 10.2307/j.ctvc7738s
3. Leimeister J. M. Collective intelligence // Business & Information Systems Engineering. 2010. Vol. 2. P. 245–248. DOI: 10.1007/s12599-010-0114-8
4. Casadei R. Artificial collective intelligence engineering: a survey of concepts and perspectives // Artificial Life. 2023. Vol. 29, № 4. P. 433–467. DOI: https://doi.org/10.1162/artl_a_00408
5. Handbook of collective intelligence / ed. by T. W. Malone, M. S. Bernstein. Cambridge: MIT press, 2022.
6. Centola D. The network science of collective intelligence // Trends in Cognitive Sciences. 2022. Vol. 26, iss. 11. P. 923–941. DOI: 10.1016/j.tics.2022.08.009
7. Сергиенко Е. А. Модель психического и теория Ж. Пиаже // Психологические исследования. 2009. № 1 (3). URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2009n1-3/48-sergienko3.html> (дата обращения: 20.11.2025). DOI: <https://doi.org/10.54359/ps.v2i3.1012>
8. Пиаже Ж. Психология интеллекта / пер. с фр. А. М. Пятигорского. СПб.: Питер, 2004.
9. Robinson M. D., Asad M. R., Irvin R. L. Emotional intelligence as evaluative activity: theory, findings, and future directions // J. of Intelligence. 2023. Vol. 11, iss. 6: 125. DOI: 10.3390/jintelligence11060125
10. Лоренц К. Обратная сторона зеркала / пер. с нем. А. Федорова. М.: АСТ, 2021.
11. Левонтин Р. К. Адаптация // Эволюция / Э. Майр, Айала Ф., Р. Дикерсон и др. / пер. с англ. Н. Фоминой. М.: Мир, 1981. С. 241–264.
12. Арендт Х. Vita activa, или О деятельной жизни / пер. с нем. и англ. В. Бибихина. М.: Ad Marginem, 2023.
13. Malabou C. Morphing intelligence: From IQ measurement to artificial brains. NY: Columbia Univ. Press, 2019.
14. Быльева Д. С. Коллективный и искусственный интеллект // Вестн. Мининского ун-та. 2023. Т. 11, № 2 (43): 13. DOI: 10.26795/2307-1281-2023-11-2-13
15. Pasquinelli M. The eye of the master: a social history of artificial intelligence. London, NY: Verso, 2023.
16. Алексеева И. Ю., Никитина Е. А. Интеллект и технологии. М.: Проспект, 2016.
17. Бейтсон Г. Разум и природа: неизбежное единство / пер. с англ. Д. Я. Федотова. М.: КомКнига, 2007.
18. Мосьяков И. В., Мосьяков В. Е. Проявления коллективного разума в природе и обществе // Альманах современной науки и образования. 2016. № 2 (104). С. 91–95.
19. Уилсон Э. О. О природе человека / пер. с англ. Т. О. Новиковой. М.: Кучково поле, 2015.
20. Лем С. Сумма технологии / пер. с пол. Ф. Широкова. М.: АСТ, 2002.
21. Parpinelli R. S., Lopes H. S. New inspirations in swarm intelligence: a survey // Int. J. of Bio-Inspired Computation. 2011. Vol. 3, № 1. P. 1–16. DOI: 10.1504/IJBIC.2011.038700
22. Минский М. Сообщество разума / пер. с англ. В. Желнинова. М.: АСТ, 2018.
23. Безлепкин Е. А. Сообщество разума: идеи М. Минского об интеллектуальных агентах // Философия науки. 2020. № 3 (86). С. 104–118. DOI: 10.15372/PS20200308

24. All intelligence is collective intelligence / J. B. Falandays, Roope O. K., Cody M. et al. // J. of Multiscale Neuroscience. 2023. Vol. 2, № 1. P. 169–191. DOI: 10.56280/1564736810
25. Гегель Г. Наука логики / пер. с нем. Б. Столпнера. М.: АСТ, 2018.
26. Кемеров В. Е. Общество. Социальность. Полисубъектность. М.: Академ. проект, 2012.
27. Деннет Д. Разум от начала до конца / пер. с англ. М. Соколовой. М.: Эксмо, 2021.
28. Желнин А. И. Специфика механизма адаптации человека и его нарушение как причина социально-биологического кризиса // Вестн. Пермского ун-та. Философия. Психология. Социология. 2014. № 2 (18). С. 87–93.
29. Halpin H. Artificial intelligence versus collective intelligence // AI & Society. 2025. Vol. 40. P. 4589–4604. DOI: 10.1007/s00146-025-02240-x
30. Gallotti M., Frith C. D. Social cognition in the we-mode // Trends in cognitive sciences. 2013. Vol. 17, iss. 4. P. 160–165. DOI: 10.1016/j.tics.2013.02.002
31. Славин Б. Б. Эпоха коллективного разума: о роли информации в обществе и о коммуникационной природе человека. М.: Либроком, 2019.
32. Никитина Е. А. Коллективный субъект в сложных человекомерных системах: интеллект или сумма технологий? // Философия науки и техники. 2021. Т. 26, № 1. С. 122–130. DOI: 10.21146/2413-9084-2021-26-1-122-130

Информация об авторе

Желнин Антон Игоревич – кандидат философских наук (2017), доцент кафедры философии Пермского государственного национального исследовательского университета, ул. Букирева, д. 15, Пермь, 614068, Россия. Автор более 80 научных публикаций. Сфера научных интересов: интеллект и его коллективные формы, взаимосвязь биологического и социокультурного в сознании и интеллекте, логические и эпистемологические аспекты интеллекта.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 22.11.2025; принята после рецензирования 26.03.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Levy, P. (1994), *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*, Perseus Books, NY, USA.
2. Mulgan, G. (2018), *Big mind: How collective intelligence can change our world*, Princeton Univ. Press, Princeton, USA. DOI: 10.2307/j.ctvc7738s
3. Leimeister, J.M. (2010), "Collective intelligence", *Business & Information Systems Engineering*, vol. 2, pp. 245–248. DOI: 10.1007/s12599-010-0114-8
4. Casadei, R. (2023), "Artificial collective intelligence engineering: a survey of concepts and perspectives", *Artificial Life*, vol. 29, no. 4, pp. 433–467. DOI: https://doi.org/10.1162/artl_a_00408
5. Malone, T.W. and Bernstein, M.S. (2022), *Handbook of collective intelligence*, MIT press, Cambridge, USA.
6. Centola, D. (2022), "The network science of collective intelligence", *Trends in Cognitive Sciences*, vol. 26, no. 11, pp. 923–941. DOI: 10.1016/j.tics.2022.08.009
7. Sergienko, E.A. (2009), "Mentality model and Piaget's theory", *Psychological Studies*, no. 1 (3), available at: <http://psystudy.ru/index.php/num/2009n1-3/48-sergienko3.html> (accessed 20.11.2025). DOI: <https://doi.org/10.54359/ps.v2i3.1012>
8. Piaget, J. (2004), *La psychologie de l'intelligence*, Transl. by Pyatigorskii, A.M., Piter, SPb., RUS.
9. Robinson, M.D., Asad, M.R. and Irvin, R.L. (2023), "Emotional intelligence as evaluative activity: Theory, findings, and future directions", *J. of Intelligence*, vol. 11, iss. 6: 125. DOI: 10.3390/jintelligence11060125
10. Lorents, K. (2021), *Die Rückseite des Spiegels: Versuch einer Naturgeschichte menschlichen Erkennens*, Transl. by Fedorov, A., AST, Moscow, RUS.
11. Levontin, R.K. (1981), "Adaptation", *Ehvolutsiya* [Evolution], Mayr, E., Ayala, F.J., Schopf, J.W. et al., Transl. by Fomina, N., Mir, Moscow, RUS, pp. 241–264.

12. Arendt, H. (2023), *The Human Condition*, Transl. by Bibihin, V.V., Ad Marginem, Moscow, RUS.
13. Malabou, C. (2019), *Morphing intelligence: From IQ measurement to artificial brains*, Columbia Univ. Press, NY, USA.
14. Byl'eva, D.S. (2023), "Collective and artificial intelligence", *Vestnik of Minin Univ.*, vol. 11, no. 2 (43): 13. DOI: 10.26795/2307-1281-2023-11-2-13
15. Pasquinelli, M. (2023), *The eye of the master: A social history of artificial intelligence*, Verso Books, London, NY, UK.
16. Alekseeva, I.Yu. and Nikitina, E.A. (2016), *Intellekt i tekhnologii* [Intelligence and technologies], Prospekt, Moscow, RUS.
17. Bateson, G. (2007), *Mind and Nature: a Necessary Unity*, Transl. by Fedotov, D.Ya, KomKniga, Moscow, RUS.
18. Mos'yakov, I.V. and Mos'yakov, V.E. (2016), "Manifestations of collective mind in nature and society", *Almanac of Modern Science and Education*, no. 2 (104), pp. 91–95.
19. Wilson, E.O. (2015), *On Human Nature*, Transl. by Novikova, T.O., Kuchkovo pole, Moscow, RUS.
20. Lem, S. (2002), *Summa Technologiae*, Transl. by Shirokov, F., AST, Moscow, RUS.
21. Parpinelli, R.S. and Lopes, H.S. (2011), "New inspirations in swarm intelligence: a survey", *Int. J. of Bio-Inspired Computation*, vol. 3, no. 1, pp. 1–16. DOI: 10.1504/IJBIC.2011.038700
22. Minsky, M. (2018), *The Society of mind*, Transl. by Zhelninov, V., AST, Moscow, RUS.
23. Bezlepkin, E.A. (2020), "The society of mind: M. Minsky's ideas about intellectual agents", *Philosophy of Science*, no. 3 (86), pp. 104–118. DOI: 10.15372/PS20200308
24. Falandays, J.B., Roope, O.K., Cody, M. et al. (2023), "All intelligence is collective intelligence", *J. of Multiscale Neuroscience*, vol. 2, no. 1, pp. 169–191. DOI: 10.56280/1564736810
25. Hegel, G. (2018), *Wissenschaft der Logik*, Transl. by Stolpner, B., AST, Moscow, RUS.
26. Kemerov, V.E. (2012), *Obshchestvo. Sotsial'nost'. Polisub'ektnost'* [Society. Sociality, Polysubjectivity], Akademicheskii proekt, Moscow, RUS.
27. Dennett, D. (2021), *From Bacteria to Bach and Back: The Evolution of Minds*, Transl. by Sokolova, M., Eksmo, Moscow, RUS.
28. Zhelnin, A.I. (2014), "The specificity of human adaptation mechanism and its break as the cause of sociobiological crisis", *Perm Univ. Herald. Ser. Philosophy. Psychology. Sociology*, no. 2 (18), pp. 87–93.
29. Halpin, H. (2025), "Artificial intelligence versus collective intelligence", *AI & Society*, vol. 40, pp. 4589–4604. DOI: 10.1007/s00146-025-02240-x
30. Gallotti, M. and Frith, C.D. (2013), "Social cognition in the we-mode", *Trends in cognitive sciences*, vol. 17, iss. 4, pp. 160–165. DOI: 10.1016/j.tics.2013.02.002
31. Slavin, B.B. (2019), *Ehpokha kollektivnogo razuma: O roli informatsii v obshchestve i o kommunikatsionnoi prirode cheloveka* [Epoch of collective mind: on role of information and communicative nature of human], Librokom, Moscow, RUS.
32. Nikitina, E.A. (2021), "The collective subject in complex human-dimensional systems: intelligence or the sum of technologies?", *Philosophy of Science and Technology*, vol. 26, no. 1, pp. 122–130. DOI: 10.21146/2413-9084-2021-26-1-122-130

Information about the author

Anton I. Zhelnin – Can. Sci. (Philosophy, 2017), Associate Professor at the Department of Philosophy, Perm State University, Bukireva st., 15, Perm 614068, Russia. The author of more than 80 scientific publications. Area of expertise: intelligence and its collective forms, interconnection between the biological and the sociocultural in consciousness and intelligence, logical and epistemological aspects of intelligence.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 22.11.2025; adopted after review 26.03.2026; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 165.41

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-64-74>

Эпистемология добродетелей в контексте философии медицины и врачебной практики: актуальность и перспективы интеграции

Салават Раисович Муртазин

*Казанский государственный медицинский университет, Казань, Россия,
salavat.murtazin@kazangmu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5428-1093>*

Введение. Статья посвящена интеграции эпистемологии добродетелей в философию медицины и клиническую практику, а также ее использованию для формирования доверия между медициной и обществом. Актуальность темы связана с кризисом доверия к официальной медицине и распространением ВИЧ-диссидентства. Рассматривается эпистемологический аспект коммуникации врача и пациента.

Методология и источники. Используются методы концептуального и компаративного анализа. Основными источниками выступают работы по философии и эпистемологии доказательной медицины, а также исследования по эпистемологии добродетелей. Дополнительно привлекаются публикации по эвиденциализму.

Результаты и обсуждение. Анализируются аргументы за и против интеграции эпистемологии добродетелей в философию медицины. Сторонники доказательной медицины отдают приоритет результатам рандомизированных клинических исследований, тогда как опыт врача рассматривается как менее надежный источник знания. Антифундаменталисты, напротив, подчеркивают ограниченность РКИ и значение клинического опыта. В статье обосновывается необходимость оценки интеллектуального характера врача средствами релейбелистской и респонсibiliстской эпистемологии добродетелей.

Заключение. Интеграция эпистемологии добродетелей в философию медицины может способствовать укреплению доверия между обществом и медициной. Особое внимание уделяется возможностям экспериментальной философии в изучении представлений медицинского сообщества об интеллектуальном характере врача. Подобный подход позволяет по-новому рассмотреть профессиональную деятельность врача, соединяя требования доказательной медицины с вниманием к интеллектуальным качествам специалиста. Это создает условия для более устойчивых и доверительных отношений между врачом, пациентом и обществом, а также расширяет возможности философского анализа современной медицинской практики.

Ключевые слова: доказательная медицина, философия медицины, эпистемология добродетелей, доверие, добродетели, пороки, респонсibiliзм, релейбелизм

Для цитирования: Муртазин С. Р. Эпистемология добродетелей в контексте философии медицины и врачебной практики: актуальность и перспективы интеграции // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 64–74. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-64-74

© Муртазин С. Р., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

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



Virtue Epistemology in the Context of Philosophy of Medicine and Medical Practice: Relevance and Prospects for Integration

Salavat R. Murtazin

*Kazan State Medical University, Kazan, Russia,
salavat.murtazin@kazangmu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5428-1093>*

Introduction. The article examines the integration of virtue epistemology into the philosophy of medicine and clinical practice and its role in strengthening trust between medicine and society. The topic is linked to the crisis of trust in official medicine and the spread of HIV denialism. Particular attention is given to the epistemological dimension of doctor–patient communication.

Methodology and sources. The study is based on conceptual and comparative analysis. The main sources include works on the philosophy and epistemology of evidence-based medicine, together with studies devoted to virtue epistemology. Publications on evidentialism are also considered.

Results and discussion. The article analyzes arguments for and against integrating virtue epistemology into the philosophy of medicine. Supporters of evidence-based medicine prioritize the results of randomized clinical trials, while physicians' experience is regarded as a less reliable source of knowledge. Anti-foundationalists, however, emphasize the limitations of randomized clinical trials and the importance of clinical experience. The article therefore argues for evaluating physicians' intellectual character through both reliabilist and responsibilist virtue epistemology.

Conclusion. The integration of virtue epistemology into the philosophy of medicine may strengthen trust between society and medicine. Particular attention is paid to experimental philosophy and its ability to reveal views within the medical community concerning desirable and undesirable traits of physicians' intellectual character. Such an approach broadens the possibilities for the philosophical analysis of contemporary medicine. At the same time, the proposed approach allows philosophical reflection on medical knowledge to be connected more closely with everyday clinical decision-making and professional responsibility in practice.

Keywords: evidence-based medicine, philosophy of medicine, virtue epistemology, trust, virtues, vices, responsibilism, reliabilism

For citation: Murtazin, S.R. (2026), "Virtue Epistemology in the Context of Philosophy of Medicine and Medical Practice: Relevance and Prospects for Integration", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 64–74. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-64-74

Введение. Немаловажной практической проблемой современной эпистемологии является проблема уместности и обоснованности доверия свидетельству в процессе формирования тех или иных убеждений. В этой статье рассмотрена область жизни общества, для которой решение этой проблемы является особенно важным, а именно медицина и здравоохранение. Значение эпистемического доверия для медицины обусловлено тем, что доверие врачу в частности и медицине в целом является главным условием сохранения и поддержания здоровья и благополучия как отдельно взятого человека, так и целых сообществ. В то же время сегодня в обществе широко распространяется недоверие к современной медицине

и фармацевтике, например, проявляющееся в формах антивакцинаторства или ВИЧ-диссидентства, а также к вакцинации. Значительное негативное влияние на успешность коммуникации между медициной и обществом оказывает «инфодемия», объявленная ООН и ВОЗ: дефляция ценности научного знания в глазах общества и подрыв доверия к нему ведут к подрыву доверия к современной медицине, опирающейся на научный метод и авторитет научного знания. Наиболее остро эта проблема проявила себя в период пандемии. Так, Л. М. Мухарямова и соавторы указывают, что готовность людей к вакцинации, рассматривающийся как основной способ «торможения» распространения болезней, в том числе и коронавируса, «зависит от доверия медицинским работникам и системе здравоохранения, науке, фармацевтическим компаниям» [1, с. 43]. Однако, как отмечают Н. А. Вялых и соавторы, пандемия стала скорее поводом для повышенного внимания к проблеме, существовавшей задолго до пандемии, в том числе в контексте российского здравоохранения, и не теряющей своей актуальности и постковидный период, даже несмотря на возникновение новых вызовов и угроз после 2022 г. [2, с. 18]. Таким образом, проблема коммуникации медицины и общества, а также выстраивания дополнительных подходов к диалогу между ними, представляется одной из наиболее важных задач, стоящих как перед самой медициной, так и перед философией медицины. В статье эта проблема рассматривается не с точки зрения этики медицины и биоэтики, а с точки зрения эпистемологического аспекта как работы самого врача, так и его коммуникации с пациентом.

Методология и источники. В работе используются классические для философии методы концептуального и компаративного анализа. Метод концептуального анализа позволяет прояснить значение таких ключевых для исследования понятий, как «доказательная медицина», «эвиденциализм» и т. д. Метод компаративного анализа используется для сопоставления и сравнения аргументации сторонников и критиков доказательной медицины, а также сторонников и противников внедрения эпистемологии добродетелей в философию медицины и клиническую практику. В качестве основных источников выступают работы, посвященные изложению и анализу основных положений и особенностей доказательной медицины (ЕВМ), а также исследования, рассматривающие возможность использования эпистемологии добродетелей в качестве дополнения к эпистемологии медицины. В качестве вспомогательных источников используются работы по современной эпистемологии, анализирующие такие направления, как эвиденциализм и эпистемология добродетелей.

Результаты и обсуждение. В рамках современной эпистемологии медицины, как, например, утверждает Н. Гинеа, существует дискуссия между установками, которые могут быть обозначены как «фундаментализм» и «антифундаментализм» [3, р. 447]. Первая позиция, как отмечает автор, близка сторонникам доказательной медицины (чаще всего обозначаемой аббревиатурой ЕВМ от англ. evidence-based medicine), основанной на научных рандомизированных контролируемых исследованиях (РКИ). Сторонники этого подхода убеждены, что доказательства (evidence), полученные посредством РКИ, должны рассматриваться как наиболее надежный фундамент знания в медицине и как главное основание для принятия врачом клинических решений. Как можно догадаться, философским и эпистемологическим фундаментом доказательной медицины является эвиденциализм. Как, например, пишет в своей статье «Респонсибилистский эвиденциализм» К. М. Клус, этот подход

предполагает, что «обоснование доксистического отношения (т. е. отношения веры, неверия или воздержания от суждения) полностью определяется доказательствами, которыми субъект располагает в определенный момент времени» [4, р. 3000]. Чем надежнее доказательство, тем с большим основанием конкретное убеждение может быть обозначено как истинное и обоснованное. Одним из немаловажных следствий применения эвиденциализма к работе врача является тезис о том, что «клиническая практика, не “основанная” на доказательствах, менее легитимна, чем та, которая таковой является, а практика, основанная на том, что считается “сильными” доказательствами, более легитимна, чем практика, основанная на “слабых” доказательствах» [3, р. 447]. Идея существования «слабых» и «сильных» доказательств в ЕВМ выражается через так называемую «иерархию доказательств» (англ. *hierarchy of evidence*). На вершине этой пирамиды располагаются результаты РКИ. Особенности проведения этих исследований, с точки зрения их сторонников, позволяют получать наиболее надежные результаты, не подверженные искажениям и ошибкам, свойственным иным формам медицинских исследований. В частности, РКИ с большей долей вероятности позволяют отделить влияние процесса лечения от эффекта плацебо или естественного течения заболевания, а также охватить в исследованиях максимально возможное количество случаев проявления того или иного заболевания.

Не менее важным следствием строгого и радикального следования идеалам ЕВМ становится формирование скептицизма касательно ценности суждений и опыта самого врача как для процесса постановки диагноза, так и для контроля над ходом лечения. Так, Дж. Хоуик в работе «Философия доказательной медицины» пишет, что «клинические суждения» и «опыт врачей» должны либо находиться в самом низу иерархии доказательств, либо вовсе должны быть из нее исключены [5, р. 192]. Это прежде всего связано с тем, что опыт врача ограничен статистически небольшим количеством случаев, что существенно при оценке умеренных положительных или отрицательных эффектов лечения. Более того, врачи склонны к систематическим ошибкам, в частности к приписыванию улучшения состояния пациента самому процессу лечения, тогда как оно может быть результатом естественного течения болезни или эффекта плацебо. В то же время именно РКИ, как уже указывалось, благодаря их особенностям, с точки зрения сторонников ЕВМ, позволяют минимизировать возможность подобного рода ошибок. Другой сторонник ЕВМ, А. Шваб, в своей статье «Эпистемическое доверие, эпистемическая ответственность и медицинская практика» также проявляет явный скептицизм относительно ценности суждений врача в процессе клинической практики. Указывая на множество факторов, способствующих их ошибочности и ненадежности, он прямо утверждает, что «надежность медицинских суждений можно повысить, если исключить индивидуальное суждение врача. Даже если мы признаем, что в некоторых случаях суждения врача необходимы, мы также можем признать, что без них нам будет лучше» [6, р. 309]. Таким образом, с определенными оговорками можно утверждать, что необходимым ядром медицинской практики, с точки зрения фундаменталистов, являются результаты наиболее точных, строгих и репрезентативных РКИ, которые рассматриваются в качестве самого надежного обоснования убеждений о состоянии пациента, а также эффективности тех или иных методов лечения. Значение суждений врача и его опыта во избежание ошибок и предвзятости в рамках подобной системы должно быть сведено к минимуму. Например, как утверждает в статье

«Этика психофармакотерапии в эпоху доказательной медицины» В. Д. Менделевич, в рамках такой системы «значимость клинического опыта врача существенно снижается. Врачебное искусство уступает место ремеслу» [7, с. 20].

Антифундаменталисты в свою очередь подвергают резкой критике саму идею универсальной «иерархии доказательств», утверждения о привилегированном статусе доказательств, полученных с помощью РКИ, а также требование исключить клинический опыт и суждения врача из процесса принятия клинических решений. В качестве аргументов приводится, что знания, полученные в строго фиксированных экспериментальных условиях, часто являются слишком «узкими», не учитывающими многообразия ситуаций и обстоятельств клинической практики. Это в свою очередь, как утверждает А. В. Углева, связано с явными недостатками ЕВМ в качестве обоснования для принятия решений относительно конкретного пациента в конкретных обстоятельствах. Она утверждает, что «среднестатистические данные, на которые опирается доказательная медицина (ДМ), не могут принимать во внимание особенности конкретного пациента, история болезни которого никогда на 100 % не совпадает с историей заболевания другого человека и тем более целой группы, участвующей в испытаниях» [8, с. 139]. На проблему соотношения условий РКИ и реальностью клинической практики также указывает в своей статье «Эпистемологические и этические проблемы концепции доказательной медицины» А. Е. Комлев, утверждая, что в большинстве РКИ «в качестве объекта исследования выступает популяция пациентов с одним изучаемым заболеванием, при этом строго определенная критериями включения и исключения в исследование» [9, с. 9]. В связи со сказанным существуют основания полагать, что граница между медицинской практикой и научными исследованиями может оказаться не столь ясной и четкой, как может показаться на первый взгляд. На это, например, указывают в своей статье «К теории ошибочности в медицине» А. Макинтайр и С. Горовиц. Они утверждают, что работа с единичными и уникальными объектами (например, с пациентами) предполагает ограничения в применении уже готового научного знания, претендующего на универсальное описание отдельных объектов. Более того, работа с такими уникальными объектами, как человек со специфической историей болезни и особенностями организма, предполагает, что его лечение в какой-то степени неизбежно является «экспериментальным», так как, даже опираясь на результаты самых надежных и точных исследований, врач не может точно предсказать, каковы будут результаты лечения пациента в данном конкретном случае. Говоря иначе, как утверждают А. Макинтайр и С. Горовиц, «эффект данного терапевтического вмешательства на данного пациента всегда в той или иной степени неопределен, независимо от того, сколько известно об общих характеристиках вмешательств подобного типа; каждое терапевтическое вмешательство является экспериментом над благополучием данного конкретного пациента» [10, p. 65].

В противовес некоторым сторонникам ЕВМ антиредукционисты нередко делают акцент на значении интеллектуального характера, опыта и суждений врача для медицинской практики. Например, как утверждает уже упомянутая А. В. Углева, врач нередко вынужден опираться на собственный клинический опыт, знания и здравый смысл, так как «не всегда в конкретной клинической ситуации предлагаемые ДМ основания для принятия решения достаточны» [8, с. 148]. Другой автор, критически относящийся к абсолютизации значения РКИ, Н. Гинеа, утверждает, что врачи должны исполнять роль «критиков», «интерпретатор-

ов» и «судей», самостоятельно оценивая как сами доказательства, полученные с помощью РКИ, так и то, насколько знания, основанные на этих доказательствах, применимы в каждом конкретном клиническом случае. Тот же Дж. Хоуик отмечает, что, несмотря на исключение опыта и знаний конкретного врача как эксперта из иерархии доказательств, ошибочно полностью исключать их из врачебной практики. С его точки зрения, экспертность врача необходима не для обоснования эффективности или неэффективности той или иной стратегии лечения, а для того, чтобы «учитывать ценности и обстоятельства пациента, максимизировать терапевтическую пользу лечения и реализовывать различные другие навыки, требующие неявного знания эксперта» [5, р. 220]. Таким образом, интеллектуальный и моральный характер врача, его опыт и знания, с точки зрения автора, должны быть реабилитированы в рамках модифицированного и обновленного определения ЕВМ, хотя в эпистемологическом плане Дж. Хоуик отрицает ценность интеллектуального характера врача в процессе формирования знаний о болезни и ходе ее лечения.

В связи со значительной ролью интеллектуального характера врача в его профессиональной деятельности, в том числе существенно влияющего на качество и результаты его работы с имеющимися у него доказательствами, весьма важным шагом представляется интеграция в философию медицины такого подхода, как эпистемология добродетелей. Главной особенностью этого направления, на что, например, указывает в своей известной монографии А. Р. Каримов, является то, что «фокус эпистемической оценки смещается с [обоснованности] суждений (убеждений) на самого субъекта» [11, с. 8]. В связи с этим выделяют два взаимосвязанных направления эпистемологии добродетелей. Первое – релейбализм – делающий акцент на надежности познавательных способностей и инструментария эпистемического агента, а также на процессе их применения в рамках познавательной деятельности. Второе – респонсибилизм – оценивающий черты интеллектуального характера эпистемического агента, способствующие формированию им истинных и обоснованных убеждений. Те черты интеллектуального характера субъекта, которые с большей степенью вероятности приведут его к истине, обозначаются в рамках данного подхода как интеллектуальные или эпистемические добродетели (эпистемическое мужество, благоразумие и т. д.), а те, что способствуют заблуждению – как интеллектуальные или эпистемические пороки (эпистемическая несправедливость, интеллектуальное высокомерие и т. д.). При этом ключевой добродетелью в этом контексте является эпистемическая ответственность, на что указывает само название этого направления (от англ. *responsibility*). Так, одна из основательниц данного направления, Л. Коуд, обозначая различие между респонсибилизмом и релейбализмом, утверждает, что человек как субъект, в отличие от измерительных приборов, может быть не только надежным, но также и ответственным с эпистемической точки зрения. А именно, она утверждает, что «познающий [субъект] имеет в важном отношении выбор относительно способов структурирования познания и несет ответственность за этот выбор» [12, р. 39].

Стоит отметить, что оценка познающего субъекта не только как надежного, но и как ответственного может продуктивно сочетаться с эвиденциализмом (что также косвенно говорит о ее гипотетической совместимости с ЕВМ). Так, уже упомянутый выше К. М. Клус, указывая на недостаточность «чистого» эвиденциализма, утверждает необходимость так называемого респонсибилистского эвиденциализма. Суть его подхода заключается в том, что « S оправдан(а) в вере в p в момент t тогда и только тогда, когда свидетельства S в момент t в совокупности

поддерживают p и S эпистемически ответственен(а) в вере в p в момент t » [4, р. 3008]. Говоря иначе, с точки зрения этой концепции, важным условием обоснования знания является не только факт наличия у субъекта доказательств, но также то, как субъект получил эти доказательства, а также насколько (эпистемически) ответственно относится к ним. Таким образом, респонсibiliзм не исключает эвиденциализм, но дополняет его. Такой подход кажется особенно актуальным для медицины: для врача важно не просто обладание определенным набором доказательств, но также способность и желание активно, тщательно и ответственно анализировать эти доказательства. Например, он должен проверять медицинские исследования, из которых он черпает информацию, на наличие ошибок и фальсификаций, а также внимательно относиться к источникам этой информации. Говоря иначе, быть не только надежным и хорошо информированным, но также и эпистемически ответственным субъектом.

Попытки использования респонсibiliстской теории для оценки интеллектуального характера врача в контексте его профессиональной деятельности могут столкнуться с сопротивлением некоторых сторонников ЕВМ. Например, А. Шваб подвергает критике идею о необходимости оценки интеллектуального характера врачей. Во-первых, с его точки зрения, интеллектуальный характер нестабилен и изменчив, поэтому не может быть надежным основанием для оценки врача и его работы. Стоит отметить, что подобного рода стратегия аргументации также нередко используется противниками и критиками эпистемологии добродетелей в целом [13]. Во-вторых, он утверждает, что оценка интеллектуального характера врача может быть искажена, например, существующими в обществе предрассудками об интеллектуальных способностях представителей различных социальных групп. В данном контексте можно вспомнить об эпистемической несправедливости, а именно о феномене приписывания обществом отдельным социальным и культурным группам тех или иных интеллектуальных пороков, явно снижающих степень эпистемического доверия к ним [14, с. 43]. Например, в некоторых сообществах женщинам приписывают нелогичность и легкомысленность, что может привести к явной недооценке их способности быть хорошими и профессиональными врачами.

Нам представляется, что эпистемология добродетелей, несмотря на уже упомянутые ранее возражения, может стать важным и полезным дополнением для философии медицины как теоретического и мировоззренческого фундамента врачебной практики. Это обусловлено тем, что интеллектуальный характер врача, эпистемические добродетели или пороки, ему свойственные, играют значительную роль в его профессиональной деятельности. Во-первых, врачу необходимо постоянно актуализировать свои знания, опираясь на результаты новейших научных исследований. В связи с этим важное значение приобретают такие интеллектуальные добродетели, как открытость ума (т. е. способность отказываться от привычных и устоявшихся убеждений под влиянием новых научных данных) и любовь к знаниям (в противовес пороку апатии и равнодушия к новым знаниям). В то же время, как и в других областях знания, медицинские публикации не застрахованы от банальных ошибок или явных фальсификаций и манипуляций со стороны авторов. Как, например, утверждает Ахмади Насаб Эмран Шахрам в статье «Природа эпистемических добродетелей в медицинской практике», врач, не обладающий интеллектуальными добродетелями, способствующими обнаружению подобных ошибок, «оказывается уязвимым перед двумя крайностями: либо он не имеет доступа к наилучшему доступному знанию – в том случае, если не обновляет свои знания с учетом вновь полученных доказательств, – либо он опирается на недостоверные источники инфор-

мации и не способен распознать ограничения и смещения соответствующих исследований» [15, р. 130]. То есть само стремление врача критически анализировать результаты исследований (в том числе РКИ) тесно связано с обладанием им такими чертами интеллектуального характера, как мотивированность истиной и стремление к знанию, говоря иначе, с его эпистемической ответственностью. Эти черты помогают противостоять искушению слепо доверять результатам исследований или, наоборот, слепо их отбрасывать.

Во-вторых, РКИ, на которых основываются клинические рекомендации, как утверждают многие авторы, не могут учитывать все возможные обстоятельства, с которыми врач может столкнуться в своей практике. Интеллектуальные добродетели необходимы врачу для лучшего понимания обстоятельств конкретного случая обращения пациента, сопоставления этого случая с клиническими рекомендациями, а также для постановки корректного диагноза и максимально точной оценки эффективности лечения. При этом результаты РКИ и опыт врача не должны исключать друг друга, а идти рука об руку.

В-третьих, некоторые черты интеллектуального характера (интеллектуальное мужество, открытость ума, эпистемическая справедливость и т. д.) оказывают существенное влияние на процесс коммуникации как с пациентами, так и с коллегами. Коммуникация с пациентами важна потому, что врач, в отличие от, скажем, химика или физика, имеет дело не с неодушевленным, пассивным объектом, а с человеком, чьи свидетельства о своем состоянии и самочувствии играют значительную роль в постановке правильного диагноза и выборе эффективной стратегии лечения. Коммуникация с коллегами, в свою очередь, способствует обмену опытом и эффективному принятию коллективных решений в ситуациях, когда опыта и знаний одного врача может оказаться недостаточно (например, при врачебном консилиуме).

В-четвертых, эпистемология добродетелей как средство оценки интеллектуального характера врача могла бы внести значительный вклад в построение доверительных отношений между врачом и пациентом. Сама проблема доверия между ними, помимо всего прочего, связана с тем, что пациент без специализированного образования не в состоянии оценить ни РКИ, на которые, с точки зрения сторонников ЕВМ, должен опираться врач при принятии решений, ни клинические рекомендации, основанные на результатах этих исследований. Как, например, утверждает А. Шваб, «существует ряд препятствий для эпистемически ответственного доверия пациента, включая неспособность регулярно и систематически оценивать результаты, связанные с конкретными методами лечения и конкретными врачами» [6, р. 304].

Эпистемология добродетелей может предоставить теоретическую базу для формулирования критериев оценки врачей и их работы, не требующих специализированного медицинского образования и, следовательно, более доступных пациентам-неспециалистам. Более того, есть основания полагать, что для понимания подобных критериев пациенту не потребуется также и специфическое философское образование. Многие эпистемические добродетели и пороки встречаются не только в философских публикациях, но и в повседневной речи. Или, используя популярный в современных исследованиях термин, – в нашей повседневной фолк-эпистемологии. Усвоение и понимание неспециалистами знаний о подобного рода добродетелях и их значении, скорее всего, будет проходить значительно легче, чем попытки полноценного понимания ими специализированных знаний о методологии и стратегиях проведения РКИ во всех возможных областях медицины, критериях оценки эффективности лечения всех возможных заболеваний всеми возможными методами и т. п.

Заключение. Противопоставление респонсбилизма и эвиденциализма в контексте оценки интеллектуальной работы практикующего врача, которое явно или неявно подразумевается некоторыми сторонниками ЕВМ, не кажется чем-то принципиально непреодолимым.

С одной стороны, доказательства, полученные посредством использования надежного научного инструментария и методов РКИ, действительно играют значимую роль в современной медицине и врачебной практике. Каким бы эпистемически добродетельным врач ни был, он не сможет хорошо выполнять свою работу, не опираясь на результаты новейших исследований в своей области, а также полностью игнорируя доказательства, предоставляемые РКИ.

С другой стороны, врач не может рассматриваться как слепой и безвольный исполнитель клинических рекомендаций, основанных на результатах РКИ. Его опыт и черты интеллектуального характера играют значимую роль как в процессе постановки диагноза, так и в процессе лечения пациентов и, следовательно, не могут быть полностью исключены из этого процесса. Более того, ответственная работа с результатами РКИ и клиническими рекомендациями также требует от врача значительных интеллектуальных усилий и задействования в этом процессе тех или иных черт его интеллектуального характера.

Опираясь на концепцию респонсбилистского эвиденциализма К. М. Клуса, можно утверждать, что врачу необходимо не только иметь под рукой результаты точных исследований и набор надежных доказательств, но также обладать эпистемическими добродетелями, благодаря которым он сможет ответственно проанализировать и оценить эти доказательства, а также распорядиться ими надлежащим образом. Говоря иначе, интеграция эпистемологии добродетелей в философию медицины и клиническую практику представляется не только адекватной и уместной, но также перспективной и необходимой для возможности как философского осмысления медицинской практики, так и ее переосмысления, а также пересмотра ее самим медицинским сообществом. Более того, подобная интеграция имеет важное практическое значение для формирования доверительных отношений как между пациентами и врачами, так и между обществом и медициной в целом. Но как осуществима эта интеграция?

Немаловажную роль в этом процессе может сыграть относительно молодая, хотя и перспективная методологическая установка, а именно экспериментальная философия. Ее особенность заключается в применении эмпирических методов (в основном социо-гуманитарных наук) для исследования базовых интуиций нефилософов, затрагивающих те или иные философские проблемы. Например, интуиции нефилософов, определяющие их суждения о границе между знанием и простым мнением, исследованием которых в своем труде занимается М. Геркен [16, р. 15]. Обращение к интуициям врачей, а также к их явным и неявным представлениям о необходимых и реализуемых ими на практике интеллектуальных добродетелях, позволило бы сформулировать более реалистичную и близкую к клинической работе медицинскую эпистемологию добродетелей по сравнению с теориями, которые могли бы базироваться исключительно на интуициях кабинетных философов без профильного образования. В то же время кабинетный анализ результатов подобного рода экспериментальных исследований, а также кейсов из самой клинической практики позволит более тщательно, чем это могут сделать сами практикующие врачи, исследовать то, как именно во врачебной деятельности проявляются те или иные интеллектуальные пороки и добродетели, проанализировать их влияние на ход и результаты работы врача, а также выявить факторы, способствующие их формированию и культивированию во врачебном сообществе, а также в процессе медицинского образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мухарямова Л. М., Заляев А. Р., Шаммазова Е. Ю. COVID-19: политические вызовы для общественного здравоохранения // Казанский медицинский журнал. 2021. № 1 (102). С. 39–46. DOI: 10.17816/KMJ2021-39
2. Вялых Н. А., Беспалова А. А., Зарбалиев В. З. Социальное доверие и недоверие в сфере российского здравоохранения в период пандемии COVID-19: теоретико-методологические подходы и источники негативизации // Caucasian Science Bridge. 2022. Т. 5, № 3 (17). С. 12–20. DOI: 10.18522/2658-5820.2022.3.1
3. Ghinea N. A return to reasonableness and virtue in medical epistemology // J. of Evaluation in Clinical Practice. 2020. Vol. 26, № 3. P. 447–451. DOI: 10.1111/jep.13273
4. Cloos C. M. Responsibilist Evidentialism // Philosophical Studies. 2015. Vol. 172, № 11. P. 2999–3016. DOI: 10.1007/s11098-015-0454-9
5. Howick J. H. The Philosophy of Evidence-Based Medicine. West Sussex: Wiley-Blackwell. 2011.
6. Shwab A. P. Epistemic Trust, Epistemic Responsibility, and Medical Practice // J. of Medicine and Philosophy. 2008. № 33. P. 302–320. DOI: 10.1093/jmp/jhn013
7. Менделевич В. Д. Этика психофармакотерапии в эпоху доказательной медицины // Практическая медицина. 2019. Т. 17, № 3. С. 19–22.
8. Углева А. В. Интеллектуальная добродетель и эпистемологическая природа доказательств в медицине // Философия. Журнал Высшей школы экономики. 2021. Т. 5, № 4. С. 138–156. DOI: 10.17323/2587-8719-2021-4-138-156
9. Комлев А. Е. Эпистемологические и этические проблемы концепции доказательной медицины // Биоэтика. 2024. Т. 17, № 2. С. 7–15. DOI: 10.19163/2070-1586-2024-17-2-7-15
10. MacIntyre A., Gorovitz S. Toward a theory of medical fallibility // The J. of Medicine and Philosophy. 1976. Vol. 1, № 1. P. 51–71. DOI: 10.1093/jmp/1.1.51
11. Каримов А. Р. Эпистемология добродетелей. СПб.: Алетейя, 2019.
12. Code L. Toward a «Responsibilist» Epistemology // Philosophy and Phenomenological Research. 1984. Vol. 45, № 1. P. 29–50. DOI: 10.2307/2107325
13. Каримов А. Р. Вызов ситуационизма для эпистемологии добродетелей // Вестн. ВятГУ. 2017. № 11. С. 10–15.
14. Муртазин С. Р. Эпистемическая справедливость: доверие другому в познании как теоретическая и практическая проблема // Антиномии. 2023. Т. 23, вып. 4. С. 43–66. DOI: 10.17506/26867206_2023_23_4_43
15. Ahmadi Nasab Emran S. The nature of epistemic virtues in the practice of medicine // Medicine, Health Care and Philosophy. 2015. Vol. 18, № 1. P. 129–137. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11019-014-9567-8>
16. Gerken M. On Folk Epistemology How we think and talk about knowledge. NY: Oxford Univ. Press, 2017.

Информация об авторе

Муртазин Салават Раисович – кандидат философских наук (2023), старший преподаватель кафедры истории, философии и социологии Казанского государственного медицинского университета, ул. Бутлерова, д. 49, Казань, 420012, Россия. Автор 19 научных публикаций. Сфера научных интересов: социальная эпистемология, эпистемология добродетелей, аналитическая философия.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 19.01.2026; принята после рецензирования 10.04.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Mukharyamova, L.M. Zalyaev, A.R. and Shammazova, E.Yu. (2021), "COVID-19: Political challenges for public health", *Kazan Medical J.*, no. 102 (1), pp. 39–46. DOI: 10.17816/KMJ2021-39
2. Vyalykh, N.A., Bepalova, A.A. and Zarbaliev, V.Z. (2022), "Social trust and distrust in sphere of Russian healthcare during the COVID-19 pandemic: theoretical and methodological approaches and sources of negativity", *Caucasian Science Bridge*, vol. 5, no. 3 (17), pp. 12–20. DOI: 10.18522/2658-5820.2022.3.1
3. Ghinea, N. (2020), "A return to reasonableness and virtue in medical epistemology", *J. of Evaluation in Clinical Practice*, vol. 26, no. 3, pp. 447–451. DOI: 10.1111/jep.13273
4. Cloos, C.M. (2015), "Responsibilist Evidentialism", *Philosophical Studies*, vol. 172, no. 11, pp. 2999–3016. DOI: 10.1007/s11098-015-0454-9
5. Howick, J.H. (2011), *The Philosophy of Evidence-Based Medicine*, Wiley-Blackwell, West Sussex, UK.
6. Shwab, A.P. (2008), "Epistemic Trust, Epistemic Responsibility, and Medical Practice", *J. of Medicine and Philosophy*, no. 33, pp. 302–320. DOI: 10.1093/jmp/jhn013
7. Mendelevich V.D. (2019), "Psychopharmacotherapy ethics in the era of evidence-based medicine", *Practical Medicine*, vol. 17, no. 3, pp. 19–22.
8. Ugleva, A.V. (2021), "Intellectual virtue and the epistemological nature of medical evidence", *Philosophy. J. of the Higher School of Economics*, vol. 5, no. 4, pp. 138–156. DOI: 10.17323/2587-8719-2021-4-138-156
9. Komlev, A.E. (2024), "Epistemological and ethical issues of evidence-based concept in medicine", *Bioethics*, vol. 17, no. 2, pp. 7–15. DOI: 10.19163/2070-1586-2024-17-2-7-15
10. MacIntyre, A. and Gorovitz, S. (1976), "Toward a theory of medical fallibility", *J. of Medicine and Philosophy*, vol. 1, no. 1, pp. 51–71. DOI: 10.1093/jmp/1.1.51
11. Karimov, A.R. (2019), *Ehpistemologiya dobrodeteli* [Epistemology of Virtues], Aleteya, SPb., RUS.
12. Code, L. (1984), "Toward a "Responsibilist" Epistemology", *Philosophy and Phenomenological Research*, vol. 45, no. 1, pp. 29–50. DOI: 10.2307/2107325
13. Karimov, A.R. (2017), "The Challenge of Situationism for the Epistemology of Virtues", *Herald of Vyatka State Univ.*, no. 11, pp. 10–15.
14. Murtazin, S.R. (2023), "Epistemic justice: trust in others in cognition as a theoretical and practical problem", *Antinomies*, vol. 23, iss. 4, pp. 43–66. DOI: 10.17506/26867206_2023_23_4_43
15. Ahmadi Nasab Emran, S. (2015), "The nature of epistemic virtues in the practice of medicine", *Medicine, Health Care and Philosophy*, vol. 18, no. 1, pp. 129–137. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11019-014-9567-8>
16. Gerken, M. (2017), *On Folk Epistemology How we think and talk about knowledge*, Oxford Univ. Press, NY, USA.

Information about the author

Salavat R. Murtazin – Can. Sci. (Philosophy, 2023), Senior Lecturer at the Department of History, Philosophy and Sociology, Kazan State Medical University, 49 Butlerova st., Kazan 420012, Russia. The author of 19 scientific publications. Area of expertise: social epistemology, epistemology of virtues, analytical philosophy.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 19.01.2026; adopted after review 10.04.2026; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 130.2

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-75-85>

Билингвальные стратегии и третье пространство культуры в формировании гибридной идентичности (на материале бельгийского песенного дискурса)

Любовь Сергеевна Московчук¹✉, Олег Николаевич Гусев²

^{1, 2}Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

¹✉ ismoskovchuk@etu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0756-4189>

²spokapitel@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0005-8960-4218>

Введение. В условиях современного разворота от глобализма к многополярному миру традиционные модели культурной идентичности перестают быть достаточными для описания гибридных форм принадлежности, возникающих на пересечении глобальных и локальных культурных потоков. Релевантным эмпирическим полем для изучения таких идентичностей выступает песенный дискурс, являющийся полифункциональным коммуникативным событием, объединяющим вербальные, мелодические, визуальные и социокультурные коды.

Методология и источники. Методологическую основу исследования составляют нарративно-диалогическая концепция идентичности и концепция третьего пространства культуры Х. Баба. Сочетание герменевтического анализа и качественного дискурс-анализа позволило интегрировать в рамках исследования философский и социолингвистический инструментарий.

Результаты и обсуждение. На эмпирическом материале транслингвального песенного дискурса Бельгии («La Brabançonne», Жак Брель, дуэт Анжель с Дуа Липа и др.), был выполнен анализ языковых и дискурсивных маркеров гибридной идентичности, интерпретация этих маркеров в рамках концепции третьего пространства и нарративно-диалогического подхода, определены соотношения категорий «культурная идентичность», «гибридная идентичность» и «лингвокультурная гибридность».

Заключение. Показано, что лингвистические механизмы конструирования гибридной культурной идентичности в песенном дискурсе выстраиваются в иерархическую систему: от интеграции отдельных лексем и прецедентных выражений через межфразовое переключение кодов до формирования гибридных структур, порождающих третье пространство культуры. Анализ этих механизмов позволяет интерпретировать их как материальные следы лиминального опыта субъекта.

Ключевые слова: культурная идентичность, гибридная идентичность, третье пространство культуры, билингвизм, транслингвизм

Для цитирования: Московчук Л. С., Гусев О. Н. Билингвальные стратегии и третье пространство культуры в формировании гибридной идентичности (на материале бельгийского песенного дискурса) // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 75–85. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-75-85

© Московчук Л. С., Гусев О. Н., 2026



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

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

Bilingual Strategies and the Third Space of Culture in the Formation of Hybrid Identity (Based on Belgian Song Discourse)

Lyubov S. Moskovchuk¹✉, Oleg N. Gusev²

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

¹✉*lsmoskovchuk@etu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0756-4189>*

²*spokapitel@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0005-8960-4218>*

Introduction. In the context of the modern turn from globalism to a multipolar world, traditional models of cultural identity are no longer sufficient to describe hybrid forms of belonging that arise at the intersection of global and local cultural flows. A relevant empirical field for the study of such identities is song discourse, which is a multifunctional communicative event combining verbal, melodic, visual and socio-cultural codes.

Methodology and sources. The methodological basis of the research is the narrative-dialogic concept of identity and the concept of the third space of culture by H. Bhabha. The combination of hermeneutical analysis and qualitative discourse analysis made it possible to integrate philosophical and sociolinguistic tools within the framework of the study.

Results and discussion. Based on the empirical material of the translingual song discourse of Belgium ("La Brabançonne", Jacques Brel, duet of Angèle with Dua Lipa, etc.), the analysis of linguistic and discursive markers of hybrid identity was carried out; these markers were interpreted within the framework of the concept of the third space and the narrative-dialogic approach, and the correlation of the categories cultural identity, hybrid identity, linguistic and cultural hybridity was determined.

Conclusion. It is shown that the linguistic mechanisms of constructing a hybrid cultural identity in song discourse are arranged in a hierarchical system: from the integration of individual lexemes and precedent expressions through the interphrase switching of codes to the formation of hybrid structures that generate a third space of culture. The analysis of these mechanisms allows us to interpret them as material traces of the subject's liminal experience.

Keywords: cultural identity, hybrid identity, third space of culture, bilingualism, translingualism

For citation: Moskovchuk, L.S. and Gusev, O.N. (2026), "Bilingual Strategies and the Third Space of Culture in the Formation of Hybrid Identity (Based on Belgian Song Discourse)", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 75–85. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-75-85

Введение. В последние десятилетия в гуманитарном знании фиксируется рост интереса к переосмыслению феноменов традиции и локальности. Это связано с тем, что в условиях, которые все чаще характеризуют как постглобальные, поиск новых оснований для коллективной идентичности становится важной исследовательской задачей. Прежние эссенциалистские модели коллективной идентичности в ряде случаев оказываются недостаточными для описания динамичных, гибридных форм принадлежности, возникающих на пересечении глобальных и локальных культурных потоков.

Одним из релевантных эмпирических полей для изучения таких гибридных культурных идентичностей выступает песенный дискурс. Обращение к современным исследованиям подтверждает сложность и многоаспектность этого феномена. Я. М. Янченко подчеркивает,

что анализ песенного дискурса характеризуется отсутствием устоявшегося терминологического аппарата и требует междисциплинарного подхода, поскольку он не только транслирует культурно значимые ценности, но и участвует в формировании концептосферы слушателей. Песенный текст при этом понимается как креолизованный (поликодовый), объединяющий вербальный, мелодический и визуальный компоненты [1]. В свою очередь А. Е. Гусева, Н. А. Вапник и И. А. Краснова акцентируют социокультурную природу песенного дискурса, определяя его как сложное сочетание музыкальных и языковых элементов, отражающее основные ценности, эмоции и стереотипы представителей лингвокультур; особое значение в их подходе приобретает этноконсолидационная функция [2]. Как отмечает Ю. Е. Плотницкий, песенный дискурс вписан в широкий социальный контекст и отражает актуальные общественные процессы, а границы между его вербальным и невербальным компонентами являются подвижными [3]. Синтезируя рассмотренные подходы, в настоящем исследовании песенный дискурс понимается как полифункциональное коммуникативное событие, объединяющее в себе текст, музыкальное оформление и социокультурный контекст создания и интерпретации. Он выступает средой, в которой через взаимодействие языковых, мелодических и символических кодов конструируется, транслируется и ситуативно переопределяется культурная идентичность.

Несмотря на растущий интерес к песенному творчеству в социолингвистике и философии культуры, системный анализ того, как именно в песенном дискурсе конструируется и репрезентируется гибридная идентичность (в том числе на билингвальном материале), остается недостаточно исследованным. Большинство работ сосредоточены либо на лингвистическом анализе переключения кодов, либо на историко-культурной интерпретации отдельных жанров, тогда как интегративный дискурсивный подход, учитывающий одновременно текстуальные, контекстуальные и музыкальные параметры, применяется недостаточно.

Цель настоящей статьи – определить и охарактеризовать механизмы конструирования гибридной культурной идентичности, представленные в билингвальном песенном дискурсе Бельгии. В задачи исследования входит: анализ языковых и дискурсивных маркеров гибридной идентичности (переключение кодов, лексическая диффузия, фонетическая интерференция); интерпретация этих маркеров в рамках концепции третьего пространства и нарративно-диалогического подхода; определение соотношения категорий «культурная идентичность», «гибридная идентичность» и «лингвокультурная гибридность».

Методология и источники. Методологическую основу исследования составляет синтез двух подходов: концепции «третьего пространства» (Х. Баба) и нарративно-диалогической парадигмы (П. Рикёр, Ю. М. Лотман, М. М. Бахтин). Первая позволяет рассматривать идентичность как процесс, разворачивающийся в зонах культурного контакта, т. е. в третьем пространстве культуры, вторая позволяет сфокусироваться на том, как индивидуальные и коллективные субъекты конструируют свою идентичность в процессе присвоения гетерогенных культурных фрагментов, их языковой конвергенции и нарративного оформления.

В рамках предложенного синтеза идентичность перестает рассматриваться исключительно в статусе врожденной и неизменной данности, однако, как подчеркивал К. Гирц, сохраняет объективный и фундаментальный компонент, будучи «системой унаследованных представлений, выраженных в символических формах» [4, с. 106]. Преобразуясь в динами-

ческую структуру самоописания, идентичность одновременно формируется индивидом из гетерогенных элементов третьего пространства культуры и опирается на устойчивые культурные смыслы, передаваемые через язык, традиции и символы. При этом языковая конвергенция выступает инструментом самопрезентации, позволяющим сочетать личное творчество и коллективное наследие. В применении к песенному творчеству этот методологический синтез позволяет анализировать последнее как среду, в которой нарративная природа песенного высказывания позволяет объективировать гибридную культурную идентичность через диалог языков и культурных кодов.

Результаты и обсуждение. В рамках комплексного подхода опосредующей категорией, связывающей статичные модели культурной идентичности с динамическими гибридными формами принадлежности, выступает лингвокультурная гибридность или транслингвизм. Под последней понимается такое состояние языкового сознания и речевой практики, при котором субъект оперирует несколькими языковыми кодами не как изолированными системами, а как единым интегрированным смысловым полем [5, р. 14]. Это связано с особым статусом многоязычного субъекта, в котором он одновременно принадлежит нескольким культурным полям и ни одному из них целиком, другими словами, существует в пограничном, переходном или лиминальном состоянии (от лат. *limen* – порог). Песенный дискурс при этом можно рассматривать как «микрoкoнтaктную зону» – ограниченное коммуникативное пространство музыкального произведения, где лиминальность обретает свои материальные языковые маркеры и создает динамичное и креативное третье пространство, в котором встречаются и взаимодействуют разные культуры. В рамках этого взаимодействия происходит снятие оппозиции Свой–Чужой и происходит гибридизация лингвокультурных кодов.

В контексте настоящего исследования анализ переключения кодов, лексической диффузии и фонетической интерференции позволяет интерпретировать эти маркеры как материальные следы лиминального опыта субъекта, разворачивающегося в микрoкoнтaктной зоне песенного текста. Практическая реализация этих механизмов на бельгийском материале демонстрирует, как французский, нидерландский и английский языки образуют единое транскультурное гибридное пространство.

Лиминальность бельгийского песенного дискурса коренится в его особом геокультурном положении на границе романского и германского миров, что превращает языковое переключение из ошибки, неточности или аномалии в онтологическую характеристику субъекта. Особую значимость в данном гибридном дискурсе приобретает также безэквивалентная лексика, где сохранение иноязычных вкраплений без адаптации служит инструментом демаркации культурного пространства и трансляции специфических эмоциональных состояний, не имеющих адекватных денотатов в принимающей культуре. С точки зрения нарративно-диалогического подхода, такие вкрапления выполняют функцию голоса Другого, встроенного в монологическую на первый взгляд структуру песенного высказывания. Диалог языковых кодов внутри одного произведения становится материальной формой диалога культурных миров, где ни один из голосов не получает окончательного приоритета. Подобный феномен «внутреннего перевода» (использование диалектизм, сленга или архаичных оборотов, синтаксических форм и лексем и др.) свидетельствует о попытке субъекта преодолеть семантическую недостаточность стандартного языка и найти адекватные формы для выражения лиминального опыта.

В качестве одного из примеров такой лиминальности может выступить официальная трилингвальная версия гимна «La Brabançonne», в которой французский, нидерландский и немецкий языки формируют единый семантический каркас, представляя государственное пространство как зону «перманентного перевода». Анализ текста «La Brabançonne» позволяет выявить институциональные истоки бельгийской гибридности, где политическая задача объединения нации решается через создание специфического «транслингвального конструкта», функционирующего по принципу ротации кодов. В отличие от моноязычных государственных символов, бельгийский прецедент строится на последовательной смене языков внутри единого смыслового поля, что на философском уровне манифестирует отказ от монолитной идентичности в пользу диалогизма и наратива. Конкретная реализация этой гибридности проявляется в семантической преемственности при переходе от нидерландского вступления «O dierbaar België, o heilig land der vaaderen» (О, дорогая Бельгия, о, святая земля отцов) к французскому блоку «Le droit et la fraternité» (Право и братство) и финальному немецкому аккорду «Gesetz und König und die Freiheit hoch!» (Да здравствуют закон, и король, и свобода!). С точки зрения задач исследования, фонетическая интерференция в гимне возникает при исполнении, когда вокалисты, не владеющие в равной степени всеми тремя языками, привносят свои акцентные черты, т. е. микроконтактная зона песенного текста продуцирует гибридные произносительные формы.

Анализ французско-английской конвергенции в бельгийском песенном дискурсе показывает трансформацию английского языка из статуса Чужого в статус медиатора, нейтрального по отношению к локальному контексту, в рамках которого оппозиция между французским и нидерландским языками утрачивает остроту. Англоязычные вкрапления в таком случае предстают как маркеры транскультурного перехода. Так, в песне «Fever» бельгийской певицы Анжел (Angèle) в дуэте с британской певицей Дуа Липа (Dua Lipa) происходит диффузия лингвокультурных кодов: французский текст Анжел («Car dans mes yeux ça se voit») и английский текст Дуа Липы («I've got a fever, can you check?») объединяются в гибридном культурном пространстве, лишаясь иерархии «своего» и «чужого» кодов. С точки зрения анализа маркеров, здесь представлено переключение кодов между репликами (межрепликовое), причем каждый язык закреплен за конкретным голосом, что создает эффект диалога культур на вокальном и нарративном уровнях. Фонетическая интерференция в данном дуэте минимальна, однако лексическая диффузия проявляется в том, что французское «ça se voit» («это видно») и английское «can you check?» («можешь проверить?») образуют единую смысловую пару, где граница между языками становится смысловопорождающей.

В песенном наследии Жака Бреля (Jacques Brel) лингвокультурная гибридность представлена как экзистенциальный диалог между романским и германским началами, отражая лиминальную идентичность не только субъекта, но и Бельгии. Жак Брель в своих многочисленных высказываниях подчеркивал сложность собственной идентичности, называя себя и «франкоязычным фламандцем», и «фламандцем, говорящим на французском» [6]. Наиболее ярко лингвокультурная гибридность проявилась в композиции «Marieke» (1961), где французский и нидерландский языки вступают в состояние неразрывной диффузии. Переход от французского куплета «Ay Marieke, Marieke je t'aimais tant...» (Ах Марике, Марике, я так любил тебя...) к нидерландскому рефрену «Zonder liefde warme liefde, waait de wind de

stomme wind» («Без любви, теплой любви ветер дует тихий (немой) ветер, без любви, теплой любви море становится серым морем») создает эффект «внутреннего перевода». Здесь фиксируется переключение кодов между строфами (межстрофное), причем каждый язык закреплен за определенной семантической зоной: нидерландский код отвечает за ландшафтную и эмоциональную укорененность («земля», «небо», «ветер»), в то время как французский – за аналитическую меланхолию. Интересно, что в оригинальной версии песни для усиления эффекта лиминальности субъекта Жак Брель в середине песни использует переключение кодов в рамках одного припева: «Zonder liefde warme liefde, Waait de wind c'est fini, Zonder liefde warme liefde, Weent de zee déjà fini» (Без любви, теплой любви ветер дует – все кончено, без любви, теплой любви и море становится... все уже кончено). Этот пример демонстрирует внутрифразовое переключение кодов (code-switching внутри одной синтагмы), где французские вставки «c'est fini» и «déjà fini» выполняют функцию эмоциональной и смысловой коды. Фонетическая интерференция в этой ситуации проявляется в том, что французские фразы, произнесенные с нидерландским акцентом Бреля, приобретают дополнительную шероховатость, подчеркивающую лиминальность его идентичности. Лексическая диффузия возникает за счет того, что нидерландские слова «wind» (ветер) и «zee» (море) обретают в соседстве с французскими маркерами завершенности новый, более фаталистический оттенок, отсутствующий в отдельно взятом нидерландском тексте.

Следующий дискурсивный маркер гибридной культурной идентичности можно рассмотреть на примере создания Брелем параллельных языковых версий своих произведений, таких как «Ne me quitte pas» и ее нидерландской интерпретации «Laat me niet alleen», где реализуется механизм семантической трансгрессии, который приводит к «созданию единого кросс-жанрового, кросс-темпорального, кросс-персонального художественного (семи-эстетического) пространства» [7, с. 129]. С точки зрения анализа маркеров, мы имеем дело не с переключением кодов внутри одного текста, а с межтекстовой билингвальностью, которая тем не менее позволяет выявить лексическую диффузию на уровне семантических сдвигов. В нидерландском тексте происходит глубокое переосмысление образов через германские архетипы: так, французское местоимение «Moi» («Я»), подчеркивающее экспрессивность романского жеста, сменяется сдержанным нидерландским «Ik», а мягкое «perles de pluie» (жемчужины дождя) трансформируется в фонетически жесткое и материально осязаемое «parels van de regen». Фонетическая интерференция здесь проявляется в самом выборе фонетически более твердых согласных в нидерландском варианте (ротация *rhotac*, твердый «г» вместо французского увулярного). Лексическая диффузия работает на уровне концептов: французское «perle» (жемчуг) – ювелирная метафора, нидерландское «parel» – более бытовое, но от того не менее ценное. Переключение кодов как таковое отсутствует, но сравнение двух версий выявляет то, что можно назвать скрытой гибридностью – идентичность проживается иначе в каждом языке, и различие между версиями становится маркером лиминальности. Идентичность исполнителя таким образом конструируется на пересечении двух ценностных систем, превращая лингвистический барьер в третье пространство культурных смыслов. Это пространство можно обозначить в терминологии Витгенштейна как форму жизни: «конституирующий элемент языковых игр, будучи способом социального бытия, служат главной предпосылкой понимания внутри определенного сообщества»

[8, с. 162]. В таком пространстве субъекту удастся проживать одно и то же экзистенциальное событие в разных культурных измерениях.

Опыт Жака Бреля заложил основу лиминального бельгийского песенного дискурса, в котором двуязычие становится инструментом экзистенциального расширения. В этом ключе заслуживает внимания композиция вышеупомянутой певицы Анжелъ (Angèle) «Bruxelles je t'aime», в которой лингвокультурная конвергенция французского и нидерландского языков представлена в одной фразе следующим образом «J'ai vécu mes plus belles histoires en français et en flamand (франц.) Laat mij het zeggen in het Vlaams, dank u Brussel voor mijn naam» (нидерл.) (Самые прекрасные мои истории (жизни) я прожила на французском и фламандском языках. Позвольте мне сказать это на фламандском: спасибо, Брюссель, за мое имя). Здесь переключение кодов происходит внутри одного высказывания, причем нидерландская вставка носит метадискурсивный характер – она называет сам акт переключения («позвольте мне сказать это на фламандском»). Это удачный пример того, как лингвокультурная гибридность является и темой песни, и ее формой. Фонетическая интерференция в данном случае минимальна, но лексическая диффузия проявляется в том, что «flamand» (фламандский) во французском контексте приобретает политический оттенок, отличаясь от нейтрального «néerlandais» (нидерландский). Включение фразы на нидерландском языке во французский текст песни можно рассмотреть как символическое преодоление культурных дихотомий и как семиотический маркер лингвокультурной гибридной идентичности, собственно о чем Анжелъ и говорит в приведенной фразе.

В пространстве современного песенного дискурса лингвокультурная гибридность реализуется не только на межъязыковом уровне, но и через внутриязыковую конвергенцию, которая проявляется в столкновении «эталонного» (парижского) французского языка и его бельгийского региолекта (français de Belgique). В этом случае лиминальность представляет собой сложную систему переключения кодов между доминирующей лингвистической нормой и локальной вариативностью, где использование специфических бельгицизмов и характерной просодии выступает инструментом деконструкции культурного канона. В рамках этой стратегии «бельгийскость» (belgitude) легитимируется как самостоятельный эстетический ресурс, позволяющий субъекту дистанцироваться от метрополии и заявить о собственной гибридной идентичности. Переключение между регистрами внутри единого текста выполняет также идентификационную функцию: «высокий» французский код зачастую маркирует сферу официальной культуры или иронической мимикрии, в то время как региональный бельгийский вариант служит проводником эмоциональной искренности и территориальной укорененности. Таким образом, внутриязыковая гибридность фиксирует состояние «человека границы» внутри самой языковой системы.

В терминах операциональных параметров микроконтактной зоны, внутриязыковое переключение между региолектом и стандартом выступает как маркер гибридной идентичности, не менее значимый, чем межъязыковое переключение. Так, в песнях бельгийского исполнителя Stromae, Э. М. Ляпкова отмечает: «Кроме того, тексты (песен Stromae) изобилуют устойчивыми выражениями, которые придают песенному тексту яркую эмоциональную окраску: L'amour est comme l'oiseau de twitter, On est bleu de lui seulement pour 48h.

(«Carmen»). Бельгийское выражение «Être bleu de quelqu'un» означает «увлечься кем-нибудь, влюбиться». Однако существует также и французское устойчивое сочетание «Être un bleu», что в разговорном языке означает «быть новичком в какой-то области», в данном случае, например, в области любовных отношений. Также можно отметить, что хоть и во фразеологизме рассматривается словосочетание целиком, а не отдельные его составляющие, но все же слово «bleu» может намекать на синий цвет птички, символа Twitter [9, с. 297]. С точки зрения анализа маркеров здесь представлен случай лексической диффузии через омонимию и многозначность. Бельгийский фразеологизм «être bleu de quelqu'un» сталкивается с общефранцузским «être un bleu», и их одновременная активация в сознании слушателя создает гибридное значение – влюбленность как неопытность, или неопытность как страсть. Фонетическая интерференция в данном случае отсутствует, однако переключение кодов между региолектами (бельгийский vs. парижский) происходит на семантическом уровне. Это внутриязыковое переключение в рамках нарративно-диалогического подхода можно интерпретировать как диалог между локальной и глобальной нормами французского языка. И далее: «...Stromae не приводит пословицы и поговорки в их первоначальной форме, а прибегает к языковой игре, заменяя слова и придавая фразе другое значение. Песня, посвященная ушедшему из жизни кумиру Stromae, Эворе Сезарии, включает в себе несколько примеров языковой игры с изменением поговорок: *Evora, Evora, une de perdue, c'est ça? Evora, Evora, je te retrouverai, c'est sûr.* («Ave Cesaria») Исходное французское выражение «Un de perdu, dix de retrouvés» довольно часто используют французы для утешения расстроенных расставанием влюбленных: «одного потерял – еще десятерых таких найдешь». Stromae, в доказательство своих преданных чувств к ушедшей певице, использует лишь первую часть поговорки, а вторую заменяет на «je te retrouverai»: «я найду тебя» [9, с. 298]. Здесь лексическая диффузия проявляется в трансформации устойчивого выражения: разрыв паремии и замена ее второй части индивидуально-авторским вариантом создает гибриды между коллективной нормой (пословицей) и личным высказыванием. Это можно рассматривать как внутриязыковую культурную конвергенцию между клишированным дискурсом и живой речью, что служит маркером гибридной идентичности.

Заключение. Лингвистические механизмы гибридности в современном песенном дискурсе реализуются через многоуровневую систему взаимодействия языковых систем, в которой каждый технический прием выступает инструментом актуализации культурных смыслов. Основопологающим механизмом в данной структуре является гибридизация или интеграция отдельных лексем и устойчивых прецедентных выражений одного языка в семантическое поле другого. В контексте бельгийской музыкальной культуры это проявляется в использовании английских маркеров глобальности как способа включения локального текста в общемировой культурный контекст. Более сложной формой выступает кодовое переключение (code-switching) на уровне фразовых единств или целых композиционных блоков, что позволяет артисту моделировать внутренний диалог между различными гранями своей идентичности. Например, чередование французского и нидерландского кодов может маркировать переход от глубоко личной рефлексии к манифестации территориальной при-/надлежности. Высшей точкой процесса конвергенции становится формирование гибридных лингвистических струк-

тур и третьего пространства культуры, теоретически обоснованного Х. Бабой как пространство «которое несет на себе бремя смысла культуры и, исследуя это Третье Пространство, мы можем избежать политики полярности и стать другими по отношению к самим себе» [10, р. 38]. В рамках этой пограничной зоны языки утрачивают свою автономность и иерархичность, порождая новые синтаксические и фонетические формы, которые не принадлежат ни к одной из исходных систем в чистом виде. С прагматической точки зрения описанные механизмы конвергенции лингвокультурных кодов репрезентируют сложный динамический процесс идентификации лиминального субъекта. С точки зрения коммуникации актуализируется фатическая функция, направленная не только на удержание внимания лингвистически гетерогенной аудитории, но и на формирование общего коммуникативного дискурсивного поля, в котором сняты барьеры национальных языков. Однако ключевую роль в песенном дискурсе играет идентификационная функция, выступающая инструментом экспликации многослойного и нарративного «Я» исполнителя. В этом контексте выбор конкретного кода (французского, нидерландского или английского) становится актом семиотического позиционирования, позволяющим вербализовать специфические нюансы самоощущения, для которых ресурсы моноязычной системы оказываются ограниченными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Янченко Я. М. Лингвистический аспект исследований песенного дискурса: актуальность и многоаспектность // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2019. Т. 10, № 4. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/29FLSK419.pdf> (дата обращения: 12.05.2026).
2. Гусева А. Е., Вапник Н. А., Краснова И. А. Песенный дискурс в социокультурном аспекте // Российский социально-гуманитарный журнал. 2025. № 1. URL: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 12.05.2026). DOI: 10.18384/2224-0209-2025-1-1554
3. Плотницкий Ю. Е. Англоязычный песенный дискурс в контексте общественной жизни // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2023. Т. 42, № 2. С. 377–383. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-2-377-383
4. Гирц К. Интерпретация культур / пер. с англ. О. В. Барсуковой, А. А. Борзунова, Г. М. Дашевского и др. М.: РОССПЭН, 2004.
5. García O., Li Wei. Translanguaging: Language, bilingualism and education. London: Palgrave Macmillan, 2014.
6. Ortrud Hertrampf M. Voix littéraires contre le racisme structurel ou l'activisme postmigrant en Belgique // Textyles. 2025. № 68. P. 115–132. URL: <http://journals.openedition.org/textyles/7518> (дата обращения: 12.05.2026). DOI: 10.4000/14rmu
7. Лошаков А. Г. О факторах порождения и функционирования сверхтекста // Семантика. Функционирование. К 70-лет. со дня рождения С. В. Черновой: межвуз. сб. науч. тр. Киров: Радуга-ПРЕСС, 2018. С. 128–141.
8. Медведев Н. В. Витгенштейн и Гадамер о «Языковой игре» // Вестн. Тамбовск. гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2013. № 5 (121). С. 156–165.
9. Ляпкина Э. М. Языковая выразительность текстов песен Stromae // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы VIII Междунар. науч. конф., Челябинск, 20–22 апр. 2016 г. Т. 2. / ЧелГУ. Челябинск, 2016. С. 296–299.
10. Bhabha Homi K. The location of culture. London; NY: Routledge, 1994.

Информация об авторах

Московчук Любовь Сергеевна – кандидат философских наук (2006), доцент (2013), доцент кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор 64 научных публикаций. Сфера научных интересов: философия культуры, философия кино, кросскультурные исследования, аксиология, этика, философская антропология.

Гусев Олег Николаевич – аспирант кафедры философии Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор шести научных публикаций. Сфера научных интересов: философия языка, философия культуры, философские и социокультурные особенности билингвизма, переключение лингвокультурных кодов, переводоведение.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 13.05.2026; принята после рецензирования 03.06.2026; опубликована онлайн 22.09.2025.

REFERENCES

1. Yanchenko, Ya.M. (2019), "The linguistic aspect of the study of song discourse: relevance and multi-aspect character ", *World of Science. Ser. Sociology, Philology, Cultural Studies*, vol. 10, no. 4, available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/29FLSK419.pdf> (accessed 12.05.2026).
2. Guseva, A.E., Vapnik, N.A. and Krasnova, I.A. (2025), "Song discourse in the socio-cultural aspect", *Russian Social and Humanitarian J.*, no. 1, available at: www.evestnik-mgou.ru (accessed 12.05.2026). DOI: 10.18384/2224-0209-2025-1-1554
3. Plotnitskiy, Yu.E. (2023), "English-speaking Song Discourse in the Context of Social Life", *Issues in Journalism, Education, Linguistic*, vol. 42, no. 2, pp. 377–383. DOI: 10.52575/2712-7451-2023-42-2-377-383
4. Geertz, C. (2004), *The Interpretation of Cultures*, Transl. by Barsukova, O.V., Borzunov, A.A. and Dashevskii, G.M., ROSSPEN, Moscow, RUS.
5. García, O. and Li, Wei (2014), *Translanguaging: Language, bilingualism and education*, Palgrave Macmillan, London, UK.
6. Ortrud Hertrampf, M. (2025), "Voix littéraires contre le racisme structurel ou l'activisme postmigrant en Belgique", *Textyles*, no. 68, pp. 115–132, available at: <http://journals.openedition.org/textyles/7518> (accessed 12.05.2026). DOI: 10.4000/14rmu
7. Loshakov, A.G. (2018), "On the Factors of the Generation and Functioning of the Supertext", *Semantika. Funktsionirovanie. K 70-letiyu so dnya rozhdeniya S. V. Chernovoi: Mezhdunarodnyy sbornik nauchnykh trudov s mezhdunarodnym uchastiem* [Semantics. Functioning. Text. Dedicated to the 70th Anniversary of S. V. Chernova: Interuniversity Collection of Scholarly Papers with International Participation], Raduga-PRESS, Kirov, RUS, pp. 128–141.
8. Medvedev, N.V. (2013), "Wittgenstein and Gadamer about "Language Game"", *Tambov Univ. Review. Ser. Humanities*, no. 5, pp. 156–165.
9. Lyapkova, E.M. (2016), "Linguistic expressiveness of Stromae's song lyrics", *Slovo, vyskazyvanie, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom i kul'turologicheskom aspektakh* [Word, utterance, text in cognitive, pragmatic and cultural aspects], *Proc. of the VIII Int. Sci. Conf.*, Chelyabinsk, RUS, 22–24 April 2016, vol. 2, pp. 296–299.
10. Bhabha Homi, K. (1994), *The location of culture*, Routledge, London, NY, UK.

Information about the authors

Lyubov S. Moskovchuk – Can. Sci. (Philosophy, 2006), Docent (2013), Associate Professor at the Department of Philosophy, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov st., St Petersburg 197022, Russia. The author of 64 scientific publications. Area of expertise: philosophy of culture, philosophy of cinema, cross-cultural studies, axiology, ethics, philosophical anthropology.

Oleg N. Gusev – Postgraduate Student at the Department of Philosophy, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov st., St Petersburg 197022, Russia. The author of six scientific publications. Area of expertise: philosophy of language, philosophy of culture, philosophical and socio-cultural features of bilingualism, switching linguistic and cultural codes, translation studies.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 13.05.2025; adopted after review 03.06.2025; published online 22.09.2025.

Оригинальная статья

УДК 316.35

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-86-97>

От двора до Кремля: траектории городского конфликта в медиаинфраструктуре

Зоя Николаевна Отто

*Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия
z.sergeeva@corp.nstu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4296-2008>*

Введение. Статья посвящена анализу трансформации природы городского конфликта в условиях глубокой медиатизации и доминирования социальных сетей. Именно социальные сети перераспределяют влияние между акторами городского конфликта, создавая новые возможности для мобилизации и конкуренции за публичное внимание.

Методология и источники. Эмпирическую базу составили Геоинформационная база данных конфликтов Новосибирской агломерации (N = 127) и контент-анализ 3070 упоминаний в социальных сетях «ВКонтакте» и «Telegram» (сервис Popsters). На основе данных предполагается, что компетентные акторы обладают информационными каналами, публичным капиталом, доступом к дифференцированной структуре публичного информирования и контролем над медиаресурсами. В сложных конфликтах с высокой материальной или символической ценой применяют мультиканальную стратегию.

Результаты и обсуждение. Статья описывает медийную инфраструктуру («ВКонтакте», «Telegram») как ключевой ресурс мобилизации горожан в конфликт. Автор выделяет восемь ступеней распространения информации в конфликтной повестке города, группируемых в три категории по принципу институциональности источника. Выделены вертикальный (связь с федеральной повесткой) и горизонтальный (консолидация локальных сообществ) векторы эскалации конфликтов в медиа. Социальные сети трансформировали природу медийной инфраструктуры и городского конфликта, став ресурсом мобилизации. Условия попадания конфликтов в федеральную повестку: высокий региональный ER (Engagement Rate), наличие универсального социального недовольства, связь с общероссийской повесткой, этномаркированные/этнические и социокультурные конфликты.

Заключение. В медиаполе конфликта фиксируется передел власти: агенты со «слабыми» позициями (блогеры, активисты) отвоевывают влияние у институциональных СМИ благодаря равнозначному доступу к вниманию, доверию и вовлеченности аудитории. Результаты применимы в управлении городскими конфликтами и разработке механизмов согласования интересов в городской среде.

Ключевые слова: городская конфликтность, социальные сети, Новосибирская агломерация, медиаинфраструктура, сетевая мобилизация, управление конфликтами

Для цитирования: Отто З. Н. От двора до Кремля: траектории городского конфликта в медиаинфраструктуре // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 86–97. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-86-97

© Отто З. Н., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License

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



From the Neighborhood to the Kremlin the Trajectories of Urban Conflict in Media Infrastructure

Zoya N. Otto

*Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia
z.sergeeva@corp.nstu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4296-2008>*

Introduction. The article analyzes the transformation of the nature of urban conflict in the context of deep mediatization and the dominance of social networks. It is social networks that redistribute influence among urban conflict actors, creating new opportunities for mobilization and competition for public attention.

Methodology and sources. The empirical basis consists of the Geoinformational Database of Conflicts of the Novosibirsk Agglomeration (N = 127) and a content analysis of 3,070 mentions on social networks VKontakte and Telegram (Popsters service). Based on the data, we assume that competent actors possess information channels, publicity capital, access to a differentiated structure of public information, and control over media resources. In complex conflicts with high material or symbolic stakes, they apply a multichannel strategy.

Results and discussion. The study describes the media infrastructure (VKontakte, Telegram) as a key resource for mobilizing citizens into conflict. The author identifies eight stages of information dissemination in the city's conflict agenda, which can be grouped into three categories according to the principle of source's institutionality. The study highlights vertical (connection with the federal agenda) and horizontal (consolidation of local communities) vectors of conflict escalation in the media. Social networks have transformed the nature of media infrastructure and urban conflict, becoming a mobilization resource. Conditions for conflicts to enter the federal agenda include: high regional ER, the presence of universal social discontent, conflicts related to the all-Russian agenda, ethnically marked/ethnic conflicts, and sociocultural conflicts.

Conclusion. A redistribution of power can be observed in the media field of conflict: agents with «weak» positions (bloggers, activists) are «winning back» influence from institutional media. This became possible due to equal access to audience attention, trust, and engagement. The results are applicable to urban conflict management and the development of mechanisms for coordinating interests in the urban environment.

Keywords: urban conflict, social networks, Novosibirsk agglomeration, media infrastructure, network mobilization, conflict management

For citation: Otto, Z.N. (2026), "From the Neighborhood to the Kremlin the Trajectories of Urban Conflict in Media Infrastructure", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 86–97. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-86-97

Введение. Медиатизация повседневности становится нормой, а фотосъемка или видеозапись конфликтной ситуации – обыденным поведением горожан. Опубличивание конфликтной ситуации с непосредственным участием или в роли свидетеля изменило социальный, политический, культурный дискурс и саму структуру коммуникации. Изношенная теплотрасса рано или поздно прорвется, и материал о коммунальной аварии появится в сети незамедлительно; в месте компактного проживания мигрантов рано или поздно случится конфликт с местными жителями, а триггером конфликта станет комментарий в социальной сети. Стремление изменить роль от свидетеля к полноценному участнику/актору конфликта осуществляется через механизмы простой передачи интересного контента модератору ло-

кального канала или городского паблика. Такие социальные практики формируют новую социальную среду и расширяют возможности, виртуальная реальность активно влияет на события, происходящие в реальной жизни.

Возникает как минимум три типа пользователей социальных сетей: субъекты коммуникации, публикующие события личной жизни на частной странице; те, кто обладают информационной культурой и может передать информацию в онлайн-приемные органы государственной власти, центры управления регионами, СМИ, популярные новостные каналы/группы в социальных сетях; и третий тип пользователя – те, кто сам создал и развивает канал по конкретной тематике, и они, как правило, способны профессионально управлять информацией и влиять на развитие конфликтных ситуаций. «В сентябре 2025 г. число активных авторов в социальных медиа в России составило 85,6 млн. Авторы написали 1,7 млрд публичных сообщений – постов, репостов и комментариев. Это рекордные показатели по авторской активности за все время наблюдений, начиная с 2013 г.» [1].

В современных российских исследованиях практики использования личных каналов в социальных сетях авторами-непрофессионалами в целях эскалации локального конфликта изучены недостаточно. Авторы сообщений в социальных медиа обретают опыт распознавания и задействования ресурсов цифровой медиаинфраструктуры (сеть пабликов, блогеров, локальные и федеральные каналы, СМИ). Алгоритмические платформы, как кровеносная система, связывают генерируемый контент и обеспечивают его движение через рекомендательные системы – от личного аккаунта к паблику и далее к федеральным СМИ. Такая архитектура позволяет транслировать локальную проблему на федеральный уровень. Эти процессы полностью меняют традиционные модели агентности и медиационного посредничества, формируя новые формы публичного, цифрового конфликтогенерирования.

Социальные сети и мессенджеры («ВКонтакте», «Телеграм») создают новые формы социальной организации; ряд авторов анализируют, как такие платформы становятся посредниками в ключевых сферах жизни [2]. Социальные сети рассматриваются как элементы платформенной инфраструктуры, которая, как отмечается в [2], «активно формирует социальные и экономические практики через свою техническую архитектуру, бизнес-модели и структуры управления» [2, р. 4]. Такой подход позволяет понять, как стратегии акторов в городских конфликтах зависят от алгоритмических стимулов к вовлеченности (ER) и интерфейсных решений платформ. Данные и внимание пользователей превращаются в экономически выгодный ресурс [3].

Препятствием для целостного анализа является отсутствие значимого объема эмпирического материала, способного отобразить влияние социальных сетей в городских конфликтах. Кроме того, если ранее источником публичной информации являлись СМИ, то сегодня цифровизация позволяет каждому гражданину выступать одновременно в качестве автора и адресата, а потому подрывается разделение частной и публичной сфер [4; 5].

Теоретической рамкой исследования является изучение информационного и цифрового общества. М. Кастельс в своей теории сетевого общества доказывает, что информационные технологии и сети становятся новой морфологией современных обществ [6, с. 505]. Ключевое значение имеет теория М. Грановеттера о «силе слабых связей», которая в контексте социальных сетей находит свое максимальное подтверждение: платформы позволяют эф-

эффективно поддерживать обширные сети слабых связей и усиливать их влияние [7]. Эффективность коммуникации в сети определяется через ER-коэффициент. Данный показатель позволяет определить уровень вовлеченности в конфликт, степень активности взаимодействия аудитории с контентом конфликтной повестки относительно общего числа медийного поля, которое его просмотрело. Таким образом, потенциал социальных сетей в мобилизации и эскалации городских конфликтов может быть изучен через синтез классических и современных социологических подходов: теории сетевого общества Кастельса, концепции «силы слабых связей» Грановеттера, платформенного анализа Ван Дейка, Срничека, а также теорий трансформации публичной сферы и аффективных публик Хабермаса и Папахарисси.

Теоретическую базу исследования также составляют классические концепции постиндустриального общества (Д. Белл [8], Э. Тоффлер [9]), теории социального капитала и доверия (П. Бурдьё [10], Дж. Коулман [11], Ф. Фукуяма [12]), работы, посвященные распределению социального капитала (В. Н. Титов [13]), исследования современных отечественных ученых, в поле зрения которых – изучение стратегий акторов конфликтов, их альянсы, природа сложных локальных городских конфликтов (И. А. Скалабан, Ю. С. Лобанов [14], А. Б. Белоусов, Д. А. Давыдов [15], Е. В. Тыканова [16], Е. В. Тыканова, И. К. Шевцова, А. А. Желнина [17], А. В. Семенов, Э. Ю. Минаева [18], А. А. Желнина, Е. В. Тыканова [19]).

В условиях стремительной трансформации платформенной архитектуры социальных сетей существующие социологические модели не учитывают потенциал «силы слабых связей» и ER как факторов, позволяющих горожанам выводить локальный конфликт на федеральный уровень, минуя институциональные СМИ. Это определило логику данного исследования. Объект исследования – процесс медиатизации городских конфликтов. Предмет исследования – стратегии распространения информации о конфликте в социальных сетях в медийной инфраструктуре. Автор ставит цель выявить роль социальных сетей в процессах мобилизации и эскалации городских конфликтов в условиях современной медийной инфраструктуры. Для достижения этой цели необходимо типологизировать каналы медиаинфраструктуры и векторы эскалации городских конфликтов, определив роль и влияние на динамику конфликта показателя ER как индикатора конфликтогенности. Также стоит задача выявить условия перехода регионального конфликта в федеральную повестку и условия перетекания онлайн-конфликтов в офлайн. Основная гипотеза состоит в предположении, что социальные сети существенно трансформировали природу медийной инфраструктуры в целом, став основным ресурсом мобилизации и эскалации городского конфликта.

Методология и источники. Объектом эмпирического анализа стали конфликты 2022–2025 гг., отобранные из массива Геоинформационной базы данных конфликтов Новосибирской агломерации «Конфликты NSK» (далее ГБД) [20]. Ядро агломерации образуют города Новосибирск, Бердск, Искитим, Обь, рабочий поселок Краснообск и Наукоград – рабочий поселок Кольцово. Численность населения Новосибирской агломерации составляет более 2 млн чел., Новосибирска – более 1,6 млн чел. Новосибирск – крупнейшее муниципальное образование РФ – не имеет четкой экономической специализации, поэтому городские конфликты генерируются проектами разных экономических и социальных сфер. Наполнение базы осуществляется с 2021 г. с помощью геокодирования медийно зафиксированных слу-

чаев городских конфликтов более чем по тридцати параметрам [21, с. 15]. Используется комплексный подход: «ручной» отбор основных новостных порталов города и их медиаданных сочетается с применением информационной автоматизированной системы мониторинга «Скан-Интерфакс», впоследствии замененной разработанным в ходе проекта программным инструментом с использованием систем искусственного интеллекта для сбора данных по событиям, имеющим признаки конфликта, и передачи их в ГБД из пяти крупнейших региональных информационных порталов.

На основе этого массива данных был проведен контент-анализ открытых городских и локальных тематических пабликов и Telegram-каналов, где шло обсуждение или осуществлялась активность по 127 изучаемым нами конфликтам 2022–2025 гг., относящимся к сферам строительства, культуры и общественных ценностей, межэтнических и религиозных отношений. Отбор производился из социальных сетей «ВКонтакте» и «Telegram» с помощью сервиса статистики и аналитики контента сообществ социальных сетей Popsters. Анализу подверглись $L = 3070$ упоминаний конфликтов в социальных сетях. Основное внимание уделено коэффициенту ER, позволяющему определить уровень вовлеченности в проблему, активного взаимодействия аудитории с конфликтной повесткой (постом, статьей, видео) относительно общего числа медийного поля социальной сети, которые его просмотрели (охват).

Медийная инфраструктура движения информации и векторы эскалации городских конфликтов. Высокая динамика информационного обмена – ключевое условие формирования общего конфликтного пространства города в цифровую эпоху. Поэтому сетевая и медийная инфраструктура играют ключевую роль в репрезентации конфликтных повесток в городе и их продвижении в медийной иерархии с локального уровня до федерального. Чем шире информированность о проблеме, резонансность конфликта, тем выше его паблицитный капитал, который может быть инвестирован участниками в стратегии давления или благоприятного завершения конфликта.

Для продвижения повесток и отстаивания позиций участники конфликта могут использовать весь спектр каналов медиаинфраструктуры:

- институциональные каналы: сайты, страницы и каналы федеральных информагентств, федеральные и региональные СМИ, обладающие юридическим правом на распространение информации, высоким потенциалом давления и контроля за динамикой конфликта;

- квазиинституциональные каналы: крупные тематические сообщества в социальных сетях, а также страницы и каналы лидеров общественного мнения, не имеющие официальной регистрации, но обладающие аудиторным охватом, сопоставимым с традиционными СМИ (как правило, более 3000 подписчиков);

- неинституциональные каналы, объединяющие частные страницы и малые группы (менее 3000 подписчиков), способные выступать как «точками манифестации проблемы», так и первичными источниками информации о конфликте для более масштабных каналов.

Формально закон не проводит четкой границы по числу подписчиков, но, несмотря на отсутствие регистрации группы/канала в Роскомнадзоре в качестве СМИ, сообщество, на регулярной основе распространяющее информацию и имеющее широкий охват аудитории, в судебном органе может быть признано «аналогом СМИ». Кроме того, администратор паб-

лика подобного сообщества несет повышенную ответственность за размещенный контент (включая комментарии подписчиков, которые должны модерироваться).

Квазиинституциональные и неинституциональные каналы медиаинфраструктуры сегодня преимущественно обеспечивают первичное распространение информации о конфликтах. Городские и локальные паблики и чаты во «ВКонтакте» и «Телеграм» являются центральной ареной, одними из значимых полей стратегических действий, где конфликт обретает силу и масштаб. Здесь происходит процесс наделяния информации ценностью, ее эмоционализация, запускается сетевая мобилизация, осуществляется общественное давление.

В настоящее время основными генераторами информации о конфликтах, продуцируемыми ими повестками стали социальные медиа: городские, локальные, тематические группы, паблики и чаты оборонительных сообществ, сформировавшихся вокруг конфликта. Производимый ими контент агрегируется региональными СМИ. В случае высокого уровня вовлеченности конфликты горожан имеют перспективу стать федеральной новостью, особенно если они созвучны общим трендам. В исследуемый период подобные стратегии продвижения были чаще свойственны конфликтным повесткам, концентрирующимся вокруг второго ядра городских конфликтов: безопасность и защита прав, содержательно или дискурсивно связанных с ростом антимигрантских настроений и риторикой защиты культурных ценностей.

Формирование и продвижение конфликтной повестки осуществляется с помощью многообразной медийной инфраструктуры. Критерием эффективности становится резонанс – ресурс, содействующий успешному для актора исходу конфликта. Анализ медиаконтента 127 конфликтов и 3070 упоминаний о них в социальных сетях позволил выделить несколько векторов использования медиаинфраструктуры в городских конфликтах.

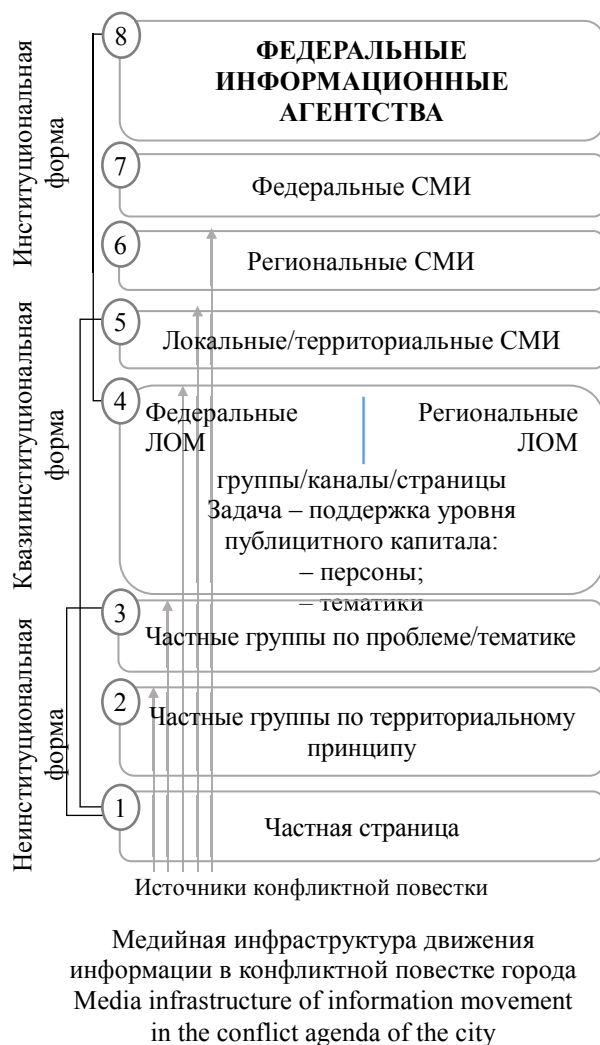
На рисунке представлена стратификация медийных каналов, основанная на их институциональном статусе, охвате и влиянии на эскалацию или деэскалацию конфликта.

Индикаторами классификации являются:

- аудиторный охват (локальный, региональный, федеральный);
- нормативный статус (наличие регистрации в Роскомнадзоре);
- социальный капитал акторов (восприятие и отношение аудитории и инструменты влияния);
- скорость реакции и последствия (влияние на власть, реакция властных и судебных структур, прокуратуры и активные реакции горожан в офлайн-среде).

Можно выделить восемь ступеней распространения конфликтной информации в медийной инфраструктуре движения информации в конфликтной повестке города, которые могут быть сгруппированы в три категории по принципу институциональности источника информации. В свою очередь, движение информации может осуществляться по вертикали и по горизонтали (см. рисунок).

Вертикальный вектор реализуется через соотнесение местной, городской конфликтной повестки с федеральной новостной повесткой, которая формируется через послания Президента или информационную повестку правительства и первых лиц, что существенно увеличивает количество реакций по близким к ним городским темам со стороны жителей. После террористического акта в «Крокус Сити Холле» (март 2024) и последовавшей за ним антимигрантской риторикой на федеральном уровне удельный вес локальных и городских конфликтов с этнически маркированной повесткой увеличился с 8 до 17 %. В настоящее время



их число сокращается. Однако наблюдается и обратная стратегия, когда повестки формируются исходя из ожидаемой вовлеченности путем включения в конфликт федеральных надзорных органов, структур власти, лидеров мнений федерального уровня. Из 20 конфликтов с высокой вовлеченностью ($ER > 5$) в семи случаях использовался механизм обращения в Генеральную прокуратуру РФ, Следственный комитет РФ, к уполномоченному по правам человека. Однако высокий резонанс лишь в трети случаев приводит к формально-правовой реакции надзорных органов («Вице-мэр Артем Скотов: дело о клевете», 2023, N 324, $ER = 14,57$; «Аварийный дом на ул. Лермонтова, г. Бердск» 2023, N 342, $ER = 8,66$; «Низкое качество дорожного строительства и ремонта», 2022, N 247, $ER = 8,42$; «Конкурс на право строительства мусорных полигонов», 2022, N 273, $ER = 7,84$). Но используется и обратная схема – поиск федеральными СМИ однотипных городских конфликтных кейсов для подтверждения конфликтной повестки как явления федерального уровня, что позволяет локальному или городскому конфликту использовать ресурсы медийной инфраструктуры страны.

Горизонтальный вектор – консолидация локальных акторов, носителей предметно близких конфликтных повесток, проходит через формирование общего информационного поля, координацию совместных действий в отношении фокусированной проблемы, значимой для горожан (например, тарифы ЖКХ, регулярные коммунальные аварии) или отдельных групп (например, жителей, попавших под программы КРТ), в условиях роста напряженности (проблема «накипела»).

Особенно выделяется наличие большого количества конфликтов, инициируемых сообществом или локальной гражданской группой. Фактически чаты, социальные сети в медиаинфраструктуре реализуют свои интересы путем «цифровизации повседневности». Рост числа локальных конфликтов, непосредственно связанных с городской средой, был продиктован появлением локальных каналов мобилизации и эскалации конфликтов (например, домовые чаты) на территории, которые предоставили жителям микрорайонов организационные ресурсы для мобилизации. За последние пять лет можно видеть массовый эффект формирования некой локальной идентичности «сообщества соседей». «Аффективные паблики – это сетевые сообщества, сплавляемые и синхронизируемые общими эмоциями. В их основе лежат подвижные, фоновые формы сопричастности, которые актуализируются и материализуются в публичном пространстве благодаря аффективным высказываниям»

[5, p. 125]. Надо отметить, что часто обсуждения соседями нейтральных тем превращаются в эмоциональные споры/конфликты и «вирусно» тиражируются самими горожанами.

Благодаря самоорганизации через чаты подъездов, домов, кварталов и целых микрорайонов, горожане мгновенно обсуждают проблемы, координируют действия и распространяют информацию, используя тактику «снизу»: пишут коллективные обращения в прокуратуру и Роспотребнадзор, привлекают депутатов и независимые СМИ. «Объединения граждан зачастую обладают меньшими ресурсами и возможностями для отстаивания своих прав и законных интересов перед органами власти и бизнесом. Однако они находят для себя оптимальные стратегии для успешной деятельности, среди которых можно отметить формирование коалиций или институционализацию с последующей включенностью в процесс принятия решений на городском уровне...» (цит. по [22, с. 21]). В этих случаях каналы, чаты локальных сообществ, вовлеченных в конфликты, играют дополнительную роль, предоставляя вовлеченным в похожие конфликты жителям не только информационную, но и методическую поддержку: как правильно составить обращение, претензию, собрать подписи, куда перспективно направлять, где найти правила благоустройства, СанПиНы, генеральные планы застройки.

Вовлеченность аудитории – влияние на динамику конфликта. Конфликты 2022–2025 гг. были оценены по уровню вовлеченности аудитории и на основании полученных эмпирических данных были выделены три группы конфликтов: первая – низкий ER (0–1); вторая – средний ER (1–5); третья – высокий ER (>5). В первой группе по уровню вовлеченности оказались преимущественно городские проблемы, во второй – локальные, в третьей – групповые (сформированные вокруг конкретной проблемы или события по интересу, частные сообщества). Наиболее высокий уровень вовлеченности формируется в условиях массовости аудитории (ER ≥ 5). Его показывают конфликты с группой повесток «ЖКХ и городские службы: управление и эксплуатация». Здесь индекс вовлеченности может достигать значений выше 75, а последствия этих конфликтов ощущает на себе большинство горожан («Пыль в городе, или Пылесибирск» 2022, N 133, ER = 30,73; «Некачественная уборка снега: 2022–2023» 2023, N 252, ER = 75,85). В группе, где ER в диапазоне 1–5, преобладают повестки групп «Нежелательное соседство», «Этническая и социальная плотность среды» («Строительство общежития для мигрантов на Пригородной» 2023, N 438, ER = 1,02; конфликт вокруг незаконного бизнеса и общественного порядка между мигрантами-предпринимателями и соседями-новосибирцами, 2024, N 485, ER = 1,54). Среди конфликтов с низкой вовлеченностью аудитории лидируют повестки группы «Защита прав и ценностей (в том числе символических)», а также территориально локализованные конфликты, в том числе группы повесток «Проекты как проблема и угрозы» («КРТ Правобережье: микрорайон Карьер Мочище», 2023, N 682, ER = 0,59), «Жители Кропоткина, 128 против детского сада», 2022, N 110, ER = 0,10).

Медийная инфраструктура конфликтной повестки формируется под влиянием институциональных и сетевых факторов и фиксирует миграцию тем в различных медийных экосистемах для управления конфликтом.

Фактически формирование группы в социальной сети – это механизм компенсации недостатков работы масштабной городской администрации, которая не успевает или не хочет

реагировать на проблемы людей. Следующий шаг сообщества, сформировавшего позицию виртуально, – это перевод конфликта из Сети в жизнь, осуществление реальных действий уже в офлайн-среде.

Из 127 конфликтов более 40 трансформировали онлайн-активность в физические действия (и все они имеют коэффициент вовлеченности выше среднего): публичные слушания, митинги, пикеты, собрания, блокировки строительной техники, обращение в суд, прокуратуру. Например: «Мусорная забастовка: 2022» (N 345, ER = 7,69), «Застройка реки Ельцовки-2» (N 1805, ER = 6,47), «Новосибирцы против повышения тарифов ЖКХ» (N 293, ER = 11,24), «Отмена прямых выборов мэра в Новосибирске» (N 287, ER = 5,92).

Низкий ER практически гарантирует отсутствие перехода в офлайн. Если тема не интересна в социальных сетях, то на физическую активность нет никаких ресурсов. Однако высокий ER не означает автоматический переход в офлайн-поле, хотя присутствует значительная положительная корреляция.

Важно отметить, что количество упоминаний в социальных сетях, даже если они опубликованы в разных локальных группах, не определяет интерес или важность темы конфликта для горожан. Для анализа социальной напряженности определение уровня вовлеченности является более точным и важным показателем, так как отражает реальную силу эмоциональной реакции граждан на проблему, а не просто объем информационного шума вокруг нее.

Закключение. Социальные сети трансформировали природу медийной инфраструктуры и городского конфликта, стали ключевым ресурсом для мобилизации. На основе данных можно предположить, что условием попадания конфликтов в федеральную повестку является высокий ER в региональном поле. Второе условие – «типичность» проблемы для ряда регионов страны: наличие универсального социального недовольства, конфликты, имеющие отношение к общероссийской повестке, этномаркированные/этнические конфликты, социокультурные конфликты со множественностью акторов разных идеологических/культурных точек зрения.

Чаще всего мультиканальная стратегия применяется в сложных конфликтах, с высокой материальной или символической ценой, большим числом интересантов и акторов, поскольку их компетентные акторы (представители власти, бизнеса, «профессиональные общественники», лидеры оборонительных сообществ) обладают информационными каналами и достаточным публичным капиталом, доступом к дифференцированной структуре публичного информирования или административным контролем над медиаресурсами.

Информация из социальных медиа локальных, тематических, конфликтных групп (оборонительных сообществ [23; 24]) агрегируется региональными СМИ. В случае высокого уровня вовлеченности такие повестки горожан имеют перспективу стать федеральной новостью, особенно если они созвучны общим трендам.

Социальные сети создали условия для появления нового типа акторов, которые, обладая публичным капиталом и навыками работы в цифровой среде, могут целенаправленно формировать конфликтные повестки и управлять ими. А городские и локальные группы и каналы во «Вконтакте» и «Телеграм» становятся первичным источником информации с присущей неформальному полю коммуникации эмоционализацией, возможностью сетевой мобилизации и общественного давления. Многоуровневая медиаинфраструктура существенно упрощает тиражирование контента, его продвижение через локальные источники до феде-

рального уровня. Социальные сети действительно трансформировали медийную инфраструктуру, став основным ресурсом мобилизации и эскалации городского конфликта. Это стало возможно ввиду открытого доступ к главному ресурсу конфликтного поля – вниманию и доверию аудитории. Символический капитал, основа которого – вовлеченность горожан, одинаково открыт как агентам с сильными позициями (институциональные СМИ – верхний уровень иерархии), так и со слабыми позициями (активные жители микрорайона, профессиональные общественники, блогеры).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Черный В. Социальные сети в России: цифры и тренды // Brand Analytics. 14.12.2025. URL: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-autumn-2025> (дата обращения: 10.02.2026).
2. Van Dijck J., Poell T., De Waal M. The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford Univ. Press, 2018.
3. Srnicek N. Platform Capitalism. Cambridge: Polity Press, 2017.
4. Хабермас Ю. Структурное изменение публичной сферы. Исследования относительно категории буржуазного общества / пер. с нем. Д. В. Кузницына и др. М.: Весь Мир, 2016.
5. Papacharissi Z. Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics. Oxford: Oxford Univ. Press, 2015.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. Т. 1. М.: ГУ ВШЭ, 2000.
7. Грановеттер М. Сила слабых связей / пер. З. В. Котельниковой // Экономическая социология. 2009. Т. 10, № 4. С. 31–50.
8. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999.
9. Тоффлер Э. Третья волна / пер. с англ. С. Барабанова, К. Бурмистрова, Л. Бурмистровой и др. М.: АСТ, 2004.
10. Бурдьё П. Формы капитала / пер. М. С. Добряковой // Экономическая социология. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74. DOI: <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2002-5-60-74>
11. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / пер. Л. Стрельникова, А. Стасенко // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122–139.
12. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / пер. с англ. Д. Павловой, В. Кирющенко, М. Колопотина. М.: АСТ, 2006.
13. Титов В. Н. Распределение социального капитала как условие модернизации российского общества // Общественные науки и современность. 2012. № 5. С. 89–100.
14. Скалабан И. А., Лобанов Ю. С. Сложный городской конфликт: концептуальные основания анализа и эмпирическое описание // Социол. обозрение. 2025. Т. 24, № 1. С. 242–268. DOI: <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2025-1-242-268>
15. Белоусов А. Б., Давыдов Д. А. Городские пространственные конфликты в Новосибирске: изучение общей динамики // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 4. С. 292–314. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2520>
16. Города расходящихся улиц: траектории развития городских конфликтов в России / отв. ред. Е. В. Тыканова. М.; СПб.: ФНИСЦ РАН, 2021. DOI: <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-351-5.2021>
17. Тыканова Е. В., Шевцова И. К., Желнина А. А. Альянсы чиновников и активистов в городских локальных конфликтах // Социол. обозрение. 2024. Т. 23, № 2. С. 90–119. DOI: <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2024-2-90-119>
18. Семенов А. В., Минаева Э. Ю. Города расходящихся улиц: развитие городских конфликтов в России 2010-х // Журнал исследований социальной политики. 2021. Т. 19, № 2. С. 189–204. DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-2-189-204>

19. Желнина А. А., Тыканова Е. В. «Игроки» на «аренах»: анализ взаимодействий в городских локальных конфликтах (случай Санкт-Петербурга и Москвы) // Журнал исследований социальной политики. 2021. Т. 19, № 2. С. 205–222. DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-2-205-222>
20. Геоинформационная база данных конфликтов Новосибирской агломерации «Конфликты NSK»: свид. на программу для ЭВМ № 2021622760 / И. А. Скалабан, З. Н. Сергеева (З. Н. Отто), Ю. С. Лобанов. Публ. 02.12.2021.
21. Городские пространства и сообщества в ракурсе изменений и конфликтов / под ред. И. А. Скалабан. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2023. DOI: <https://doi.org/10.17212/978-5-7782-5127-4>
22. Соколов А. В., Абрамовский И. С. Городские конфликты: стратегии борьбы акторов конфликта // Вестн. КемГУ. Сер. Политические, социологические и экономические науки. 2022. Т. 7, № 1. С. 20–28. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-20-28>
23. Скалабан И. А., Сергеева З. Н., Лобанов Ю. С. Защищающиеся. Оборонительные функции сообществ в городских конфликтах (на материалах г. Новосибирска) // Мир России. 2022. Т. 31, № 4. С. 33–56. DOI: <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2022-31-4-33-56>
24. «Уровень опасений зашкаливает!»: как изменения становятся триггерами городских конфликтов. Кейс г. Новосибирска / И. А. Скалабан, Ю. С. Лобанов, З. Н. Сергеева, С. Ю. Волченко // Социология власти. 2023. Т. 35, № 1. С. 190–218. DOI: <https://doi.org/10.22394/2074-0492-2023-1-190-218>

Информация об авторе

Отто Зоя Николаевна – кандидат социологических наук (2014), доцент (2016), доцент кафедры социологии и социально-массовых коммуникаций; научный сотрудник лаборатории городских исследований Института социальных технологий; начальник управления информационной политики Новосибирского государственного технического университета, ул. Немировича-Данченко, д. 136, Новосибирск, 630087, Россия. Автор более 50 научных публикаций. Сфера научных интересов: социология города, городские конфликты, медиаинфраструктура, цифровая коммуникация, сетевая мобилизация.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 10.02.2026; принята после рецензирования 30.03.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Chernyi, V. (2025), "Social networks in Russia: numbers and trends", *Brand Analytics*, 14.12.2025, available at: <https://brandanalytics.ru/blog/social-media-russia-autumn-2025> (accessed 10.02.2026).
2. Van Dijck, J., Poell, T. and De Waal, M. (2018), *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford Univ. Press, Oxford, UK.
3. Srnicek, N. (2017), *Platform Capitalism*, Polity Press, Cambridge, UK.
4. Habermas, Yu. (2016), *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Transl. by Kuznitsyn, D.V. et al., Ves' Mir, Moscow, RUS.
5. Papacharissi, Z. (2015), *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, Oxford Univ. Press, Oxford, UK.
6. Castells, M. (2000), *The Information Age Economy, Society and Culture*, Transl. by Shkaratan, O.I., vol. 1, HSE, Moscow, RUS.
7. Granovetter, M. (2009), "The Strength of Weak Ties", Transl. by Kotel'nikova, Z.V., *J. of Economic Sociology*, vol. 10, no. 4, pp. 31–50.
8. Bell, D. (1999), *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Transl. by Inozemtsev, V.L. (ed.), Academia, Moscow, RUS.
9. Toffler, A. (2004), *The Third Wave*, Transl. by Barabanov, S., Burmistrov, K., Burmistrova, L. et al., AST, Moscow, RUS.
10. Bourdieu, P. (2002), "Les formes de capital", Transl. by Dobryakova, M.S., *J. of Economic Sociology*, vol. 3, no. 5, pp. 60–74. DOI: <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2002-5-60-74>

11. Coleman, Ja. (2001), "Social Capital in the Creation of Human Capital", Transl. by Strelnikova, L., Stasenko, A., *Social Sciences and Contemporary World*, no. 3, pp. 122–139.
12. Fukuyama, F. (2006), *Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Transl. by Pavlova, D., Kiryushchenko, V., Kolopotin, M., AST, Moscow, RUS.
13. Titov, V.N. (2012), "Distribution of social capital as a condition for modernization of Russian society", *Social Sciences and Contemporary World*, no. 5, pp. 89–100.
14. Skalaban, I.A. and Lobanov, Yu.S. (2025), "Complex Urban Conflict: Conceptual Foundations and Modern Practices", *Russian Sociological Review*, vol. 24, no. 1, pp. 242–268. DOI: <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2025-1-242-268>
15. Belousov, A.B. and Davydov, D.A. (2024), "Urban Spatial Conflicts in Novosibirsk: Studying General Dynamics", *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, no. 4, pp. 292–314. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2520>
16. Tykanova, E.V. (ed.) (2021), *Goroda raskhodjashhihsja ulic: traektorii razvitija gorodskih konfliktov v Rossii* [Cities of diverging Streets: trajectories of urban conflict development in Russia], FNISC RAN, Moscow, SPb., RUS. DOI: <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-351-5.2021>
17. Tykanova, E.V., Shevcova, I.K. and Zhelnina, A.A. (2024), "Alliances between authorities and activists in urban local conflicts", *Russian Sociological Review*, vol. 23, no. 2, pp. 90–119. DOI: <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2024-2-90-119>
18. Semenov, A.V. and Minaeva, E.Yu. (2021), "The Cities of Forking Streets: Trajectories of Urban Conflicts in Russia", *The J. of Social Policy Studies*, vol. 19, no. 2, pp. 189–204. DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-2-189-204>
19. Zhelnina, A.A. and Tykanova, E.V. (2021), "'Players' in 'Arenas': a Study of Interactions in Local Urban Conflicts (a Case Study of Saint Petersburg and Moscow)", *The J. of Social Policy Studies*, vol. 19, no. 2, pp. 205–222. DOI: <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-2-205-222>
20. Skalaban, I.A., Sergeeva, Z.N. (Otto, Z.N.), Lobanov, Yu.S. (2021), "Computer program certificate Geoinformation database of conflicts of the Novosibirsk agglomeration "NSK conflicts"", no. 2021622760.
21. *Urban spaces and communities in terms of changes and conflicts* (2023), in Skalaban, I.A. (ed.), Izd-vo NGTU, Novosibirsk, RUS. DOI: <https://doi.org/10.17212/978-5-7782-5127-4>
22. Sokolov, A.V. and Abramovsky, I.S. (2022), "Urban Conflict Actors and Their Strategies", *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, vol. 7, no. 1, pp. 20–28. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-20-28>
23. Skalaban, I.A., Sergeeva, Z.N. and Lobanov, Yu.S. (2022), "The Defendants. The defensive Functions of Communities in Urban Conflict (Based on a Case Study in Novosibirsk)", *Mir Rossii*, vol. 31, no. 4, pp. 33–56. DOI: <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2022-31-4-33-56>
24. Skalaban, I.A., Lobanov, Yu.S., Sergeeva, Z.N. and Volchenko, S.Yu. (2023), "'The Level of Fears Is off the Scale!': Triggers of Urban Conflicts in the Context of Municipal Management (Novosibirsk Case Study)", *Sociology of Power*, vol. 35, no. 1, pp. 190–218. DOI: <https://doi.org/10.22394/2074-0492-2023-1-190-218>

Information about the author

Zoya N. Otto – Can. Sci. (Sociology, 2014), Docent (2016), Associate Professor at the Department of Sociology and Social Mass Communications; Research Fellow at the Laboratory for Urban Studies, Institute of Social Technologies; Head of the Information Policy Department, Novosibirsk State Technical University, 136 Nemirovich-Danchenko st., Novosibirsk 630087, Russia. The author of more than 50 scientific publications. Area of expertise: urban sociology, urban conflicts, media infrastructure, digital communication, network mobilization.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 10.02.2026; adopted after review 30.03.2026; published online 22.09.2026.*

Оригинальная статья

УДК 316.334.2

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-98-107>

Туризм как форма «новой мобильности»: детерминация мотивации в контексте социального неравенства

Даниил Александрович Лебединцев

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»

им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

Санкт-Петербургский государственный технологический институт

(технический университет), Санкт-Петербург, Россия

daniil.al1997@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0002-4376-9509>

Введение. В «текущей современности» (З. Бауман) туристические путешествия становятся каналом символической мобильности, компенсирующим ограничения вертикальной мобильности. Классические теории (П. Сорокин, Т. Парсонс) рассматривали мобильность как смену статусных позиций, но анализ туризма как формы мобильности, детерминированной неравенством, остается фрагментарным. Цель исследования – теоретическое обоснование включения туризма в систему форм социальной мобильности.

Методология и источники. Ключевое требование – разграничение социальной мобильности (смена позиции в стратификации) и физической мобильности (Дж. Урри). В статье вводится конструкция «туризм как форма социальной мобильности» с двумя подмодусами: прямая мобильность (деловой туризм как накопление капиталов) и компенсаторная (иллюзия статусного подъема). Теоретические основания: неовеберовская теория Ч. Тилли, концепция «новой мобильности» Дж. Урри, теория праздного класса Д. Макканелла.

Результаты и обсуждение. В классической социологии определены параметры неравенства (собственность, власть, престиж). П. Сорокин выявил рост мобильности из физического в интеллектуальный труд. Туризм эволюционировал от элитной практики (Т. Веблен) до массового феномена. Мотивация детерминирована тремя барьерами: экономическим, временным и культурным. Выявлена компенсаторная функция туризма: для исключенных из восходящей мобильности путешествие создает иллюзию статусного подъема. Отмечается амбивалентность: туризм символически решает проблему неравенства для индивида, но воспроизводит ее через дифференциацию способов выхода из повседневности.

Заключение. В «потокном обществе» туризм становится новой формой социальной мобильности, но его роль амбивалентна. Практики дифференцированы: элитный туризм – демонстрация статуса, массовый – компенсация, деловой – реальная мобильность. Перспективы – эмпирическая верификация мотивационных профилей туристов из разных стратификационных групп.

Ключевые слова: социальное неравенство, социальная мобильность, новая мобильность, туризм, компенсаторная мобильность, детерминация мотивации, стратификация

Для цитирования: Лебединцев Д. А. Туризм как форма «новой мобильности»: детерминация мотивации в контексте социального неравенства // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 98–107. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-98-107

© Лебединцев Д. А., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License

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



Tourism as a Form of “New Mobility”: Determination of Motivation in the Context of Social Inequality

Daniil A. Lebedintsev

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia
Saint Petersburg State Institute of Technology, St Petersburg, Russia
daniil.al1997@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0002-4376-9509>*

Introduction. In “fluid modernity” (Z. Bauman), tourist travel becomes a channel of symbolic mobility that compensates for the limitations of vertical mobility. Classical theories (P. Sorokin, T. Parsons) viewed mobility as a change in status positions, but the analysis of tourism as a form of mobility shaped by inequality remains fragmentary. The aim is to theoretically substantiate the inclusion of tourism into the system of social mobility.

Methodology and sources. The key requirement is distinguishing social mobility (change in stratification position) from physical mobility (J. Urry). The construct “tourism as a form of social mobility” is introduced with two sub-modes: direct mobility (business tourism as capital accumulation) and compensatory mobility (illusion of status elevation). Theoretical foundations include neo-Weberian theory (C. Tilly), J. Urry’s “new mobility” concept, and D. MacCannell’s theory of the leisure class.

Results and discussion. Classical sociology defined parameters of inequality (property, power, prestige). P. Sorokin identified a trend of increasing mobility from physical to intellectual labor. Tourism evolved from elite practice (T. Veblen) to a mass phenomenon. Motivation is shaped by three barriers: economic, temporal, and cultural. The compensatory function of tourism is revealed: for groups excluded from upward mobility, travel creates an illusion of status ascent. Ambivalence is noted – while symbolically solving the problem of inequality for the individual, tourism reproduces it through the differentiation of ways to escape everyday life.

Conclusion. In a “streaming society”, tourism becomes a new form of social mobility, but its role is ambivalent. Practices are differentiated: elite tourism demonstrates status, mass tourism provides compensation, business tourism serves as real mobility. Research prospects include empirical verification of motivational profiles of tourists from different stratification groups.

Keywords: social inequality, social mobility, new mobility, tourism, compensatory mobility, motivation determination, stratification

For citation: Lebedintsev, D.A. (2026), “Tourism as a Form of “New Mobility”: Determination of Motivation in the Context of Social Inequality”, *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 98–107. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-98-107

Введение. Актуальность исследования обусловлена трансформацией форм социальной мобильности в «текущей современности» (З. Бауман), где физические перемещения – туристические путешествия – приобретают статус не только досуговой практики, но и значимого канала символической мобильности, компенсирующего ограничения вертикальной социальной мобильности. В то время как классические теории социального неравенства (П. Сорокин, Т. Парсонс, К. Дэвис, У. Мур) рассматривали мобильность преимущественно в терминах смены профессионально-статусных позиций, современные социологи (Дж. Урри, Д. Макканелл, Э. Коэн) фиксируют «мобильный поворот», требующий расширения поня-

тийного аппарата. Степень разработанности темы: история изучения социального неравенства и мобильности представлена в литературе достаточно полно (работы М. Вебера, П. Сорокина, Ч. Тилли и др.), однако анализ туризма именно как специфической формы социальной мобильности, детерминированной структурой неравенства и одновременно выступающей механизмом его символического преодоления, остается фрагментарным.

Объект исследования: социальная мобильность как социологическая категория и ее современные трансформации. Предмет исследования: туристические путешествия как специфическая форма «новой мобильности».

Цель – теоретическое обоснование включения туризма в систему форм социальной мобильности через анализ детерминации мотивации к путешествиям как способу выхода из повседневности и символического решения проблемы неравенства.

Методология и источники. Ключевым методологическим требованием при анализе туризма как вида социальной мобильности является разграничение двух смыслов понятия «мобильность», которые в современном социологическом дискурсе не всегда отчетливо артикулируются.

Социальная мобильность в узком (классическом) смысле, восходящем к П. Сорокину, означает изменение позиции индивида или группы в иерархически организованной социальной стратификации. Это перемещение в социальном пространстве (смена класса, профессиональной группы, статусной позиции), которое может быть вертикальным (восходящим или нисходящим) и горизонтальным. Ключевой признак – трансформация социального статуса, доступа к ресурсам, власти или престижу. Мобильность в широком (пространственно-физическом) смысле, актуализированная в работах Дж. Урри и «мобильном повороте», означает любые перемещения тел, объектов, информации и капиталов в физическом пространстве. Сюда входят ежедневные коммутации, миграции, транспортные передвижения и в том числе туристические путешествия.

Взаимосвязь между этими двумя типами мобильности не является прямой и однозначной. Не всякое физическое перемещение есть социальная мобильность, и, наоборот, изменение социального статуса может происходить без какого-либо физического перемещения (например, повышение в должности в той же организации). Однако в современном «потокном обществе» физическая мобильность приобретает символический капитал и может выступать компенсацией ограниченной социальной мобильности. Таким образом, предлагается различать два аналитических уровня:

1) туризм как социальная практика – это совокупность действий, связанных с временным выездом за пределы постоянного места жительства с целью отдыха, познания, развлечения или лечения. Это эмпирически наблюдаемый феномен, доступный социологическому описанию (частота поездок, выбор направлений, бюджет, организационные формы);

2) туризм как форма социальной мобильности – это аналитическая конструкция, которая позволяет интерпретировать туристические практики в терминах их влияния на позицию индивида в социальном пространстве. Здесь возможны два дополнительных уровня анализа:

– прямая социальная мобильность, когда туризм (например, деловой) способствует накоплению социального и культурного капитала, установлению полезных связей, что в перспективе ведет к реальному статусному росту;

– компенсаторная (или символическая) социальная мобильность, когда само переживание путешествия (временный выход из иерархий повседневности, статусное перевоплощение) создает иллюзию или символический эквивалент восходящей мобильности, не меняя объективного положения индивида в системе стратификации.

Таким образом, методология анализа строится на сочетании историко-теоретической реконструкции для анализа эволюции понятий неравенства и мобильности и теоретического моделирования для обоснования включения туризма в категориальное поле социальной мобильности через понятие компенсаторной функции. Теоретико-методологические основания включают неовеберианскую стратификационную теорию Ч. Тилли для многомерного анализа неравенства, концепции «новой мобильности» Дж. Урри и теорию праздного класса Д. Макканелла для интерпретации туризма. Источники – классические труды по стратификации и мобильности (П. Сорокин, М. Вебер), современные работы по социологии туризма (Э. Коэн, Дж. Урри, Д. Макканелл), а также методологические статьи, в которых разграничиваются виды мобильности.

Результаты и обсуждение. К ранним социологическим теориям социальной стратификации относят воззрения М. Вебера. Ученый придерживался многомерного подхода к стратификации; считал, что чем более развито общество, тем выше в нем развита органическая солидарность, т. е. интеграция людей в единое социальное целое благодаря взаимозависимости друг от друга и взаимозаинтересованности друг в друге [1]. Данная интеграция обеспечивается развитыми процессами разделения труда. Помимо этого, Вебер наблюдал качественное изменение пролетариата, внутри которого уже начались стратификационные процессы, разделяющие данный класс на более образованных работников и менее образованных, труд – на высококвалифицированный (работники, занятые этим видом труда, вскоре пополняют нижние слои среднего класса) и низкоквалифицированный. Именно поэтому Вебер предлагает такие критерии, как собственность, власть и престиж, для анализа социальной стратификации, на основе которых появляются класс, политическая группа и статусная группа [1].

Неовеберианский подход получил дальнейшее развитие в трудах многих социологов: Э. Гидденса, Дж. Голдторпа, Ф. Паркина, Н. Аберкромби, Дж. Урри, Р. Коллинза и др. В основе этой школы лежит стремление изучать процессы становления устойчивых социальных коллективов, способствующих возникновению такого явления, как «социальное закрытие», под которым понимаются процессы увеличения власти, различных преимуществ и вознаграждений коллектива и одновременно сокращения возможности случайного проникновения в группу. На основе этих процессов в западной социологии формируются четкие критерии профессионализма/непрофессионализма. Последователи М. Вебера рассматривали социальное неравенство и его роль в формировании социальной структуры, используя те же критерии, но применяя их для анализа другого объекта – социальных коллективов. Таким образом, в классической социологии были определены основные критерии или параметры социального неравенства в рамках ее основных парадигм: функционального, конфликтологического (неомарксистского), неовеберианского подходов к изучению социальной стратификации общества.

В современном изучении социального неравенства существует множество точек зрения на основные критерии, параметры или ресурсы, которые определяют профиль социальной

стратификации в обществе. Так, Д. Граски в своей работе «Social Stratification. Class, Race and Gender in Sociological Perspective» (2001) выявляет наивысшие социальные ценности, используя ресурсную концепцию, в современном обществе таких концепций много и они разные: экономические, политические, культурные, социальные, престижные и др. [2].

Ключевая роль мобильности – в преодолении последствий и ограничений, порождаемых неравенством. Данные взаимосвязи выражаются в двух основных направлениях:

- в компенсаторной роли мобильности и содействии в интеграции людей различных слоев, географического положения, образования и культуры в единое социальное пространство;
- расширении возможностей пользования потенциалами общества, расширению кругозора, осуществлению карьерных устремлений, освоению инноваций и достижений цивилизации в интересах социально-экономического роста и развития.

Социальная мобильность в контексте социального неравенства. Развитие теорий социальной мобильности в истории социологической мысли тесно связано с исследованиями социального неравенства и стратификации. Требование системности предполагает исследование как статического состояния общества, так и динамических процессов, которые происходят в ходе его функционирования [3]. Впервые данные идеи появляются в позитивистской теории О. Конта, который рассматривал социальную статику и социальную динамику как два общественных явления или процесса, неразрывно связанных между собой. Социальная динамика в терминологии Конта наиболее близка современному понятию социальной мобильности. И поскольку общество невозможно изучать только с позиций статики или, другими словами, устойчивого баланса, исследование происходящих в нем процессов проводят с позиций динамического равновесия и успешности его поддержания в иерархически выстроенной системе как основного критерия. В связи с этим передвижения социальных групп и/или индивидов можно рассматривать как одну из важнейших характеристик современного общества [4]. П. А. Сорокин в работе «Социальная мобильность» (1927) впервые четко обозначил контуры научного исследования социальной мобильности и принципы изучения социальной стратификации, определив ее как «дифференциацию некой данной совокупности людей на иерархически соподчиненные классы» [5, с. 9]. Любая иерархически выстроенная система, в том числе социальная, имеет признаки изменчивости во времени и подвержена процессуальным динамическим изменениям: «Стратификация – это процесс, в результате которого семьи и индивиды оказываются не равными друг другу и группируются в иерархически расположенные страты с различным престижем, собственностью и властью» [5, с. 314]. Таким образом, по мнению ученого, для существования любой стратифицированной системы необходимо определенное количество социальных групп, коллективов и т. д., а также неравный доступ к власти, доходу, профессиональному статусу и прочему как к признакам, которые выступают основой для различения.

Изменения в социальной структуре в начале XX в., особенно в социальном составе и трансформации рабочего класса (наиболее квалифицированных представителей), приводят к быстрому росту нового среднего класса наемных работников. Первые признаки таких изменений заметил М. Вебер, а П. А. Сорокин уже имел возможность в своих исследованиях обращаться к вторичным источникам информации, в частности, эмпирическим исследованиям, официальной государственной статистике. Изученные материалы навели ученого на

идею более пристально исследовать межпоколенную и внутрipoкoлeннyю профессиональную мобильность. Результат таких исследований был ошеломительным и претендовал на выявление значимой исторической закономерности: он выявил тенденцию усиления мобильности из сферы физического в сферу интеллектуального труда [5]. Отметим также, что именно П. А. Сорокин впервые использует понятие интеллектуального труда в социологии. Таким образом, количественный рост среднего класса за счет сокращения рабочего класса в обществе, во-первых, хорошо укладывается в объяснительные модели теории социальной мобильности, во-вторых, выступает признаком динамического развития общества, в-третьих, приобретает статус исторической закономерности прогрессивного развития в условиях социальной стратификации и социального неравенства.

Известный современный исследователь проблем коллективного действия Ч. Тилли предлагает изучать социальное неравенство и мобильность с позиций исторических макропроцессов. Он исследует механизм появления социального неравенства в динамике, которая позволяет говорить о процессуальном характере модели социального неравенства в современном обществе [6]. Выявляет такие устойчивые признаки, как неравные позиции в социальной стратификации, неравное распределение привилегий, благ, власти, престижа и прочего, и предлагает следующее определение: «Неравенство – это отношение между индивидами или группами, взаимодействие которых создает больше привилегий для одних, чем для других. <...> Социальное неравенство предстает как совокупность парных и неравных категорий, состоящих из асимметричных отношений через социально признанные (и обычно нежесткие) границы между межличностными сетями, которые повторяются в широком спектре ситуаций» [6, р. 210–211]. В частности, он пишет: «Модель социального неравенства состоит из четырех элементов: набора позиций, по которым происходит распределение; набора неравных вознаграждений; сортировочного механизма, распределяющего людей; индивидов, которые различаются по характеристикам [6, р. 213–214]. Поскольку социальная мобильность признается в качестве исторически закономерного процесса, постольку перечисленные элементы в современных обществах имеют универсальный характер. В качестве допущения предлагается учитывать влияние культурных и исторических переменных.

Своеобразным новым этапом развития процессов социальной мобильности, в том числе в связи с изменяющимися характеристиками общества, является расширение смыслового поля этого понятия, в которое включается учет личностных, профессиональных и сетевых трансформаций в условиях цифровизации, гибкой занятости и т. д., в том числе такие аспекты, как изменение ценностных ориентаций, профессиональная адаптация и виртуальная мобильность, пространственные перемещения. На разных исторических стадиях трансформации понятия «туризм» появлялось много новых его черт, выражающихся в особых функциях и формах проявления, которые с течением времени менялись и трансформировались под действием социальных, экономических, технологических и многих других факторов [6].

Туризм как специфическая мобильность в преодолении социального неравенства: от элитного до массового туризма. Туристические путешествия переросли формат простого отдыха как более ранней формы и превратились в новую форму социальной мобильности. Туризм стал элементом престижного потребления, способом получения уникальных

впечатлений и инструментом развития личности. Впервые предметом исследования путешествия стали в трудах Г. Зиммеля, Т. Веблена, А. Шюца. Ученые в той или иной степени изучали формы и условия туристических поездок в зависимости от различных социальных факторов, анализировали закономерности институционализации этого явления. Так, Т. Веблен в своей работе «Теория праздного класса» (1899) символом социального неравенства считает роскошь, к проявлениям которой он относит праздные путешествия, характеризующиеся высокой стоимостью и не обладающие признаком необходимости [7]. Под туризмом того времени понимаются путешествия высшего класса общества, которые требовали как минимум много свободного времени, как максимум – расходов. В привычный образ жизни аристократии XIX в. входили путешествия на курорты в другие страны, которые длились довольно долго и были недоступны большинству.

Появление новых теорий социальной мобильности – теорий туристических путешествий, получили свое развитие в теориях Г. Маркузе, А. Турена, З. Баумана. Наиболее актуальны для дальнейшего развития темы исследования – теории социальной мобильности Дж. Урри, Э. Коэна, Д. Макканелла. Начиная с середины XX в., главной характеристикой среднего класса являются излишки финансов и досуга и способы их потребления. Известный западный социолог З. Бауман в своей теории социальную мобильность связывает со свободой в самом широком смысле слова, в том числе способность к свободному перемещению [8]. Таким образом, ученый делает вывод о том, что мобильность является ценностью, так как способность к свободному перемещению содействует реализации человека как личности, актуализирует его потенциальные возможности [8]. Другой западный социолог – Дж. Урри, в своей концепции взаимоувязывает мобильность и процессы глобализации. Он утверждает, что в исследованиях культуры и общества должен произойти «мобильный поворот», что означает одновременное исследование организации экономической и/или социальной жизни и изучение разнообразных видов путешествий, транспортировки и коммуникаций [9].

Э. Коэн в своей работе «The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings» (1984) провел масштабное исследование имеющихся социологических подходов к социологии туризма и предложил многомерный подход, рассматривающий туризм не только как индустрию, но и как систему социальных практик, отражающих структуру общества и его ценностные ориентиры [10]. Он пришел к выводу, что вместо того, чтобы рассматривать вызванные туризмом изменения в обычаях и искусстве как простые отклонения, полезнее рассматривать их как еще один, хотя и ускоренный, этап непрерывного процесса культурных изменений [10]. В настоящее время, по мнению Коэна, это порождает целый ряд «переходных искусств», созданных для туристического рынка и заслуживающих внимания сами по себе как по-настоящему новые художественные творения.

По мнению Д. Макканелла, социальной детерминантой современного человека становятся занятия в свободное время, как следствие, появляется новый праздный класс – класс туристов, у которого самым распространенным досугом выступают путешествия [11]. В работе «Турист: новая теория праздного класса» (1976) он впервые обозначает *homo peregrinatio* (человек путешествующий) как представителя последнего оставшегося класса, который демонстрирует осознание себя: «Позвольте мне вкратце представить мою нынешнюю точку

зрения в отношении туристов. Они заключают договор с культурой, которая, как им кажется, чтит собственные и чужие традиции и наследие. Их привлекают “экзотические”, уникальные и красочные места, что, однако, не исключает мест гиперсовременных и странных. Я не считаю, что туристы по природе своей тянутся к таким вещам. По нашему мнению, туристы всегда являлись субъективной чистой доской» [11, с. 15].

Таким образом, современные социологи заявляют о необходимости развития новой отрасли социологического знания – социологии туризма, выявляют характерные черты туристических путешествий как социальной практики и рассматривают их как новый вид социальной мобильности.

Однако возникают вопросы: каким образом сама мотивация к туризму – стремление к временному выходу из повседневной рутины – детерминирована структурой социального неравенства? И может ли туризм выступать инструментом преодоления этого неравенства?

С одной стороны, возможность путешествовать доступна всем, с другой – в социологических исследованиях мобильности фиксируется устойчивая дифференциация доступа к туризму. Экономический барьер наиболее очевиден: низкие доходы детерминируют не отсутствие желания, а его подавленную форму – туризм как предмет мечтаний, замещаемый виртуальными или локальными формами (просмотр передач о путешествиях, поездки в ближайший пригород). Реальная, пространственно протяженная мобильность остается привилегией верхних и средних социальных слоев.

Однако не менее значим временной ресурс. Например, для прекариата и работников с ненормированным графиком (включая занятых в самой туристической индустрии) дефицит непрерывного свободного времени делает ритуализированный выход из повседневности невозможным. Туризм, как подчеркивал еще Т. Веблен в «Теории праздного класса», требует не только денег, но и социального права на «свободное время без вины», которым обладают далеко не все [7].

Культурный капитал детерминирует тип желаемого выхода. Мотивация к «аутентичному», развивающему туризму (этнографическому, волонтерскому, экстремальному) взаимосвязана с уровнем образования и владением легитимными культурными кодами. Массовый же организованный туризм стигматизируется как «неподлинный», что воспроизводит иерархию даже в поле досуга. Часто те социальные слои общества, которые исключены из устойчивой восходящей социальной мобильности, демонстрируют наиболее высокую субъективную мотивацию к туризму.

Выход из повседневности здесь решает проблему неравенства не структурно, а символически: он дает переживание контроля, выбора и статусного роста, недоступного в обычной жизни. Это «компенсаторная мобильность» – временная, но интенсивная. Для низших слоев туризм (часто короткий, пакетный, «все включено») становится демократическим эрзацем истинной вертикальной мобильности. Мотивация к нему детерминирована именно нехваткой социального признания в повседневной жизни. Сама интерпретация мотивации к туризму как «подлинного способа выхода из повседневности» оказывается монополией привилегированных групп. Мотивация к туризму как способу выхода из повседневности не является универсальным феноменом, а строго детерминирована структурой социального неравенства (экономическими, временными, культурными барьерами). Более того, она вы-

полняет амбивалентную роль: символически решая проблему неравенства для индивида через иллюзию временного статусного подъема (компенсаторная функция), туризм одновременно воспроизводит это неравенство на уровне дифференциации способов «правильного ухода» из рутины. Это превращает его в идеальный объект для социологии «новой мобильности», демонстрируя, как мобильность не отменяет, а переформатирует старые иерархии.

Заключение. Процессы социальной мобильности сильно трансформируются в современном потоковом обществе. К новым видам мобильности относят туризм, формы развития которого прошли путь от элитности до массовости. До последнего времени преобладала точка зрения, что массовый туризм как социальное явление способствует стиранию различных проявлений неравенства. Последние исследования позволяют утверждать, что в силу своей развитости в данном явлении в свою очередь могут выделяться различные грани, уровни и формы. Так, туристические практики не обладают признаком гомогенности: они дифференцируются по бюджету, длительности, организации, целям. Каждая из этих разновидностей по-разному соотносится с социальной мобильностью: элитный туризм может быть формой демонстрации статуса и накопления культурного капитала; массовый пакетный туризм – преимущественно компенсаторной практикой; деловой туризм – каналом реальной карьерной мобильности. Таким образом, туризм – не единая форма мобильности, а спектр практик, по-разному стратифицированных. Мотивация к туризму как способу выхода из повседневности жестко детерминирована позицией индивида в системе социального неравенства: экономический, временной и культурный капиталы задают не только возможность/невозможность путешествия, но и тип желаемого «выхода». Туризм решает проблему неравенства не структурно, а символически-компенсаторно, создавая временную иллюзию статусного подъема.

Перспективы дальнейших исследований включают эмпирическую верификацию выдвинутых положений: сравнительный анализ мотивационных профилей туристов из разных стратификационных групп; лонгитюдные исследования того, как изменение социально-экономического статуса меняет туристические практики; кросс-культурные сравнения стратификации туризма в разных национальных контекстах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вебер М. Основные понятия стратификации / пер. с англ. изд. А. И. Кравченко // Социол. исслед. 1994. № 5. С. 169–183.
2. Grusky D. B. The Past, Present, and Future of Social Inequality // Social Stratification. Class, Race and Gender in Sociological Perspective. Boulder: Westview Press, 2001. P. 1–51.
3. Лебединцев Д. А. Историко-теоретические аспекты изучения туризма как социальной мобильности // Информация – коммуникация – общество: тр. XXII Всерос. науч. конф., 23–24 янв. 2025 г., Санкт-Петербург. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ, 2025. С. 231–235.
4. Ястребов Г. А. Динамика социальной мобильности в России в длительной исторической перспективе. М.: ИД ВШЭ, 2015.
5. Сорокин П. А. Социальная мобильность / пер. с англ. М. В. Соколовой. М.: Academia, 2005.
6. Tilly Ch. Rethinking Inequality // Polish Sociological Review. 2005. № 151. P. 207–219.
7. Веблен Т. Теория праздного класса / пер. с англ., вступ. ст. С. Т. Сорокиной; общ. ред. В. В. Мотылева. М.: Прогресс, 1984.
8. Бауман З. Текучая современность / пер. с англ., под ред. Ю. В. Асочакова. СПб.: Питер, 2008.
9. Урри Дж. Мобильности / пер. с англ. А. В. Лазарева. М.: Праксис, 2012.

10. Cohen E. The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings // *Annual Review of Sociology*. 1984. № 10. P. 373–392. DOI: 10.1146/annurev.so.10.080184.002105

11. Макканелл Д. Турист: новая теория праздного класса / пер. с англ. А. Боровиковой, Е. Изотова. 2-е изд. М.: Маргинем Пресс, 2016.

Информация об авторе

Лебединцев Даниил Александрович – 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; младший научный сотрудник кафедры социологии Санкт-Петербургского государственного технологического института (технического университета), Московский пр., д. 26, Санкт-Петербург, 190013, Россия. Автор 14 научных публикаций. Сфера научных интересов: сетевые методы, современная китайская социология, социология туризма.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 01.02.2026; принята после рецензирования 05.05.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Weber, M. (1994), "Basic Concepts of Stratification", Transl. by Kravchenko, A.I., *Sociological Studies*, no. 5, pp. 169–183.
2. Grusky, D.B. (2001), "The Past, Present, and Future of Social Inequality", *Social Stratification, Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*, Westview Press, Boulder, USA. pp. 1–51.
3. Lebedintsev, D.A. (2025), "Historical and theoretical aspects of studying tourism as a social mobility", *Information – Communication – Society*, Saint Petersburg ETU Publishing House, SPb., RUS, pp. 231–235.
4. Yastrebov, G.A. (2015), *The Dynamics of Social Mobility in Russia from a Long-Term Perspective*, HSE Publishing House, Moscow, RUS.
5. Sorokin, P.A. (2005), *Social mobility*, Transl. by Sokolov, M.V., Academia, Moscow, RUS.
6. Tilly, Ch. (2005), "Rethinking Inequality", *Polish Sociological Review*, no. 151, pp. 207–219.
7. Veblen, T. (1984), *The Theory of the Leisure Class*, Transl. by Sorokina, S.T., in Motylev, V.V. (ed.), Progress, Moscow, RUS.
8. Bauman, Z. (2008), *Liquid Modernity*, Transl. by Asochakov, Yu.V., Piter, SPb., RUS.
9. Urry, Jo. (2012), *Mobilities*, Lazarev, A.V., Polity Press, Cambridge, UK.
10. Cohen, E. (1984), "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings", *Annual Review of Sociology*, no. 10, pp. 373–392. DOI: 10.1146/annurev.so.10.080184.002105
11. MacCannell, D. (2016), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Transl. by Borovikova, A., Izotov, E., 2nd ed., Marginem Press, Moscow, RUS.

Information about the author

Daniil A. Lebedintsev – Postgraduate Student at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov st., St Petersburg 197022, Russia; Research Assistant at the Department of Sociology, Saint Petersburg State Institute of Technology, 26 Moskovsky ave., St Petersburg 190013, Russia. The author of 14 scientific publications. Area of expertise: network methods, modern Chinese sociology, sociology of tourism.

No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 01.02.2026; adopted after review 05.05.2026; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 316.7: 395

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-108-122>

Концептуальные различия западной и китайской деловой этики как фактор кросс-культурной коммуникации

Надежда Олеговна Лебедева

*Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова,
Ижевск, Россия*

narusagawa@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0006-1154-9949>

Введение. Несмотря на тесное сотрудничество российских и китайских компаний на протяжении последних десятилетий, культурные различия по-прежнему оказывают большое влияние на эффективность межличностных контактов. От их понимания коренным образом зависит результат кросс-культурного взаимодействия. Автор делает предположение о том, что определение этики и, как следствие, деловой этики в Китае и западных странах не тождественны. Причины этого кроются в структуре языка и сильном влиянии философской традиции. В статье рассматриваются и сравниваются подходы к определению этики, деловой этики, этических принципов в западной и китайской культурах.

Методология и источники. Автор анализирует влияние конфуцианства на современную деловую этику Китая, проводя параллели между этическими принципами и добродетелями конфуцианства. Сравнительный анализ этических принципов, сформулированных китайскими и западными учеными, позволил обозначить кросс-культурные различия. На основе контент-анализа интервью основателей крупных китайских фирм выявлены структурные единицы, отражающие конфуцианскую этику.

Результаты и обсуждение. В ходе исследования установлено, что при общих онтологических истоках понятия «этика» в европейской и китайской традициях их содержание принципиально расходится: первая определяет этику как систему морально-нравственных норм, вторая описывает этику как одну из пяти добродетелей, неразрывно связанную с концептом «ли» (ритуал). В прикладном аспекте деловой этики это проявляется в различии подходов: западные директивные формулировки регламентируют действия субъекта, китайская деловая этика выступает в качестве «кодекса поведения», ориентированного на уважение к объекту коммуникации и равноправную обратную связь. Косвенным подтверждением данного утверждения служат публичные выступления современных предпринимателей Китая.

Заключение. Невозможно поставить знак равенства между понятиями «этики» в китайской и западной культурах. Конфуцианство, на протяжении веков игравшее роль философии, политической идеологии и религии, претерпело значительную эволюцию, но сохранило статус фундаментальной основы китайского общества.

Ключевые слова: этика, ритуал, конфуцианство, этические принципы, Китай, высококонтекстная культура, деловая риторика

Для цитирования: Лебедева Н. О. Концептуальные различия западной и китайской деловой этики как фактор кросс-культурной коммуникации // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 108–122. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-108-122

© Лебедева Н. О., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License

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



Original paper

Conceptual Differences Between Western and Chinese Business Ethics as a Factor in Cross-Cultural Communication

Nadezhda O. Lebedeva

*Kalashnikov Izhevsk State Technical University, Izhevsk, Russia
narusagawa@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0006-1154-9949>*

Introduction. The current political climate is conducive to strengthening economic relations between Russia and China. Despite close cooperation between companies from the two countries over recent decades, cultural differences continue to exert a significant influence on the effectiveness of interpersonal contacts. Understanding these differences fundamentally determines the outcome of cross-cultural interaction. The author hypothesizes that the definition of ethics, and consequently business ethics, in China and Western countries is not identical. The reasons for this lie in the structure of language and the strong influence of philosophical traditions. This article examines and compares approaches to defining ethics, business ethics, and ethical principles in Western and Chinese cultures.

Methodology and sources. The author analyzes the influence of Confucianism on contemporary business ethics in China, drawing parallels between Confucian ethical principles and virtues. A comparative analysis of ethical principles formulated by Chinese and Western scholars allowed for the identification of cross-cultural differences. A content analysis of interviews with founders of large Chinese firms revealed structural units reflecting Confucian ethics.

Results and discussion. The study established that, despite the common ontological origins of the concept of “ethics” in the European and Chinese traditions, their content diverges fundamentally: the former defines ethics as a system of moral and ethical norms, while the latter describes ethics as one of the five virtues, inextricably linked to the concept of “li” (ritual). In the applied aspect of business ethics, this manifests itself in a difference in approaches: Western prescriptive formulations regulate the actions of the subject, while Chinese business ethics acts as a “code of conduct” focused on respect for the object of communication and reciprocal feedback. Public speeches by contemporary Chinese entrepreneurs provide indirect confirmation of this assertion.

Conclusion. It is impossible to equate the concepts of “ethics” in Chinese and Western cultures. Confucianism, which has played the role of philosophy, political ideology, and religion for centuries, has undergone significant evolution, but has retained its status as a fundamental foundation of Chinese society.

Keywords: ethics, ritual, Confucianism, ethical principles, China, high-context culture, business rhetoric

For citation: Lebedeva, N.O. (2026), “Conceptual Differences Between Western and Chinese Business Ethics as a Factor in Cross-Cultural Communication”, *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 108–122. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-108-122

Введение. Антрополог Э. Холл сформулировал концепцию, согласно которой культуры подразделяются на высококонтекстные и низкоконтекстные. В противовес низкоконтекстной коммуникации высококонтекстная предполагала использование невербальных средств передачи информации, скрытую манеру речи, отсутствие прямолинейности, немногословность, предварительное знание социокультурного фона. Культуры России и Китая Э. Холл отнес именно к последним. Следовательно, при выборе стратегии межкультурного

взаимодействия необходимо опираться на знания о национальных особенностях поведения, духовных и нравственных ценностях.

Несмотря на стремительную глобализацию, основы деловой этики в высококонтекстных культурах, в том числе в китайской, по-прежнему уходят корнями в традиции и философско-религиозные учения. Существенные различия между западной и китайской культурами нередко затрудняют диалог между их представителями. Успешная коммуникация в таких условиях возможна лишь при преодолении кросс-культурных барьеров, что требует глубокого понимания специфики поведения, знаний лексических норм, ценностей, невербальных средств и национальных особенностей собеседника.

По мере расширения сотрудничества китайских и российских компаний исследования, посвященные деловой этике двух стран, становятся все более и более актуальными. Цель настоящей статьи – установить причины различий делового общения, сопоставив определения «этика» и «деловая этика» в западной и китайской традиции, определив степень их тождественности или дифференциации; обозначить влияние конфуцианства на современные деловые отношения и найти подтверждение этому в китайском бизнес-дискурсе.

Методология и источники. В статье в хронологическом порядке приведены определения понятий «этика» и «деловая этика», которые были даны представителями различных философских направлений. Это позволило проследить трансформацию указанных понятий и провести их сравнительный анализ. Также в рамках контент-анализа интервью основателей ведущих фирм Китая зафиксированы структурные единицы текста, иллюстрирующие принципы конфуцианской этики.

Результаты и обсуждение. Впервые об этике рассуждают древнегреческие мыслители и философы: Сократ, Платон, Аристотель. Сократ приравнивал добродетели к знаниям, Платон связал добродетель с истиной. Аристотель же утверждал, что достойный человек обладает определенными этическими качествами – добродетелями, без следования которым абсолютно невозможно действовать в общественной жизни [1]. Иными словами, этика определялась как совокупность моральных и нравственных норм, на которые должен был ориентироваться человек в своей повседневной жизни. Главной отличительной чертой подхода Аристотеля к этому понятию было утверждение об этике как части и начале политики [1].

Цицерон во время перевода работ Аристотеля на латинский язык использовал понятие «мораль» («*mores*» – нрав, характер), что впоследствии привело к тождественности понятий «этика» и «мораль». В эпоху Нового времени этика стремится осмыслить нравственность как совокупность объективных норм и субъективно-личностный элемент [2]. Фокус внимания направлен на решение проблемы о соотношении общественных норм и индивидуальных потребностей.

Б. Спиноза в своих работах не связывает мораль с политикой и государством, считая, что она кроется в природе человека, является его личностной установкой. И. Кант в «Критике чистого разума» также обращался к категории морали: «Моральный закон выражает не что иное, как автономию чистого практического разума» [3, с. 3]. Таким образом, согласно И. Канту, практический разум являлся источником нравственного поведения.

К. Маркс и Ф. Энгельс, в отличие от древнегреческих мыслителей, считавших этические идеалы некими метафизическими данностями, рассматривали мораль как форму об-

щественного сознания, которая претерпевает изменения на протяжении всего исторического процесса. Мораль, по их мнению, является формой самоутверждения, саморазвития индивидов [2], поэтому можно говорить о морали конкретных эпох и классов («буржуазная мораль», «пролетарская мораль», «социалистическая мораль» и т. д.). Одно из центральных мест в их концепции занимает труд и отношение к нему. Размышления о труде нашли отражение также в работах Г. В. Ф. Гегеля, Г. Зиммеля, Ж. Бодрийяра, Э. Юнгера, М. Фуко и др.

Если в конце XVIII – начале XIX в. рассуждения о труде имели религиозный контекст, а труд рассматривался как одна из добродетелей и путь к спасению, то в конце XIX – начале XX в. взгляд на него меняется. М. Вебер в книге «Протестантская этика и дух капитализма» впервые использует понятие «трудовая этика». В том числе он развивает идею Б. Франклина «время – деньги», концентрируясь на мысли, что накопление денег в протестантизме напрямую связано со сдержанностью, скромностью и нравственностью, а следование этическим устоям приведет людей к богатству.

В постиндустриальную эпоху философы задаются вопросом об актуальности определения термина «трудовая этика», основанном на мысли об усердном труде. Так, например, А. Горц ставит под сомнение прямую зависимость между объемом производства и количеством затраченного времени, так как далеко не всем, по его мнению, необходимо работать, чтобы прокормить себя. В такой ситуации трудовая этика перестает быть жизнеспособной.

Во второй половине XX в. философы и социологи рассматривают предпринимательство сквозь призму таких понятий, как деловая этика и корпоративная социальная ответственность. Межкультурное взаимодействие в различных сферах жизни, в том числе в бизнесе, привело к изучению влияния национальных особенностей, обычаев и традиций на деловую коммуникацию. Постепенно формируются стандарты, ценности и нормы, составляющие основу деловой этики.

В 1994 г. в попытке синтезировать морально-этические принципы ведения бизнеса представителями восточных и западных культур в Швейцарии впервые была принята декларация «Принципы этики международного бизнеса», которая до сих пор остается актуальной.

Обратимся к определению понятия «этика» в Китае. В современном китайском языке слово «этика» записывается иероглифом 礼 [кит. trad. 禮, пиньинь lǐ, ли]. Иероглиф «ли» имеет несколько значений: церемония, ритуал, этикет, благопристойность. Некоторые российские ученые переводят его как «этика-ритуал» [4]. Чтобы понять глубину данного термина, необходимо обратиться к его этимологии.

Изначально иероглиф «礼» представлял собой пиктограмму «豐» и использовался в надписях на гадальных костях. Современные ученые полагают, что он символизировал две нити нефрита на жертвенном алтаре и барабаны, таким образом, он служил обозначением ритуала поклонения богам [5]. А. И. Кобзев выдвигает предположение о схожести «禮» и онтологического термина «ти» (體) [6], который переводится на русский язык как плоть, сущность, субстанция. Оба слова имеют единую графическую основу – ритуальный сосуд. Именно это, по мнению А. И. Кобзева, способствовало приданию онтологического смысла ритуалу «ли» в конфуцианской традиции.

Конфуций осмысляет концепт «ли», рассуждая о его формальном, внешнем выражении (этикет, обряд) и о его содержании – моральных принципах и идеологии. Мыслитель услож-

няет систему «ли», объединяя ее с такими концептами, как «дэ» [кит. 德, пиньинь dé, нравственность], «жэнь» [кит. 仁, пиньинь rén, гуманность] и «хэ» [кит. 和, пиньинь hé, единство].

Концепт единства через разномыслие «хэ» особенно интересен, поскольку берет свое начало в космологических представлениях китайцев, согласно которым мир сущего – результат взаимодействия двух видов энергии – Инь и Ян. По мнению Л. С. Переломова, изначально он имел смысл «единство», к которому приходят через столкновение противоположных интересов и воззрений [7]. С этого момента концепт «ли» вышел за рамки ритуала, превратившись в универсальный свод правил, содержащий морально-этические принципы и нормы поведения, проник во все сферы жизни общества, в том числе в политику, религию, право и философию [8].

Ученики Конфуция излагают мысли великого философа в «Книге установлений» («Ли Цзи», кит. 《礼记》), которая составлялась и корректировалась в период с IV по I в. до н. э. Последователи Конфуция расширяют понятие «ли», приравнивая его к закону, регулирующему поведение человека в обществе. «Ритуал и долг суть великие человеческие начала. Наставляя в верности и совершенствуя в дружелюбии, они укрепляют содружество плоти и кожи, прочность костей и сухожилий... Совершенномудрые управляли человеческими чувствами, прибегая к правилу долга и упорядоченности ритуала. Поэтому чувства человеческие были для совершенномудрых правителей пашнею. С помощью ритуала пахали ее; разбрасывая долг, засеивали ее; наставляя в науках, пололи ее; укореняя человеколюбие, убирали ее; посеяв музыку, давали ей отдых. Поэтому ритуал – это [также и] плод долга... Поэтому управлять государством, не прибегая к ритуалу, – все равно что пахать без сохи» [9].

На протяжении более двух тысячелетий конфуцианские идеи являлись основой традиционной китайской культуры, проникая во все сферы жизни общества, начиная с частной и заканчивая политической стратегией. В XX в. конфуцианские идеи подверглись критике со стороны коммунистической партии, однако, в настоящее время можно говорить о третьей волне конфуцианства («новом конфуцианстве»). Доказательством этого является курс генерального секретаря ЦК Коммунистической партии Китая Си Цзиньпина, направленный на возвращение к традиционной культуре, – он определяет ценности партии, такие как гармония, преданность, искренность и доброжелательность [10]. Господин Си в своих публичных выступлениях регулярно обращается к изречениям Конфуция. Наиболее часто цитируется идиома из «Книги установлений»: 大道之行，天下为公 [11] («Когда шли по Великому пути, Поднебесная принадлежала всем [12; 13]), отражающая принцип народовластия.

Проводя аналогии, следует отметить, что этика имеет онтологические истоки как в европейской, так и в китайской традициях. Сократ рассуждал о Высшей добродетели, Платон – о свойствах души, Аристотель – о чувственной и разумной частях души. В Новое время мыслители называли добродетелью любовь к Богу, следование долгу, исполнение своего предназначения. Конфуций же говорил: «Ритуал должен исходить из великого единого¹, которое, делясь, образует небо и землю; в своем круговращении являет светлое и темное; изменяясь, дает четыре времени года; расщепляясь, создает души и духов; ниспо-

¹ Подразумевается субстанция, которая образует мир.

сланное им именуют дарованием; управляется же оно небом» [9]. Таким образом, согласно «Ли Цзи», ритуал происходит не из человеческой сущности, а из сущности бытия.

Что же касается различий, то самое главное из них заключается в содержании понятия: европейская философская школа определяла этику как совокупность морально-нравственных норм (добродетелей). В конфуцианстве этика – одна из пяти добродетелей. Существует каноническое понятие «Три устоя и пять постоянств» [кит. 三綱五常, пиньинь sāngāngwǔcháng, Саньганучан], которое предполагает подчинение подданного государю, подчинение сына отцу, жены – мужу, гуманность [кит. 仁, пиньинь rén, жэнь], долг [кит. 義, пиньинь yì, и], ритуал [кит. трад. 禮, пиньинь lǐ, ли], знание [кит. 智, пиньинь zhì, чжи] и искренность [кит. 信, пиньинь xìn, синь]. Мораль [кит. 德, пиньинь dé, дэ], в отличие от европейской философии, никогда не была тождественна этике.

Наилучшим образом отличия европейской и китайской традиций отражает изречение Конфуция, приведенное в «Книге установлений»: «Путеводными нитями стали ритуал и долг. С их помощью упорядочивают [отношения] государя и подданных, связывают родственными чувствами отцов и детей, дружелюбием братьев, согласием супругов. С их помощью устанавливают порядок, намечают границы полей и общин, возвеличивают мужественных и разумных, наделяют человека заслугами. Их используют в своих замыслах, ради них поднимают оружие» [13, с. 101].

Во второй половине XX в. стал широко использоваться термин «деловая этика». Общественный интерес к этой области науки привел к появлению множества учебных пособий и курсов. Как результат, возникли несколько точек зрения на понятие «деловая этика». Например, М. Г. Подопригора определяет ее как «совокупность этических принципов и норм, которыми должна руководствоваться деятельность организаций и их членов» [14, с. 6]. Она подразумевает не только профессиональную мораль, но и соответствующую оценку внутренней и внешней политики компании, так называемый «моральный климат», нормы делового этикета и т. д. [14].

А. В. Горбатов, О. В. Елескина обращают внимание в первую очередь на такие основные принципы деловой этики, как честность, открытость, верность данному слову, способность действовать на рынке в соответствии с существующим законодательством и традициями [15]. Однако теоретик П. Ф. Друкер был убежден в отсутствии необходимости выделять различные разделы этики, поскольку нормы морали универсальны и применимы для всех сфер человеческой деятельности [16].

В свою очередь китайский профессор Цзинь Чжэнкунь² дает лаконичное определение понятию «деловая этика»: кодекс поведения, отражающий взаимное уважение в повседневном деловом общении, искусство межличностного общения. Очевидна связь между современным термином и конфуцианским концептом «ли», основу которого составляют обряды и уважение к окружающим. В своей книге господин Цзинь раскрывает понятие деловой этики [17]. Правила и социальные стандарты, применяемые в современном обществе, уходят корнями в идеи конфуцианства, их сравнение приведено в табл. 1.

² Первый специалист КНР, изучающий деловую этику, этикет, дипломатию, консультант МИД КНР по вопросам этикета.

Таблица 1. Сравнение современных основ китайской деловой этики и добродетелей конфуцианства
Table 1. Comparison of modern foundations of Chinese business ethics and Confucian virtues

Основы деловой этики, согласно Цзинь Чжэнкуню	Конфуцианство
Уважение	«Что не желаешь для себя, не делай другим» [18, с. 142]
Соблюдение иерархии, корректное обращение к собеседнику	«Почтительный к родителям и любящий младших, никогда не пойдёт против старших» [18, с. 10]
Соблюдение этикета: обряды происходят из традиций, традиции становятся ритуалом	«Когда почтительность и обряд не разделимы, тогда не бывает стыда и сожаления» [18, с. 12]
Концентрация на собеседнике	«Слушай внимательно, чтобы понять, что сомнительно» [18, с. 19]
Своевременность	«Пресекать то, что еще не вскрылось, – это называется предупреждением; использовать благоприятный момент – это называется своевременностью [9]. Управляя большой областью, действуй внимательно, будь всегда честным, любовь к людям проявляй бережливостью в расходах и поручения давай своевременные» [18, с. 10]
Умение четко и однозначно выражать свои мысли	«В древности слова просто так не говорили. Стыдились, что не смогут исполнить» [18, с. 36]
Самосовершенствование	«Благородный человек решает вопросы совести. Маленький человек решает вопросы выгоды. Благородный человек расширяет ученость книгами. А обрядом сдерживает себя» [18, с. 35]

Конфуций в «Беседах и суждениях» записал размышление о поведении человека, которое в западной философии называется золотым правилом морали: «Не делай человеку того, чего не желаешь себе» [18, с. 142]. Он полагал, что путь благородного мужа проявляется в вежливости, почтительности, доброте и совести. Цзинь Чжэнкунь в своих работах вторит древней мудрости, выводя на первое место принципов деловой этики уважение, согласно которому в межличностном общении человек должен уважать не только других, но и себя.

Один из центральных принципов конфуцианства – иерархия. «Человек, послушный старшим, никогда не восстанет против существующего порядка. Нет у тебя должного положения, не затевай дела, не соответствующие положению» [18, с. 10]. В современном китайском обществе принципы иерархии и субординации по-прежнему находят отражение не только в деловой, но и в частной жизни. Конфуций вкладывает в концепт «ли» понятие о внешней форме поведения и его содержании, поскольку именно через поступки проявляется почтительность, которая немыслима без концентрации внимания на собеседнике: «Будь осмотрителен. Если достойно обращаешься с людьми, они проявляют уважительность» [18, с. 19]. Цзинь Чжэнкунь, подобно Конфуцию, среди важных принципов деловой этики называет своевременность, самосовершенствование и осмотрительность. «Благородный человек в произнесении слов осторожен, чтобы не было необдуманности и глупости» [9]. Конфуцианские идеи прочно укрепились в сознании современных китайцев, они по-прежнему являются моральным ориентиром поведения в обществе. Насколько близки этические принципы китайской и западной традиций? На этот вопрос возможно ответить, сравнив их между собой.

Во второй половине XX в. американский социолог Л. Хосмер формулирует десять этических принципов [19], основой которым послужили философские аксиомы различных школ. Их сравнение с этическими принципами, выдвинутыми Цзинь Чжэнкуном, приведены в табл. 2.

Таблица 2. Сравнение этических принципов Л. Хосмера и Цзинь Чжэнкуня
Table 2. Comparison of the ethical principles of L. Hosmer and Jin Zhengkun

Этические принципы Л. Хосмера [19]	Этические принципы Цзинь Чжэнкуня
Никогда не делай того, о чем нельзя было бы с гордостью объявить на всю страну	<i>Принцип искренности.</i> Деловые люди дорожат своим имиджем и репутацией
Никогда не делай того, что нарушает закон, так как закон включает в себя минимальные моральные нормы общества	<i>Принцип самодисциплины.</i> Предъявлять требования к себе и окружающим. Предъявлять требования к самому себе – основа и отправная точка делового этикета. Самодисциплина, самоконтроль, саморефлексия
Никогда не делай того, что не является добром, не способствует формированию чувства единства для достижения общей цели	<i>Принцип скромности.</i> Скромность – не только добродетель, но и важное условие социального успеха, которое позволяет хорошо ладить с другими людьми, прислушиваться к их мнению, регулировать межличностные отношения
Никогда не делай того, что препятствует правам другого человека на саморазвитие и самореализацию	
Никогда не делай того, что не ведет к общественному благу	<i>Принцип соответствия.</i> Человек, независимо от статуса и достатка, обязан соблюдать этикет, регулируя свои слова и поступки в коммуникативной деятельности
Никогда не делай того, чего не желал рекомендовать делать другим в похожей ситуации	<i>Принцип взаимодействия.</i> Необходимо проявлять эмпатию, быть внимательным к чувствам партнеров
Никогда не делай того, что ущемляет права других	<i>Принципы толерантности и равенства.</i> Думать непредубежденно, понимать чужие недостатки, обладать сильным чувством терпимости и самоконтроля
Никогда не делай того, что могло бы навредить слабейшим	
Никогда не делай того, что не в долгосрочных интересах	Ведение деловой активности не краткосрочно, необходимо уделять внимание долгосрочным интересам
Максимизируй прибыль в рамках закона и условий рынка	Соблюдение делового этикета служит главной цели: минимизации проблем, максимизации прибыли

Сравнивая принципы деловой этики, сформулированные представителями восточной и западной культур, невозможно не отметить их сходство. Несмотря на то, что основой им послужили разные философские идеи, они пропагандируют одни моральные ценности: искренность, честность, уважение, доброжелательность, общественное благо.

Согласно Л. Хосмеру, базовыми принципами деловой деятельности являются добродетели открытости, честности и умеренности, о которых писали Платон и Аристотель. Цзинь Чжэнкунь также рассуждает об искренности в ведении дел, что отсылает нас к конфуцианскому концепту «синь» [信, пиньинь xìn]. Основой принципа законности послужило учение Гоббса и Локка о роли государства в качестве арбитра в борьбе людей за блага. В китайской деловой этике таким регулятором выступает концепт «дэ» [кит. 德, пиньинь dé], также имеющий значение «справедливость», «человечность» и «честность». Л. Хосмер наставляет людей никогда не совершать поступки, ущемляющие права других. Базой для этого утверждения он выбирает работы Руссо и Джефферсона о правах личности и правило распределительной справедливости Ролса. Цзинь Чжэнкунь также рассуждает о толерантности и равенстве. В конфуцианской традиции это концепт «жэнь» [кит. 仁, пиньинь rén], который означает гуманность и человечность.

Согласно теории Л. Хосмера, в основе принципа единства, самореализации, общественного блага в западной культуре лежат несколько философских трудов: заповеди Святого Августина с призывом к добру и взаимозависимости; теория Нозика о степени свободы личности, необходимой для развития общества; этика утилитаризма И. Бентама и Дж. С. Милля о пользе нравственного поведения. В Китае принцип единства зиждется на концепте «хэ» [кит. 和, пиньинь hé], которое, помимо основного значения, также трактуется как «гармония», «соответствующий», «единство через инакомыслие». Таким образом, в китайской и западной культурах существует понимание того, что только благодаря единству возможно достижение целей. При этом действовать необходимо с оглядкой на партнеров, проявляя эмпатию. В конфуцианстве концепт «чжун» [кит. 忠, пиньинь zhōng] предписывает быть осмотрительным и внимательным к людям. Л. Хосмер в своей работе делает отсылку к императиву И. Канта о правиле универсальной, всеобщей нормы.

Экономическая теория Смита и учение Парето об оптимальной сделке легли в основу коммерческой деятельности и принципа максимизации прибыли в условиях рынка. Китайская деловая этика предписывает следовать аналогичным путем: минимизировать проблемы и стремиться к наибольшей выгоде. Последним и одним из ключевых принципов деловой этики является долгосрочность планирования. Конфуций в «Беседах и суждениях» наставлял: «Не стремись делать быстро, не ищи малую выгоду. Стремишься делать быстро – не достигнешь успеха. Ищешь малую выгоду – больших дел не сделаешь» [18, с. 117]. Л. Хосмер, в свою очередь, ссылается на учение Протагора о столкновении интересов людей, различий между их долгосрочными и краткосрочными приоритетами.

Несмотря на очевидную схожесть принципов деловой этики, между ними невозможно поставить знак равенства. Принципы, сформулированные Л. Хосмером, имеют директивный стиль изложения, они регламентируют действия субъекта, тогда как принципы Цзинь Чжэнкуня написаны не столь категорично, нейтрально, сконцентрированы не только на субъекте, но и на объекте коммуникации. В центре западной деловой этики – нравственность, в центре восточной – уважение. Первое может предполагать однонаправленный характер коммуникации и неравенство субъектов, в то время как в китайской деловой этике это недопустимо – обратная связь, как и равноправие, крайне важны.

Косвенное подтверждение тому, что современные китайские предприниматели в своей деятельности придерживаются принципов деловой этики, в основе которых заложены добродетели конфуцианства, заключается в их стратегиях ведения бизнеса.

В табл. 3 приведены цитаты основателей и соучредителей таких известных на мировом рынке компаний, как Alibaba Group, Hangzhou Wahaha Group, Huawei Technologies Co. Ltd., Xiaomi Corporation, ByteDance Ltd., Lenovo Group Ltd., Didi Chuxing, Tencent Holdings, Baidu Inc., NetEase Inc., Cheung Kong Group, Dalian Wanda Group. Эти предприятия представляют различные сегменты рынка: интернет-сервисы, экспресс-доставка, игры и развлекательный контент, электроника, новые технологии, продукты питания, торговые сети, строительство и др. Невозможно не отметить схожие тенденции в стратегиях ведения бизнеса: ориентацию на долгосрочную перспективу, дисциплину, единство коллектива – все то, что включают в себя конфуцианские концепты, остающиеся актуальными до сих пор.

Таблица 3. Отражение концептов конфуцианства в современной китайской деловой риторике
Table 3. Reflection of Confucian concepts in modern Chinese business rhetoric

Концепты конфуцианства	Цитаты китайских предпринимателей
Концепт «синь» [信, пиньинь xìn, искренность]	«Мы считаем, что очень важно, чтобы команда верила в то, что она делает» [20] (<i>основатель Alibaba Group Ма Юнь</i>) «Мы должны работать усерднее и быть перфекционистами» [21] (<i>основатель ByteDance Ltd. (TikTok) Чжан Имин</i>) «Чтобы добиться успеха, нужно быть скромным и прислушиваться к чужим идеям» [22] (<i>основатель Didi Chuxing Чэн Вэй</i>) «Я верю в то, что представители технологического сообщества, ученые, а также мудрые политики и их идеалы определяют будущее человечества» [23] (<i>основатель Huawei Technologies Co. Ltd. Жэнь Чжэнфэй</i>) «Мы не направляем людей в другие страны; мы полагаемся на местные кадры. Это помогает создать культуру доверия и помогает нам понять различные рынки и отрасли» [24] (<i>исполнительный директор Lenovo Group Ltd. Ян Юаньцин</i>)
Концепт «дэ» [кит. 德, пиньинь dé, нравственность], также имеет значения «справедливость», «человечность», «честность»	«Когда мы находим партнеров, в которых инвестируем, мы помогаем, но не мешаем им добиться успеха» [20] (<i>основатель Alibaba Group Ма Юнь</i>) «Мы надеемся, что сможем помочь, возможно, небольшой команде осознать свою ценность на нашей платформе» [25] (<i>председатель совета директоров Tencent Holdings Ма Хаутэн</i>) «Крупные предприятия должны играть вспомогательную роль, поддерживая рост малых, средних и микропредприятий» [26] (<i>основатель Baidu Inc. Ли Яньхун</i>) «Везение здесь ни при чем. Все, чего я достиг, – лишь результат упорной работы» [27] (<i>основатель Cheung Kong Group Ли Цзячэн</i>) «Я никогда не сделал бы ничего, что могло бы причинить вред другому государству» [23] (<i>основатель Huawei Technologies Co. Ltd. Жэнь Чжэнфэй</i>) «Здесь, в Китае, мы должны предоставить всем равные возможности. Пусть люди получают столько, сколько они зарабатывают своим тяжелым трудом» [28] (<i>основатель Hangzhou Wahaha Group Цзун Цинхоу</i>)
Концепт «хэ» [кит. 和, пиньинь hé, единство], также имеет значения «гармония», «соответствующий», «единство через инакомыслие»	«Конечно, когда ты вырастаешь до огромного размера, ты сталкиваешься с определенными проблемами, которые исходят со стороны властей. Коммуникация в отношениях с властью очень важна» [20] (<i>основатель Alibaba Group Ма Юнь</i>) «Совместно с правительством, предприятиями и университетами мы продолжаем инвестировать в образование талантливых людей» [26] (<i>основатель Baidu Inc. Ли Яньхун</i>) «Один человек может идти быстро. Но только группа людей сможет уйти далеко» [22] (<i>основатель Didi Chuxing Чэн Вэй</i>) «Мое послание к США довольно простое: я призываю к сотрудничеству и совместной работе для достижения успеха» [23] (<i>основатель Huawei Technologies Co. Ltd. Жэнь Чжэнфэй</i>)
Концепт «чжун» [кит. 忠, пиньинь zhōng, верность], также имеет значения «быть осмотрительным», «быть внимательным»	«Если я принял решение, а сотрудник не выполнил его незамедлительно, он должен заплатить штраф. Главное правило: если я что-то решил, то оно должно быть выполнено без промедления» [29] (<i>основатель Dalian Wanda Group Ван Цзяньлинь</i>) «Если вы хотите немного заработать на этом рынке, вам потребуется понять китайскую аудиторию» [29] (<i>основатель Dalian Wanda Group Ван Цзяньлинь</i>) «Деловые люди не должны позволять себе иметь слишком узкий взгляд на поле своей деятельности» [27] (<i>основатель Cheung Kong Group Ли Цзячэн</i>) «Тот, кто нарушает правила, подвергается соответствующему наказанию» [23] (<i>основатель Huawei Technologies Co. Ltd. Жэнь Чжэнфэй</i>) «Культура обязательств: если вы берете на себя обязательства, вы должны их выполнять» [24] (<i>исполнительный директор Lenovo Group Ltd. Ян Юаньцин</i>)

Окончание табл. 3
End of table 3

Концепты конфуцианства	Цитаты китайских предпринимателей
Концепт «жэнь» [кит. 仁, пиньинь rén, гуманность], также имеет значения «человечность», «человеколюбие»	«Мы должны быть благодарны всем, кто поверил в нас» [20] (<i>основатель Alibaba Group Ма Юнь</i>) «Создавать благосостояние вместе на пользу всему обществу» [30] (<i>основатель Dalian Wanda Group Ван Цзяньлинь</i>) «Будущее складывается из множества составляющих, но рождается оно в сердцах и умах людей. Поэтому думать нужно не только о достижении собственных целей, но и о судьбе всего человечества» [27] (<i>основатель Cheung Kong Group Ли Цзячэн</i>) «Клиентоориентированность – это один из главных принципов работы Huawei с момента образования» [23] (<i>основатель Huawei Technologies Co. Ltd. Жэнь Чжэнфэй</i>) «Сейчас частному бизнесу есть что изучить, на основе чего планировать свое будущее развитие. Я считаю, что совместными усилиями нового и старого поколений мы, безусловно, сможем внести больший вклад в реализацию китайской мечты о великом обновлении китайской нации» [28] (<i>основатель Hangzhou Wahaha Group Цзун Цинхоу</i>)
Долгосрочная стратегия	«Я никогда не строю план на год вперед, я думаю о ближайших пяти-десяти годах» [20] (<i>основатель Alibaba Group Ма Юнь</i>) «Мы активно адаптируемся к новым условиям, оптимизируя расходы, повышая эффективность, уделяя особое внимание ключевым стратегическим областям и переориентируя себя на устойчивый долгосрочный рост» [31] (<i>председатель совета директоров Tencent Holdings Ма Хаутэн</i>) «То, что у меня есть сегодня, принадлежит вчера, но то, что у меня на уме, создает будущее» [32] (<i>основатель NetEase Inc. Дин Лэй</i>) «Разработки искусственного интеллекта требуют долгосрочных вложений» [26] (<i>основатель Baidu Inc. Ли Яньхун</i>) «Если компания делает упор на мгновенную выгоду, капитал ее отбирает. Но если вы преследуете долгосрочные цели, он идет на компромисс. Huawei – это непубличная компания, которая всегда старается достичь совершенства в долгосрочной перспективе» [23] (<i>основатель Huawei Technologies Co. Ltd. Жэнь Чжэнфэй</i>) «Просто нужно время, чтобы построить бренд» [28] (<i>основатель Hangzhou Wahaha Group Цзун Цинхоу</i>) «Вы должны быть способны к мобильной войне, вы должны иметь возможность выиграть длительную борьбу, и, прежде всего, вы должны быть способны вести широкомасштабную войну» [33] (<i>основатель Xiaomi Corporation Лэй Цзюнь</i>)

Заключение. Результаты исследования показали, что понятия «этика» в западной и китайской культурах не тождественны. Западная философская школа определяла этику как совокупность морально-нравственных норм, тогда как в конфуцианстве она являлась одной из пяти добродетелей и никогда не приравнивалась к морали.

Что касается деловой этики, то в западной и китайской культурах ее основу составляют одни и те же моральные ценности: искренность, честность, уважение, доброжелательность, общественное благо. При всей схожести между этическими принципами невозможно поставить знак равенства. В первом случае они носят директивный характер, сконцентрированы на субъекте и могут предполагать неравенство, во втором – сформулированы нейтрально, направлены на объект и субъект коммуникации, основаны на равноправии.

Также стоит отметить, что конфуцианство до сих пор оказывает сильное влияние на все сферы жизни китайского общества, в том числе на деловое общение. Основу китайской де-

ловой этики составляют конфуцианские понятия уважения, иерархии, самосовершенствования, своевременности и этикета. Несмотря на то, что конфуцианство как философия, политическая доктрина и религия претерпевало изменения на протяжении многих веков, моральными ориентирами китайского общества по-прежнему являются его основные добродетели, такие как искренность, нравственность, единство, верность, гуманность.

Исследуя кросс-культурные взаимодействия, невозможно не вспомнить концепцию высококонтекстных и низкоконтекстных культур, сформулированную антропологом Э. Холлом. Согласно этой концепции, успех межличностной коммуникации зависит от умения собеседников считывать информацию, которая осталась за пределами вербальных средств (поза, жесты, интонация, культурный подтекст и т. д.). Э. Холл отнес китайскую и русскую культуры к высококонтекстным, а это означает, что без знания традиций, исторического пути, философии, ценностей и специфики норм поведения невозможно выстроить долгосрочные устойчивые взаимоотношения с ее представителями.

Примерами высокого контекста в китайском бизнес-дискурсе могут служить следующие синтаксические единицы: «китайская мечта об обновлении», «культурные обязательства», «тяжелый труд», «создавать будущее», «уйти далеко» и т. д. Конфуцианские концепты единства, искренности, гуманности наиболее ярко выражены такими словосочетаниями, как «помочь команде», «вместе создавать благосостояние», «поддерживать предприятия», «призывать к сотрудничеству», «думать о судьбе человечества», «усилиями поколений» и пр. Анализируя интервью влиятельных бизнесменов Китая, можно сделать вывод о том, что в своей предпринимательской деятельности они опираются на следующие ключевые принципы: стратегическое планирование, концентрация на процессе, коллективное взаимодействие, дисциплина, иерархия, взаимопомощь, национальная идентичность, узнаваемость (создание бренда), общественное благосостояние, совершенствование. Таким образом, через этикетное поведение воплощаются конфуцианские ценности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аристотель. Этика / пер. с древнегреч. Э. Л. Радлова, Т. А. Миллера. М.: АСТ, 2020.
2. Марксистская этика: учеб. пособие / А. И. Титаренко, А. А. Гусейнов, В. И. Бакштановский и др. М.: Политиздат, 1980.
3. Кант И. Критика чистого разума / пер. с нем. Н. О. Лосского. 2-е изд. М.: Академ. проект, 2018.
4. Васильев Л. С., Кобзев А. И. Предисловие // Этика и ритуал в традиционном Китае: сб. статей. М.: Наука, 1988. С. 3–16.
5. 李学勤主编, 赵平安副主编. 字源. 天津: 天津古籍出版社, 辽宁人民出版社, 2013.
6. Кобзев А. И. Философия китайского неоконфуцианства. М.: Восточная литература, 2002.
7. Переломов Л. С. Конфуций: жизнь, учение, судьба. М.: Восточная литература, 1993.
8. 邹昌林. 中国礼文化. 北京: 社会科学文献出版社, 2000.
9. Книга установлений. Глава девятая «Действенность ритуала» / пер. с древнекит. И. С. Лисевич. Восточная литература, 2011. URL: https://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/China/I/Drvnkit_fil/frametext12.htm (дата обращения: 23.08.2025).
10. Confucius says, Xi does // The Economist. 25.07.2025. URL: <https://www.economist.com/china/2015/07/25/confucius-says-xi-does> (дата обращения: 23.08.2025).
11. 这个儒家经典理念习近平多次引用 // 央广网 天天学习, 16.09.2020. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1677978450434212472&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 25.08.2025).

12. Мартынов Д. Е. Конфуцианский идеал великого единения: реинтерпретация и проблема перевода // Ученые записки Казанского ун-та. Сер. Гуманитарные науки. 2011. Т. 153, кн. 1. С. 78–88.
13. Древнекитайская философия. Собрание текстов в двух томах. Т. 2. / сост. Ян Хин-Шун. М.: Мысль, 1973.
14. Подопригора М. Г. Деловая этика: учеб. пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012.
15. Горбатов А. В., Елескина О. В. Деловая этика: учеб. пособие. Кемерово: Кузбассвуиздат, 2007.
16. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / пер. с англ. Н. М. Макаровой. М.: Вильямс, 2004.
17. 金正昆. 商务礼仪. 北京: 北京联合出版公司, 2019.
18. Конфуций. Рассуждения в изречениях / пер. с древнекит. Б. Б. Виногородского. М.: Эксмо, 2019.
19. Hosmer L. T. Why be Moral? A Different Rationale for Managers // Business Ethics Quarterly. 1994. Vol. 4, no. 2. P. 191–204.
20. Луганская Д., Русяева П. Основатель Alibaba Джек Ма – РБК: «Я не получал зарплату 12 лет» // РБК. 12.06.2015. URL: https://www.rbc.ru/interview/technology_and_media/22/06/2015/5586d2689a79470867c77e32 (дата обращения: 29.08.2025).
21. Цяреня М. История Чжан Имин, владельца TikTok // VC.ru. 03.05.2020. URL: <https://vc.ru/marketing/124779-istoriya-chzhan-imin-vladelca-tiktok> (дата обращения: 29.08.2025).
22. Корепанова С. Китайское Didi-такси торопится на биржу // Ведомости. 23.03.2021. URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2021/03/23/862829-kitaiskoe-didi-taksi> (дата обращения: 29.08.2025).
23. Жэнь Чжэнфэй: «Huawei не предоставит китайскому правительству конфиденциальную информацию пользователей» // Huawei. 15.01.2019. URL: <https://www.huawei.ru/news/zhcn/chzhenfey-huawei-ne-predostavit-kitayskomu-pravitelstvu-konfidentsialnuyu-informatsiyu-polzovat/> (дата обращения: 29.08.2023).
24. Ян Юаньцин. Интервью для Harvard Business Review: «Я вернулся, потому что был нужен компании» // Harvard Business Review. July–August, 2014. URL: <https://hbr.org/2014/07/the-hbr-interview-i-came-back-because-the-company-needed-me> (дата обращения: 30.08.2025).
25. Gang Lu. Interview With Pony Ma of Tencent: Startup, Geek and Entrepreneurship // Technode. 09.11.2011. URL: <https://technode.com/2011/11/09/interview-with-pony-ma-of-tencent-startup-geek-and-entrepreneurship/> (дата обращения: 30.08.2025).
26. 裴昱. 裴昱 专访李彦宏：“卡脖子技术”突破需要耐得住寂寞 // 中国经营报. 08.03.2021. URL: <https://new.qq.com/rain/a/20210308A0DQWY00> (дата обращения: 30.08.2025).
27. Непростая жизнь и головокружительные успехи «хозяина» Гонконга Ли Кашина // MMF. 2019. URL: <https://moneymakerfactory.ru/spravochnik/uspehi-hozyaina-gonkonga-li-kashina/> (дата обращения: 30.08.2023).
28. Сюн Ли. Цзун Цинхоу: Бизнес из школьной лавки // Известия. 06.11.2018. URL: <https://iz.ru/809044/siun-li/tczun-tcinkhou-biznes-iz-shkolnoi-lavki> (дата обращения: 30.08.2023).
29. История Ван Цзяньлиня – самого богатого жителя Китая, коммуниста-миллиардера // MMF. 2018. URL: <https://moneymakerfactory.ru/spravochnik/istoriya-van-tszyanliny> (дата обращения: 30.08.2025).
30. Осипов А. Ван Цзяньлинь: Дело не в богатстве, а в процессе его обретения // Ведомости. 31.08.2016. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/characters/2016/08/31/655194-delo-ne-bogatstve-protssesse> (дата обращения: 30.08.2025).
31. Yue Wang. Billionaire Pony Ma Vows Long-Term Growth For Tencent Amid China Tech Crackdown // Forbes. 24.03.2022. URL: <https://www.forbes.com/sites/ywang/2022/03/24/billionaire-pony-ma-vows-long-term-growth-for-tencent-amid-china-tech-crackdown/?sh=20f1e6f41e0f> (дата обращения: 30.08.2025).
32. История Уильяма Дина – основателя китайской индустрии компьютерных, мобильных и онлайн-игр // MMF. 2018. URL: <https://moneymakerfactory.ru/spravochnik/istoriya-uilyama-dina/> (дата обращения: 30.08.2023).
33. 对话雷军：小米为什么要做这次组织架构调整？ // 凤凰网. 14.09.2018. URL: <https://tech.ifeng.com/c/7gBJ3MT7KN6> (дата обращения: 30.08.2025).

Информация об авторе

Лебедева Надежда Олеговна – магистр социологии (2013), преподаватель-исследователь (социологические науки, социальная структура, социальные институты и процессы), преподаватель Центра китайского языка и культуры Ижевского государственного технического университета имени М. Т. Калашникова, Студенческая ул., д. 7, г. Ижевск, Удмуртская Республика, 426069, Россия. Автор пяти научных публикаций. Сфера научных интересов: межкультурная коммуникация, переговорный процесс, деловая коммуникация, деловая этика.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 20.03.2026; принята после рецензирования 15.05.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Αριστοτέλης (2020), *ἠθικὰ Νικομάχεια*, Transl. by. Radlov, E.L., Miller, T.A., AST, Moscow, RUS.
2. Titarenko, A.I., Guseinov, A.A., Bakshtanovskii, V.I. et al. (1980), *Marksistskaya ehtika* [Marxist ethics], Politizdat, Moscow, USSR.
3. Kant, I. (2018), *Kritik der reinen Vernunft*, Transl. by Losskii, N.O., Akademicheskii proekt, Moscow, RUS.
4. Vasil'ev, L.S. and Kobzev, A.I. (1988), "Preface", *Ehtika i ritual v traditsionnom Kitae* [Ethics and ritual in traditional China], Moscow, USSR, Nauka, pp. 3–16.
5. 李学勤主编, 赵平安副主编 (2013), 字源, 天津古籍出版社, 辽宁人民出版社, 天津, 中国.
6. Kobzev, A.I. (2002), *Filosofiya kitaiskogo neokonfutsianstva* [Philosophy of Chinese Neo-Confucianism], Vostochnaya literatura, Moscow, RUS.
7. Perelomov, L.S. (1993), *Konfutsii: zhizn', uchenie, sud'ba* [Confucius: life, Teaching, Fate], Vostochnaya literatura, Moscow, RUS.
8. 邹昌林 (2000), 中国礼文化, 社会科学文献出版社, 北京, 中国.
9. *Kniga ustanovlenii, devyataya glava Deistvennost' rituala* [The Book of Ordinances, the ninth chapter of the effectiveness of ritual] (2011), Transl. by Lisevich I.S., Vostochnaya literatura, available at: https://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/China/I/Drvnkit_fil/rametext12.htm (accessed 23.08.2025).
10. "Confucius says, Xi does" (2025), *The Economist*, 25.07.2025, available at: <https://www.economist.com/china/2015/07/25/confucius-says-xi-does> (accessed 23.08.2025).
11. "这个儒家经典理念习近平多次引用" (2020), 央广网 天天学习, 16.09.2020, available at: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1677978450434212472&wfr=spider&for=pc> (accessed 25.08.2025).
12. Martynov, D.E. (2011), "The Confucian ideal of Great Unity: Reinterpretation and the Problem of Translation", *Kazan J. of Historical, Linguistic, and Legal Research*, vol. 153, book 1, pp. 78–88.
13. Yan, Khin-Shun (comp.) (1973), *Drevnekitayskaya filosofiya. Sobranie tekstov v dvukh tomakh* [Ancient Chinese philosophy. A collection of texts in two volumes], vol. 2, Moscow, Mysl', RUS.
14. Podoprigora, M.G. (2012), *Delovaya ehtika* [Business ethics: a textbook], Izd-vo TTI YUFU, Taganrog, RUS.
15. Gorbatov, A.V. and Eleskina, O.V. (2007), *Delovaya ehtika* [Business ethics], Kuzbassvuzizdat, Kemerovo, RUS.
16. Drucker, P.F. (2004), *Management Challenges for the 21st Century*, Transl. by Makarova, N.M., Vil'yams, Moscow, RUS.
17. 金正昆 (2019), 商务礼仪, 北京联合出版公司, 北京, 中国.
18. *Konfutsii: Rassuzhdeniya v izrecheniyakh* [Confucius: Reflections in Sayings] (2019), Transl. by Vinogradskii, B.B., Ehksmo, Moscow, RUS.
19. Hosmer, L.T. (1994), "Why be Moral? A Different Rationale for Managers", *Business Ethics Quarterly*, vol. 4, no. 2, pp. 191–204.
20. Luganskaya, D. and Rusyaeva, P. (2015), "I haven't received a salary for 12 years", *RBK*, 12.06.2015, available at: https://www.rbc.ru/interview/technology_and_media/22/06/2015/5586d2689a79470867c77e32 (accessed 29.08.2025).

21. Tsiarenia, M. (2020), "The story of Zhang Yiming, owner of TikTok", *VC.ru*, 03.05.2020, available at: <https://vc.ru/marketing/124779-istoriya-chzhan-imin-vladelca-tiktok> (accessed 29.08.2025).
22. Korepanova, S. (2021), "The Chinese Didi-taxi is in a hurry to go to the stock exchange", *Vedomosti*, 23.03.2021, available at: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2021/03/23/862829-kitaiskoe-didi-taksi> (accessed 29.08.2025).
23. "Ren Zhengfei: "Huawei will never provide government with customer information"" (2019), *Huawei*, 15.01.2019, available at: <https://www.huawei.ru/news/zhen-chzhenfey-huawei-ne-predostavit-kitayskomu-pravitelstvu-konfidentsialnuyu-informatsiyu-polzovat/> (accessed 29.08.2023).
24. Yang, Yuanqing (2014), "The HBR Interview: "I Came Back Because the Company Needed Me"", *Harvard Business Review*, July–August 2014, available at: <https://hbr.org/2014/07/the-hbr-interview-i-came-back-because-the-company-needed-me> (accessed 30.08.2025).
25. Gang, Lu (2011), "Interview with Pony Ma of Tencent: Startup, Geek and Entrepreneurship", *Technode*, 09.11.2011, available at: <https://technode.com/2011/11/09/interview-with-pony-ma-of-tencent-startup-geek-and-entrepreneurship/> (accessed 30.08.2025).
26. 裴昱 (2021), "专访李彦宏: 卡脖子技术"突破需要耐得住寂寞", *中国经营报*, 08.03.2021, available at: <https://new.qq.com/rain/a/20210308A0DQWY00> (accessed 30.08.2025).
27. "The difficult life and dizzying successes of the "master" of Hong Kong, Li Ka-shing" (2019), *MMF*, 2019, available at: <https://moneyfactory.ru/spravochnik/uspehi-hozyaina-gonkonga-li-kashina/> (accessed 30.08.2023).
28. Xiong, Li (2018), "Zong Qinghou: Business from the school shop", *Izvestiya*, 06.11.2018, available at: <https://iz.ru/809044/siun-li/tczun-tcinkhou-biznes-iz-shkolnoi-lavki> (accessed 30.08.2023).
29. "The story of Wang Jianlin, China's richest man, a Communist billionaire" (2018), *MMF*, 2018, available at: <https://moneyfactory.ru/spravochnik/istoriya-van-tszylaninya> (accessed 30.08.2025).
30. Osipov, A. (2016), "Wang Jianlin: It's not about wealth, it's about the process of acquiring it", *Vedomosti*, 31.08.2016, available at: <https://www.vedomosti.ru/business/characters/2016/08/31/655194-delo-ne-bogatstve-protssesse> (accessed 30.08.2025).
31. Yue, Wang (2022), "Billionaire Pony Ma Vows Long-Term Growth for Tencent Amid China Tech Crackdown", *Forbes*, 24.03.2022, available at: <https://www.forbes.com/sites/ywang/2022/03/24/billionaire-pony-ma-vows-long-term-growth-for-tencent-amid-china-tech-crackdown/?sh=20f1e6f41e0f> (accessed 30.08.2025).
32. "The story of William Dean, the founder of the Chinese industry of computer, mobile and online games" (2018), *MMF*, available at: <https://moneyfactory.ru/spravochnik/istoriya-uilyama-dina> (accessed 30.08.2023).
33. "对话雷军: 小米为什么要做这次组织架构调整?" (2018), *凤凰网*, 14.09.2018, available at: <https://tech.ifeng.com/c/7gBJ3MT7KN6> (дата обращения: 30.08.2025).

Information about the author

Nadezhda O. Lebedeva – Master's Degree (Sociology, 2013), Lecturer-Researcher (sociological sciences, social structure, social institutions and processes), Lecturer at the Center for Chinese Language and Culture, Kalashnikov Izhevsk State Technical University, 7 Studencheskaya st., Izhevsk, Udmurt Republic 426069 Russia. The author of 5 scientific publications. Area of expertise: intercultural communication, negotiation processes, business communication, business ethics.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 20.03.2026; adopted after review 15.05.2026; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 32.019.51

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-2-123-135>

Новые глобальные конфликты: факторы медиатизации и персонализации

Александра Вениаминовна Щербина¹✉, Анна Михайловна Огороднова²

^{1, 2}Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

¹✉ashcherbina@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0699-1410>

²annaogorodnova@ya.ru, <https://orcid.org/0009-0002-9993-0461>

Введение. Актуальность исследования медиатизации публичной сферы и противоречий персонализации в ней определяется их воздействием на социальные конфликты.

Методология и источники. Использованы официальные источники, данные информ-агентств и СМИ, аналитические материалы ИМЭМО РАН, РИСИ, РСМД, зарубежных интернет-изданий. Применены контент- и дискурс-анализ медийной повестки. Учтены академические исследования медиатизации социальных конфликтов. Привлечен аналитический потенциал концептов «новые войны» и «глубокая медиатизация». Используются сравнительно-исторический подход и категориальный анализ.

Результаты и обсуждение. Изменение условий конфликтов в XXI в. рассматривается как симптом затухания исторических волн социальной эволюции последних 400 лет. Выделяются характеристики новейших глобальных конфликтов: влияние на мировую энергетику, финансы, экологию; попытки участников конфликтов установить контроль и ввести режимы допуска в сферах всеобщих условий (мировой океан, космос); недоговороспособность сторон конфликта; отсутствие стратегий разрешения старых региональных конфликтов и окончания новых войн. Прослеживается на исторических примерах медиатизация конфликта и обосновывается вывод: государственная монополия политико-идеологического контроля СМИ оспаривается олигополией цифровых платформ. Общественное доверие как опора легальности властей фундаментально нарушается. Понятие победы в конфликтах размыто, приоритет в медиа смещается на личность победителя. Предложен концепт современной медиатизации: «система глобальной личной коммуникации». Персонализация в системе рассматривается как ключевой механизм анализа и контроля социального субъекта. Раскрывается противоречие персонализации: традиционная личная или групповая идентификация, основанная на узнавании и признании, теперь существует независимо от самого человека в автономном и анонимном знаково-превращенном пространстве. В политическом и корпоративном лидерстве это противоречие выражается в том, что медийное публичное действие требует от лидера успешной идентификации, т. е. доверия граждан, которое начинает перепоручаться платформенным алгоритмам сетевой коммуникации.

Заключение. Намечены направления обновления конфликтологии, продиктованные медийной логикой предъявления образа победы, т. е. нового глобального мироустройства.

Ключевые слова: глобальные конфликты, медиатизация, персонализация, СМИ, система глобальной личной коммуникации, личная идентификация, победа, доверие, лидер

Для цитирования: Щербина А. В., Огороднова А. М. Новые глобальные конфликты: факторы медиатизации и персонализации // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 123–135. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-123-135

© Щербина А. В., Огороднова А. М., 2026



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

Original paper

New Global Conflicts: Factors of Mediatization and Personalization

Alexandra V. Shcherbina¹✉, **Anna M. Ogorodnova²**

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

¹✉*ashcherbina@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0699-1410>*

²*annaogorodnova@ya.ru, <https://orcid.org/0009-0002-9993-0461>*

Introduction. The relevance of the study of the mediatization of the public sphere and the contradictions of personalization in it is determined by their impact on social conflicts.

Methodology and sources. Official sources, data from news agencies and mass media, analytical materials from IMEMO RAS, RISI, RIAC, and foreign online publications were used. Content and discourse analysis of the media agenda are applied. Academic research on the mediatization of social conflicts has been taken into account. The analytical potential of the concepts “new wars” and “deep mediatization” is involved. A comparative historical approach and categorical analysis are used.

Results and discussion. The change in conflict conditions in the 21st century is seen as a symptom of the fading of the historical waves of social evolution over the past 400 years. The characteristics of the latest global conflicts are highlighted: the impact on global energy, finance, and the environment; attempts by participants in conflicts to establish control and introduce admission regimes in the areas of universal conditions (oceans, space); the inability of the parties to the conflict to reach agreements; the lack of strategies for resolving old regional conflicts and ending new wars. The mediatization of the conflict is traced on historical examples and the conclusion is substantiated: the state monopoly of political and ideological control of the media is challenged by the oligopoly of digital platforms. Public trust as a pillar of the legality of the authorities is fundamentally violated. The concept of victory in conflicts is blurred, the priority in the media is shifted to the personality of the winner. The concept of modern mediatization is proposed: “a system of global personal communication”. Personalization in the system is considered as a key mechanism for analyzing and controlling the social subject. The contradiction of personalization is revealed: traditional personal or group identification based on recognition and acknowledgment now exists independently of the person himself in an autonomous and anonymous sign-transformed space. In political and corporate leadership, this contradiction is expressed in the fact that media public action requires successful identification from the leader, i.e. the trust of citizens, which begins to be delegated to the platform algorithms of network communication.

Conclusion. The directions of updating conflictology are outlined, dictated by the media logic of presenting the image of victory, i.e. a new global world order.

Keywords: global conflicts, mediatization, personalization, mass media, global personal communication system, personal identification, victory, trust, leader

For citation: Shcherbina, A.V. and Ogorodnova, A.M. (2026), “New Global Conflicts: Factors of Mediatization and Personalization”, *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 123–135. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-123-135

Введение. Условия, движущие силы, идеологическое легендирование, уровни социальных конфликтов и масштабы их последствий с конца XX и в XXI вв. стремительно изменяются. Обновляется и конфликтология: ведутся дискуссии о ее предметном содержании, методологии, просветительских и управленческих притязаниях.

Конфликтология как исследовательская сфера и практикоориентированная дисциплина, адресованная управленцам и нацеленная на повышение квалификации менеджеров, главным образом – в сфере международных отношений, возникла и добилась признания в США в 70–80-е гг. XX в. Ее теоретико-методологические основы были заложены так называемой социологией конфликта, «конфликтологической парадигмой», оформившейся в социальных науках в результате критического переосмысления структурно-функционального подхода. Моделирование форм согласования расходящихся интересов, стилей поведения в конфликте, переговорных стратегий, практик медиации – все эти идеологически заряженные наработки оказались востребованы и продемонстрировали свою эффективность в регулировании международных конфликтов. Весьма показателен так называемый Гарвардский переговорный проект (1980 г.) – исследовательская и образовательная программа по разработке и реализации «принципиальных переговоров», нацеленных на наилучший для оппонентов исход конфликта: win-win [1].

Разрядка международной напряженности, мирное сосуществование различных социальных систем, деидеологизация, конвергенция – вот идейные лозунги пика (начала упадка и завершения) эпохи, точнее, исторического периода, смысловым ядром которого выступили две мировые войны, образование двухполюсного мира, расцвет социального государства, НТР, небывалое во всемирной истории повышение уровня жизни широких народных масс, экономическая интеграция СССР и Западной Европы («трубы в обмен на газ»).

В РФ конфликтология получила признание и распространение в 1990-е г. События, которые позже были осмыслены как «крупнейшая геополитическая катастрофа», воспринимались в неолиберальном духе как вхождение вчерашних оппонентов в единый глобальный цивилизованный мир, который теперь будет простираться «от Лиссабона до Владивостока». В социогуманитарной сфере сворачивание марксизма-ленинизма (в его трех составных частях) освободило место для новых исследовательских направлений и дисциплин, в том числе конфликтологии. Начал формироваться заимствованный подчиненный дискурс. Параллельно высказывались надежды на расцвет русской (религиозной, самобытной) философии и шире – социогуманитарной мысли, освободившейся от оков марксизма. Заявило о себе актуальное и поныне сознание необходимости обращения к прерванной национальной традиции.

Взрывной характер социально-политических и социально-экономических конфликтов на постсоветском пространстве (статусные, национально-этнические, межэтнические, передел собственности, поколенческие разрывы) создавал неотложную потребность в поиске способов манифестирования и регулирования конфликтов, их легитимного завершения. К чести отечественных первопроходцев (научных сотрудников лаборатории, а позднее кафедры конфликтологии в СПбГУ – А. Г. Здравомыслова, А. Н. Сухова, В. Н. Кудрявцева, А. В. Дмитриева, Н. В. Гришиной, А. Я. Анцупова и многих других) надо отметить, что создающаяся российская конфликтология не сводилась к пересказу достижений западных интеллектуалов, не уклонялась от острых тем, она несла в себе конструктивный и эвристический потенциал, ориентировалась на решение управленческих задач.

Признание конфликтологии и ее прикладного управленческого инструментария отвечало историческим условиям: гегемония ведущего государства, западной идеологии и социогуманитарных наук, институтов выборной демократии. Глобализация и миграция, неравномерность социально-экономического развития стран и регионов инициировали дис-

куссии о мультикультурализме, деколонизации, новых угнетенных, меньшинствах и т. п., но все же в пределах длящейся относительной стабильности, внутри которой инструментальное знание, предлагающее модели выхода из конфликта, технологии урегулирования и разрешения социальных конфликтов могли быть эффективны.

Изменения в условиях и природе социального конфликта, заявившие о себе в полной мере в XXI в., заставляют переосмыслить предмет и метод конфликтологии, усиливают ее социально-философскую составляющую. Особую актуальность приобретает анализ новых глобальных конфликтов и воздействующих на них факторов: медиатизации публичной сферы и персонализации в ней.

Методология и источники. Эмпирическую базу исследования составили официальные источники: заявления Президента, МИД РФ, данные информационных агентств и СМИ (ТАСС, РИА Новости, Интерфакс, Lenta.ru, RT, Reuters и др.), аналитические материалы ИМЭМО РАН, РИСИ, РСМД, зарубежных интернет-изданий (Foreign Affairs, The Economist). Применены контент- и дискурс-анализ медийной повестки. Использованы академические публикации отечественных и зарубежных авторов, исследующих медиатизацию социальных конфликтов на этапе платформенной коммуникации. Привлечен аналитический потенциал концептов «новых войн» и «глубокой медиатизации». Ключевые характеристики современных глобальных конфликтов выделены с применением сравнительно-исторического подхода и категориального анализа.

Результаты и обсуждение. Существенные изменения глобальных общественно-политических условий сегодня отмечаются всеми: политическими лидерами, экспертами, исследователями, и отражаются в социальных представлениях. Утрата общепризнанного авторитета международных институтов и их роли в предотвращении, прекращении и минимизации последствий от войн, финансовых, сырьевых, экологических, демографических, религиозных и иных масштабных конфликтов – симптом фундаментального затухания нескольких исторических волн социальной эволюции и ее завоеваний. Самая длинная из них, сформировавшая по завершении 30-летней войны XVII в. запрос на международное право, открыла Вестфальский мир; средняя, вызванная наполеоновскими войнами и возвышением Великобритании, создала колониальное мировое устройство; новейшая – по итогам ВМВ привела к возникновению неокOLONиализма, Бреттон-Вудской системы и на основе соглашений, заключенных в Ялте и Потсдаме, положила начало двухполюсному миру, возникновению ООН и сети общепризнанных международных организаций.

В 40–80-е гг. XX в. появились международные, национальные, местные институты конфликто разрешения и профилактики конфликтов, развивались нормы и стандарты оценки, анализа, контроля всего конфликтного поля. Расширилась практика уголовного и гражданского правоприменения и воздействия на участников конфликта для недопущения эскалации, снижения интенсивности и насильственности международных конфликтов, разрешения отдельных конфликтов. Конференция по безопасности и сотрудничеству в Европе (Хельсинки, 1975 г.) дала этому процессу сильный импульс.

Пришедший на смену двухполюсному однополюсный мир не оправдал надежд и не завершил историю, а многополюсный мир всеобщего сотрудничества не имеет в настоящее время консенсусного концептуального обоснования.

Показательна дискуссия В. Г. Барановского и В. Б. Кувалдина о новых глобальных конфликтах [2]. Признавая, что в представлениях о динамике существующего миропорядка преобладает идея движения от однополярного к многополярному мироустройству, ученые отмечают, что распад биполярной системы не означает автоматического триумфа многополярности. Мир, преодолевающий однополярность, становится более «многосубъектным». Формируется гибридное мироустройство, сочетающее элементы однополярности (США, «коллективный Запад»), биполярности (например, США – Китай) и многополярности с участием других великих и региональных держав, а также развивающихся стран. Наряду с конфликтами, связанными со сменой гегемона и модели миропорядка, и конфликтами из-за распределение глобальной власти, – полагают участники дискуссии, – имеет смысл выделять новые «предельные конфликты».

С начала XXI в. глобальные конфликты в социогуманитарном дискурсе все чаще называют «новыми войнами». Концепт «новых войн» на излете XX в. выдвинул М. ван Кревельд. В работе «Трансформация войны» он выделил тенденции, которые уже не описываются классическим пониманием войны как рационального продолжения политики государства: размывание границ между публичным и частным, военным и гражданским, регулярным и иррегулярным, переход от межгосударственных конфликтов к столкновениям, в которых участвуют и негосударственные акторы [3].

Активно обсуждается теория «гибридных войн» [4], сочетающих применение военно-политических, террористических и криминальных методов. Особая роль в гибридных войнах принадлежит информационно-коммуникативному противоборству, пронизывающему всю социальную ткань. Н. С. Лабуш развивает концепцию «информационной войны» как высшей формы обострения противоречий «информационного противоборства» [5]. А. А. Бартош определяет гибридную войну как новый вид межгосударственного конфликта, основанного на комплексном применении силовых и несиловых форм воздействия («когнитивных войн») [6]. В дискуссиях о войнах XXI в. прослеживается общий вывод: границы между состояниями войны и мира в настоящее время подвижны и размыты.

Утрата бесспорной гегемонии США, возвышение Китая, стремительная деградация институтов международного права ведут к радикальной перестройке основных военно-политических, торгово-экономических, научно-технологических межстрановых отношений, сложившихся за последние 70 лет. Дискредитация претендующих на универсальность идеологий, кризис национальных государств – все это сигнализирует о том, что мы имеем дело не с борьбой за будущее, а, скорее, с различными сценариями этого будущего, в том числе самого человека, моральная природа которого запечатлена в духовно-нравственных образцах мировых религий.

Новейшие конфликты (Украинский, Иранский) имеют глобальную по повестке, средствам и целям сущность. Их глобальный характер проявляется во влиянии на базовые условия: мировую энергетику, логистику, финансы, экологию. Наглядный пример – изменение рынка евроазиатских авиасообщений. Россия, приняв ответные меры на враждебные действия коллективного Запада, лишила европейских и американских авиаперевозчиков возможности использовать российское небо, оставив такое право для Китая. Основные потоки переместились в каспийский коридор над Азербайджаном, но сегодняшний ближневосточный конфликт несет дополнительные угрозы остановки евроазиатского авиасообщения.

Характерной особенностью эпохи новых глобальных конфликтов становится попытка приватизации того, что по нормам международного права принадлежит всем и никому конкретно. Введение на определенных участках мирового океана странами – сторонами конфликта режимов контроля и принудительного регулирования условий судоходства запускает своего рода неуправляемую реакцию, начало которой задают события в Ормузском проливе. США все чаще заявляют о намерении введения мер контроля в основных мировых проливах и каналах (Панамский, Ормузский, Малаккский, Босфор, Сингапурский). Юридически свободу судоходства никто не отменяет, но фактически конфликтующие стороны оставляют свободу для своих союзников и партнеров и предлагают разовые «коды допуска» для всех остальных, более того, на коммерческой основе. Данные действия в случае введения подобных ограничений в ЮВА отбросят международное морское право на века назад. Одновременно с этим распространяется морское пиратство. Континентальная логистика (Россия – Иран – Индия – Китай) выступает естественным противовесом этих процессов, но заменить морскую в настоящее время не способна в силу финансовых и политических причин. На очереди – конфликты за раздел океанического дна (резерва основных запасов полезных ископаемых), стратосферы и ближнего космоса.

Новые глобальные конфликты не устраняют предыдущие региональные конфликты, так называемые дуги напряженности. Причины и условия последних не исчезли. С конца 1990-х гг. участие в региональных конфликтах европейских стран, Японии, Южной Кореи, Канады и Австралии придавало всем этим войнам (Югославия и Ирак, Афганистан и Ливия) ореол справедливой борьбы за демократию, но, не решая заявленных задач, формировало новые очаги напряженности. Сегодня происходит наложение двух тенденций: старые конфликты из XX в. увязываются с новейшими, создавая непреодолимую вязкую сеть военно-политического, финансового, энергетического и продовольственного хаоса.

В новый ближневосточный конфликт втягиваются не только страны залива, но и Ирак, Сирия, Иордания, Йемен, а его последствия затрагивают Китай, страны ЮВА, Европу и Африканские страны. Под давлением находятся не только институты ООН, фактически не способные влиять на ход событий, но и такие организации, как НАТО, ЕЭС, Лига арабских государств. Специфической особенностью медиатизации ближневосточного конфликта, который может перерасти в глобальную войну, является недоговороспособность его ключевых участников – США и Израиля, с одной стороны, и Ирана – с другой.

В условиях нарастающей хаотизации международных отношений результаты всех современных гибридных по статусу участников войн (Россия, КНР и США не сталкиваются напрямую) всегда оказываются промежуточными, требуя продолжения конфликтов любой ценой для удержания полученных ранее преимуществ. Начинаясь с «молниеносных победных» сражений, они расширяются и интенсифицируются, превращаясь в «вечные войны» («forever wars», по определению аналитика Л. Фридмана [7]), демонстрируют отсутствие национальных и союзных стратегий разрешения старых конфликтов и окончания новых войн.

Понятие победы в новых глобальных конфликтах размыто, а приоритет в медиа смещается с концепта победы на личность победителя. Это предъявляет возрастающие требования к медийному облику политических лидеров как гарантов будущего мира.

Согласно мнению большинства аналитиков, ключевым фактором, меняющим природу современного конфликта, выступает медиатизация всех сфер общественной жизни, всего

конфликтного поля [8; 9]. Под медиатизацией будем понимать информационно-коммуникативное опосредование социального взаимодействия, опирающееся на традиционные СМИ и цифровые платформы. Медиатизацию плодотворно рассматривать в историческом процессе, наряду с глобализацией, коммерциализацией и индивидуализацией [10]. Волны научно-технического и так называемого социального прогресса последних 400 лет, перемещавшие столичность от Генуи и Венеции к Брюгге и Амстердаму, далее к Лондону и Нью-Йорку, стали этапами создания и распространения торговых, финансовых, транспортных и информационных (связь и общение) сетей, которым соответствовала медиатизация с ее ядром – СМИ (точнее – средствами массового *информирования*). На современном этапе наступила эпоха «глубокой медиатизации» (А. Хепп). Персональные устройства мобильной связи, инфраструктура спутникового Интернета, алгоритмы машинного обучения для модерации и распространения контента, технологии дипфейков и генеративного ИИ – все это образует «медиамаifold» (media manifold), благодаря которому цифровые медиа являются одновременно средствами информации, коммуникации и средствами генерации данных [11].

В рамках институционального подхода медиатизацию осмысляют как двусторонний процесс: медиа становятся самостоятельным институтом, который меняет функционирование государств, корпораций – всех социальных институтов, заставляя их следовать «логике медиа», соответствовать требованиям скорости, визуальности, персонализации [12]. Медиатизация теперь не сводится к воздействию информационных кампаний, медиа проникают в повседневные практики людей, опосредуя акты внимания, игнорирования, обдумывания, обсуждения [13]. Именно при переходе от массмедийной к цифровой стадии медиатизации глобальные конфликты превращаются в «диффузные войны» [14].

В массмедийную эпоху смыслы ключевым событиям придавались главным образом государственным механизмом. Приведем два показательных примера участия СМИ в конфликтах 80-х. Фолклендский конфликт Аргентины и Англии 1982 г. длился почти полгода. Характерной чертой его медийного освещения явился полный государственный контроль над аргентинскими СМИ (газетами и журналами), продвигающими победную повестку для внутренней аудитории на фоне уже состоявшегося (в течении месяца) поражения аргентинского флота. После слома картинки фэйкньюс в Аргентине наступил шок, и по стране прокатились массовые протесты. Заметим, что сегодня, опираясь на тенденцию ослабления участия США в делах НАТО, руководство Аргентины публично поднимает вопрос о возврате Фолклендских островов, мотивируя это тем, что Англия смогла добиться победы только опираясь на военно-морские базы США.

Второй пример – это Ирано-Иракская война 1980–1988 гг., повлекшая более миллиона жертв с обеих сторон. Иран постоянно пребывал в оперативно-тактических поражениях, так как на стороне Ирака были и США, и СССР. В течение 5 лет и более режим был вынужден создавать и развивать мобилизационную повестку, апеллируя к образцам религиозного мученичества для компенсации нехватки живой силы в пехоте и артиллерии. Однако, в отличие от руководства Ирака, режим аятолл извлек уроки в части формирования медийного образа победы на основе своей долгосрочной идейной программы.

Более ранними примерами контроля над идейными нарративами и медийного «успеха» считают пропагандистскую работу в Германии, уже близкой к капитуляции, и медийную си-

туацию в Японии в 1944–1945 гг., на фоне уже произошедшего в это время стратегического поражения японского императорского флота.

Во всех этих случаях видна важная роль СМИ, но она является традиционно подчиненной, функциональной. С 1920-х и до конца 1980-х гг. все государственные СМИ (газеты, журналы, радио, ТВ и др.), отрабатывали формат пропагандистского кокона, позволявшего управлять вниманием, настроением и уверенностью в правоте своего дела в первую очередь для внутренней аудитории. Перелом наступает в начале 1990-х в ходе событий Иракско-Кувейтского конфликта, а затем при распаде Югославии, где впервые с окончания ВМВ ведущие европейские страны активно включились не столько как представители ООН, но как сторона конфликта, поддерживающая Хорватию и Косово. Там впервые были отработаны технологии массовых фейкньюс с введением в заблуждение мировой общественности (фоторепортажи из Сребреницы и др.). С самого начала и в продолжение всего сербско-хорватского конфликта роль жертвы и борца за справедливость медийно закреплялась только за одной стороной, не сербской, вплоть до тюремного ареста и судебного разбирательства в Гааге многих руководителей бывшей Югославии. Позднее европейские страны признали демонстрируемую с трибуны ООН пробирку с порошком убедительным доказательством наличия у Ирака химического оружия. Тогда ООН еще была нужна для международного оправдания захвата Ирака.

После событий сентября 2001 г. и вторжения в Афганистан, а затем революций «арабской весны» при президенте Обаме цифровые медиа начинают активно участвовать в новых конфликтах как бизнес-стратегиях, реализуемых национальными государствами и корпорациями (ВПК, инвестиционные и IT-компании).

В условиях растущей социально-политической непредсказуемости и хаотизации основных сфер жизни общества медиа настолько вписаны в тело и мозговую ткань конфликта, что роль традиционного честного репортажа сегодня под вопросом. Различные, вплоть до противоположных, представления и трактовки событий предлагаются одновременно с событиями. В медиатизированных конфликтах контроль над визуальной репрезентацией и нарративом стратегически не менее значим, чем контроль над территорией [15]. Медиа как инструменты государств и глобальных ТНК стали сердцевиной противостояния: они не просто отражают конфликты, но активно инсценируют и исполняют их, непосредственно участвуя в «игре на повышение и понижение», анонсируя в течении месяца десятки побед одной стороны и «полных поражений» – другой.

Реальная расстановка сил в конфликте приобретает необъяснимый характер. Общественное доверие как опора политической, экономической и военной легальности властей фундаментально нарушается.

Социальная значимость и влияние процессов медиатизации на общественную жизнь во многом укоренены в культурных особенностях, научно-техническом фундаменте и типе социально-политического устройства стран, в которых они протекают. Можно различить генерирующую тенденцию в подаче событий в СМИ в странах с условно названными авторитарными режимами и множественность в подаче оценок и смыслов в странах так называемой буржуазной демократии. В условиях новых глобальных конфликтов эти различия в медийном продвижении государствами своего образа будущей победы и своих прав на отстаивание справедливого характера ее достижения будут усиливаться. И необходимость введения ограничений (см., например, принятые рестрикции, в том числе со стороны интернет-платформ, в

мониторинге МИД РФ «Репрессии в отношении российских СМИ и журналистов за рубежом» [16]) будет обосновываться по-разному, но ограничения будут вводиться (и уже вводятся сообразно техническим возможностям) повсеместно. При том, что новые глобальные медиа (спутниковое телевидение, блогосфера, сети мобильной связи) разрушают информационные монополии государств и формируют аудитории поверх национальных границ. Государственная монополия политико-идеологического контроля СМИ оспаривается олигополией цифровых платформ.

В XXI в. цифровая платформенная инфраструктура определяет развитие медиасистем национального и наднационального уровней, обеспечивая расширенное воспроизводство субъектов повестки и множественных нарративов, одновременно фрагментируя аудитории посредством персонализации. Впервые в истории личность может вовлекаться в глобальные конфликты как зритель, комментатор, ретранслятор, потенциальный участник, как объект информационного воздействия и как самостоятельный «маленький медиа» [17] – автор повестки. Социальные сети, гражданская журналистика, блогинг и инфлюенсинг – яркие проявления новой включенности личности.

«Человек медийный» принужден жить не *с* медиа, а *в* медиа: реальность стала open-source, идентичность отныне «всегда в процессе строительства», а приватная жизнь – навсегда публична [18].

Медиасфера становится глобальным инструментом анализа и контроля (управления и власти), и представляя, и вписывая в себя многоуровневого социального субъекта: транснационального, национального, корпоративного, личного. В цифровую эпоху любой запрос субъекта на информацию и любое медийное действие субъекта совпадают с получением системой информации о субъекте (направленность внимания, потребности, предпочтения, привычки, образ жизни). Все становятся предметом алгоритмического наблюдения, анализа и управления. Таким образом, непрерывно воспроизводится *система глобальной личной коммуникации*. В ней противоречие персонального уровня описывается категориями авторизации, идентификации, автономности и анонимности.

На персональном уровне «то, что происходит» или «реальность происходящего» всегда есть отпечаток восприятия информационного потока, наложенный на матрицу человеческой психики (рассудка). В традиционном обществе, в том числе в становящемся глобальным мире XVII–XIX вв., привычки и образ жизни предзаданы и укоренены в традициях, сословных обычаях, правовых установлениях, помноженных на конкретный тип личной включенности индивида в «свой мир» сообразно возрасту, полу, культурным особенностям, социальному статусу. Такой уклад определяет мотивы, интересы и возможности личных обязательств и информационные потребности, адекватные им. Именно так образуется субъективная реальность, позволяющая нам приспосабливаться к социальной среде, ее изменениям, не «выпадать» из коридоров разделения труда и положения в обществе. Нарушение именно этих регламентов (во всех видах нашей включенности) приводило к персональным или сословно-классовым конфликтам, а вся институциональная система и инструменты социального контроля были направлены на урегулирование таких событий.

На смену предустановленным государственным регламентам, ценностно-нормативным порядкам, морально-нравственным кодексам поведения мировых религий приходит пере-
доверие именно этих сфер цифровым платформам.

Теперь вся система личной или групповой идентификации, которая эволюционно закреплялась в камне, металле, бумаге, ткани (печать, клеймо, подпись, штамп, герб, костюм и т. п.), фиксировалась в документации личного, корпоративного, государственного учета прав и обязанностей (от королевского эдикта до векселя, от ж/д билета до пропуска) и была обеспечена доверием за счет личного узнавания, стала существовать параллельно и независимо от самого человека в автономном и анонимном знаково-превращенном пространстве. Субъекту для включения в него и признания в нем требуется код допуска. С одной стороны – процедура авторизации, с другой – удостоверяющая идентификация. Социальная технология распределенного взаимного доверия становится цифровой технологией. Это заменяет и отменяет традиционную личную идентификацию – узнавание, признание, и создает анонимное доверие (своего рода «предустановленную гармонию»). Вне цифрового пространства личность как социальный субъект бесправна, но выход из него не снимает с нее обязательств.

Сегодня любая глобальная компания (государство и корпорации) не может не быть медиакомпанией с постоянным предъявлением своей аудитории миссии решения актуальных проблем настоящего и сценария будущего. Корпоративный бренд сменился личным брендом визионера во главе страны или корпорации. Однако акции таких лидеров могут не только расти, но и катастрофически падать, в лучшем случае расти только в границах своей аудитории, для которой требуется постоянно обновлять образ победителя.

В роли лидера как личного символа и бренда проявляется фундаментальное противоречие персонального уровня. Его политическая карьера (государственная или корпоративная) есть его публичная авторизация, но каждое публичное действие такого лица всегда медийно (явно или скрыто) и требует успешной идентификации, т. е. доверия и поддержки граждан или акционеров (кодов допуска). Однако доверие уже поручено автономным алгоритмам цифровых платформ сетевой коммуникации. При этом прочность и автономность системы не застрахована от проникновения элементов системного сбоя.

Заключение. Образ окончательной победы в новых глобальных конфликтах («вечных войнах») и по смыслу, и на уровне повестки сегодня никто предъявить не может, так как за ним должна стоять картина будущего с новыми условиями, возможностями и ролями в глобальном мире для всех. Очевидно только, что в таких конфликтах будут проигравшие страны и компании-участники, которые утратят имеющиеся преимущества (экономические, технологические, научные). Риски и угрозы в новых глобальных конфликтах столь велики, что проиграть могут все...

В период послевоенной устойчивости XX в. конфликтология, ориентируясь на общепризнанные инструменты правового регулирования, рассматривала конфликт как форму движения сущностных общественных противоречий и способ их разрешения. В изменившихся условиях конфликтология связывает регулирование конфликтов не только (и не столько) с перспективой развития, сколько с управлением рисками (см. исследования рискменеджмента конфликтологами из СПбГУ [19]), с поиском компромисса: того, от чего стороны, вовлеченные в конфликт, готовы отказаться, чтобы не допустить уничтожения человечества.

Процессы медиатизации и персонализации воспроизводят систему глобальной личной коммуникации, внутренние противоречия которой меняют характеристики социального

конфликта. Соответственно, углубляется междисциплинарность конфликтологии. Намечившаяся тенденция включения эсхатологических мотивов в традиционный геополитический контур объяснения глобальных конфликтов позволяет предполагать, что для обновления конфликтологии возрастает значение ее философско-концептуального обоснования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фишер Р., Юри У., Паттон Б. Переговоры без поражения. Гарвардский метод / пер. с англ. Т. Новиковой. 9-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
2. Барановский В. Г., Кувалдин В. Б. Глобальный конфликт: атрибут меняющегося миропорядка или устаревший инструмент его трансформации? // Полис. Политические исслед. 2023. Т. 32, № 6. С. 8–20. DOI: <https://doi.org/10.17976/jpps/2023.06.02>
3. Ван Кревельд М. Трансформация войны / пер. с англ. Ю. В. Кузнецова. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
4. Кокошин А. А. Феномен «гибридной войны» в силовой составляющей современной мировой политики // Вестн. РАН. 2018. Т. 88, № 11. С. 971–978. DOI: 10.31857/S086958730002329-9
5. Лабуш Н. С. Информационная война как порождение нового времени и современных массмедиа технологий. Часть II. Контур информационной войны современности // Медиаскоп. 2015. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1739> (дата обращения: 03.05.2026).
6. Бартош А. А. Вопросы теории гибридной войны. М.: Горячая линия – Телеком, 2022.
7. Freedman L. D. The Age of Forever Wars: Why Military Strategy No Longer Delivers Victory // Foreign Affairs. 14.04.2025. URL: <https://www.foreignaffairs.com/age-forever-wars> (дата обращения: 03.05.2026).
8. Vartanova E. L., Dunas D. V. Media conflictology as a field of research: working out theoretical approaches // Вестн. РУДН. Сер. Литературоведение. Журналистика. 2023. Т. 28, № 4. С. 724–733. DOI: 10.22363/2312-9220-2023-28-4-724-733
9. Бронников И. А., Пономарев Е. М. Медиатизированные конфликты: история вопроса и логика развития // Полилог. 2025. Т. 9, № 1: 6. DOI: 10.18254/S258770110035005-7
10. Krotz F. Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change // Mediatization: Concept, Changes, Consequences / ed. by K. Lundby. NY: Peter Lang, 2009. P. 21–40.
11. Hepp A. Deep Mediatization. London; NY: Routledge, 2020.
12. Hjarvard S. The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29, № 2. P. 105–134.
13. Couldry N. Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice. Cambridge: Polity Press, 2012.
14. Hoskins A., O'Loughlin B. War and Media: The Emergence of Diffused War. Cambridge: Polity Press, 2010.
15. Cottle S. Mediatized Conflict: Developments in Media and Conflict Studies. Maidenhead: Open Univ. Press, 2006.
16. Репрессии в отношении российских СМИ и журналистов за рубежом. 2024 // МИД РФ. URL: https://www.mid.ru/ru/press_service/journalist_help/repressions/ (дата обращения: 03.05.2026).
17. Вартанова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2019.
18. Deuze M. Media Life. Cambridge: Polity Press, 2012.
19. Алейников А. В., Сунами А. Н., Мальцева Д. А. Политический рискменеджмент в условиях глобальной турбулентности: конфликтологические экспликации // Вестн. Санкт-Петербургского ун-та. Философия и конфликтология. 2025. Т. 41, вып. 3. С. 415–429.

Информация об авторах

Щербина Александра Вениаминовна – кандидат философских наук (1989), 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 30 научных публикаций. Сфера научных интересов: методология социального познания, социальное воспроизводство, социализация, социальный конфликт.

Огороднова Анна Михайловна – 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 15 научных публикаций. Сфера научных интересов: политическая коммуникация, политические технологии как фактор развития общества в современной России, управление конфликтами.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 19.02.2026; принята после рецензирования 22.05.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Fisher, R., Ury, W. and Patton, B. (2020), *Getting to yes: negotiating agreement without giving in*, Transl. by Novikova, T., 9th ed., Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, RUS.
2. Baranovsky, V.G. and Kuvaldin, V.B. (2023), "Global conflict: an attribute of a changing world order or an outdated tool for its transformation?", *Polis. Political Studies*, vol. 32, no. 6, pp. 8–20. DOI: <https://doi.org/10.17976/jpps/2023.06.02>
3. Van Creveld, M. (2005), *The Transformation of War*, Transl. by Kuznetsov, Yu.V., Al'pina Biznes Buks, Moscow, RUS.
4. Kokoshin, A.A. (2018), "The phenomenon of "hybrid war" in the power component of modern world politics", *Vestnik Rossijskoj Akademii Nauk*, vol. 88, no. 11, pp. 971–978. DOI: 10.31857/S086958730002329-9
5. Labush, N.S. (2015), "Information War as a Product of Modern Times and Modern Media Technologies Part II. Contours of the Information War in Today's World", *Mediascope*, iss. 2, available at: <http://www.mediascope.ru/node/1739> (accessed 03.05.2026).
6. Bartosh, A.A. (2022), *Voprosy teorii gibridnoi voyny* [Issues of the theory of hybrid war], Goriachaia liniia – Telekom, Moscow, RUS.
7. Freedman, L.D. (2025), "The age of forever wars: why military strategy no longer delivers victory", *Foreign Affairs*, 14.04.2025, available at: <https://www.foreignaffairs.com/age-forever-wars> (accessed 03.05.2026).
8. Vartanova, E.L. and Dunas, D.V. (2023), "Media conflictology as a field of research: Working out theoretical approaches", *RUDN J. of Studies in Literature and Journalism*, vol. 28, no. 4, pp. 724–733. DOI: <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2023-28-4-724-733>
9. Bronnikov, I.A. and Ponomarev, E.M. (2025), "Mediatized conflicts: the history of the issue and the logic of development", *Polylogos*, vol. 9, no 1: 6. DOI: 10.18254/S258770110035005-7
10. Krotz, F. (2009), "Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change", *Mediatization: concept, changes, consequences*, Lundby, K. (ed.), Peter Lang, NY, USA, pp. 21–40.
11. Hepp, A. (2020), *Deep mediatization*, Routledge, London, NY, USA.
12. Hjarvard, S. (2008), "The mediatization of society: a theory of the media as agents of social and cultural change", *Nordicom Review*, vol. 29, no. 2, pp. 105–134.
13. Couldry, N. (2012), *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*, Polity Press, Cambridge, UK.

14. Hoskins, A. and O'Loughlin, B. (2010), *War and media: the emergence of diffused war*, Polity Press, Cambridge, UK.
15. Cottle, S. (2006), *Mediatized conflict: developments in media and conflict studies*, Open Univ. Press, Maidenhead, UK.
16. "Repression against Russian media and journalists abroad" (2024), *The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation*, available at: https://www.mid.ru/ru/press_service/journalist_help/repressions/ (accessed 03.05.2026).
17. Vartanova, E.L. (2019), *Teoriia media: otechestvennyi diskurs* [Media theory: domestic discourse], Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, Moscow, RUS.
18. Deuze, M. (2012), *Media life*, Polity Press, Cambridge, UK.
19. Aleinikov, A.V., Sunami, A.N. and Maltseva, D.A. (2025), "Political risk management in times of global turbulence: Conflict studies explications", *Vestnik of Saint Petersburg Univ. Philosophy and Conflict Studies*, vol. 41, no. 3, pp. 415–429.

Information about the authors

Alexandra V. Shcherbina – Can. Sci. (Philosophy, 1989), Associate Professor at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov st., St Petersburg 197022, Russia. The author of more than 30 scientific publications. Area of expertise: methodology of social cognition, social reproduction, socialization, social conflict.

Anna M. Ogorodnova – Senior Lecturer at the Department of Sociology and Political Science, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov st., St Petersburg 197022, Russia. The author of 15 scientific publications. Area of expertise: political communication, political technologies as a factor in the development of society in modern Russia, conflict management.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 19.02.2026; adopted after review 22.05.2026; published online 22.09.2026.*

Оригинальная статья
УДК 811.133.1
<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-136-145>

Когнитивный анализ неймдроппинга и прецедентных имен в англоязычных романах ужаса

Екатерина Борисовна Коломейцева

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения, Санкт-Петербург, Россия
tillyriddle@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0224-2965>

Введение. В связи с антропоцентричностью современной языковой науки прецедентные феномены могут быть рассмотрены не только с позиций лингвокультурологии, но и когнитивной лингвистики, в связи с чем в данной публикации автор обращается к прецедентным именам и анализирует их в когнитивном ключе. В статье рассматривается и описывается когнитивный потенциал прецедентного имени и неймдроппинга, функционирующих в англоязычных романах ужаса. Неймдроппинг, хотя и находится в рамках теории прецедентности, исследован в меньшей степени. Анализ функционального потенциала неймдроппинга в художественном произведении, в частности в романах ужаса, составляет новизну исследования, актуальность состоит в обращении к когнитивным языковым механизмам для описания одного из прецедентных феноменов.

Методология и источники. При исследовании неймдроппинга и прецедентных имен автор использовал методы анализа литературы по теме, выборки, стилистического анализа, когнитивного анализа и описания полученных результатов.

Результаты и обсуждение. Анализ когнитивных процессов при их использовании показал, что прецедентные имена и неймдроппинг широко используются в хоррорах, становясь тропеическими средствами и задействуя механизмы концептуальной интеграции/реинтеграции, когнитивной метафоризации, сравнения, профилирования, выстраивания интертекстуальных связей.

Заключение. Таким образом, прецедентные феномены и неймдроппинг, выбранные для рассмотрения, – это стилистические средства, взаимодействующие со всей структурой произведения, обладающие высоким когнитивным потенциалом, поскольку они в сжатой форме представляют собой миниконцепты, требующие «распаковки» в сознании читателя. Они позволяют сжато дать характеристики героям или ситуации, выстроить хронотоп романа и дать дополнительную информацию о модусе высказывания.

Ключевые слова: неймдроппинг, прецедентные имена, роман ужаса, когнитивный анализ, интертекстуальность, сравнение

Для цитирования: Коломейцева Е. Б. Когнитивный анализ неймдроппинга и прецедентных имен в англоязычных романах ужаса // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 136–145. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-136-145

© Коломейцева Е. Б., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

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



Original paper

A Cognitive Analysis of Namedropping and Precedent Names in English Horror Novels

Ekaterina B. Kolomeytseva

St Petersburg State University of Film and Television, St Petersburg, Russia

tillyriddle@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0224-2965>

Introduction. Due to the anthropocentric nature of modern linguistics, precedent phenomena can be examined not only from the perspective of linguacultural studies but also from the perspective of cognitive linguistics. In this article, the author considers the precedent names and analyzes them from a cognitive perspective. The article aims to examine and describe the cognitive potential of precedent names and namedropping as they function in English-language horror novels. Namedropping, although within the framework of precedent theory, has been less studied. The analysis of functional potential of the namedropping in a work of fiction, particularly in horror novels, constitutes the novelty of the study, and its relevance lies in the appeal to cognitive linguistic mechanisms to describe one of the precedent phenomena.

Methodology and sources. In studying namedropping and precedent names, the author used the methods of literature analysis, sampling method, stylistic analysis, cognitive analysis, and description of the obtained results.

Results and discussion. The analysis of the cognitive processes involved in their use revealed that precedent names and namedropping are widely used in horror, serving as trope devices and activating mechanisms of conceptual integration/reintegration, cognitive metaphorization, comparison, profiling, and the building of intertextual connections.

Conclusion. Thus, the precedent phenomena and namedropping chosen for consideration represent stylistic devices which interact with the entire structure of the text and possesses high cognitive potential, as they compressed into mini-concepts that require “unpacking” in the reader's mind. They conduct concise peculiarisation of characters or situations, constructing the novel's chronotope, and providing additional information about the mode of expression.

Keywords: namedropping, precedent names, horror novel, cognitive analysis, intertextuality, comparison

For citation: Kolomeytseva, E.B. (2026), “A Cognitive Analysis of Namedropping and Precedent Names in English Horror Novels”, *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 136–145. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-136-145

Введение. Теория прецедентности подвержена влиянию современных научных трендов. Развиваются дисциплины на стыке областей научного знания, расширяются дисциплинарные границы [1, с. 634]. Учет прагматического фактора позволяет выделить в рамках теории прецедентности не только традиционно рассматриваемые прецедентные имена, тексты, высказывания и ситуации [2, с. 83], но и так называемый неймдроппинг – упоминание известных людей, торговых марок, мест, призванные в разговоре или тексте произвести впечатление на окружающих [3, с. 87]. Как прецедентное имя, так и неймдроппинг могут стать в художественном тексте достаточно функциональным инструментом выдвижения, позволяя автору в сжатой форме активизировать знания, хранящиеся в когнитивной базе (пони-

маемой вслед за Д. Б. Гудковым как «определенным образом структурированная совокупность знаний и представлений, которой обладают практически все члены того или иного лингвокультурного сообщества» [4, с. 83]), тем более что «любой прецедентный антропоним аксиологически детерминирован», а значит, позволяет программировать реакцию читателей [5, с. 163]. Художественная литература в целом и выбранный автором за наименьшую исследованность в когнитивном ключе роман ужаса широко использует как прецедентное имя, так и неймдроппинг, о чем, в частности, см. [6, с. 83–85], у А. В. Нагорной – о неймдроппинге как стилистическом приеме в романах С. Кинга [7, с. 213–224]. Таким образом, новизна статьи – в рассмотрении функционирования неймдроппинга в англоязычных романах ужаса. В нашем понимании неймдроппинг не исчерпывается рамками прецедентности, поскольку в художественной литературе встречается употребление онимов непрецедентного характера, которые тем не менее имеют значение в контексте произведения. По этой причине считаем целесообразным говорить об этих явлениях отдельно.

Актуальным является рассмотрение когнитивных механизмов узнавания и активизации указанных прецедентных феноменов. Целью данной статьи будет описание когнитивного потенциала прецедентного имени и неймдроппинга, функционирующих в англоязычных романах ужаса. Задачи статьи – проанализировать корпус современных англоязычных романов ужаса, выявить, как в них функционируют прецедентные феномены и неймдроппинг, проследить на примерах, какие концептуальные механизмы задействованы для их активизации в сознании читателя.

Методология и источники. Для исследования было отобрано четыре произведения англоязычной литературы ужаса. Выборка была ограничена произведениями за последние 10 лет, т. е. пластом актуальной современной литературы. В отобранных произведениях неймдроппинг и прецедентные имена встречаются больше одного раза и задействованы в процессах конверсии и метафоризации. Методами послужили выборка, стилистический и когнитивный анализ.

Результаты и обсуждение. Изучением прецедентности в целом и прецедентных имен в частности занимались такие ученые, как В. В. Красных (отметивший, что такого рода имена могут быть распространенными, но обозначать одно понятие в сознании [2, с. 120–209]), В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин, Д. Б. Гудков, М. В. Золотарев, А. В. Терещенко и др. М. В. Золотарев пишет о формировании «вторичного концептуального знания» при употреблении прецедентных имен [5, с. 167], что позволяет в отношении данного феномена пользоваться терминологическим аппаратом концептологии. Тот же ученый выделяет шесть этапов освоения и вторичной концептуализации прецедентного имени. Неймдроппинг – сравнительно новое явление для исследования. Можно отметить работу М. А. Агеевой на тему неймдроппинга и прецедентности [3]. Под неймдроппингом понимается процесс употребления знаковых для героев произведения имен собственных, однако отметим еще раз, что именем собственным при неймдроппинге не всегда является прецедентное имя, иногда это имя собственное, понятное лишь в контексте чтения произведения. Не всегда эти явления разделимы, по этой причине обратимся к их общему рассмотрению. Например, считать ли прецедентным именем или неймдроппингом упоминание автором известных онимов для характеристики персонажа в следующем предложении: «Basil's Nissan Cube with its Tardis-1 license

plate was here, at the parking» [8, p. 175], – остается дискуссионным вопросом. С одной стороны, упоминание прагматонима Nissan Cube служит статусной характеристикой, с другой – эта характеристика недостаточно повышает статус героя Basil. То же с упоминанием аппарата Tardis из сериала «Doctor Who», который не дает никакой другой дополнительной информации в контексте романа, кроме информации о пристрастиях героя, хотя и может считаться прецедентным, отсылая нас к другому хорошо известному произведению.

Обратимся к аппарату когнитивной лингвистики для раскрытия понятий прецедентного имени и неймдроппинга. В первую очередь рассмотрим понятие концепта как «оперативной содержательной единицы памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [9, с. 89] – это своего рода квант информации. Прецедентное имя в границах художественного текста позволяет сжатыми средствами передать множественные художественные смыслы, служит маркером авторской оценки происходящего, вступает в словообразовательные и конверсивные отношения, языковую игру. Неймдроппинг же подразумевает учет прагматики имени собственного, когда слушающим/читающим происходит распознавание имени и активизация связанных с ним смыслов, «распаковка» концепта. Покажем концептуальный потенциал явлений на примерах.

«A pentagram **Manson'd** between its eyes» [10, p. 117] – в этом примере имя лидера секты Чарльза Мэнсона вступило в конверсивное преобразование, заменив глагол. За данным прецедентным именем скрывается целый пласт концептуальных смыслов. Если воспользоваться терминологией концептного анализа В. И. Карасика [11, с. 118], то понятийный компонент представлен фактологической информацией о Ч. Мэнсоне (секта «Семья», убийство Шэрон Тейт, тату на переносице и т. п.), образно-перцептивный компонент активизирует тему зловещего мерцания, появления, а ценностный компонент позволяет воспринять пентаграмму как нечто негативное. В романе ужаса прецедентное имя выступает тропеическим средством создания специфической зловещей атмосферы.

Механизм сравнения лежит в основе следующего примера: «Jude collected them in almost exactly the same way **the Pied Piper** had collected rats, and children» [12, p. 32]. Концепт-прецедентное имя Pied Piper часто используется в художественной литературе, отсылая к истории гамельнского крысолова. Сравнение – это «когнитивный механизм формирования нового смысла (знания) на основе вторичной интерпретации знаний о мире» [13, с. 125]. Сравнение музыканта Джуда и крысолова позволяет в контексте романа понять негативное влияние его музыки на детскую психику.

В следующем примере наблюдаем функционирование концептуальной интеграции: «Jade kicks dramatically across her lawn – no, she **Holden Caulfields** it across her lawn. She **Holden Caulfields** it up onto her ramshackle porch again, endures the gauntlet of the living room» [10, p. 129]. Исходное пространство – пространство романа «Над пропастью во ржи», а второе пространство создается в современном романе ужаса, проиллюстрирована сцена прохождения героини по заднему двору. Бленд, полученный путем употребления прецедентного имени (и его конверсии), на образном уровне воспроизводит как походку, так и черты характера юной героини, не задействуя механизм прямого описания. При этом «распаковка» бленда происходит и в ситуации перевода данного предложения с прецедентным именем, поскольку оно знакомо и русскоязычному читателю.

«There's so much I need to tell you, – Jade says. – I'll be your... what's that **Pinocchio** dude called, with the love letters?» «**Cyrano de Bergerac**?» [10, p. 237] – подобный пример концептуальной интеграции и бленда видим и в этом примере. Через бленд-сравнение (Пиноккио + пишущий любовные письма = Сирано де Бержерак) в диалоге опознается персонаж Эдмона Ростана.

Для прецедентных имен также может быть характерна интертекстуальность и интердискурсивность. В следующем отрывке наблюдаем вкрапление-оним из кинодискурса, отсылающее к известной сцене фильма «Сияние»: «Either way, Jade hauls the axe back behind her, swing it ahead with everything she's got, fully intent on **Jack Torrance'ing** the door to splinters» [10, p. 376]. В цитируемом романе прецедентные имена нередко задействованы в словообразовательные и конверсивные преобразования.

Еще один пример использования интердискурсивного онима находим в следующем предложении: «Trinity was one of those happy, super-popular high energy girls who reminded Amy of the creatures from **Gremlins**. She was fun for about half an hour, then you wanted to stuff her in a blender» [8, p. 40]. Автор не только приводит имя, но и дает ключ к правильному пониманию, обозначив сцену из фильма. Таким образом, вступает в действие интеграция: сцена фильма «Гремлины» и поведение девушки по имени Тринити, в результате бленд профилирует значение очень назойливого, слишком активного и невыносимого собеседника. То же и в другом примере из этого же романа: «It's starting to feel like an episode of **Scooby-Doo**» [8, p. 142]. Известный русскому зрителю приключенческий мультсериал переключает читателя на ироническое восприятие тревожной ситуации, когда герои осуществляют поиск в полной темноте.

Труден для понимания следующий пример: «**My Chemical Romance** was on **Conan**. They had rings in their lips and eyebrows, their hair done up spikes...» [12, p. 115]. Для «распаковки» бленда подготовленный читатель должен обладать информацией о рок-группе My Chemical Romance и знать персонажа фэнтези-вселенной книг и фильмов Конана, только в этом случае происходит образное представление стиля группы. Такого рода пример свидетельствует об отграничительной функции употребления прецедентного имени.

Приведем еще пример: «After them is tall gangly Ross Pangborne, with all his **Bill Gates** awkwardness and matching boyish charm» [10, p. 205]. В данном случае имя Билл Гейтс уже превратилось в прецедентное и широко известное, однако профилируется один признак Гейтса – неуклюжесть. С помощью прецедентного имени происходит имплицитное сравнение двух людей: оба богаты, оба имеют неуклюжую манеру ходьбы. Два домена сближаются в сознании читателя. Крейг Хэмилтон, известный когнитивный лингвист, подчеркивает, что при использовании метафоры происходит сближение и наслаивание двух объектов, тогда как при сравнении происходит лишь сближение по тому или иному признаку, но при этом использование сравнений дает огромное количество информации о герое в нескольких словах («...tremendous amount of information about the characters in just a very few words») [14, p. 53]. Здесь также уместно говорить о функции ориентирования во времени произведения, как и в примере выше.

Далее обратимся к явлению неймдроппинга, показывая на примерах когнитивные процессы, происходящие при его употреблении. Как уже было упомянуто, неймдроппинг necessarily должен содержать в себе черты прецедентности. Бытовое понимание неймдроппинга включает прагматическую цель коммуникатора достичь путем употребления имен значительности, повысить свой статус, а в художественном произведении – пока-

затя статус героя, как, например, в следующем предложении: «Trinity's **Zippo** lit all the candles» [8, p. 115]. Автор не пишет «зажигалка Тринити», но приводит марку зажигалки. Таким образом, читателю дается понять статус героини: зажигалки Zippo – дорогой и модный атрибут. Это типичный пример неймдроппинга, однако в данной статье расширим это понятие, включив в него онимы, которые не только повышают статус говорящего, но и могут вызывать в сознании те или иные ассоциации, дать дополнительную информацию, не будучи при этом в полной мере прецедентными. Ранее, в другой статье на тему неймдроппинга, были разграничены «внешний» и «внутренний» его виды [6, с. 84]. В первом случае употребленное имя знакомо читателю и направлено на внешнее воздействие: вызывает у него нужные ассоциации или дает дополнительную информацию. Это могут быть упоминания реальных торговых марок, сравнения с реальными людьми и т. п. Цель «внутреннего» неймдроппинга – воздействие героя на других героев. Это может быть, например, упоминание имен известных людей в речи героя для демонстрации своих дружеских отношений с ними, упоминание дорогих брендовых марок с целью показа своего стиля жизни и т. п. При этом во втором случае для неймдроппинга может служить и неизвестное читателю имя из романа, а не реальное имя. Хорошим примером подобного неймдроппинга можно назвать пьесу С. Беккета «В ожидании Годо», где вынесенное в заглавие имя персонажа постоянно упоминается, но сам Годо так и не появляется. Такого рода имена есть, например, в произведении S. Gailey «Just Like Home». Это имя умершего отца героини (Francis Crowder), играющего в романе роль триггера событий, а также имя отца героя (Hammett Duvall) как синоним бесчестного поведения и желания нажиться на плохой известности. Приведем пример употребления «внутреннего» неймдроппинга в романе: «The tread on the plexiglass here was scuffed in places, but the carpet – the carpet **Francis Crowder** had walked on – was perfectly preserved beneath it» [15, p. 24]. Героиня напоминает самой себе о вещах отца, но при этом он назван полным именем, поскольку память о нем уже стала достоянием общественности, а он печально известен в мире романа как один из наиболее жестоких маньяков. Таким образом, неймдроппинг помогает в произведении отделить общественное восприятие персонажа Francis Crowder от личного восприятия его героиней в качестве любящего отца. Разрыв в ее сознании показан путем переключения с обращения father на полное имя отца. При этом для героини второй персонаж, упомянутый выше, служит символом нечестности. При знакомстве с James Duvall героиня Vera относится к нему очень прохладно и не задает вопросов: «She didn't ask about the project. She knew better than to talk to a **Duvall**» [15, p. 64]. При этом у читателя еще нет достаточной информации о том, почему любой из Дювалей не заслуживает доверия (обратим внимание на неопределенный артикль перед фамилией). Далее по ходу романа дается еще одна подсказка: «She would not be the kind of person who picked a fight with **Hammett Duvall's** son. She would be better than that» [15, p. 80]. Только ближе ко второй трети романа читатель понимает, что Хэммет Дюваль – писатель, наживший славу на истории отца героини. Таким образом, имя – это знак в контексте романа, дающий дополнительную информацию как читателям, так и героям внутри романной структуры. В примере выше имена не являются прецедентными, однако не позволяют проигнорировать заключенный в них дополнительный контекстный смысл.

Неймдроппинг может задействовать и реальные имена известных людей. «"If the ghost is up for a full **Charlie Hose**-style interview, we'll give a shot", – Matt says» [8, p. 71] – имя Чарли Хосе, unprecedented, незнакомое русскоязычному читателю, отсылает к одному из известных журналистов кабельного канала о мистике. Сравнение «интервью в стиле Чарли Хосе» – это достаточно подробное интервью со множеством деталей. В этом же произведении герой дает своей аппаратуре имена известных телеведущих мистического канала: «He named each one of them. **Lorraine Warren**, chicken farmer... **Ryan Buell**, drama queen... **Josh Gates**, adventure whore» [8, p. 64]. Каждый из них наделен атрибутом-характеристикой, что исключает неправильное понимание. Автор сам профилирует нужные качества. Как видно из примеров, за данными именами не стоят концепты, однако в процессе узнавания читателем данных имен происходит как бы «предварительная настройка» читательских ожиданий. В романе ужаса это настройка на дальнейшие ужасные или мистические события.

Подобная «настройка» читателя присутствует, например, в следующих двух цитатах:

«Matt made sure no semis or other vehicles were coming – he'd read «**Pet Sematary**» in high school and learned from those characters' mistakes. The last thing he wanted was a reincarnated version of Bonehead» [16, p. 95]. – Упоминанием известного романа С. Кинга автор дает читателю понять, что события в романе будут развиваться сходным образом.

«The cashier looked up from her paperback book. Matt could see **Jack Ketchum's** name on the cover, but her hand obscured the title» [16, p. 338]. – Упомянутое имя говорит многое англоязычному читателю, поскольку Джек Кетчум – также писатель жанра ужасов. Это готовит читателя к восприятию последующих событий романа, плюс активизирует один из сюжетов упомянутого автора в восприятии подготовленного читателя из дискурсивного сообщества (discourse community – сообщество читателей, формирующееся вокруг чтения одного жанра/жанров: «a community that forms around a certain genre or genres» [17, p. 690]. Такой читатель увидит схожесть сюжетов цитируемого выше романа и произведения Дж. Кетчума «Red», в упомянутых романах («Mean Spirited», «Pet Sematary» и «Red») схожий набор персонажей: трое девиантных подростков, сын главного героя и собака. Таким образом, неймдроппинг автора выполняет отграничительную функцию, отделяя членов дискурсивного сообщества от обычных читателей. Здесь же можно отметить, что прецедентные имена и неймдроппинг помогают читателю в выстраивании хронотопа романа, в когнитивной терминологии они выступают timebuilders, поскольку позволяют отнести время действия ко времени после 1990-х (роман «Pet Sematary» вышел в 1983 г., роман «Red» – в 1995 г.).

Не всегда неймдроппинг использует названия статусных марок товаров или исключительно знаменитых и богатых людей или известные онимы. Прагматическая цель героини – повысить свой статус – достигается через упоминание множества имеющих отношение к хоррор-стилистике произведений и их героев. «Or should I say **Night Flier**. That's not a slasher but it's still from the horror mind of **Stephen King**, who has a high bodycount in his books and movies but his **Freddy Krueger** is **Pennywise the Clown** and his **Chucky** is **Gage** and his final girl is **Carrie** and his **Jason Voorhees** is a dog, but none of them are really slashers» [10, p. 244]. Заметим также, что при использовании неймдроппинга оценочный компонент может отсутствовать, в отличие от прецедентного имени. Можно сказать, что при восприятии прецедентных имен превалируют ментальные репрезентации концептуального или образного

типа, тогда как при использовании неймдроппинга ментальные репрезентации носят функциональный характер.

Заключение. Рассмотрев прецедентные имена и процесс неймдроппинга в современных англоязычных романах ужаса, можно соотнести эти явления с когнитивными языковыми процессами, происходящими при их восприятии. При использовании прецедентных имен автор задействует их в тропеическом арсенале романа, концептуализирует/реконцептуализирует их содержание, задействует сравнения, процедуры концептуальной интеграции и построения бленда, интертекстуальные и интердискурсивные связи. Прецедентные имена при этом могут подвергаться конверсии или служить основой словообразовательных моделей. Неймдроппинг не равен употреблению прецедентного имени, не всегда за ним стоит прецедент, но всегда – понятие внутри или вне романной структуры. При неймдроппинге онимы обычно не подвергаются вышеперечисленным процедурам, как и конверсии, у них также отсутствует свойственный концептам оценочный компонент. Обычно неймдроппинг используется автором для профилирования тех или иных отдельных черт, присущих обладателю имени или для раскрытия дополнительной информации о герое помимо присущего явлению прагматического потенциала.

В романах ужаса использование неймдроппинга и прецедентных имен позволяет погрузить читателя в атмосферу хоррора, минимальными средствами добиться развернутой характеристики предмета, героя или ситуации, выстроить хронотоп романа и так далее, т. е. использование прецедентных имен и неймдроппинга в художественной литературе достаточно функционально. Перспективы дальнейшего исследования лежат в расширении его поля: дополнении ряда произведений художественной литературы, рассмотрении не только прецедентных имен, но и высказываний, ситуаций и т. п., дополнении ряда функций этих явлений в художественной литературе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Киреевкова Е. Е. К вопросу о междисциплинарности лексики англоязычной лингводидактической терминосистемы // Когнитивные исследования языка. 2025. Вып. 1 (62). Ч. 2. С. 634–637.
2. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003.
3. Агеева М. А. Теория прецедентности в контексте неймдроппинга (на материале китайского языка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 7 (85). Ч. 1. С. 86–89. DOI: 10.30853/filnauki.2018-7-1.19
4. Гудков Д. Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. Вып. 4. М.: Филология, 1998. С. 82–93.
5. Золотарев М. В., Привалова И. В. Развитие когнитивного потенциала прецедентного антропонима // Вестн. Волгоград. гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. 2020. Т. 19, № 2. С. 159–170. DOI: 10.15688/jvolsu2.2020.2.14
6. Коломейцева Е. Б., Матвеев А. П. Неймдроппинг в современной российской литературе // Филологическое знание в современном мире: взгляд из России и Индии: сб. науч.-метод. трудов. Иркутск: Изд-во ИрГУ, 2024. С. 82–87.
7. Нагорная А. В. Грани и границы лингвокреативности: языковые эксперименты Стивена Кинга. М.: Ленанд, 2019.
8. Hendrix G. Horrorstor. NY: Quirk Books, 2014.
9. Краткий словарь когнитивных терминов / под ред. Е. С. Кубряковой М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996.

10. Jones S. G. *My Heart Is a Chainsaw*. NY: Saga Press, 2021.
11. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
12. Hill J. *Heart-Shaped Box*. NY: William Morrow, 2007.
13. Блохина Е. Д. Сравнение как механизм вторичной интерпретации // Гуманитарный вестник. Филологические науки. 2021. № 11. С. 124–127. DOI: 10.5281/zenodo.5746828
14. Hamilton C. Cognitive Poetics and Women in Love // *Belgian J. of English Language and Literatures*. 2004. Vol. 15, № 2. P. 49–62.
15. Gailey S. *Just Like Home*. NY: Tor Books, 2022.
16. Roberts N. *Mean Spirited*. Ponce De Leon: Crystal Lake Publ., 2024.
17. Swales J. M. Genre and Engagement // *Revue Belge de Philologie et D'histoire*. 1993. Vol. 71 (3). P. 687–698.

Информация об авторе

Коломейцева Екатерина Борисовна – кандидат филологических наук (2016), доцент кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского института кино и телевидения, ул. Правды, д. 13, Санкт-Петербург, 191119, Россия. Автор более 50 научных публикаций. Сфера научных интересов: лингвокреативные методы преподавания, современная английская художественная литература.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 01.11.2025; принята после рецензирования 08.02.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Kireenkova, E.E. (2025) "On the question of interdisciplinary vocabulary of the of the English-language linguodidactic terminology system", *Cognitive Studies of Language*, vol. 1 (62), part 2, pp. 634–637.
2. Krasnykh, V.V. (2003), "Svoi" sredi "chuzhikh": mif ili real'nost'? [A friend among strangers: myth or reality?], Gnozis, Moscow, RUS.
3. Ageeva, M.A. (2018), "Theory of precedence in the context of name-dropping (by the material of the Chinese language)", *Philology. Theory & Practice*, no. 7 (85), part 1, pp. 86–89. DOI: 10.30853/filnauki.2018-7-1.19
4. Gudkov, D.B. (1998), "Precedent name in the cognitive base of modern Russian", *Language – Mind – Communication*, iss. 4, Krasnykh, V.V. and Izotov, A.I. (eds.), Philologia, Moscow, RUS, pp. 82–93.
5. Zolotarev, M.V. and Privalova, I.V. (2020), "Cognitive Potential Development of Precedent Anthroponym", *Science J. of Volgograd State Univ. Linguistics*, vol. 19, no. 2, pp. 159–170. DOI: 10.15688/jvolsu2.2020.2.14
6. Kolomeytseva, E.B. and Matveev, A.P. (2024), "Namedropping in contemporary Russian literature", *Filologicheskoe znanie v sovremennom mire: vzglyad iz Rossii i Indii* [Philological Knowledge in the Modern World: a View from Russia and India], Izd-vo IrGU, Irkutsk, RUS, pp. 82–87.
7. Nagornaya, A.V. (2019), *Grani i granitsy lingvokreativnosti: yazykovye ehksperimenty Stivena Kinga* [The Boundaries and Limits of Linguistic Creativity: Stephen King's Language Experiments], Lenand, Moscow, RUS.
8. Hendrix, G. (2014), *Horrorstor*, Quirk Books, NY, USA.
9. *Kratkii slovar' kognitivnykh terminov* [A Brief Dictionary of Cognitive Terms], (1996), in Kubryakova, E.S. (ed.), Lomonosov Moscow State Univ., Moscow, RUS.
10. Jones, S.G. (2021), *My Heart Is a Chainsaw*, Saga Press, NY, USA.
11. Karasik, V.I. (2002), *Yazykovoii krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: personality, concepts, discourse], Peremena, Volgograd, RUS.
12. Hill, J. (2007), *Heart-Shaped Box*, William Morrow, NY, RUS.
13. Blokhina, E.D. (2021), "Comparison as a secondary interpretation mechanism", *Humanitarian Scientific Bulletin*, no. 11, pp. 124–127. DOI: 10.5281/zenodo.5746828
14. Hamilton, C. (2004), "Cognitive Poetics and Women in Love", *Belgian J. of English Language and Literatures*, vol. 15, no. 2, pp. 49–62.

15. Gailey, S. (2022), *Just Like Home*, Tor Books, NY, USA.
16. Roberts, N. (2024), *Mean Spirited*, Crystal Lake Publ., Ponce De Leon, USA.
17. Swales, J.M. (1993), "Genre and Engagement", *Revue Belge de Philologie et D'histoire*, vol. 71 (3), pp. 687–698.

Information about the author

Ekaterina B. Kolomeytseva – Can. Sci. (Philology, 2016), Associate Professor at the Department of Foreign Languages, St Petersburg State University of Film and Television, 13 Pravda st., St Petersburg 191119, Russia. The author of over 50 scientific publications. Area of expertise: linguocreative teaching methods, contemporary English fiction.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 01.11.2025; adopted after review 08.02.2026; published online 22.09.2026.*

Оригинальная статья

УДК 811.161.1; 659

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-146-162>

Язык как экономический инструмент: неономинация лиц в поле ЗОЖ и новая потребительская реальность (на примере лексемы «зожник»)

Ицзинь Е¹, Светлана Владимировна Киселева²✉

¹Университет международного бизнеса и экономики, Пекин, Китай

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

¹yeyijin11@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0007-9452-7215>

²✉svkiseljeva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3814-1111>

Введение. В статье рассматривается роль неономинаций со значением «лицо в поле здорового образа жизни» на примере лингвокультурного типажа «зожник» в цифровой потребительской культуре России. На материале российских интернет-магазинов и социальных сетей показано, что эти неологизмы не просто называют, но и активно конструируют новые идентичности и модели потребления, выступая одновременно как инструмент маркетингового таргетинга и как готовая основа для конструирования цифровой идентичности.

Методология и источники. Методологическую основу составляет теория словообразовательной номинации Е. С. Кубряковой, дополненная фреймовым анализом по модели категория-слот. Материалы формируют социальная сеть ВКонтакте и контент коммерческих платформ ЗОЖНИК и «ВкусВилл», отражающие различные признаки неономинаций лиц в поле здорового образа жизни.

Результаты и обсуждение. В результате исследования разработана трехкомпонентная когнитивная модель фрейма «зожник», включающая категории: 1) практик и деятель, 2) идентичность и сообщество, 3) ценностная категория. Анализ показывает, что лексикализация неологизма приводит к формированию устойчивых концептуальных слотов в каждой категории, которые по-разному актуализируются в сетевом дискурсе и бизнес-дискурсе. В сетевом дискурсе «зожник» функционирует в рамках оппозиции «свой–чужие», тогда как в бизнес-дискурсе происходит его перекатегоризация через три новых референта, что способствует производству новых потребительских практик.

Заключение. На примере неологизма «зожник» продемонстрировано, что лексикализация антропоцентрических номинаций в поле здорового образа жизни представляет собой не только лингвистический процесс, но и экономический механизм производства потребительской реальности. Исследование подтверждает, что язык функционирует как активный экономический инструмент, а процесс лексикализации способствует коммодификации идентичности и формированию новых моделей потребительского поведения в цифровую эпоху.

Ключевые слова: неологизмы, наименования лиц, лексикализация, зожник, неономинации, лингвокультурный типаж, субкультура, идентичность, потребительство, когнитивное словообразование

© Е Ицзинь, Киселева С. В., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

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



Финансирование: работа выполнена при финансовой поддержке Фонда развития научных исследований аспирантов Университета международного бизнеса и экономики (UIBE, Китай) (проект № 202518 «Исследование по созданию базы знаний неологизмов современного русского языка на основе медиаконвергенции»).

Для цитирования: Е Ицзинь, Киселева С. В. Язык как экономический инструмент: неониминация лиц в поле ЗОЖ и новая потребительская реальность (на примере лексемы «зожник») // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 146–162. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-146-162

Original paper

Language as an Economic Instrument: the Neonotation of Individuals in the Healthy Lifestyle Discourse and the New Consumer Reality (A Case Study of the Lexeme *zozhnik*)

Yijin Ye¹, Svetlana V. Kiseleva²✉

¹University of International Business and Economics, Beijing, China

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

¹yeyijin11@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0007-9452-7215>

²✉svkiseljeva@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3814-1111>

Introduction. This article examines the role of neonotations with personal meaning in the wellness field, using the linguocultural type “zozhnik” as a case study within Russian digital consumer culture. Based on materials from Russian online stores and social media, it is demonstrated that these neologisms do not merely name but actively construct new identities and consumption models, functioning simultaneously as an instrument of marketing targeting and as a ready-made foundation for the construction of digital identity.

Methodology and sources. The methodological framework is grounded in E. S. Kubryakova's theory of word-formation nomination, supplemented by frame analysis using the category-slot model. The materials are drawn from the social network VKontakte and the commercial platforms “Zozhnik” and “VkusVill”, reflecting various features of personal neonotations in the wellness field.

Results and discussion. The research has developed a three-component cognitive model of the “zozhnik” frame, comprising the categories: practitioner and agent, identity and community, and the value category. The analysis reveals that the lexicalization of the neologism leads to the formation of stable conceptual slots within each category, which are actualized differently in network discourse and business discourse. In network discourse, “zozhnik” operates within the opposition of “us” versus “them”, whereas in business discourse, its recategorization occurs through three new referents, thereby facilitating the production of new consumer practices.

Conclusion. The case of the neologism “zozhnik” demonstrates that the lexicalization of anthropocentric nominations in the wellness field represents not merely a linguistic process but also an economic mechanism for the production of consumer reality. The study confirms that language functions as an active economic instrument, and that the process of lexicalization contributes to the commodification of identity and the formation of new models of consumer behavior in the digital age.

Keywords: neologisms, personal names, lexicalization, zozhnik, neonotations, linguocultural type, subculture, identity, consumerism, cognitive word-formation

Source of financing: This work was financially supported by the Foundation for the Development of Postgraduate Research at the University of International Business and Economics (UIBE, China)

(project No. 202518 "A study on creating a knowledge base of neologisms of the modern Russian language based on media convergence").

For citation: Ye, Yijin and Kiseleva, S.V. (2026), "Language as an Economic Instrument: The Neononation of Individuals in the Healthy Lifestyle Discourse and the New Consumer Reality (A Case Study of the Lexeme *zozhnik*)", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 146–162. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-146-162

Введение. В настоящее время в интернете широкое распространение получили неологизмы, обозначающие определенные категории людей, такие как «скуф», «анк», «зожник», «масик», «квадробер», «безмоб» и другие. С лингвистической точки зрения, подобные неологизмы (*neologism*, от греческого νέος – «новый», и λόγος – «слово»), как правило, образуются на основе существующих в языке материалов и продуктивных словообразовательных моделей, включая комбинации словообразовательных средств, инновации в семантике и внутренней форме слова [1, с. 324]. Однако чтобы войти в литературный русский язык, вновь созданное слово должно обладать качествами «выразительного и нужного языковому коллективу» [1, с. 326]. Создание неологизмов обычно происходит либо для обозначения новых понятий, либо для передачи смысловых нюансов, вызванных углубленным пониманием сущности явлений [2, с. 76].

Такие лексические единицы не только отражают характерные черты лингвокультурного типажа современных россиян, но и часто обладают ярко выраженной оценочной окраской – как отрицательной, так и положительной. Ученые указывают: «Образ Я в виртуальном пространстве целенаправленно конструируется самим субъектом, при этом структура его личностной и социальной идентичности непрерывно трансформируется под влиянием эволюции коммуникативной среды» [3, с. 284]. Именно поэтому понятийная категория таких неологизмов, как «зожник», демонстрирует заметную нечеткость и гибкость в различных дискурсивных контекстах.

Эта смысловая гибкость по-разному используется в различных дискурсивных сферах. В сетевом дискурсе [4] неологизмы употребляются более свободно, тогда как в бизнес-дискурсе [5] к их использованию подходят более осторожно. Ограниченная узнаваемость неологизмов может привести к непониманию и снижению эффективности коммуникации, если их употребление носит узкий характер или они недостаточно приняты широкой публикой. Однако при умелом использовании эти неологизмы становятся стратегическим маркетинговым ресурсом, позволяя брендам точно и незаметно влиять на целевую аудиторию в социальных сетях и воздействовать на ее потребительские решения. Как отмечают Н. В. Козловская и А. С. Павлова, актуализация подобных лингвокультурных концептов ведет к появлению огромного количества товаров-дериватов на платформах электронной коммерции [6, с. 13]. Однако в работах по неологии преобладает статическое описание или анализ внешних социокультурных причин, тогда как динамика связи формы и значения остается нераскрытой. Исходя из этого, данное исследование, опираясь на словообразование неологизмов-наименований лиц, системно рассматривает конструирование и функционирование этого языкового образа в сетевом дискурсе и бизнес-дискурсе. В связи с этим исследование использует ключевой неологизм «зожник» в качестве примера для анализа последовательного эволюционирования такого обозначения человека: от лингвистического

знака к идентификационному ярлыку, а затем к экономическому инструменту, активно участвующему в конструировании новой потребительской реальности.

Методология и источники. В конце XX в. наблюдается массовое появление новых наименований лиц, что вызвало активный интерес исследователей к изучению неониминаций лиц. В частности, О. В. Григоренко и В. В. Катермина анализируют вопросы классификации и лексикографической организации наименований лиц [7; 8], а О. В. Загоровская характеризует данное явление как типичное проявление процессов неологизации [9]. Параллельно развивается исследование неониминаций в цифровой среде, где Л. Н. Ребрина анализирует словообразовательные, семантические и функциональные особенности лексических инноваций и выделяет такие креативные тенденции, как брендинг и лексикализация аббревиатур и т. д. [10].

Методологической основой исследования выступает теория словообразовательной номинации Е. С. Кубряковой [11–13]. Согласно этому подходу, создание и употребление неологизмов отражает специфические когнитивные модели и номинативные потребности социума.

Для углубленного анализа концепта в работу интегрирован фреймовый анализ в его когнитивно-лингвистическом понимании. В данном контексте фрейм трактуется как структура для организации знаний, хранящихся в памяти, и управления процессами их обработки и логического вывода [14, с. 101]. При этом ключевая роль фрейма в коммуникации заключается в том, что он создает объединяющий коммуникантов каркас образа [15, с. 32]. Исследование следует принципу когнитивного изучения концептов «от языка к смыслу», подробно описанному З. И. Поповой и И. А. Стерниным [16, с. 101]. Ученые обосновали, что такой анализ начинается с ключевого слова, чья семантика исследуется через различные контексты употребления, что позволяет выявить совокупность семантических признаков и реконструировать соответствующий концепт.

Основу данного исследования составляет корпус медиатекстов, сформированный на основе поиска по ключевому слову «зожник». Корпус включает два типа источников. Первый источник представляет собой выборку постов сетевых блогов и сопутствующих комментариев из социальной сети ВКонтакте (VK). В работе было решено взять количество реакций «Нравится» под постом не менее 1 000 для обеспечения репрезентативности данных и их коммуникативной насыщенности. Методом сплошной выборки было отобрано 20 постов, отвечающих этому условию. Из комментариев к каждому посту было случайным образом выбрано по 10 сообщений, в результате чего сформирована выборка из 200 комментариев (включая ответы на них, а также изображения и мемы). Ссылки на внешние ресурсы, содержащиеся в отобранных постах, также были зафиксированы и проанализированы. Объем 24 415 слов. Второй источник включает материалы, полученные с коммерческих цифровых платформ, релевантных тематике исследования. Были проанализированы данные официальных сайтов и приложений двух компаний: информационный портал и приложение ЗОЖНИК, а также 22 статьи из журнала «Ши», издаваемого торговой платформой «ВкусВилл», ориентированной на здоровое питание. Объем 22 946 слов.

Вопросы исследования:

– как осуществляется словообразование лексемы «зожник» и в чем заключается его когнитивная основа;

– как репрезентируется образ «зожника» в массовом сознании;
– какими дискурсивными средствами бизнес актуализирует неологизм «зожник» для конструирования потребительской позиции и стратегий позиционирования; какую функциональную нагрузку выполняют неониминации лиц в поле здорового образа жизни бизнес-дискурса и какой имидж бренда через них формируется?

Результаты и обсуждение. Неологизм «зожник» обладает двойной референцией: к миру слов, который послужил его источником, и к реальности (предметному, фрагмент которого оно обозначало) [17, с. 152], которая задает новую перспективу для анализа ключевых единиц в данной работе. Такой подход в свою очередь предполагает пристальное внимание к внутренней организации знака и его связи с внешней действительностью, что играет ключевую роль в понимании языковой репрезентации центральных для данного исследования концептов.

Способы словообразования «зожник» и его когнитивное основание словообразования. Слово «зожник» образовано суффиксальным способом от аббревиатуры здорового образа жизни (далее ЗОЖ). Суффикс «-ник» указывает на принадлежность этой лексической единицы к категории имен существительных, обозначающих лицо или инструмент. Как отмечает Е. С. Кубрякова [18, с. 17], производное слово обладает трехкомпонентной ономаσιологической структурой, что находит отражение в данном случае: зожник – «тот, кто (базис, сформированный суффиксом -ник) ведет здоровый образ жизни». В этой структуре основа ЗОЖ функционирует как именная часть составного сказуемого, выражая признак, в то время как связочный элемент «ведет» имплицитруется. В таком случае ономаσιологическая структура слова «зожник», представляющая собой пропозициональную схему, передает отношение между агентом (лицом) и определенным образом жизни. Отсутствие эксплицитной вербальной связки соответствует феномену, определяемому в лингвистике как *невыраженность значения* [12, с. 58]. Подобный структурный дефицит в словообразовательной конструкции закономерно приводит к формированию «более разнообразных типов связей и отношений» [13, с. 9] между ее компонентами. В связи с этим в данной статье утверждается, что слово «зожник» приобрело лингвокультурный потенциал, выходящий за рамки исходной номинативной функции, что требует обязательного учета конкретного контекста при его анализе.

Сравнение наиболее частотных речевых выражений «кто ведет ЗОЖ» и «кто ЗОЖник» демонстрирует существенные различия в следующих аспектах. Во-первых, с точки зрения синтаксиса, первая конструкция, представляющая собой структурную схему «N1 – Vf» (где N1 – подлежащее в именительном падеже, Vf – форма глагола-сказуемого), является двусоставным предложением с глагольным предикатом и акцентирует действие. Вторая же конструкция «N1 – N1» (где первый N1 – подлежащее в именительном падеже, второй N1 – именная часть составного сказуемого), представляет собой двусоставное предложение с именным предикативным ядром, акцентирует признак, состояние или идентичность субъекта. Итак, производное слово «ЗОЖник» утрачивает или значительно ослабляет способность функционировать в роли обстоятельства, при этом «ЗОЖник» часто употребляется в независимых позициях (например, в роли обращения: «Эй, зожник!» [19]; в качестве именной части сказуемого: «ты настоящий зожник») [20]. Во-вторых, на синтаксической основе формируется различие в актуальном членении (фокусе). Первая акцентирует активное, осознанное действие, осуществляемое субъектом, фокусируя внимание на динамическом про-

цессе «следования». В то же время вторая подчеркивает пребывание в состоянии или принадлежности к идентичности, выполняя функцию «пресуппозиции» как категории признака или социальной роли. Подобная номинализация трансформирует типичные характеристики (такие как соблюдение правил здоровья или обладание определенными привычками) в фоновую информацию, создавая предпосылку для последующего дискурса и имплицитно выражая поддерживающую или критическую позицию говорящего по отношению к образу жизни, репрезентируемому данной идентичностью. С точки зрения когнитивного механизма деривационного словообразования, значение слова «зожник» не является простой суммой его составляющих, а отражает семантическую целостность, имеющую «формальное отражение мотивированности» [13, с. 48] и лексикализующуюся в «определенную совокупность знаний, воспринимаемую как отдельное и целостное явление» [12, с. 56]. Например, при восприятии данной лексемы активируется целостный концептуальный образ, включающий типичные характеристики: приверженность систематическим физическим нагрузкам, сознательный выбор здорового питания, часто – осознанное избегание употребления табака и алкоголя, интерес к органическим продуктам и т. д. «Зожник» – тот, кто имеет отношение к ЗОЖу, его абстрактное значение при конкретизации объектно: ЗОЖ ведут, или с ЗОЖем идентифицируются, или в ЗОЖ верят и т. п. Суффикс «-ник» выполняет функцию категоризации абстрактного понятия «здоровый образ жизни», преобразуя его в социальную идентичность типичного носителя этой практики. Таким образом, основная функция данного слова заключается не в обозначении конкретной личности, а в конструировании и референции к социальной группе, объединенной общими характеристиками.

Концепт актуализируется в речи через вербализацию мысли [11, с. 317], что требует анализа концептуальной структуры для декодирования. Фрейм «зожник» как когнитивная структура описывается категориальными признаками в русской языковой картине мира. Существующие когнитивные модели здорового образа жизни демонстрируют ограниченную объяснительную способность при анализе производного слова «зожник». Хотя структурное членение Н. Ю. Васильевой на четыре компонента ЗОЖ («ценностно-мотивационный, когнитивный, эмоциональный и поведенческий») [21, с. 14] и система интегральных сем А. С. Корольковой («Отношение к здоровью», «Физическое состояние», «Нравственно-ценностные ориентиры», «З.О.Ж. как социальное явление») [22, с. 52] создают теоретическую основу для анализа ЗОЖ, однако это не позволяет выявить полноценную категориальную структуру концепта «зожник». В этой связи настоящее исследование предлагает когнитивную модель по фрейму «категория–слот» (см. таблицу).

Следовательно, «зожник» представляет собой результат лексикализации «ЗОЖ». В когнитивной структуре производное слово «зожник» формируется на основе исходного понятия «ЗОЖ» и суффикса «-ник», что приводит к семантическому сдвигу. В отличие от абстрактного «ЗОЖ», слово «зожник» приобретает значение конкретного субъекта-деятеля. При этом признак «вести ЗОЖ», связанный с этим деятелем, получает выраженную интенсивность и типизированный характер. Исходное слово и производное обозначают разные реалии, поскольку суффикс смещает референтный фокус с образа жизни на его носителя, наделяя последнего четкой социальной идентичностью. Более того, в сетевом дискурсе о «зожнике» через дихотомию «свой–чужие» обсуждение всегда разворачивается вокруг трех ключевых тем, сфокусированных на человеке: практика, идентичность и ценность.

Фрейм «категория–слот»
The “category–slot” frame

Категория	Слот	Интерпретация
Практик и деятель	1 – практик, следующий базовому своду правил	Систематическое соблюдение универсальных норм ЗОЖ: сбалансированное питание, регулярная физическая активность, отказ от вредных привычек
	2 – потребитель	Целенаправленное приобретение товаров и услуг из утвержденного списка «ЗОЖ» (органические продукты, фитнес-гаджеты) для оптимизации здоровья
	3 – пропагандист	Активное распространение своего опыта «ЗОЖ»
Идентичность и сообщество	1 – пример для подражания	Осознание себя как живого примера правильного образа жизни для мотивации окружения
	2 – лица, отвечающие за свое здоровье	Убежденность в том, что здоровье является результатом личных усилий
	3 – ученик и экспериментатор	Идентификация себя как субъекта для постоянного изучения и оптимизации
	4 – часть сообщества	Чувство принадлежности к субкультурному сообществу
Ценностная категория	1 – абсолютист, фанатик	Вера в абсолютный приоритет здоровья и возможность тотального контроля над телом
	2 – натуралист	Вера в превосходство «натурального» над «искусственным»
	3 – прагматик	Вера в ценность ЗОЖ как инвестиции в человеческий капитал

Дихотомия «свой–чужие» в сетевом дискурсе субкультуры «зожников». В сетевом дискурсе «зожник» часто маркирует позицию говорящего в рамках бинарной оппозиции «свой–чужие». Анализ позиционирования и стратегий конструирования идентичности в дискурсе социальных сетей позволяет выявить два основных аспекта.

Во-первых, в качестве антипода сообществу зожников говорящий может целенаправленно актуализировать определенные слоты когнитивного фрейма, создавая противоречивый образ для достижения иронического эффекта. Например:

1. «Главный ЗОЖник страны Михаил Лазутин (он же “лев против”, он же “лев верхнего ларса”) выскочил на голых кулаках против Артура Акаба, и успешно выхватил знатных люлей» [23]. (Здесь люлей – интернет-сленг, означающий «побои, поражение»).

Иронический эффект возникает благодаря намеренному нарушению когнитивных ожиданий аудитории. Используя выражение «Главный ЗОЖник», говорящий активирует фрейм **слот 1: пример для подражания** из категории «Идентичность и сообщество», который предполагает образ сильного, здорового и устойчивого человека. Однако последующее описание «успешно выхватил знатных люлей» создает противоположную картину. Этот резкий контраст между ожиданием и реальностью служит для выражения иронии как в отношении индивидуального поведения, так и всей субкультурной группы, четко демонстрируя неприятие говорящим ценностной системы, репрезентируемой идентичностью «зожник». Данная дискурсивная стратегия может реализовываться и через синтаксико-семантические отношения, что показывает следующий комментарий.

2. «А с чего вы решили, что это зожники? Может они **накапливают ртуть и цезий в костях**, много наберут и сдадут за дорого» [24].

Говорящий активирует когнитивный **слот 1: практик, следующий базовому своду правил** в категории «Практик и деятель». В данном фрейме семантическая пресуппозиция гла-

гола-предиката «накапливают» требует объекта с положительной семантикой, характеризующегося как «полезный для здоровья», «чистый». Однако в высказывании намеренно используются существительные «фртуть» и «цезий», которые несут ярко выраженные негативные семантические черты – «токсичность», «радиоактивность», «вред для здоровья». Противопоставление семантической пресуппозиции и актуального объекта создает когнитивную противоречивость, что ведет к деконструкции поведенческой логики «зожника» и достигает эффекта отрицания его практик. Такая стратегия также может быть реализована через использование атрибутивных отношений, как показано в следующем примере.

3. «Я диванный зожник» [24].

Прилагательное «диванный», обладающее семантикой статического субъекта и его пассивности в движениях, вступает в отношение согласования с существительным «зожник». Это сочетание порождает семантический конфликт между статичностью и активностью действий, что отражено в слоте 1, который придерживается базового свода правил в категории «Практик и деятель», имплицитно предполагая динамичный, целенаправленный и регулярный процесс, тогда как семантика определения «диванный» напрямую ему противоречит. Именно этот намеренно созданный контраст и служит основным источником комического эффекта.

4. «Нам лет 30 было, обычно после рабочей недели *зависали на участке друга, помогали строить дом, соответственно шашлыки, пиво, разносолы...* Ну и сосед друга, пенсионер, **ярый ЗОЖник** (*не пил, не курил, занимался спортом*) постоянно ругался (по-стариковски) на нас: алкаши, кураки, ху**ей страдаете (рыбалка, охота, строительство по выходным). Надо спортом заниматься, бегать по утрам хотя бы... Мы уже начали думать, правда, может, начать бегать? Туман, солнышко светит, птички поют, беги вдоволь... Так вот, пока он бегал вдоль трассы, пьяные на авто сбили насмерть и уехали... Потом их нашли конечно... Вот тогда все решили, что бегать как-то рискованно...» [24].

На текстовом уровне ирония в отношении «чужих» не ограничивается отрицанием практик и идентичности «зожника» первых двух категорий, но и простирается до деконструкции его ценностной системы через фаталистическое повествование. В данном нарративе рассказчик изначально выстраивает четкую оппозицию «свой–чужие» через конкретные действия. Персонаж «ярый зожник», чье поведение и высказывания «постоянно ругался», «надо...» пронизаны моральным превосходством и непоколебимой уверенностью в абсолютной правильности своего образа жизни, актуализирует **слот 1: абсолютист** в рамках третьей категории. Затем рассказчик использует поэтичный язык «Туман, солнышко светит, птички поют, беги вдоволь», чтобы изобразить идиллическую сторону практик, пропагандируемых зожником. Однако развязка, в которой зожник погибает в результате самого действия, которое он пропагандировал (бег), создает мощный эффект когнитивного диссонанса, разрушая исходные ожидания. В восприятии нарратора зожник предстает трагической фигурой, не способной противостоять судьбе, что отражает мировоззренческую позицию, утверждающую ценности гедонизма и идею ценности текущего момента.

В целом, проведенный анализ представляет собой описание социально-психологического портрета современного российского «зожника» с позиции «чужих» на различных языковых ярусах: лексико-семантическом, синтаксическом и текстовом.

Во-вторых, внутри сообщества члены субкультуры зожников используют стратегию демонстрации идентичности. Они используют слово «зожник» как идентификатор, делятся общим опытом и типичными трудностями, чтобы усилить групповую идентификацию и повысить активность взаимодействия. Например:

5. «ЗОЖники есть? Или отзовитесь те, кому на отдыхе пытаются навязать минералку»? [25].

В примере 5) говорящий сначала указывает на свою принадлежность к группе. Это показано в **слоте 4 часть сообщества** в категории «Идентичность и сообщество». Во втором предложении союз «или» связывает высказывания и уточняет смысл от общего к частному. Такой переход создает ситуацию, понятную другим участникам, обращается к общему опыту и вызывает отклик. В итоге это побуждает других членов группы присоединиться к обсуждению.

6. «Выйдя из ожирения, вес стал уходить гораздо медленнее и сложнее, но в итоге своими уже силами добила до нормы ИМТ. За этим я стараюсь следить. Не скажу, что я **лютый зожник**, если захочу сладкое, то немного съем. Ежедневная активность, спорт, правильное питание – это мой образ жизни. И жалею только об одном, что, когда-то запустив себя, довела организм до кучи болячек. Всем желаю добиться успехов в этом нелегком деле» [26].

Пример представляет собой типичное высказывание с позиции «свои». С точки зрения практика, говорящая конструирует свою настоящую идентичность. Активируя **слот 2: лицо, отвечающее за свое здоровье** в категории «Идентичность и сообщество», все повествование строится вокруг процесса принятия ответственности от состояния «запустив себя», приведшего к «куче болячек», до достижения «нормы ИМТ» собственными усилиями и последующего «следить». Используя стратегии «деэкстремизации» и «обмена опытом», говорящая создает образ «своего». Через отрицание своего прошлого «я» она укрепляет свою нынешнюю идентичность как человека, ответственного за свое здоровье.

Таким образом, противоречивое конструирование идентичности «зожника» и поляризация дискурсивных позиций в социальных медиа коренятся в исторической трансформации соответствующего лексико-семантического поля (далее ЛСП) ЗОЖа. Как отмечала И. В. Арнольд, «значение изменяется в связи с развитием и изменением обозначаемого» [1, с. 70]. ЛСП понимается как «совокупность большого числа слов одной или нескольких частей речи, объединяемых общим понятием» [14, с. 56]. Выполненный анализ показывает, что исходная аббревиатура ЗОЖ, вовлекаясь в процесс создания новых антропоцентрических номинаций, претерпела фундаментальную трансформацию своей семантической структуры.

В цифровую эпоху данное ЛСП пополнилось широким спектром языковых единиц, ориентированных на индивидуальный выбор и выражение идентичности и, как демонстрирует данное исследование, на активное проведение границ между «своими» и «чужими». В ядре поля ЗОЖ среди номинаций лиц находятся такие ключевые единицы, как ЗОЖник, ЗОЖ-блогер, гигиенист, вегетарианец и т. п. На периферии данного ЛСП располагаются, например, биохакинг, хелс-коуч (англ. health coach), а также антонимичные им номинации, например, скуф, вейпер. Отмеченная динамичность и внутренняя противоречивость лексико-семантического поля ЗОЖ объясняет способность термина «зожник» активировать различные категории и слоты и функционировать в рамках противоположных дискурсивных стратегий – от консолидации сообщества до сатирического отрицания.

От дискурсивной оппозиции к потребительской позиции: три новых референта неономинации лиц в поле ЗОЖ в корпоративном брендинге. Социально-культурный статус ЗОЖ создает предпосылки для его коммерческого использования. Как отмечает О. У. Юлдашева, «растущая приверженность потребителей здоровому образу жизни» стимулирует применение компаниями устойчивого маркетинга [27, с. 7–10]. В данном контексте ключевой стратегией бизнес-дискурса становится перекаатегоризация субъекта ЗОЖ через образ «зожник». Посредством дискурсивных практик осуществляется систематическое изменение категориальной принадлежности и атрибутивных характеристик целевого объекта в сознании аудитории с последующим его включением в новую, маркетинговую релевантную категорию. Учитывая глубокую интеграцию бинарной оппозиции «свой–чужие» в семантической структуре лексемы «зожник» (в значении «тот, кто ведет здоровый образ жизни», см. Викисловарь), бизнес-дискурс использует три взаимосвязанные стратегии: номинативную, предикативную и аргументативную. В рамках этих стратегий применяются такие конкретные приемы, как отрицание, сужение значения слова, трансформация оценочно-эмоциональных коннотаций, а также апелляция к рациональным и эмоциональным аспектам восприятия. Результатом этого процесса становится формирование трех новых референтов неономинации лиц в поле ЗОЖ.

Первый референт – «гибкий практик и пользователь, стремящийся к самопрезентации». В общем понимании понятие «зожник» часто ассоциируется с такими характеристиками, как жесткие ограничения, насилие над собой, уход в крайности, фанатизм, избыточность и навязывание. Бизнес-дискурс последовательно дистанцируется от этих поведенческих моделей. Посредством апелляции к нарративам репрезентативных представителей в бизнес-дискурсе деконструируется традиционный образ зожника и формируется новый образ: гибкий практик и пользователь, стремящийся к самопрезентации.

7. «Если представить **идеальный образ зожника**, то это будет лоснящийся сверхчеловек с советского плаката, который питается исключительно лечебной физкультурой. **Я** же питаюсь бургерами, не высыпаюсь, но также могу сказать, что веду здоровый образ жизни. Все относительно. **По сравнению с** моим соседом по подъезду – я тот самый лоснящийся физкультурник с плаката. **По сравнению с** каким-нибудь фитнес-гуру – я сосед по подъезду» [28].

В этом примере используется аргументативная стратегия контраста «по сравнению с...» для отрицания образа жизни «зожника» с выраженным прагматическими смыслами, заключающимися в смягчении этой негативности. В юмористической форме данная аргументация демонстрирует, что в рамках поля ЗОЖ (в частности в области номинаций лиц) не существует абсолютных поведенческих норм, а лишь индивидуальный и адаптируемый жизненный выбор. Подобная дискурсивная стратегия смягчает давление на мораль человека, трансформируя «зожника» из идеализированного образца в образ человека, который питается обычно, употребляет обычную пищу и занимается спортом.

В следующих примерах наглядно проявляется эта гибкость и повседневность в практике.

8. **Приложения позволяют сравнить результаты с прошлыми периодами**, и на этом фоне любая активность будет уже более высоким результатом, и это важно... «У меня песочуху-гулять, сын-боец-на-мечах и постройневший муж, вставший на праведный путь **зожника**. Есть на кого равняться, с кем соревноваться в **количестве пройденных шагов**, а кое-кто не позволяет лениться и пропустить прогулку...» [29].

9. «Существует **миф**, что тем, кто следит за фигурой, стоит избегать винограда, потому что в нем много сахара. Но так ли это на самом деле? Попробуем разобраться вместе с Натальей Нефёдовой, диетологом-нутрициологом ВкусВилла. Во-первых, он богат клетчаткой и полезными антиоксидантами, а согласно некоторым исследованиям, фитовещества винограда помогают поддерживать вес. Во-вторых, есть другие полезные фрукты, в которых содержание сахара почти на уровне с виноградом, но зожники не спешат отказываться от них. Например, банан (15,6 г) или манго (14,8 г)» [30].

Примеры 8 и 9, формируя гибкость и характеристики самооптимизации нового референтного объекта, демонстрируют взаимодополняющие подходы апелляции к рациональным и эмоциональным аспектам восприятия аудитории. Это достигается через конкретные риторические стратегии. Пример 8 использует эмоциональную апелляцию, акцентируя личное участие инструментов в практике ЗОЖ и смещая фокус оценки на внутреннюю трансформацию индивида. Пример 9, в свою очередь, опирается на рациональную апелляцию, апеллируя к статистическим данным и экспертной позиции для повышения убедительности и развенчания мифов о потреблении определенных продуктов. И так через сочетание аргументативных и эмотивных стратегий оба примера совместно конструируют образ «гибких практиков и пользователей, стремящихся к самопрезентации». Кстати, использование слова «миф» несет имплицитное отрицательное значение, направленное на деконструкцию суждения о том, что зожники должны избегать употребления винограда, тем самым обосновывая мотивированность потребления этого продукта. Можно сказать, что многие продукты, включая виноград, которые ранее относились сообществом «зожников» к неприемлемым, вновь становятся доступными для потребления.

Для смягчения внутренних противоречий потребителей, ассоциирующихся с потреблением алкоголя и сахара (нездоровый образ жизни), на рынок выводятся такие продукты, как безалкогольные мохито или джин, а также бессахарные напитки, без лишнего жира, без красителей и ароматизаторов и т. д. Бренды включают традиционно считающиеся «нездоровыми» или «неподходящими» продукты, например, колбасные изделия в поле выбора здорового образа жизни, которые существенно расширяют практические границы и потребительские реалии для «зожника».

Данные референции активируются через специфический дискурс, который целенаправленно формирует доверие и снижает барьеры на пути к потреблению пищи и занятием спортом. Ярким примером служит язык, используемый для продвижения ЗОЖНИК (zozhnik.ru) в магазинах приложений. Во-первых, текст активно использует лексику с акцентом на научность: современный, научный и достоверный. Во-вторых, он апеллирует к социальному одобрению, например, тысячи человек. В-третьих, привлекается концепция экспертного авторитета, как Гарвардская тарелка. Все это позиционирует бренд как объективный, надежный и профессионально авторитетный источник информации.

Параллельно с этим такие «облегчающие» выражения, как простой, понятный, удобный, без подсчета калорий, без жестких ограничений нивелируют у пользователей восприятие «ЗОЖ = болезненное самоограничение». Такой подход, предлагающий концепцию «легкой оптимизации», эффективно снижает психологический барьер и стимулирует к совершению покупки. Это смещение фокуса с человека на внешние инструменты и создает устойчивый импульс для потребительской активности.

В результате, первый референт расширяет ассортимент доступных товаров и услуг. Бизнес-дискурс предоставляет пространство для потребителей с различными образами жизни. Бренды создают образы «зожников» как разнообразных и не укладывающихся в единые стандарты, позволяя индивидам из разных социальных групп находить в них собственное отражение, что разрушает единую и стереотипную парадигму зожника.

Второй референт: «сообщество с персонализированными потребностями в рамках ЗОЖ». Второй референт подчеркивает коллективность и индивидуализацию. Конструирование групповой идентичности проявляется в приеме подмены понятий.

10. «В 2021 г. по данным Росстата, здоровый образ жизни вели всего 7,3 % жителей России. Для сравнения: в 2019 г. Росстат признавал зожниками 12 % россиян. Среди покупателей ВкусВилла людей, придерживающихся принципов здорового образа жизни, гораздо больше» [31].

В примере 10) осуществляется дискурсивное связывание идентичности «зожник» с потребителями бренда. Вначале статистическая категория «жители, ведущие ЗОЖ» приравнивается к ярлыку «зожник». Затем данная идентичность количественно сопоставляется с «покупателями ВкусВилла, следующими принципам ЗОЖ», с утверждением, что последних «гораздо больше». Это создает такие эффекты: 1) бренд позиционируется как ядро сообщества, усиливая свой авторитет; 2) потребление маркируется как акт идентификации, где выбор товара становится символическим вступлением в желаемую группу.

В пищевом сегменте бренды формируют эту категорию через предложение специализированных альтернатив, таких как «безглютеновые» и «безлактозные» продукты. Эти новые концепции и наименования возникают именно посредством сужения значений слов при создании новых терминов. Как видно из следующих примеров, новая потребительская реальность активно внедряется в дискурсивную систему.

11. «В моем окружении было много людей, которые не едят глютен. Слышала от них, что безглютеновых продуктов мало, нет альтернатив привычным блюдам совсем. До нас безглютеновых полуфабрикатов в России не было. Мы берем привычные для потребителей классические продукты и показываем их в новом исполнении. Люди могут не есть глютен, яйца, лактозу, изучить нутрицевтические правила и отказаться от дрожжей, чтобы снизить воспалительную нагрузку на организм. Наша основная задача – в рамках этих концепций максимально приблизиться к привычному вкусу любимых, традиционных продуктов» [32].

Приведенные примеры демонстрируют механизмы реализации персонализированных потребностей в рамках ЗОЖ. Индивидуализация проявляется, во-первых, во введении новых концептов и терминов, таких как «глютен», «лактоза», а также сложных словосочетаний «нутрицевтический протокол», «безглютеновые полуфабрикаты». Во-вторых, использование первого местоимения «мы» устанавливает дистанцию солидарности с потребителем.

Тем самым второй референт представляет собой совокупность индивидуализированных потребителей со специфичными, детализированными запросами к составу продуктов. Брендовая коммуникация реагирует на эти запросы и активно участвует в их формировании и терминологическом оформлении, создавая и занимая новые, узкие ниши внутри поля «зожника». В итоге второй референт усиливает персонализированный потребительский опыт и идентификационную практику.

Третий референт: «личность, выстраивающая здоровый образ жизни на основе индивидуальных ценностей».

Третий референт неонминации представляет «зожника» как субъекта, формирующего практики здоровья в соответствии с персональной ценностной системой. В отличие от радикальных «зожников», бренды создают образы личности, выстраивающие здоровый образ жизни на основе индивидуальных ценностей, с акцентом на эмоциональные потребности внутренних ощущений, критическое мышление и персональный выбор. Эта стратегия реализуется через синтез вербальных и визуальных дискурсивных практик. Следующие два примера демонстрируют реализацию аргументативной стратегии в бизнес-дискурсе через сравнительный аргумент.

12. «Прислушиваться к экспертам нужно, но я считаю, что в первую очередь необходимо слушать себя и свой организм. Критическое мышление – наше все» [28].

13. «Начала я этот эксперимент не ради рекордов, а чтобы чувствовать себя лучше» [29].

В визуальном аспекте знаковой системы стилистика натурализма и минимализма, культивируемая сообществом «зожников», находит отражение в визуальной семиотике корпоративных брендов. Например, журнал «ШИ» (ВкусВилл) использует бежевый цвет в качестве фона, тогда как сайт магазина выдержан в зелено-белой гамме. Схожую стилистику демонстрирует и веб-дизайн проекта ЗОЖНИК, построенный на комбинации зеленого, белого и светло-голубого цветов. Визуальный контент преимущественно представлен реалистичными сценами повседневной жизни, изображениями пищи и персонажей, например, портреты экспертов, фотографии спортивных активностей, детализированные изображения порций еды. Эти визуальные решения направлены на соответствие эстетическим предпочтениям «зожников» и репрезентируемых ими ценностей.

В процессе перекаатегоризации неонминаций лиц в поле ЗОЖ бренды используют лингвистические и визуальные средства для трансформации исходных представлений о «зожнике». Акцентирование определенных семантических характеристик ослабляет оппозиционную составляющую термина и расширяет границы целевой аудитории. Данный процесс позволяет брендам нейтрализовать ограничительный потенциал исходного концепта и сформировать новую, более гибкую модель потребительского поведения.

Заключение. Таким образом, современный «зожник» – это не просто приверженец здорового образа жизни, но и носитель коммодифицированной идентичности. Эта идентичность конструируется через специфические языковые маркеры, потребительские практики и ценностные установки, которые материализуются в цифровом пространстве как нарратив о себе. Экспансия и фрагментация данного семантического поля наглядно демонстрирует сложный симбиоз языка, экономики и идентичности в цифровую эпоху.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие. 2-е изд. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012.
2. Киселева С. В., Кононова И. В., Трофимова Н. А. Лексикология английского языка: учебник. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2022.
3. Идентичности: семиотика репрезентации и прагматика позиционирования / А. А. Тесля, С. Т. Золян, Г. Л. Тульчинский и др. Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2022.

4. Корниенко А. В. Языковые игры в современном российском сетевом дискурсе // *Galactica Media: J. of Media Studies*. 2023. Т. 5, № 4. С. 141–159. DOI: 10.46539/gmd.v5i4.410
5. Комарькова М. А. Появление неониминаций и неологизмов в англоязычном бизнес-дискурсе // *Мир науки, культуры, образования*. 2023. № 2 (99). С. 415–417. DOI: 10.24412/1991-5497-2023-299-415-417
6. Козловская Н. В., Павлова А. С. «Они опора институций»: скуф как лингвокультурный типаж и ключевое слово текущего момента // *Verba. Северо-Западный лингвистический журнал*. 2025. № 2 (16). С. 7–21. DOI: 10.34680/VERBA-2025-2(16)-7-21
7. Григоренко О. В. Неониминации лиц в аспекте современной лексикографии и неографии // *Гуманитарный вектор*. 2010. № 2 (22). С. 99–107.
8. Катермина В. В., Шершнева Н. Б. Профессиональные неониминации в англоязычном дискурсе // *Вестн. Марийск. гос. ун-та*. 2021. Т. 15, № 4 (44). С. 447–453. DOI: 10.30914/2072-6783-2021-15-4-447-453
9. Загоровская О. В., Григоренко О. В. Неониминации со значением лица тематической сферы «Социальное устройство общества» в русском языке новейшего периода // *Вестн. ЧГПУ*. 2011. № 9. С. 248–257.
10. Ребрина Л. Н. Неодобряемые/одобряемые фрагменты современной социальной реальности: неузуальные неониминации // *Вестн. ВолГУ. Сер. 2. Языкознание*. 2023. Т. 22, № 2. С. 5–22. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.2.1>
11. Кубрякова Е. С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке. Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М.: Языки славянской культуры, 2004.
12. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений. Семантика производного слова. М.: ЛИБРОКОМ, 2013.
13. Кубрякова Е. С. Теория номинации и словообразование. М.: ЛИБРОКОМ, 2016.
14. Песина С. А., Киселева С. В., Трофимова Н. А. Вопросы теории языка: учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023.
15. Киселева С. В., Панкратова С. А. И снова о метафоре: когнитивно-семантический анализ. СПб.: Астерион, 2013.
16. Попова З. Д., Стернин И. А. Очерки по когнитивной лингвистике. Воронеж: Истоки, 2002.
17. Кубрякова Е. С. Роль словообразования в формировании картины мира // Серебренников Б. А. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. М.: Наука, 1988. С. 141–172.
18. Кубрякова Е. С. О когнитивных основаниях словообразования // *Актуальные проблемы современного словообразования: материалы междунар. науч. конф., Кемерово, 01–03 июля 2009 г. Вып. 3. Изд-во КемГУ*, 2009. С. 15–19.
19. Служба здоровья | Южный Урал // ВКонтakte. 29.11.2019. URL: https://vk.com/wall-122753543_4184 (дата обращения: 26.11.2025).
20. Спортмастер // ВКонтakte. 28.04.2025. URL: https://vk.com/wall-48593_1548197 (дата обращения: 26.11.2025).
21. Васильева Н. Ю. Развитие представления о здоровье и здоровом образе жизни в подростковом и юношеском возрасте // *Известия РГПУ им. А. И. Герцена*. 2010. № 125. С. 13–18.
22. Королькова А. С. Прагматико-семантический потенциал единиц концептосферы «Здоровый образ жизни» (на материале современного медиадискурса): дис. ... канд. филол. наук / Изд-во ННГУ. Н. Новгород, 2022.
23. ТУД // ВКонтakte. 26.11.2024. URL: https://vk.com/wall-91185437_2342614 (дата обращения: 26.11.2025).
24. Пикабу // ВКонтakte. 27.10.2025. URL: https://vk.com/wall-31480508_1585173 (дата обращения: 26.11.2025).
25. Ольга Орлова | Официальное сообщество // ВКонтakte. 31.07.2024. URL: https://vk.com/wall-103302287_398370 (дата обращения: 26.11.2025).

26. Подслушано похудение // ВКонтакте. 25.02.2024. URL: https://vk.com/wall-74204231_454045 (дата обращения: 16.12.2025).

27. Маркетинг и цифровые коммуникации: учебник / О. У. Юлдашева, И. А. Аренков, В. Н. Наумов и др. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019.

28. Что такое «правильный ЗОЖ» и почему он бесит самих зожников // Журн. «Ши». ВкусВилл. 29.07.2022. URL: <https://vkusvill.ru/media/journal/chto-takoe-pravilnyy-zozh-i-pochemu-on-besit-samikh-zozhnikov.html> (дата обращения: 26.11.2025).

29. «Ни дня без прогулки и отказ от лифта»: новый ЗОЖ-эксперимент редакции // Журн. «Ши». ВкусВилл. 07.11.2023. URL: <https://vkusvill.ru/media/journal/ni-dnya-bez-progulki-i-otkaz-ot-lifta-novyy-zozh-eksperiment-redaktsii.html> (дата обращения: 26.11.2025).

30. Калорийность винограда, польза и вред, с косточками и без: разбор с пристрастием // Журн. «Ши». ВкусВилл. 06.11.2025. URL: <https://vkusvill.ru/media/journal/kaloriynost-vinograda-polza-i-vred-s-kostochkami-i-bez-razbor-s-pristrastiem.html> (дата обращения: 26.11.2025).

31. Смотрим на ЗОЖ вашими глазами // Журн. «Ши». ВкусВилл. 27.08.2022. URL: <https://vkusvill.ru/media/journal/smotrim-na-zozh-vashimi-glazami.html> (дата обращения: 26.11.2025).

32. Убери глютен: неппростое производство теста // Журн. «Ши». ВкусВилл. 09.11.2025. URL: <https://vkusvill.ru/media/journal/uberi-glyuten-neprostoe-proizvodstvo-testa.html> (дата обращения: 26.11.2025).

Информация об авторах

Е Ицзинь – аспирантка кафедры иностранных языков Университета международного бизнеса и экономики, ул. Хуэйсинь-Дунцзе, д. 10, р-н Чаоян, Пекин, 100029, Китай. В 2025–2026 гг. проходит программу совместной подготовки в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете, наб. канала Грибоедова, д. 30–32, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор двух научных публикаций. Сфера научных интересов: языкознание и лексикография.

Киселева Светлана Владимировна – доктор филологических наук (2008), профессор (2024), профессор кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургского государственного экономического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30–32, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор более 220 научных публикаций. Сфера научных интересов: история английского языка, лексикология английского языка, теоретическая и практическая грамматика, когнитивная лингвистика, когнитивное терминоведение, философия языка.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 24.12.2025; принята после рецензирования 08.04.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Arnol'd, I.V. (2012), *Leksikologiya sovremennogo angliiskogo yazyka* [Lexicology of Modern English], 2nd ed., FLINTA: Nauka, Moscow, RUS.
2. Kiseleva, S.V., Kononova, I.V. and Trofimova, N.A. (2022), *Leksikologiya angliiskogo yazyka* [English Lexicology], UNECON, SPb., RUS.
3. Teslya, A.A., Tul'chinskii, G.L., Zolyan, S.T. et al. (2022), *Identichnosti: semiotika reprezentatsii i pragmatika pozitsionirovaniya* [Identities: Semiotics of Representation and Pragmatics of Positioning], IKBFU, Kaliningrad, RUS.
4. Kornienko, A.V. (2023), "Word Play in Modern Russian Network Discourse", *Galactica Media: J. of Media Studies*, vol. 5, no. 4, pp. 141–159. DOI: 10.46539/gmd.v5i4.410
5. Komarkova, M.A. (2023), "The Emergence of Neonomination and Neologisms in English-language Business Discourse", *Mir nauki, kultury, obrazovaniya*, no. 2 (99), pp. 415–417. DOI: 10.24412/1991-5497-2023-299-415-417

6. Kozlovskaya, N.V. and Pavlova, A.S. (2025), "“They are Support of Institutions”: Skuf as linguocultural type and present-moment keyword", *VERBA. North-West linguistic J.*, no. 2 (16), pp. 7–21. DOI: 10.34680/VERBA-2025-2(16)-7-21
7. Grigorenko, O.V. (2010), "Neonominations of Persons in New Lexicography and Neography Aspects", *Humanitarian Vector*, no. 2 (22), pp. 99–107.
8. Katermina, V.V. and Shershneva, N.B. (2021), "Professional Neonominations in English Discourse", *Vestnik of the Mari State Univ.*, vol. 15, no. 4 (44), pp. 447–453. DOI: 10.30914/2072-6783-2021-15-4-447-453
9. Zagorovskaya, O.V. and Grigorenko, O.V. (2011), "Person Neonominations of the Thematic Sphere 'A Social Society Organization' in the Russian Language of the Newest Period", *Herald of CSPU*, no. 9, pp. 248–257.
10. Rebrina, L.N. (2023), "Disapproved/Approved Fragments of Contemporary Social Reality: Unusual Neonominations", *Science J. of VolSU. Linguistics*, vol. 22, no. 2, pp. 5–22. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.2.1>
11. Kubryakova, E.S. (2004), *Yazyk i znanie: na puti polucheniya znaniy o yazyke: chasti rechi s kognitivnoi tochki zreniya. Rol' yazyka v poznanii mira* [Language and Knowledge: on the Way to Gaining Knowledge about Language: Parts of Speech from a Cognitive Perspective. The Role of Language in Cognition of the World], Yazyki slavyanskoi kul'tury, Moscow, RUS.
12. Kubryakova, E.S. (2013), *Tipy yazykovykh znachenii. Semantika proizvodnogo slova* [Types of Linguistic Meanings. Semantics of the Derived Word], LIBROKOM, Moscow, RUS.
13. Kubryakova, E.S. (2016), *Teoriya nominatsii i slovoobrazovanie* [Theory of Nomination and Word Formation], LIBROKOM, Moscow, RUS.
14. Pesina, S.A., Kiseleva, S.V. and Trofimova, N.A. (2023), *Voprosy teorii yazyka* [Issues of Language Theory], UNECON, SPb., RUS.
15. Kiseleva, S.V. and Pankratova, S.A. (2013), *I snova o metafore: kognitivno-semanticheskii analiz* [On Metaphor Again: A Cognitive-Semantic Analysis], Asterion, SPb., RUS.
16. Popova, Z.D. and Sternin, I.A. (2002), *Ocherki po kognitivnoi lingvistike* [Essays on Cognitive Linguistics], Istoki, Voronezh, RUS.
17. Kubryakova, E.S. (1988), "The Role of Word Formation in the Formation of the Picture of the World", Serebrennikov, B.A. *Rol' chelovecheskogo faktora v yazyke. Yazyk i kartina mira* [The Role of the Human Factor in Language. Language and the World Picture], Nauka, Moscow, RUS, pp. 141–172.
18. Kubryakova, E.S. (2009), "On the Cognitive Foundations of Word Formation", *Aktual'nye problemy sovremennogo slovoobrazovaniya* [Current Problems of Modern Word Formation], *Proc. of the Int. Sci. Conf.*, Kemerovo, RUS, 01–03 July 2009, iss. 3, pp. 15–19.
19. "Health Service | Southern Urals" (2019), *Vkontakte*, 29.11.2019, available at: https://vk.com/wall-122753543_4184 (accessed 26.11.2025).
20. "Sportmaster" (2025), *Vkontakte*, 28.04.2025, available at: https://vk.com/wall-48593_1548197 (accessed 26.11.2025).
21. Vasilyeva, N.Yu. (2010), "Development of views on health and healthy life in teenagers and adolescents", *Izvestia Herzen Univ. J. of Humanities & Sciences*, no. 125, pp. 13–18.
22. Korol'kova, A.S. (2022), "Pragmatic-semantic potential of units of the conceptosphere 'Healthy Lifestyle' (based on modern media discourse)", Can. Sci. (Philology) Thesis, UNN, Nizhny Novgorod, RUS.
23. "TUD" (2024), *Vkontakte*, 26.11.2024, available at: https://vk.com/wall-91185437_2342614 (accessed 26.11.2025).
24. "Picaboo" (2025), *Vkontakte*, 27.10.2025, available at: https://vk.com/wall-31480508_1585173 (accessed 26.11.2025).
25. "Olga Orlova | Official Community" (2024), *Vkontakte*, 31.07.2024, available at: https://vk.com/wall-103302287_398370 (accessed 26.11.2025).
26. "Weight loss was overheard" (2024), *Vkontakte*, 25.02.2024, available at: https://vk.com/wall-74204231_454045 (accessed 16.12.2025).

27. Yuldasheva, O.U., Arenkov, I.A., Naumov, V.N. et al. (2019), *Marketing i tsifrovye kommunikatsii* [Marketing and Digital Communications], UNECON, SPb., RUS.

28. "What is a 'proper healthy lifestyle' and why does it infuriate the health workers themselves?", *J. "Shchi". VkusVill*, 29.07.2022, available at: <https://vkusvill.ru/media/journal/chto-takoe-pravilnyy-zozh-i-pochemu-on-besit-samikh-zozhnikov.html> (accessed 26.11.2025).

29. "Not a day without a walk and abandoning the elevator": a new healthy lifestyle experiment by the editorial staff" (2023), *J. "Shchi". VkusVill*, 07.11.2023, available at: <https://vkusvill.ru/media/journal/ni-dnya-bez-progulki-i-otkaz-ot-lifta-novyy-zozh-eksperiment-redaktsii.html> (accessed 26.11.2025).

30. "Caloric content of grapes, benefits and harms, with and without seeds: analysis with predilection" (2025), *J. "Shchi". VkusVill*, 06.11.2025, available at: <https://vkusvill.ru/media/journal/kaloriynost-vinograda-polza-i-vred-s-kostochkami-i-bez-razbor-s-pristrastiem.html> (accessed 26.11.2025).

31. "We look at healthy lifestyle through your eyes" (2022), *J. "Shchi". VkusVill*, 27.08.2022, available at: <https://vkusvill.ru/media/journal/smotrim-na-zozh-vashimi-glazami.html> (accessed 26.11.2025).

32. "Remove gluten: difficult dough production" (2025), *J. "Shchi". VkusVill*, 09.11.2025, available at: <https://vkusvill.ru/media/journal/uberi-glyuten-neprostoie-proizvodstvo-testa.html> (accessed 26.11.2025).

Information about the authors

Yijin Ye – Postgraduate at the Department of Foreign Languages, University of International Business and Economics, 10 Huixin Dongjie, Chaoyang, Beijing, China. A jointly-supervised PhD candidate at Saint Petersburg State University of Economics (2025–2026), 30–32 Griboyedov Canal emb., St Petersburg 191023, Russia. The author of 2 scientific publications. Area of expertise: linguistics and lexicography.

Svetlana V. Kiseleva – Dr. Sci. (Philology, 2008), Professor (2024), Professor at the Department of English Philology and Translation, Saint Petersburg State University of Economics, 30–32 Griboyedov Canal emb., St Petersburg 191023, Russia. The author of more than 220 scientific publications. Area of expertise: history of the English language, English lexicology, theoretical and practical grammar, cognitive linguistics, cognitive terminology, philosophy of language.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 24.12.2025; adopted after review 08.04.2026; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 811.111

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-163-178>

Языковые механизмы речевого воздействия в англоязычном дискурсе инфлюенсера

Инна Владимировна Кононова¹✉, Дарья Александровна Белозуб²

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

¹✉ ivkononova-unecon@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4903-5856>

²daryabelozub75@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0002-6269-7168>

Введение. В статье выявлены языковые средства, реализующие тактики эмоционального речевого воздействия в англоязычных коммуникативных практиках видеоблогера. Актуальность исследования обусловлена интересом современной лингвистики к изучению языковой личности в сетевой коммуникации. Научная новизна заключается в описании языковых средств, служащих установлению опосредованного диалога между адресантом и адресатом в дискурсе видеоблога, являющегося основой для реализации суггестивных функций общения и формирования эмоциональной парасоциальной привязанности аудитории к виртуальной личности инфлюенсера.

Методология и источники. Исследование выполнено в русле коммуникативного анализа компьютерно-опосредованного дискурса. Анализ эмпирического материала, которым послужил корпус, включающий тексты 16 англоязычных видео общим объемом 27 131 слово, проводился с использованием методов корпусной лингвистики и интерпретативного анализа дискурса. В качестве основного алгоритма дискурс-анализа применялась модель структуры речевого взаимодействия А.-Б. Стенстрём.

Результаты и обсуждение. Корпусный анализ позволил выявить высокую частотность персональных дейктиков и обращений в коммуникативных практиках инфлюенсера, свидетельствующую о высокой диалогичности дискурса. Наиболее частотным кластером корпуса стала дискурсивная единица *you guys*, функционирующая как средство фатической коммуникации в составе типовых формул этикета и как слово-диффуз, заполняющее паузы гезитации. Избыточность обращений (*friends, guys*), формул вежливости, директивных и побуждающих высказываний создает у аудитории впечатление реального общения с видеоблогером. Коммуникативные тактики солидаризации и интимизации, направленные на поддержание мотивирующей стратегии дискурса, реализуются посредством личных местоимений и коллоквиальных средств фатической коммуникации. Дискурс-анализ конкордансов, проведенный с целью установления типов коммуникативных актов, влияющих на ход транзакций, а также их конкретной интенциональной направленности в заданном контексте, выявил превалирование вторичных и комплементарных актов поддержания контакта и позитивной самопрезентации.

Заключение. Показано, что к основным коммуникативным стратегиям речевого воздействия в дискурсе инфлюенсера можно отнести стратегию положительной самопрезентации, контактоустанавливающую стратегию, стратегию солидаризации и оценочную стратегию. Установлено, что суггестивное воздействие в видеоблоге основыва-

© Кононова И. В., Белозуб Д. А., 2026



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

ется на фатической и презентационной составляющих дискурса. Дискурсивные практики инфлюенсера характеризуются маркированной коммуникативной демонстративностью и эмоциональностью.

Ключевые слова: дискурс-анализ, инфлюенсер, парасоциальные отношения, речевое воздействие, корпусная лингвистика

Для цитирования: Кононова И. В., Белозуб Д. А. Языковые механизмы речевого воздействия в англоязычном дискурсе инфлюенсера // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 163–178. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-163-178

Original paper

Linguistic Mechanisms of Speech Influence in the English-Language Discourse of an Influencer

Inna V. Kononova^{1✉}, *Daria A. Belozub*²

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

^{1✉}*ivkononova-unecon@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4903-5856>*

²*daryabelozub75@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0002-6269-7168>*

Introduction. The article, using the methods of corpus linguistics and discourse analysis, identifies linguistic means that implement emotional speech influence tactics in English-language communication practices of a video blogger. The relevance of the article is due to the interest of modern linguistics in the study of language personality in network communication. The scientific novelty of the research lies in the description of language means that serve to maintain mediated dialogue between the addresser and the addressee in the video blog discourse, which is the basis for suggestive communication and formation of emotional parasocial attachment of the audience to the personality of an influencer.

Methodology and sources. The study was carried out in line with communicative analysis of computer-mediated discourse. The analysis of the empirical material, which included the texts of 16 English-language videos with a total volume of 27,131 words, was conducted using the methods of corpus linguistics and interpretative discourse analysis. The model of the speech interaction structure by A.-B. Stenström was used as a basic algorithm of discourse analysis.

Results and discussion. Corpus analysis revealed a high frequency of personal deixis and direct addresses in the communicative practices of an influencer, which indicates a high degree of dialogicity of the discourse in focus. The most frequent cluster in the corpus is the discursive unit *you guys*, functioning as a means of phatic communication in standard etiquette formulas and as a diffuse-word that fills hesitation pauses. The frequency of direct addresses (*friends, guys*), polite formulas and imperative sentences creates an impression of real dialogue between a viewer and a video blogger. The communicative tactics of solidarization and intimidation aimed at supporting the motivating function of discourse are implemented through personal pronouns and colloquial means of phatic communication. Discourse analysis of concordances conducted to identify the types of communicative acts that influence the course of transactions, as well as their specific intentional focus in a given context, revealed the prevalence of secondary and complementary acts of maintaining contact and positive self-presentation.

Conclusion. It is shown that the main communicative strategies of speech influence in the influencer's discourse include the strategies of positive self-presentation, establishing contact, solidarization, and the evaluation strategy. The analysis revealed that emotional speech influence in the video blog discourse is based on its phatic and self-presentation

functions. The discursive practices of an influencer are characterized by marked communicative demonstrativeness and emotionality.

Keywords: discourse analysis, influencer, parasocial relationships, speech influence, corpus linguistics

For citation: Kononova, I.V. and Belozub, D.A. (2026), "Linguistic Mechanisms of Speech Influence in the English-Language Discourse of an Influencer", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 163–178. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-163-178

Введение. Специфика проявления языковой личности в интернет-коммуникации в целом и сетевом дискурсе в частности вполне обоснованно привлекает внимание исследователей в последние два десятилетия. Первым комплексным исследованием виртуальной языковой личности в интернет-дискурсе в отечественной лингвистике стала докторская диссертация О. В. Лутовиновой [1]. Важным выводом данного исследования стало положение о том, что виртуальная языковая личность является «условным образом того или иного участника виртуального дискурса, неразрывным соединением реальных и ассоциируемых характеристик» [1, с. 6]. Интерес к изучению феномена языковой личности в виртуальной коммуникации, обозначенный в работах О. В. Лутовиновой [1; 2], не ослабевал и далее, идеи автора получили развитие в целом ряде исследований на материале различных языков [3; 4].

Во многих исследованиях виртуальной языковой личности в качестве основного мотива ее создания отмечается интенция адресанта интернет-сообщения скрыть свою истинную идентичность, создать альтернативную личность, имеющую мало общего с реальной персоной; ученые акцентируют момент асимметрии действительных свойств личности и качеств, имитируемых ею с целью создания виртуального образа [5]. Интенция создания альтернативной личности в целом присуща и инфлюенсеру (от англ. influence – «влияние») как относительно новому типу виртуальной личности. Под инфлюенсером понимают лицо, обладающее авторитетом в определенной социальной или профессиональной среде и способное оказывать влияние на мнение, установки и поведение своей аудитории. В современном медиaprостранстве инфлюенсеры чаще всего ассоциируются с блогерами и активными участниками социальных сетей, которые через свой контент формируют общественные дискурсы и потребительские практики.

К основным жанровым форматам инфлюенсера, следуя подходу В. И. Карасика к описанию сетевых форматов общения [6], можно отнести демонстративы. «Содержательные характеристики демонстратива состоят в построении своего положительного образа и могут быть <...> личностными и статусными, ... <...> демонстративам в социальной сети свойственна маркированная эмоциональность» [6, с. 163]. Утрированная эмоциональность и эмоциогенность коммуникативных практик инфлюенсера часто ведет к проявлению феномена так называемой новой искренности. Сетевые дискурсивные практики отражают готовность людей делиться самым личным, обнародовать интимные факты, касающиеся их жизни, что само по себе является мощным инструментом эмоционального воздействия. Личные переживания людей «становятся своего рода товаром, который востребован в обществе потребления и производится по его законам» [7, с. 224].

Коммуникативная демонстративность (термин В. И. Карасика [6, с. 163]) дискурса инфлюенсера способствует успешной реализации других его ведущих функций, в том числе мотивационной, направленной на побуждение аудитории к определенным действиям (изме-

нению образа жизни, принятию новых ценностей, приобретению товаров и услуг и пр.). В отличие от традиционной рекламы, мотивация здесь строится на парасоциальном взаимодействии – чувстве близости и доверия между блогером и подписчиком. Феномен парасоциальных отношений, под которыми понимаются односторонние эмоциональные связи, формируемые человеком с медийной персоной, в последнее время привлекает активное внимание исследователей в области социальной психологии [8; 9]. Введенный в научный обиход антропологом Д. Ортоном и социологом Р. Воллом в 1956 г. [10] термин «парасоциальные отношения» изначально применялся для описания психологической привязанности, которую зрители телевизионных программ испытывают к персонажам, участвующим в них, например, к ведущим ток-шоу, актерам и другим известным личностям. Развитие интернет-коммуникации, утверждение в XXI в. этой формы в роли основного формата общения, привело к росту значимости парасоциальных отношений в жизни людей (лексема «parasocial» была выбрана в 2025 г. в качестве слова года Кембриджским университетом), что обусловило рост исследовательского интереса к этому феномену в области гуманитарных наук. Сферы, прямо и косвенно эксплуатирующие феномен парасоциальных отношений, такие как шоу-бизнес, маркетинг [11] и политика [12, с. 35], задействуя известных личностей, явно обнаруживают наличие специальных коммуникативных стратегий для общения с многочисленной публикой и удержания ее внимания, что делает дискурс инфлюенсера перспективным объектом лингвистического исследования.

К сетевым жанрам с доминирующей презентационной функцией общения относятся в первую очередь видеоблоги (влоги). Семиотическая полимодальность как формальная характеристика дискурса существенно облегчает самопрезентацию, конструирование желаемого имиджа и, соответственно, установление парасоциальной эмоциональной связи с адресатом. Речевое поведение видеоблогера активно исследуется как в зарубежной, так и в отечественной лингвистике на материале разных языков. К настоящему моменту рассматривалась фатическая составляющая коммуникативных практик видеоблогера [13], речевой портрет [14] и речевое поведение [15; 16] видеоблогера, стратагемно-тактическая организация дискурса видеоблога [17]. В исследовательский фокус помещался также дискурс инфлюенсера. Объектом изучения становились подписи к публикациям англоязычных инфлюенсеров (кэпшн) в аспекте их синтаксических, лексико-семантических, тематических и графических характеристик [18], в сопоставительном аспекте рассматривались особенности языкового оформления акцентуации информации в рекламных интеграциях инфлюенсеров англоязычной и русскоязычной лингвокультур [19].

Цель настоящего исследования – с применением методов корпусной лингвистики и дискурс-анализа выявить в дискурсе англоязычного видеоблогера языковые средства речевого воздействия, направленные на установление и поддержание парасоциальных отношений с аудиторией.

Вопрос о содержании и объеме понятия «речевое воздействие» нельзя признать до конца разрешенным. Речевое воздействие традиционно трактуется в широком и узком смыслах. По мнению П. Б. Паршина, речевое воздействие в широком смысле следует рассматривать как влияние на индивидуальное и/или коллективное сознание и поведение, осуществляемое разнообразными речевыми средствами, иными словами – с помощью сообщений на естественном языке [20]. Особый интерес для настоящего исследования представляет предложенное

П. Б. Паршиным определение речевого воздействия *в узком смысле*. Под последним автор понимает использование средств естественного языка с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения, особым потенциалом к «преодолению защитного барьера» реципиента воздействия [20]. К типам (способам) речевого воздействия традиционно относят убеждение и внушение (суггестию) [21, с. 43]. Под убеждением (рациональным воздействием) понимают воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению [22]. Убеждение строится с помощью доказательства, обоснования и аргументации. Под внушением понимают влияние на подсознание, эмоции и чувства человека, косвенно обеспечивающее воздействие на его ум, волю, поведение и осуществляющееся за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания, снижения сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания [22]. Отмечается, что содержанию сознания, усвоенному внушением, в дальнейшем присущ навязчивый характер; оно с трудом поддается осмыслению. Е. В. Шелестюк предлагает выделять в нем три аспекта: аффективное (эмоциональное) внушение, внушение бессознательных образов и мыслей (эйдетико-когнитивное) и внушение бессознательных установок [21, с. 49]. Представляется, что именно суггестивное внушение как тип речевого воздействия должно находиться в фокусе внимания исследователя при рассмотрении языковых средств, направленных на стимулирование парасоциальной психологической привязанности аудитории к видеоблогеру.

Методология и источники. Исследование проводилось на материале корпуса, включающего 16 текстов, полученных посредством транскрибирования видеоматериалов англоязычных видеоблогеров, размещенных на платформе YouTube¹ в период с 2010 по 2024 г. Тематически видеоблоги охватывают обзоры литературных новинок и анализ классических произведений литературы, быти-сферу, отзывы о путешествиях (тревел-блоги), проблемы психологии и саморефлексии, вопросы здорового образа жизни. С целью достижения гендерной и возрастной репрезентативности в число блогеров были включены мужчины и женщины в возрасте от 18 до 50 лет. Объем видеоблогов варьируется от пятиминутных видео о сезонных тенденциях в интересующей сфере до 40-минутных видеоэссе. Корпус включает как материалы видеоблогов микроинфлюенсеров, имеющих аудиторию от 3 до 50 тыс. подписчиков, так и материалы влогов макроинфлюенсеров с числом подписчиков более 100 тыс. (термины введены Т. Cornwell и Н. Katz [23, с. 31]). Итоговый объем корпуса составил 27 131 слово, что соответствует четырем часам видеоматериала.

Методологически исследование выполнено в русле коммуникативного анализа компьютерно-опосредованного дискурса (Computer-Mediated Discourse Analysis – CMDA), основы которого были заложены в трудах С. Херринг [24; 25]. Поскольку настоящее исследование коммуникативных практик англоязычного инфлюенсера сосредоточено на выявлении языковых средств речевого воздействия, то рассматривалась вербальная составляющая мультимодального текста, а такие элементы видеоблога, как хештеги, заголовки, лайки, оформление страницы инфлюенсера, превью видео и комментарии, не попали в исследовательский фокус.

В качестве основной методики исследования применялся системный подход к изучению устной коммуникации, предложенный А.-Б. Стенстрём в работе «An Introduction to

¹ Роскомнадзор ограничил работу хостинга в Российской Федерации в связи с нарушением законодательства.
Языковые механизмы речевого воздействия в англоязычном дискурсе инфлюенсера
Linguistic Mechanisms of Speech Influence in the English-Language Discourse of an Influencer

Spoken Interaction» [26]. Автор дополняет и развивает в своем исследовании модель структуры речевого взаимодействия как метод дискурс-анализа, предложенный Дж. М. Синклером и М. Култхардом [27], и оперирует пятью иерархическими уровнями интеракционной структуры дискурса: *exchange* (минимальная транзакция), *turn* (коммуникативный ход), *move* (коммуникативный акт, влияющий на ход транзакции), *act* (коммуникативное действие, минимальная структурная единица интеракционной структуры дискурса) и *transaction* (коммуникативная транзакция) [26, р. 36–40]. Под *exchange* понимается минимальная транзакция, включающая не менее двух коммуникативных ходов (*turns*), которые в свою очередь включают не менее одного коммуникативного акта, инициирующего, завершающего или продолжающего интеракцию (*move*).

Данная модель изначально использовалась в анализе устного диалогического дискурса, однако впоследствии сфера ее применения распространилась на мультимодальную коммуникацию. Авторы статьи полностью разделяют мнение Ф. Бенсона о том, что «мультимодальные тексты различных типов, таких как блоги и другие тексты сетевого дискурса, диалогичны (*conversational*) по своей природе, хотя и не порождаются в условиях непосредственного взаимодействия (*face-to-face spoken interaction*)» [28, р. 81]. В работе «YouTube as text: Spoken interaction analysis and digital discourse» Ф. Бенсон убедительно демонстрирует, что несмотря на «очевидные отличия от живой разговорной речи, тексты YouTube являются продуктом социального взаимодействия, и к их анализу могут быть применимы инструменты, используемые в анализе структур разговорного диалогического общения» [27, р. 82].

Далее в анализе исходим из положения о том, что сама публикация видео в YouTube, в сущности, является комплексной транзакцией – началом взаимодействия, объединяющего несколько речевых актов (*moves*), в свою очередь состоящих из множества коммуникативных действий (*acts*). Коммуникативные акты группы *moves* в зависимости от их роли в мультимодальном процессе речепроизводства подразделяются на *summons* (привлекают внимание адресата), *initiates* (открывают новую минимальную транзакцию), *foci* (фокусируют внимание адресата на факте введения в дискурс новой минимальной транзакции), *repairs* (поддерживают минимальную транзакцию), *responses* (продолжают или завершают минимальную транзакцию), *re-opens* (откладывают завершение минимальной транзакции), *backchannels* (направляют внимание адресата к предыдущим событиям и темам) [26, р. 36]. А.-Б. Стенстрём выделяет следующие типы коммуникативных действий (*acts*): примарные (обязательные в коммуникативном акте (*move*)), вторичные (развивающие примарные) и комплементарные (сопровождающие примарные и вторичные) [26, р. 222–225]. Для упорядочения процесса дискурс-анализа к интерпретируемым контекстам добавляются однословные пояснения, уточняющие роль коммуникативных действий (*acts*) в дискурсе, такие как: <accept, <agree, <alert, <closer, <confirm, <inform, <suggest и др. (в отношении примарных коммуникативных действий); <emphasizer, <expand, <clue, <justify, <preface, <metacomment и др. (в отношении вторичных); <appealer, <booster, <empathizer, <filler, <hedge, <frame и др. (в отношении комплементарных коммуникативных действий) [Там же, р. 224–225].

С целью количественного статистического анализа отобранных текстов был использован корпус-менеджер AntConc [29]. Функция Word List в программе AntConc позволяет составить упорядоченный по частотности список словоупотреблений корпуса, инструмент Clusters дает

возможность проводить кластерный анализ текстов, определять, в какие словосочетания заданной длины (определенной n-граммы) слово входит чаще всего. Дискурс-анализу в дальнейшем подвергались конкордансы наиболее частотных слов и кластеров корпуса.

Результаты и обсуждение. На первом этапе исследования с применением функции Word List был составлен список слов корпуса по частотности. Часть частотных слов корпуса была исключена из результатов анализа с помощью создания стоп-листа, в их число были включены предлоги, союзы, вспомогательные глаголы и некоторые существительные, рекуррентно повторяющиеся в видео ввиду их тематики и не отражающие специфику коммуникативных практик инфлюенсера в целом. Наиболее частотные слова корпуса с указанием мер абсолютной и нормализованной частотности включены в табл. 1.

Таблица 1. Ранжированный список слов корпуса
Table 1. A ranked list of corpus words

Type	Rank	Freq	Range	NormFreq	NormRange
i	1	1097	16	38840.108	1.000
you	7	626	16	22163.999	1.000
we	16	272	14	9630.364	0.875
my	17	260	16	9205.495	1.000
know	30	134	13	4744.370	0.812
me	35	128	15	4531.936	0.938
guys	47	101	12	3575.981	0.750
your	63	74	16	2620.025	1.000
love	68	72	12	2549.214	0.750
let	88	57	15	2018.128	0.938
oh	91	53	11	1876.505	0.688
actually	98	51	11	1805.693	0.688
things	98	51	13	1805.693	0.812
great	100	49	7	1734.882	0.438

На втором шаге исследования с использованием функции Clusters были выделены кластеры-биграммы для наиболее частотной полнозначной лексемы корпуса *guys* в окне наблюдения +1 и –1 (см. табл. 2).

Таблица 2. Кластеры-биграммы с лексемой *guys*
Table 2. Bigram clusters with the token *guys*

Cluster	Rank	Freq	Range	NormFreq	NormRange
you guys	1	58	12	0.287	0.750
guys i	2	15	6	0.074	0.375
know guys	3	6	1	0.030	0.062
guys let	4	5	3	0.025	0.188
guys my	11	3	2	0.015	0.125
hey guys	11	3	3	0.015	0.188
guys enjoyed	16	2	2	0.010	0.125
guys we	16	2	2	0.010	0.125
guys welcome	16	2	2	0.010	0.125
hi guys	16	2	2	0.010	0.125
okay guys	16	2	1	0.010	0.062
guys actually	27	1	1	0.005	0.062
guys asked	27	1	1	0.005	0.062
guys bye	27	1	1	0.005	0.062
guys followed	27	1	1	0.005	0.062
guys hate	27	1	1	0.005	0.062

Окончание табл. 2
End of table 2

Cluster	Rank	Freq	Range	NormFreq	NormRange
guys help	27	1	1	0.005	0.062
guys know	27	1	1	0.005	0.062
guys loved	27	1	1	0.005	0.062
guys okay	27	1	1	0.005	0.062
cool guys	27	1	1	0.005	0.062
happy guys	27	1	1	0.005	0.062
hello guys	27	1	1	0.005	0.062
yeah guys	27	1	1	0.005	0.062

Наиболее частотным кластером корпуса является фатическая дискурсивная формула *you guys*, состоящая из персонального дейктика *you* и собирательного гендерно-нейтрального существительного *guys*. Регулярное употребление дискурсива *you guys* в функции обращения свидетельствует о высокой диалогичности дискурса. В число дискурсивно релевантных коллокатов дейктика *you*, являющегося основным маркером данной коммуникативной характеристики, входят, помимо лексемы *guys*, местоимение *I* и глаголы *know*, *thank* и *hope* (см. табл. 3).

Таблица 3. Коллокаты персонального дейктика *you* в текстах видеоблогов
Table 3. Collocations of the personal deictic *you* in the texts of video blogs

Collocate	Rank	Freq (Scaled)	FreqLR	FreqL	FreqR	Range
guys	1	1010	59	1	58	12
know	4	1340	45	5	40	13
thank	6	210	22	21	6	10
i	11	26	12	0	12	7
hope	12	11	9	9	0	6

На следующем шаге исследования были рассмотрены конкордансы, содержащие наиболее частотные слова корпуса и бинарные кластеры с лексемой *guys*. Отправным тезисом интерпретативного анализа контекстов корпуса стало положение о том, что лексические единицы, характеризующиеся продуктивностью в образовании коллокаций и кластеров, служат реализации основных прагматических интенций инфлюенсера.

Было установлено, что слово *guys* в функции обращения используется в составе формул типовых приветствий и прощаний с целью поддержания эмоционального контакта с аудиторией: *I hope you, guys, enjoyed today's video and comment down below; I hope you, guys, enjoyed it; And I will see you, guys, for a new video very soon, bye; I'll see you, guys, for a new video very soon back*. В некоторых случаях слово *guys* функционирует одновременно и как обращение, и как слово-диффуз (дискурсивное слово) [30], используемое для смысловой связи между структурными компонентами дискурса и заполнения пауз хезитации (*guys, actually; okay, guys; oh, guys*), а также для отсылки к информации из прошлых видео и одобрения реакции аудитории (*you, guys, loved/enjoyed, thank you, guys*). Избыточное употребление обращений, сопровождаемое формулами вежливости, позволяет имитировать реальный диалог со зрителями: *Hi how are you? Thank you. I just realized I'm really far away from the window. Oh there's. Thank you* [31]. Формулы вежливости отличаются разнообразием и служат выражением благодарности, приветствия, прощания и просьбы: *Hey how are you, oh, nice to meet you...; Please, tell me what you think below...; Guys, let me know in the comments down below, what makeup you would like me to recreate or what makeup styles you would like to*

see more... [32]. Директивные и побуждающие высказывания часто перерастают в объемные клише – формулы прощания: *If you, guys, want to keep watching my videos, click the video on screen and do me a huge favor. Subscribe to my channel, so I can keep bringing you new videos each week. I'll speak to you, guys, next time. Bye-e-e-e!* [33]. Стиль фатических дискурсивных клише может значительно отличаться от речи видеоблогера в целом. Так, в блоге, посвященном анализу произведений классической литературы и отличающемся книжной риторикой, используются разговорные средства фатической коммуникации, в том числе разговорные обращения: *Of course, she's not, but boy, oh boy, when you say «murder mysteries» she's going to be the first, if not amongst the first of the authors you ever mention* (речь идет о произведениях А. Кристи) [34]. Использование коллоквиальных средств фатической коммуникации служит реализации тактик интимизации и солидаризации, направленных на установление доверительных отношений между видеоблогером и его аудиторией.

Личные местоимения первого лица используются в видеоблогах с целью репрезентации субъектов дискурса – инфлюенсера и его подписчиков. Высокие показатели нормализованной частотности местоимения *I* отражают значимость стратегии позитивной самопрезентации в коммуникативных практиках инфлюенсера. Типичным для персонального дейктика *I* является использование в предикатных конструкциях состояния (*I'm pretty sure; Oh, I'm so happy; I'm excited for you, guys...; So, guys, I'm mixed!*), значительная часть которых выражает ментальное интенциональное состояние (*I'm gonna be doing a very trendy «latte makeup» I'm so excited to try this makeup!; I'm gonna start with this...*) [32]. Рекуррентны случаи употребления местоимения *I* в сочетании с речевыми или ментальными предикатами, а также в перформативных высказываниях, выражающих предложение, просьбу, согласие/несогласие, одобрение/неодобрение, совет (*I promise now, I'm asking if*), а также случаи использования дейктика *I* в конструкциях с предикатом в форме настоящего продолженного времени, описывающих реальные действия говорящего и его передвижение в кадре (*I'm not only talking now about his appearance...*), что повышает иммерсивность дискурса, создает у зрителей ощущение сопричастности происходящему.

Местоимение *we* используется видеоблогерами главным образом в инклюзивном значении с целью солидаризации с адресатом: *In this video we are going to take a look at the question what makes a classic book a classic book* [34]. В сочетании с наречиями времени и места, топонимами и глаголами движения местоимение *we* встречается в высказываниях, отсылающих к «общему» со зрителем времени и пространству, создавая эффект присутствия: *Today we are on Trunk Force One <...> Oh, we got a Nutella girl here; We're going to go and get shredded and work out...; We have like an hour into the mall and we're just going to practice a little* [31]. Созданию эффекта присутствия, существенно повышающему суггестивность дискурса, служат также императивные высказывания с глаголами восприятия, направленные на привлечение внимания к тому, что можно заметить в кадре: *Look how many big sky skyscrapers we have. Absolutely beautiful, right?* [35]. Как правило, подобные императивы сопровождаются оценочными высказываниями, в том числе риторическими вопросами, заведомо предполагающими, что адресат разделяет эмоции и оценки видеоблогера.

Персональный дейктик *you* употребляется в корпусе как в обобщенно-личном (*I'll see you soon, guys*), так и в индивидуально-личном значении. Помимо усиления интерактивности коммуникации, имитации доверительного межличностного диалога, дейктик *you* в обоб-

щенно-личном значении служит созданию у адресата ощущения принадлежности к большой группе единомышленников, тем самым ослабляя механизмы его психологической защиты и критического мышления. Однако основная цель блогера – вовлечь подписчика в процесс коммуникации, стимулировать его к написанию комментариев – реализуется посредством актуализации индивидуально-личного значения дейктика *you*, которое может быть интерпретировано как «только ты и никто больше» (*So that's all for now, do let me know down in the comments and if **you**'ve read any Dickens* [34]). Количество просмотров и комментариев определяет заработок инфлюенсера на платформе, при этом алгоритмы YouTube могут скрывать видео со слишком короткими или шаблонными комментариями, инфлюенсер посредством имитации очень личного обращения мотивирует подписчиков к написанию развернутого отклика.

Корпусные данные демонстрируют значимость императивных конструкций в дискурсе инфлюенсера (глагол *let* входит в десять наиболее частотных слов корпуса). Высказывания с глаголом *let* служат средством речевого воздействия в дискурсе видеоблога, во-первых, будучи направленными на регуляцию поведения подписчиков после просмотра видео (***Let me know** how you interpreted the song*), во-вторых, (в форме *let's*) повышая иммерсивность дискурса за счет управления вниманием адресата и солидаризации с ним («давай(те) вместе сделаем что-то приятное, интересное, важное»): *So, **let's** just keep walking!*; *So, **let's** just start off by getting a couple things straight*. Анализ конкордансов корпуса показал, что направленность императивных высказываний на привлечение и перенаправление внимания слушателей («слушай(те)», «смотри(те)») позволяет отнести их к дискурсоспецифичным контактоустанавливающим средствам: *Wow, **look** at this house, wooden house. In fact, you can smell it a little!* [35].

Частотность кластеров с эмотивными предикатами (*guys enjoyed, guys hate, guys loved, cool guys, happy guys*) подтверждает важность эмоционально-оценочных коммуникативных тактик в дискурсе инфлюенсера, в первую очередь тактик комплимента и одобрения: *Nice, don't lift your hands so much, there you go, really **cool, guys!*** [35]. Значительная часть высказываний, включающих данные кластеры, отсылает к эмоциональному состоянию инфлюенсера, вызванному реакциями подписчиков на контент видеоблога (*You, **guys, loved** my last one. I have so much fun, filming and especially editing these, so, yeah, I'm excited for you, guys!* [36]), акцентирует эмоциональную привязанность видеоблогера к аудитории (***I love you, guys, not** <...> like status like, seriously like* [36]), выражает его заинтересованность в чувствах и эмоциях слушателей (***I hope you, guys, enjoyed** today's video and comment down below...* [36]). К ведущим коммуникативным приемам эмоционального воздействия в дискурсе видеоблога можно отнести также риторические вопросы, апеллирующие к чувствам и эмоциям аудитории (*Don't you, **guys, hate** it when you get makeup in your eyes?* [36]; *Wow, the sky is so beautiful, **you, guys, can** you see this?* [31]).

К наиболее частотным и коллокативно продуктивным предикатам корпуса относятся глаголы *know, love* и *thank*. Данные глаголы отличаются полифункциональностью и используются для реализации целого ряда коммуникативных приемов в составе различных тактик и стратегий. Для доказательного дискурс-анализа конкордансов корпуса, включающих данные глаголы, целесообразно, на наш взгляд, применить интеракционную модель А.-Б. Стенстрём. В рамках настоящей статьи продемонстрируем эффективность применения модели этого ученого в анализе дискурса инфлюенсера на примере высказываний с предикатом *know* (табл. 4).

Таблица 4. Анализ конкордансов лексемы *know* на основе интеракционной модели А.-Б. Стенстрём
Table 4. Analysis of concordances of the lexeme *know* based on the interactive model of A.-B. Stenström

KWIC	Move	Act	Orientation
<i>Don't know, if you're going to like it...</i>	Focus	<statement (primary)	Искренность в общении с аудиторией, признание значимости ее мнения и выражение собственного
<i>Hello, so, if you didn't know, I have a Vivo and also, if you didn't know, the new music video...</i>	Summon	<starter (complementary)	Начало темы. Призыв ознакомиться с творчеством автора и подписаться на канал связи
<i>You know, when you start making a little bit of money...</i>	Repair	<justify (secondary)	Сближение с реципиентом посредством отсылки к общечеловеческому опыту
<i>Also, we, you know, moved...</i>	Repair	<metacomment (secondary)	Отсылка к информации из предыдущих видео, установление связи с аудиторией посредством сообщения сведений о своей частной жизни
<i>I don't know, if you have time, I'd love to read your analysis.</i>	Initiate	<appealer (complementary)	Призыв к действию, просьба написать развернутый комментарий о творчестве инфлюенсера
<i>But yeah, let me know, how you, guys, are doing.</i>	Backchannel	<appealer (complementary)	Установление и поддержание эмоциональной связи, приглашение дать отклик
<i>I don't know, just have someone to connect with, you know, like a big sister.</i>	Focus	<emphasizer (complementary)	Демонстрация искренности в общении с аудиторией, вовлечение в эмоциональное общение с помощью употребления терминов родства в функции обращения, выражение личного отношения к аудитории

Дискурс-анализ высказываний инфлюенсера, направленный на установления типов коммуникативных актов, влияющих на ход транзакции, а также типов коммуникативных действий и их интенциональной направленности в заданном контексте, позволил установить, что наиболее частотными являются вторичные и комплементарные речевые акты, направленные на установление контакта со слушателями и провоцирующие слушателя на непрямую парасоциальную интеракцию посредством оказания на него эмоционального речевого воздействия. Употребление лексем *guys* и *friends*, а также терминов родства (*like a big sister*) в функции обращения преимущественно в составе вторичных и комплементарных речевых актов (т. е. отзывов, инициаций, метакомментариев) служит установлению эмоциональной общности между инфлюенсером и подписчиками. С этой же целью используются высказывания с предикатом *know*, описывающие размышления говорящего о своем эмоциональном состоянии и косвенно приглашающие зрителя разделить эти эмоции: *I don't really **know** how to explain it but it's wonderful and I love it* [34]. К специфичным для данного типа дискурса тактикам солидаризации можно отнести приписывание аудитории определенных чувств и эмоций, которые, по словам видеоблогера, испытывает он сам: ***I know**, how you feel, to feel as though you know someone over camera and when you meet them, you feel as though you've been friends for years* [37].

Закключение. Проведенное дискурсивно-корпусное исследование позволило установить, что функция речевого воздействия в дискурсе инфлюенсера реализуется обращением как к рациональной (персуазивность), так и к эмоциональной (суггестивность) стратегии, однако именно суггестивное внушение становится основным инструментом создания парасоциаль-

ной эмоциональной привязанности аудитории к виртуальной личности инфлюенсера. К основным коммуникативным стратегиям, направленным на эмоциональное речевое воздействие в дискурсе инфлюенсера, можно отнести стратегию положительной самопрезентации, контактоустанавливающую стратегию, стратегию солидаризации и оценочную стратегию (с ведущей ролью тактик комплимента и одобрения). Было установлено, что дискурсивные практики инфлюенсера характеризуются ярко выраженной коммуникативной демонстративностью. Избыточность обращений (*friends, guys*), формул вежливости (*thank you, guys*), императивных высказываний создает у аудитории впечатление реального общения с видеоблогером. Стратегия солидаризации, направленная на создание у аудитории ощущения взаимопонимания и наличия общих ценностей с говорящим, реализуется отсылками к индивидуальному и коллективному опыту посредством использования персональных дейктиков *I, you, we* в сочетании с многофункциональными глаголами широкой семантики *know, let* и *love*. Блогер создает эмоциональную связь с аудиторией, ссылаясь на сказанное ранее и создавая иллюзию совместно пережитых событий, указывает на «общее» со зрителем пространство и время с помощью дейктиков, наречий места и времени, аппеллятивов и формул привлечения внимания с глаголами восприятия. Аппеллятивы в дискурсе инфлюенсера отличаются повторяемостью, общеупотребительностью и направленностью на массового адресата. Наиболее частотным аппеллятивом, за исключением персональных дейктиков второго лица, является слово *guys*, в отдельных случаях выступающее в качестве диффуза, заполняющего паузы хезитации и служащее средством поддержания эмоциональной связи со зрителем.

Результаты применения комбинированной методики в представленном исследовании позволяют рассматривать ее как перспективный инструмент, направленный на выявление и анализ речевых манипуляций инфлюенсеров в условиях широкого использования социальных сетей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лутовинова О. В. Языковая личность в виртуальном дискурсе: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / ВГСПУ. Волгоград, 2013.
2. Лутовинова О. В. К проблеме категорий виртуального дискурса // Изв. ВГПУ. 2006. № 3 (16). С. 20–25.
3. Казнова Н. Н. Трансформация языковой личности в интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы): автореф. дис. ... канд. филол. наук / ПГНИУ. Пермь, 2011.
4. Алексеенко И. С., Гукосьянц О. Ю. Специфика интернет-опосредованной коммуникации и феномен виртуальной языковой личности // Политическая лингвистика. 2014. № 4. С. 193–202.
5. Donath Ju. S. Identity and deception in the virtual community // Communities in cyberspace / ed. by M. A. Smith, P. Kollock. London; NY: Routledge, 1996. P. 29–59.
6. Карасик В. И. Языковые мосты понимания. М.: Дискурс, 2019.
7. Иссерс О. С. Грани «новой искренности» в современной политической коммуникации // Вестн. НГУ. Сер. История, филология. 2020. Т. 19, № 6: Журналистика. С. 216–227. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-216-227
8. Новиков А. С. Эмоциональные процессы в парасоциальных отношениях: возможности социологических исследований // Siberian Socium. 2019. Т. 3, № 3 (9). С. 65–73. DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-65-73
9. Korkiya E., Lipatova M., Mamedov A. Virtual Personality: A Search for New // Indian J. of Science and Technology. 2016. Vol. 9, iss. 36. P. 1–6. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i36/102020

10. Horton D., Wohl R. Mass communication and para-social interaction. Observations on intimacy at a distance // *Psychiatry*. 1956. Vol. 19, iss. 3. P. 215–229. DOI: <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
11. Samadi S., Akhtar I. Parasocial Relationship in relation to the Impact of Social Media Influencers on Consumer Purchase Intention // *Int. Conf. on Innovation, Sustainability, and Applied Sciences, Dubai*, 22–23 Feb. 2025 / Curtin Univ. Dubai, 2025. P. 151–157. DOI: 10.1007/978-3-031-68952-9_20
12. Фролова О. А. Особенности политических технологий двух президентских кампаний Барака Обамы // *Общество: политика, экономика, право*. 2014. № 1. С. 32–36.
13. Чистова Е. В. Фатические средства в видеоблогах (на материале кинокритик на платформе YouTube) // *Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика*. 2019. Т. 8, № 2. С. 54–58. DOI: 10.12737/article_5cb6dee120d8d9.72972342
14. Кириллова К. И. Речевой портрет видеоблогера (на материале блога Кати Клэп): автореф. магистра филолог. / СГУ. Саратов, 2022.
15. Мурзинова И. А. Стратегии онлайн-коммуникации лингвокультурного типажа «видеоблогер» и языковые средства их реализации в англоязычном интернет-дискурсе // *Вестн. НГЛУ*. 2024. Вып. 4 (68). С. 108–127. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2024-68-4-108-127
16. Заславнов Д. А., Матвеева Г. Г. Речевое поведение блогера: анализ и диагностирование личностных качеств (в аспекте скрытой и функциональной прагмалингвистики) // *Дискурс профессиональной коммуникации*. 2023. Т. 5, № 3. С. 126–142. DOI: 10.24833/2687-0126-2023-5-3-126-142
17. Очередыко Ю. В., Пархомин И. С. Коммуникативные стратегии и тактики современных русскоязычных видеоблогеров // *Гуманитарные исследования*. 2022. № 1 (81). С. 104–108.
18. Казяба В. В., Бармина Д. Э. Лингвистическая характеристика экшн интернет-публикаций англоязычных инфлюенсеров // *Вестн. ВолГУ. Сер. 2. Языкознание*. 2022. Т. 21, № 3. С. 176–191. DOI: 10.15688/jvolsu2.2022.3.14
19. Борисова И. В. Инфлюенс-маркетинг в интернет-дискурсе: прагмалингвистический аспект // *Мир науки, культуры, образования*. 2022. № 5 (96). С. 262–265. DOI: 10.24412/1991-5497-2022-596-262-265
20. Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности // *Рекламный текст: семиотика и лингвистика*. М.: Эксмо, 2000. С. 55–73.
21. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования. 2-е изд., испр. и доп. М.: ФЛИНТА: Наука, 2014.
22. Головин С. Ю. *Словарь практического психолога*. Минск: Харвест; М.: АСТ, 2003.
23. Cornwell T., Katz H. *Influencer: the Science Behind Swaying Others*. London: Routledge, 2020.
24. Herring S. C. Computer-mediated discourse // *Handbook of Discourse Analysis* / ed. by D. Schiffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton. Oxford: Blackwell, 2001. P. 612–634. DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch32>
25. Herring S. C. Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior // *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning* / ed. by S. A. Barab, R. Kling, J. H. Gray. NY: Cambridge Univ. Press, 2004. P. 338–376. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016>
26. Stenström A.-B. *An Introduction to Spoken Interaction*. 1st ed. London: Routledge, 1994.
27. Sinclair Jo. McH., Coulthard M. *Towards and Analysis of Discourse: The English Used by Teachers and Pupils*. Oxford: Oxford Univ. Press, 1975.
28. Benson Ph. YouTube as text: Spoken interaction analysis and digital discourse // *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age* / ed. by R. H. Jones, A. Chik, Ch. Hafner. Oxford: Routledge, 2015. P. 81–96. DOI: 10.4324/9781315726465-6
29. Laurence A. AntConc. Version 3.5.8. Tokyo: Waseda Univ., 2019 // Laurence Anthony's Website. URL: <http://www.laurenceanthony.net> (дата обращения: 21.01.2026).
30. Викторова Е. Ю. Функционирование дискурсивных слов с диффузным значением // *Вестн. Томского гос. ун-та*. 2014. № 383. С. 27–34. DOI: 10.17223/15617793/383/4

31. Kai Trump. A Regular Day In The Life Of Kai Trump // YouTube. 22.10.2024. URL: https://www.youtube.com/watch?v=G8GB_eztiso (дата обращения: 21.01.2026).
32. Dasha Taran. latte makeup ♡ easy and beautiful look // YouTube. 05.08.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pOqqqTH0Uvw> (дата обращения: 21.01.2026).
33. Tina Yong. Life lately... // YouTube. 07.05.2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sWSe7XufkKM> (дата обращения: 21.01.2026).
34. Tristan and the Classics. What makes a book a CLASSIC? // YouTube. 14.06.2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IYDRHG7qq3w> (дата обращения: 21.01.2026).
35. Wild Siberia. Life in a Siberian Village – American Perspective // YouTube. 19.04.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5nVxbc4OXu4> (дата обращения: 21.01.2026).
36. Boxybabe. FOAR EVERYPONY FRUM BOXXY // YouTube. 22.03.2013. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Nd4D0aR_W9k (дата обращения: 21.01.2026).
37. Doddlevloggle. I wish I could spend more time with you // YouTube. 14.11.2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=c8HldvtMvoA> (дата обращения: 21.01.2026).

Информация об авторах

Кононова Инна Владимировна – доктор филологических наук (2010), профессор (2024), профессор кафедры английской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30–32, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: аксиологическая лингвистика, диахроническая концептология, корпусные исследования текста и дискурса.

Белозуб Дарья Александровна – магистрант (2-й курс) кафедры английской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30–32, Санкт-Петербург, 191023, Россия. Автор семи научных публикаций. Сфера научных интересов: социолингвистика, лексикология, виртуальный дискурс.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 17.03.2026; принята после рецензирования 18.05.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Lutovinova, O.V. (2013), "Linguistic personality in virtual discourse", Abstract of Dr. Sci. (Philology) dissertation, VSSPU, Volgograd, RUS.
2. Lutovinova, O.V. (2006), "On the problem of categories of virtual discourse", *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical Univ.*, no. 3 (16), pp. 20–25.
3. Kaznova, N.N. (2011), "Transformation of linguistic personality in online communication (using the French blogosphere as an example)", Abstract of Can. Sci. (Philology) dissertation, Perm State Univ., Perm, RUS.
4. Alekseenko, I.S. and Gukosyants, O.Yu. (2014), "Some specific characteristics of the internet-mediated communication and the phenomenon of virtual linguistic identity", *Political Linguistics*, no. 4, pp. 193–202.
5. Donath, Ju.S. (1996), "Identity and Deception in the Virtual Community", *Communities in cyberspace*, Smith, M.A., Kollock, P. (eds.), Routledge, London, NY, UK, pp. 29–59.
6. Karasik, V.I. (2019), *Yazykovye mosty ponimaniya* [Linguistic Bridges of Understanding], Discourse, Moscow, RUS.
7. Issers, O.S. (2020), "Dimensions of a "New Sincerity" in Modern Political Communication", *Vestnik NSU. Ser. History and Philology*, vol. 19, no. 6: Journalism, pp. 216–227. DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-216-227

8. Novikov, A.S. (2019), "Emotional processes in parasocial relationships: the possibilities of sociological studies", *Siberian Socium*, vol. 3, no. 3 (9), pp. 65–73. DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-65-73
9. Korkiya, E., Lipatova, M. and Mamedov, A. (2016), "Virtual Personality: A Search for New", *Indian J. of Science and Technology*, vol. 9, iss. 36, pp. 1–6. DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i36/102020
10. Horton, D. and Wohl, R. (1956), "Mass communication and para-social interaction; observations on intimacy at a distance", *Psychiatry*, vol. 19, iss. 3, pp. 215–229. DOI: <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
11. Samadi, S. and Akhtar, I. (2025), "Parasocial Relationship in relation to the Impact of Social Media Influencers on Consumer Purchase Intention", *Int. Conf. on Innovation, Sustainability, and Applied Sciences*, Dubai, UAE, 22–23 Feb. 2025, pp. 151–157. DOI: 10.1007/978-3-031-68952-9_20
12. Frolova, O.A. (2014), "Specific features of political technologies of two presidential campaigns of Barack Obama", *Society: Politics, Economics, Law*, no. 1, pp. 32–36.
13. Chistova, E.V. (2019), "Tphatic means in videoblogs (based on film reviews on Youtube)", *Scientific Research and Development. Modern Communication Studies*, vol. 8, no. 2, pp. 54–58. DOI: 10.12737/article_5cb6dee120d8d9.72972342
14. Kirillova, K.I. (2022), "Speech portrait of a video blogger (based on Katya Klap's blog)", Abstract of Magister Degree (Philology), SSU, Saratov, RUS.
15. Murzinova, I.A. (2024), "Strategies of Online Communication of the "Video Blogger" Linguocultural Personality Type and Linguistic Means of Their Representation in English Internet Discourse", *LUNN Bulletin*, iss. 4 (68), pp. 108–127. DOI: 10.47388/2072-3490/lunn2024-68-4-108-127
16. Zaslavnov, D.A. and Matveeva, G.G. (2023), "Bloggers' speech behavior: analysis and diagnosis of personal traits from the perspective of implicit and functional pragmalinguistics", *Professional Discourse & Communication*, vol. 5, no. 3, pp. 126–142. DOI: 10.24833/2687-0126-2023-5-3-126-142
17. Ochered'ko, Yu.V. and Parkhomin, I.S. (2022), "Communicative strategies and tactics of modern russian-speaking video bloggers", *Humanitarian Researches*, no. 1 (81), pp. 104–108.
18. Kaziaba, V.V. and Barmina, D.E. (2022), "Linguistic Characteristics of the Captions to Internet Posts of English-Speaking Influencers", *Science J. of Volgograd State Univ. Linguistics*, vol. 21, no. 3, pp. 176–191. DOI: 10.15688/jvolsu2.2022.3.14
19. Borisova, I.V. (2022), "Influence marketing in the internet discourse: the pragmalinguistic aspect", *The World of Science, Culture and Education*, no. 5 (96), pp. 262–265. DOI: 10.24412/1991-5497-2022-596-262-265
20. Parshin, P.B. (2000), "Speech influence: basic forms and varieties", *Reklamnyi tekst: semiotika i lingvistika* [Reklamnyi tekst: semiotika i lingvistika], Eksmo, Moscow, RUS, pp. 55–73.
21. Shelestyuk, E.V. (2014), *Rechevoe vozdeistvie: ontologiya i metodologiya issledovaniya* [Speech influence: ontology and research methodology], FLINTA: Nauka, Moscow, RUS.
22. Golovin, S.Yu. (2003), *Slovar' prakticheskogo psikhologa* [Dictionary of a Practical Psychologist], Kharvest, Minsk, AST, Moscow, RUS.
23. Cornwell, T. and Katz, H. (2020), *Influencer: The Science Behind Swaying Others*, Routledge, London, UK.
24. Herring, S.C. (2001), "Computer-mediated discourse", *Handbook of Discourse Analysis*, Schiffrin, D., Tannen, D., Hamilton, H.E. (eds.), Blackwell, Oxford, UK, pp. 612–634. DOI: <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch32>
25. Herring, S.C. (2004), "Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior", *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*, Barab, S.A., Kling, R., Gray, J.H. (eds.), Cambridge Univ. Press, NY, USA, pp. 338–376. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511805080.016>
26. Stenström, A.-B. (1994), *An Introduction to Spoken Interaction*, 1st ed., Routledge, London, UK.
27. Sinclair, Jo.McH. and Coulthard, M. (1975), *Towards and Analysis of Discourse: The English Used by Teachers and Pupils*, Oxford Univ. Press, Oxford, UK.

28. Benson, Ph. (2015), "YouTube as text: Spoken interaction analysis and digital discourse", *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age*, Jones, R.H., Chik, A., Hafner, Ch. (eds.), Routledge, Oxford, UK, pp. 81–96. DOI: 10.4324/9781315726465-6
29. Laurence, A. (2019), "AntConc. Version 3.5.8", Waseda Univ., Tokyo, JPN, *Laurence Anthony's Website*, available at: <http://www.laurenceanthony.net> (accessed 21.01.2026).
30. Viktorova, E.Yu. (2014), "Functioning of discourse markers with indefinite meaning", *Tomsk State Univ. J.*, no. 383, pp. 27–34. DOI: 10.17223/15617793/383/4
31. Kai Trump (2024), "A Regular Day in the Life of Kai Trump", *Youtube*, 22.10.2024, available at: https://www.youtube.com/watch?v=G8GB_eztiso (accessed 21.01.2026).
32. Dasha Taran (2023), "latte makeup ♡ easy and beautiful look", *Youtube*, 05.08.2023, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=pOqqqTH0Uvw> (accessed 21.01.2026).
33. Tina Yong (2024), "Life lately...", *Youtube*, 07.05.2024, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=sWSe7XufkKM> (accessed 21.01.2026).
34. Tristan and the Classics (2021), "What makes a book a CLASSIC?", *Youtube*, 14.06.2021, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=yfoY53QXEnI> (accessed 21.01.2026).
35. Wild Siberia (2023), "Life in a Siberian Village - American Perspective", *YouTube*, 19.04.2023, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=5nVxbc4OXu4> (accessed 21.01.2026).
36. Boxybabee (2013), "FOAR EVERYPONY FRUM BOXXY", *YouTube*, 22.03.2013, available at: https://www.youtube.com/watch?v=Nd4D0aR_W9k (accessed 21.01.2026).
37. Doddlevloggle (2014), "I wish I could spend more time with you", *YouTube*, 14.11.2014, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=c8HldvtMvoA> (accessed 21.01.2026).

Information about the authors

Inna V. Kononova – Dr. Sci. (Philology, 2010), Professor (2024), 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 more than 100 scientific publications. Area of expertise: axiological linguistics, diachronic conceptology, corpus-based studies of text and discourse.

Daria A. Belozub – Master Student (2nd year) 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 7 scientific publications. Area of expertise: sociolinguistics, lexicology, virtual discourse.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 17.03.2026; adopted after review 18.05.2026; published online 22.09.2026.*

Оригинальная статья

УДК 81'42

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-179-193>

Коммуникативные стратегии жанра англоязычного вступительного собеседования: лингвокультурный анализ

Ирина Михайловна Теплыгина

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия
irina@wn-travel.com, <http://orcid.org/0009-0008-0613-8410>*

Введение. Возрастающая роль англоязычного образования в глобальном академическом пространстве актуализирует изучение коммуникативных стратегий в жанре вступительного собеседования. Научная новизна исследования заключается в разработке комплексной матрицы коммуникативных стратегий, соотносящихся с этапами лингвокультурного скрипта академического собеседования, выявлении средств и способов их языковой объективации и дисциплинарной специфики. Цель работы – выявить и систематизировать коммуникативные стратегии кандидатов в жанре англоязычного вступительного собеседования с учетом их прагматических функций и культурной обусловленности.

Методология и источники. Методологической базой послужили концепции О. С. Иссерс о коммуникативных стратегиях, жанровый анализ К. Миллер и Дж. Свейлза, теория лингвокультурных сценариев В. И. Карасика. Эмпирическую основу составили транскрипты 45 вступительных собеседований в университеты Оксфорда и Кембриджа объемом 70 тыс. слов. Применялись методы дискурсивного, лингвопрагматического и интерпретативного анализа.

Результаты и обсуждение. Выявлены пять основных коммуникативных стратегий жанра вступительного собеседования: аналитико-аргументативная, направленная на демонстрацию умения критически мыслить, использовать логическую аргументацию; диалогово-кооперативная, нацеленная на совместное с интервьюером конструирование знания; самопрезентационно-экспрессивная, демонстрирующая опыт и мотивацию кандидата; уточняюще-аналитическая, направленная на самокоррекцию, и фокусирующе-адаптивная, цель которой состоит в управлении диалогом. Установлена корреляция стратегий с этапами лингвокультурного скрипта: иницилирующим, ориентирующим, тестирующим, резюмирующим, оценивающим и завершающим. Дисциплинарная специфика жанра проявляется в доминировании аналитико-аргументативной стратегии в социально-гуманитарных дисциплинах и диалогово-кооперативной – в естественно-научных.

Заключение. Разработанная матрица коммуникативных стратегий расширяет имеющиеся исследования в области академического дискурса, выявляя культурную специфику англоязычного контекста. Результаты работы имеют практическое значение для подготовки кандидатов к академическим собеседованиям.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, академический дискурс, вступительное собеседование, лингвокультурный скрипт, английский язык

Для цитирования: Теплыгина И. М. Коммуникативные стратегии жанра англоязычного вступительного собеседования: лингвокультурный анализ // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 179–193. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-179-193

© Теплыгина И. М., 2026



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 Strategies in the Genre of English Academic Admissions Interview: Linguocultural Analysis

Irina M. Teplygina

Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

irina@wn-travel.com, <http://orcid.org/0009-0008-0613-8410>

Introduction. The growing role of English-language education in the global academic space actualizes the study of communication strategies in the genre of admissions interview. The scientific novelty lies in developing a comprehensive matrix of communication strategies corresponding to the stages of the linguocultural script of academic interview with detailed linguistic manifestation and disciplinary specification. The aim is to identify and systematize candidates' communication strategies in English admissions interviews considering their pragmatic functions and cultural conditioning.

Methodology and sources. The methodological framework draws on O.S. Issers' concept of communication strategies, genre analysis by C. Miller and J. Swales, and V.I. Karasik's theory of linguocultural scenarios. The empirical base comprises transcripts of 45 admissions interviews at Oxford and Cambridge universities totaling 70,000 words. Methods include discursive analysis, linguopragmatic analysis, and interpretative analysis.

Results and discussion. Five main communication strategies with elaborate tactical systems were identified: analytical-argumentative (demonstrating critical thinking through logical argumentation and critical analysis), dialogical-cooperative (co-constructing knowledge with interviewer through epistemic openness), self-presentational-expressive (showing motivation through personal experience and emotional engagement), clarifying-analytical (demonstrating intellectual precision through self-correction and meta-reflection), and focusing-adaptive (managing dialogue direction through thematic positioning). The correspondence between strategies and six stages of the linguocultural script was established: initiating, orienting, testing, summarizing, evaluating, and closing. Disciplinary specificity manifests in the dominance of analytical-argumentative strategy in humanities (68 % of occurrences) and dialogical-cooperative in exact sciences (73 %).

Conclusion. The developed matrix of communication strategies extends O.S. Issers' typology for academic discourse, revealing the cultural specificity of the English-language context. The results have practical significance for preparing candidates for academic interviews and improving academic selection procedures in international education.

Keywords: communication strategies, academic discourse, admissions interview, linguocultural script, English language

For citation: Teplygina, I.M. (2026), "Communication Strategies in the Genre of English Academic Admissions Interview: Linguocultural Analysis", *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 179–193. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-179-193

Введение. В современном глобализованном мире англоязычное высшее образование играет ключевую роль в формировании международной академической элиты. Престижные университеты Великобритании, прежде всего Оксфорд и Кембридж, используют систему вступительных собеседований как важнейший инструмент отбора наиболее способных кандидатов. Этот процесс представляет собой сложное коммуникативное событие, требующее

от абитуриентов не только глубоких знаний, но и владения специфическими коммуникативными стратегиями, культурно обусловленными и дискурсивно маркированными.

Актуальность исследования продиктована несколькими факторами, прежде всего растущей конкуренцией за места в престижных англоязычных университетах. Согласно статистике приемных комиссий Оксфорда и Кембриджа, в 2024 г. соотношение заявок к доступным местам составило 7:1 для Оксфорда и 6:1 для Кембриджа, причем примерно 80 % кандидатов Кембриджа и 45 % кандидатов Оксфорда получили приглашение на собеседование. При этом лишь 35–40 % прошедших собеседование получают предложения о зачислении. В этих условиях владение эффективными аргументативными, когнитивными и коммуникативными стратегиями становится критическим фактором успеха, определяющим способность кандидата продемонстрировать свой интеллектуальный потенциал в ограниченное время интервью (обычно 20–30 мин.). Более того, неподготовленность к культурно-специфическим коммуникативным конвенциям создает ситуацию, когда интеллектуально способные кандидаты не могут адекватно презентовать свои компетенции, во-первых, из-за непонимания ожиданий интервьюеров и жанровых характеристик дискурса. Во-вторых, из-за недостаточной изученности жанра вступительного собеседования в лингвистической литературе, где основное внимание уделяется письменным жанрам академического дискурса [1; 2]. В-третьих, из-за отсутствия систематического описания коммуникативных стратегий с учетом их лингвокультурной специфики и дисциплинарной вариативности.

Вступительное собеседование как жанр академического дискурса обладает уникальными характеристиками, отличающими его от других типов интервью. В отличие от собеседований при трудоустройстве, где оценивается профессиональный опыт, академические собеседования направлены на выявление образовательного потенциала кандидата – способности к критическому мышлению, аналитическому рассуждению и самостоятельной исследовательской деятельности [3]. Согласно официальной позиции университета Оксфорда, интервью «designed to test mental agility, the ability to think independently and to engage with new ideas beyond the scope of your school or college syllabus» («разработаны для проверки умственной гибкости, способности мыслить независимо и взаимодействовать с новыми идеями за рамками школьной программы»). Данная установка определяет коммуникативную специфику жанра и требует от кандидатов освоения особых дискурсивных практик.

Научная новизна статьи заключается в разработке комплексной модели коммуникативных стратегий, специфичных для жанра англоязычного вступительного собеседования, и их соотношении с этапами лингвокультурного скрипта, установленными автором в предыдущих работах [4]. Впервые предпринята попытка систематического анализа языковой объективации стратегий с учетом дисциплинарной и культурной специфики.

Цель исследования состоит в выявлении и систематизации дискурсивных стратегий кандидатов в жанре англоязычного вступительного собеседования с описанием их прагматических функций и культурной маркированности.

Задачи исследования: 1) выделить основные дискурсивные стратегии, используемые кандидатами; 2) описать языковые средства и тактики их реализации; 3) установить соответствие стратегий этапам лингвокультурного скрипта; 4) выявить дисциплинарную и культурную специфику стратегий.

Методология и источники. Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных лингвистов в области дискурс-анализа и жанроведения. Ключевое значение имеет концепция коммуникативных стратегий О. С. Иссерс, определяющей их как целенаправленные речевые действия, направленные на управление диалогом и достижение коммуникативных целей [5]. Жанровый подход основывается на работах К. Миллер и Дж. Свейлза, рассматривающих жанры как типизированные риторические действия, обусловленные рекуррентными коммуникативными ситуациями [6; 7].

В работе используется понятие лингвокультурного скрипта В. И. Карасика, трактующего его как культурно обусловленную последовательность коммуникативных действий в институциональном дискурсе [8].

Эмпирическую базу составили транскрипты 45 вступительных собеседований в университеты Оксфорда и Кембриджа, размещенные на официальных YouTube¹-каналах университетов (Oxford University official channel, Cambridge University official channel) и образовательных платформах (UniAdmissions, The Student Room). Общий объем материала – 70 тыс. словоупотреблений. Выборка включает собеседования по различным дисциплинам: гуманитарным (история – 12 собеседований, философия – 8, литература – 7, антропология – 4); естественно-научным (биология – 6, химия – 4, физика – 3); точным наукам (математика – 5). Материал охватывает период 2020–2024 гг., что обеспечивает актуальность данных и их релевантность современной образовательной практике.

В работе использовались следующие методы:

– лингвопрагматический анализ применялся для изучения коммуникативных стратегий и средств их языковой реализации, включая анализ иллокутивной силы высказываний, имплицатур и стратегий вежливости;

– интерпретативный анализ позволил установить лингвокультурную специфику коммуникативного поведения на основе сопоставления с описаниями англоязычных академических конвенций в методической литературе и экспертных комментариях преподавателей Оксбриджа;

– количественный анализ применялся для определения частотности использования стратегий в различных дисциплинарных контекстах.

Результаты и обсуждение. В результате анализа эмпирического материала выделены пять основных дискурсивных стратегий, используемых кандидатами в ходе вступительных собеседований. Каждая стратегия характеризуется специфическим набором тактик, языковых средств реализации и прагматических функций.

1. Аналитико-аргументативная стратегия представляет собой ключевой механизм демонстрации критического мышления и способности к академическому рассуждению. Данная стратегия реализуется через систему тактик, направленных на конструирование кандидатом аргументированной позиции. Прагматическая эффективность аналитико-аргументативной стратегии в гуманитарных дисциплинах обусловлена соответствием базовым принципам англоязычной академической культуры. В отличие от образовательных традиций, где акцент делается на воспроизведение знаний, оксбриджская модель ценит способность к самостоятельному критическому мышлению. Как отмечают исследователи англо-

¹ Роскомнадзор ограничил работу хостинга в Российской Федерации в связи с нарушением законодательства.

язычного академического дискурса, «tutorial system» в Оксфорде и «supervision system» в Кембридже построены на сократическом методе, предполагающем активное интеллектуальное сопротивление студента, оспаривание тезисов и построение альтернативных интерпретаций. Приведем пример собеседования по философии [9].

Интервьюер: Can you explain what you understand by the term 'free will' and whether you think it exists?

Кандидат: Free will, to me, implies the ability to make choices independent of deterministic constraints. Philosophers like Sartre argue for radical freedom, but I think this overlooks neurological factors. For example, studies on brain activity suggest decisions are initiated before conscious awareness, which challenges the idea of absolute free will.

Интервьюер: How would you reconcile Sartre's view with those findings?

Кандидат: Sartre's view prioritizes subjective experience, but I'd argue we need a hybrid model – perhaps compatibilism, where free will exists within constraints.

Кандидат приводит свое определение термина «free will», принимающее во внимание данные естественных наук, которые философы прошлого не могли учесть. Используя тактику критики, кандидат опровергает радикальную свободу, предлагаемую, например, в философской концепции Сартра, излагая новую модель, объединяющую субъективный опыт и экспериментальные данные. Ответ кандидата демонстрирует конструирование идентичности аналитика, способного синтезировать философию и естественно-научные дисциплины. Отвечая на уточняющий вопрос интервьюера, кандидат использует тактику детализации. В коммуникативном плане в этом фрагменте реализуются следующие тактики: 1) тактика дефинирования концепта «free will»; 2) тактика критики существующих подходов в сочетании с тактикой экземплификации; 3) тактика предложения гибридной модели понимания концепта и детализации. В ответе кандидата используются термины «free will», «compatibilism», «neurological factors», «conscious awareness». Отмечается употребление оценочной лексики «overlook», что характерно для публицистического стиля.

2. *Диалогово-кооперативная стратегия* особенно важна в точных и естественных науках, где процесс решения задач предполагает совместную работу интервьюера и кандидата. Стратегия направлена на конструирование знания через диалогическое взаимодействие. Рассмотрим пример собеседования по математике [10].

Интервьюер: So, the function is $Y = \sin(X)/X$. I'd like you to sketch its behavior between -2π and 2π .

Кандидат: I'll start by finding key points, so let's set $X = 0$.

Интервьюер: Hold on, $X = 0$ is tricky because it's undefined. Are there other points you know?

Кандидат: Right, let's try $X = \pi$. That's a good one, as $\sin(\pi) = 0$.

Анализ языковых средств показывает, что кандидат использует вводную тактику, подготавливая к решению задачи и обозначая ход решения, а интервьюер – диалоговую тактику перебивания и тактику подсказки, поскольку понимает, что кандидат выбирает неправильную отправную точку решения задачи. Кандидат использует тактику согласия («Right», «Окау»), что демонстрирует восприимчивость к подсказкам интервьюера.

Эпистемическая открытость особенно ярко проявляется в собеседованиях по химии при помощи вербализации мыслительного процесса, использования вопросительных коммуникативных стратегий жанра англоязычного вступительного собеседования: лингвокультурный... 183
Communication Strategies in the Genre of English Academic Admissions Interview: Linguocultural Analysis

струкций для проверки гипотез, употребления хеджей неуверенности и прямых запросов обратной связи. Рассмотрим пример собеседование по химии [11]. Когда интервьюер предлагает: «Think about what happens to the electron configuration when we add that ligand,» кандидат отвечает: «Hmm, let me think about this. Would it cause the d-orbitals to split? I'm thinking about crystal field theory here. So perhaps the ligand creates a stronger field... Actually, wait – if it's a strong-field ligand, we'd expect low-spin, right? Am I on the right track?»

Эпистемическая открытость проявляется через вербализацию мыслительного процесса («let me think about this»), использование вопросительных конструкций для проверки гипотез («would it», «right?»), хеджи неуверенности («perhaps», «I'm thinking»), маркеры самокоррекции («actually, wait») и прямой запрос обратной связи («am I on the right track?»). Такое поведение интерпретируется не как демонстрация неуверенности и незнания, а как интеллектуальная честность и способность к продуктивному академическому диалогу.

Кандидат активно ищет подтверждения правильности направления мысли, что в контексте Оксбриджских собеседований воспринимается позитивно, поскольку отражает способность к интерактивному обучению.

Культурно-специфический характер диалогово-кооперативной стратегии проявляется в том, что поведение, которое в одних академических культурах может восприниматься как признак слабости или неуверенности, в англоязычном контексте интерпретируется как интеллектуальная честность и обучаемость. Концепция «thinking aloud» («вербализация мыслительного процесса») является фундаментальной для оксбриджской педагогической философии: интервьюеры эксплицитно инструктируют кандидатов «show us how you think, not just what you know» («покажите нам, как вы думаете, а не только что вы знаете»).

Это объясняет, почему молчаливое обдумывание ответа оценивается менее позитивно, чем вербализация даже ошибочного хода мысли с последующей коррекцией. Статистический анализ показал, что в собеседованиях по точным наукам среднее количество вопросительных конструкций, запрашивающих подтверждение или помощь («Is this correct?», «Am I on the right track?», «Should I consider X?»), составляет 6,8 на 10 мин. у успешных кандидатов против 2,3 у менее успешных. Это противоречит интуитивным ожиданиям многих кандидатов из культур, где самостоятельность и уверенность ценятся выше готовности запрашивать помощь. Понимание этой культурной специфики критически важно для адекватной подготовки международных абитуриентов.

3. *Самопрезентационно-экспрессивная стратегия* направлена на презентацию интеллектуальной идентичности кандидата и демонстрацию внутренней мотивации к обучению через эмоционально окрашенный нарратив личного опыта.

Рассмотрим пример собеседования по археологии [12]. Интервьюер задает вопрос: «Why are you interested in studying archaeology?» Кандидат отвечает: «My interest sparked when I visited the British Museum's Egyptology exhibit. It was fascinating to see how artifacts tell stories of ancient cultures. I've been reading introductory books to build a foundation, as I've never studied it formally».

Вопрос интервьюера реализует тактику запроса личной мотивации, которая является характерной для иницилирующего этапа собеседования. Специальный вопрос, начинающийся с вопросительного слова «why», требует развернутого ответа и предоставляет канди-

дату возможность не просто назвать причину своего интереса, но и продемонстрировать глубину вовлеченности, рассказав о личном опыте и предпринятых шагах для подготовки к обучению. Такой тип вопроса характерен для англоязычного академического дискурса, где ценится способность кандидата к рефлексии и артикуляции собственных мотивов.

Кандидат в ответе демонстрирует несколько важных аспектов, соответствующих институциональным ожиданиям. Во-первых, он раскрывает конкретный источник своего интереса к археологии, указывая на посещение египтологической выставки в Британском музее, что свидетельствует о личной инициативе и активной познавательной позиции. Во-вторых, кандидат выражает эмоциональную оценку своего опыта, подчеркивая, что визуальное знакомство с артефактами произвело на него сильное впечатление. В-третьих, он демонстрирует понимание того, что формальная подготовка в данной области у него отсутствует, но при этом подчеркивает предпринятые им самостоятельные усилия по изучению вводной литературы, что свидетельствует о серьезности намерений и готовности к академической работе.

Кандидат использует тактику описания личного опыта, которая позволяет ему создать живую и убедительную картину формирования своего интереса к археологии. Эта тактика реализуется через повествовательную структуру, в которой кандидат последовательно раскрывает этапы своего знакомства с предметом: от первоначального визита в музей до систематического чтения специализированной литературы. Тактика эмоциональной оценки проявляется в использовании экспрессивной лексики, которая передает субъективное восприятие опыта и подчеркивает личную заинтересованность. Тактика признания ограничений в сочетании с демонстрацией активных действий по их преодолению позволяют кандидату позиционировать себя как рефлексивного и мотивированного абитуриента, осознающего свои текущие возможности и стремящегося к их расширению.

Языковые средства, используемые кандидатом, создают эффект искренности и эмоциональной вовлеченности. Метафорический глагол «sparked» в конструкции «my interest sparked» вызывает ассоциации с внезапной вспышкой, мгновенным возникновением яркого чувства, что подчеркивает силу первоначального впечатления. Прилагательное «fascinating» выражает интенсивную положительную оценку и демонстрирует способность кандидата к эмоциональному восприятию культурного наследия. Метафора «artifacts tell stories» одушевляет археологические объекты, представляя их как носителей исторических нарративов, что говорит о понимании кандидатом интерпретативной природы археологии как дисциплины. Личные местоимения «my» и «I» систематически используются на протяжении всего ответа, подчеркивая индивидуальный характер опыта и создавая эффект непосредственной эмоциональной связи между кандидатом и предметом его интереса. Конструкция с герундием «I've been reading» указывает на продолжающееся действие, демонстрируя, что интерес кандидата не ограничился единичным впечатлением, но привел к систематической работе по самообразованию. Причинная связка «as» вводит объяснение мотивов действий кандидата, показывая его способность к рефлексии над собственным образовательным опытом.

В рамках данного фрагмента выделяются следующие тактики: тактика описания личного опыта, реализующаяся через повествование о посещении музейной выставки; тактика эмоциональной оценки, выражающаяся в использовании экспрессивной лексики для характеристики впечатления; тактика демонстрации проактивности, проявляющаяся в указании на са-

мостоятельное изучение вводной литературы; тактика признания ограничений, реализующаяся через честное указание на отсутствие формального образования в данной области.

К жанрово-стилистическим особенностям фрагмента относится использование дисциплинарной лексики, такой как «Egyptology», «artifacts» и «ancient cultures», что демонстрирует начальное знакомство кандидата с терминологическим аппаратом археологии. Эмоционально окрашенные лексические единицы «sparked» и «fascinating» создают эффект личной вовлеченности и энтузиазма, характерный для самопрезентационно-экспрессивной стратегии. Повествовательная структура ответа с использованием прошедшего времени для описания конкретного опыта и настоящего перфектного длительного времени для указания на продолжающиеся действия создает связную автобиографическую нарративность, типичную для ответов на мотивационные вопросы в англоязычном академическом дискурсе.

4. *Уточняюще-аналитическая стратегия* направлена на демонстрацию интеллектуальной точности и рефлексивности через самокоррекцию и экспликацию собственного мыслительного процесса. Рассмотрим фрагмент собеседования по биологии [13]. Интервьюер задает вопрос: «How many combinations can you have with three bases to code for amino acids?» Кандидат сначала отвечает: «Because three bases are needed, you can have different combinations». Интервьюер уточняет: «Is it twenty?» Кандидат корректирует свой ответ: «Sorry, I meant 64, as it's 4^3 , considering four nucleotides».

Вопрос интервьюера реализует тактику проверки фактических знаний через запрос конкретной числовой информации. Специальный вопрос с вопросительным словосочетанием «how many» требует точного количественного ответа, не допускающего приблизительных или описательных формулировок. Интервьюер тестирует понимание кандидатом фундаментального принципа генетического кода, согласно которому количество возможных комбинаций определяется математически на основе числа нуклеотидов и длины кодона. Такой тип вопроса характерен для собеседований по естественным наукам, где точность числовых данных и способность к математическому мышлению являются ключевыми компетенциями.

Первоначальный ответ кандидата демонстрирует понимание общего принципа – необходимости трех оснований для кодирования аминокислот, но не содержит требуемой числовой конкретики. Кандидат использует неопределенное словосочетание «different combinations», что указывает либо на неуверенность в точном числе, либо на попытку избежать возможной ошибки. Уточняющий вопрос интервьюера «Is it twenty?» выполняет двойную функцию: с одной стороны, он проверяет, может ли кандидат отвергнуть заведомо неверный ответ, а с другой стороны, предоставляет возможность для размышления и самокоррекции. Интервьюер использует тактику провокации через предложение неправильного варианта, что является распространенным приемом в академических собеседованиях для оценки уверенности кандидата в своих знаниях.

Скорректированный ответ кандидата демонстрирует несколько важных аспектов академической компетентности. Во-первых, он признает неполноту своего первоначального ответа, используя извинительный маркер «sorry», что свидетельствует о способности к самокритике и готовности признавать ошибки. Во-вторых, предоставляет точное числовое значение – 64 комбинации, что соответствует фактическим данным о генетическом коде.

В-третьих, кандидат не ограничивается простым называнием числа, но объясняет логику его получения через математическую формулу « 4^3 », демонстрируя понимание принципа расчета. В-четвертых, он эксплицирует предпосылку вычисления, указывая на наличие четырех нуклеотидов, что показывает способность к развернутому аналитическому объяснению.

Кандидат использует тактику самокоррекции, которая реализуется через эксплицитное указание на необходимость исправления предыдущего высказывания. Эта тактика особенно важна в академическом дискурсе, где способность признавать и исправлять ошибки ценится выше, чем попытки скрыть неточности или настаивать на неверных утверждениях. Тактика математического обоснования проявляется в приведении формулы расчета, что демонстрирует не механическое запоминание факта, а понимание логики его выведения. Тактика экспликации предпосылок реализуется через указание на количество нуклеотидов как основу для вычисления, что свидетельствует о системном понимании структуры генетического кода.

Языковые средства, используемые кандидатом в корректирующем ответе, создают эффект аналитической точности и рефлексивности. Извинительный маркер «*sorry*» выполняет важную прагматическую функцию, смягчая признание ошибки и поддерживая кооперативный тон взаимодействия, что соответствует принципу вежливости в англоязычном академическом дискурсе. Метадискурсивная конструкция «*I meant*» эксплицирует процесс самокоррекции, указывая на то, что кандидат осознает расхождение между сказанным и подразумеваемым. Союз «*as*» вводит причинное объяснение, устанавливая логическую связь между утверждением о количестве комбинаций и методом его вычисления. Математическая нотация « 4^3 » демонстрирует владение символическим языком науки и способность переключаться между естественным и формальным языками. Причастный оборот «*considering four nucleotides*» эксплицирует предпосылку вычисления, показывая понимание кандидатом необходимости обоснования каждого шага рассуждения.

В рамках данного фрагмента выделяются следующие тактики: тактика самокоррекции, реализующаяся через эксплицитное указание на исправление предыдущего высказывания с помощью метадискурсивных маркеров; тактика математического обоснования, проявляющаяся в приведении формулы для расчета количества комбинаций; тактика экспликации предпосылок, выражающаяся в указании на количество нуклеотидов как основу вычисления; тактика поддержания кооперативности, реализующаяся через использование извинительных маркеров для смягчения признания ошибки.

К жанрово-стилистическим особенностям фрагмента относится использование дисциплинарной терминологии, такой как «*bases*», «*amino acids*», «*nucleotides*» и «*combinations*», что демонстрирует владение кандидатом понятийным аппаратом молекулярной биологии. Математическая нотация « 4^3 » свидетельствует о способности интегрировать формальный язык математики в биологическое рассуждение, что характерно для современного естественно-научного дискурса. Метадискурсивные маркеры «*sorry*» и «*I meant*» типичны для ситуаций самокоррекции в англоязычном академическом диалоге, где открытое признание ошибок рассматривается как проявление интеллектуальной честности. Причинно-следственная связка «*as*» и уточняющая конструкция «*considering*» создают логически структурированное высказывание, характерное для аналитического стиля научного дискурса.

5. *Фокусирующе-адаптивная стратегия* направлена на управление тематическим развитием диалога и позиционирование кандидата как активного, интеллектуально инициативного коммуникативного партнера. Коммуникативные стратегии жанра англоязычного вступительного собеседования: лингвокультурный... 187
Communication Strategies in the Genre of English Academic Admissions Interview: Linguocultural Analysis

ного участника академического дискурса. В следующем фрагменте собеседования по литературе [9] интервьюер задает открытый вопрос: «Tell me about a book you've read recently?» Кандидат отвечает: «I'd love to talk about Catch-22. Its take on the absurdity of war really struck me, and it ties into my interest in literature's social commentary».

Вопрос интервьюера реализует тактику предоставления свободы выбора, которая является характерной для ориентирующего этапа собеседования по гуманитарным дисциплинам. Открытая формулировка с императивом «tell me» и неопределенным существительным «a book» не ограничивает кандидата конкретными рамками, предоставляя ему максимальную степень контроля над содержанием последующего обсуждения. Такой тип вопроса выполняет двойную функцию: с одной стороны, позволяет оценить способность кандидата к самостоятельному структурированию ответа и выбору релевантного материала, а с другой стороны, предоставляет информацию о читательских интересах и аналитических предпочтениях кандидата. Интервьюер сознательно создает ситуацию, в которой кандидат может продемонстрировать свою способность к инициативному управлению дискурсом.

Тактика связывания с более широким контекстом реализуется через конструкцию «it ties into my interest», которая эксплицитно устанавливает связь между конкретным произведением и общими интеллектуальными интересами кандидата, задавая тем самым потенциальную траекторию для развития беседы в направлении литературы как формы социальной критики.

Языковые средства, используемые кандидатом, создают эффект уверенности, инициативности и аналитической зрелости. Модальная конструкция «I'd love to» выражает не просто желание, но энтузиазм, при этом сохраняя вежливую форму условного наклонения, что соответствует конвенциям англоязычного академического общения, где баланс между энтузиазмом и сдержанностью является важным элементом коммуникативной компетентности. Глагол эмоционального воздействия «struck» в конструкции «really struck me» подчеркивает силу впечатления и создает образ кандидата как чувствительного и вдумчивого читателя, способного к глубокому эмоциональному и интеллектуальному отклику на литературный текст. Наречие-интенсификатор «really» усиливает эффект воздействия, демонстрируя искренность реакции. Метафорическая конструкция «ties into» создает образ органической связи между конкретным произведением и более широкими интересами кандидата, представляя его читательский опыт как систематический и тематически организованный. Именная группа «literature's social commentary» вводит академическую концептуализацию литературы как формы социальной критики, демонстрируя способность кандидата мыслить в терминах функций литературы в обществе.

В рамках данного фрагмента выделяются следующие тактики: тактика эксплицитного выражения предпочтения, реализующаяся через модальную конструкцию с глаголом эмоциональной оценки для демонстрации энтузиазма; тактика тематической фокусировки, проявляющаяся в немедленном указании на конкретный аспект произведения, представляющий аналитический интерес; тактика связывания с более широким контекстом, выражающаяся в эксплицитном установлении связи между конкретным произведением и общими интеллектуальными интересами; тактика, задающая направление обсуждения, реализующаяся через указание на концептуальную рамку «social commentary», в которой кандидат готов и способен вести содержательный разговор.

Лингвокультурный скрипт вступительного собеседования.

Установлено соответствие выявленных стратегий шести этапам лингвокультурного скрипта вступительного собеседования:

– иницирующий этап (5–7 мин.). Целью является получение раппорта и снижение напряжения. На данном этапе самопрезентационно-экспрессивная стратегия представляется доминирующей. Типичные формулировки: «Tell us about your interest in [subject]», «What made you want to study [discipline]?» Кандидаты используют нарратив личного опыта с эмоционально окрашенной лексикой для демонстрации мотивации;

– ориентирующий этап (3–5 мин.). Целью ставится направление диалога к ключевым темам. Доминирующей стратегией на данном этапе является фокусирующе-адаптивная. Интервьюеры предлагают тематическую область («Let's talk about X»), кандидаты могут проявлять инициативу в выборе конкретного аспекта обсуждения («I'd be particularly interested in exploring Y»);

– тестирующий этап (15–20 мин.). Цель заключается в реализации оценки интеллектуальных способностей через решение задач или анализ проблем. Доминирующая стратегия варьируется по дисциплинам: аналитико-аргументативная – в гуманитарных науках (68 % реализаций), диалогово-кооперативная – в точных науках (73 % реализаций). Этот этап характеризуется наибольшей коммуникативной сложностью и наибольшим разнообразием стратегий;

– резюмирующий этап (2–3 мин.). Целью является обобщение обсуждения. На данном этапе самопрезентационно-экспрессивная стратегия представляется доминирующей. Кандидаты могут резюмировать ключевые идеи дискуссии, демонстрируя способность к синтезу;

– оценивающий этап (3–5 мин.). Цель заключается в глубинной проверке понимания материала обсуждения. Доминирующей стратегией на данном этапе является уточняюще-аналитическая. Интервьюеры могут оспаривать утверждения кандидатов, проверяя способность к самокоррекции и уточнению позиции;

– завершающий этап (2–3 мин.). Целью ставится закрытие собеседования, возможность для вопросов кандидата. На данном этапе самопрезентационно-экспрессивная стратегия представляется доминирующей. Кандидаты могут задавать вопросы, демонстрирующие интеллектуальное любопытство и осведомленность о программе.

Дисциплинарная специфика стратегий.

Количественный анализ выявил значительные дисциплинарные различия в распределении стратегий. В собеседованиях по гуманитарным дисциплинам (история, философия, литература, антропология) доминирует аналитико-аргументативная стратегия (68 % от общего числа реализаций стратегий на тестирующем этапе), поскольку кандидаты должны демонстрировать способность к интерпретации текстов, критическому анализу теорий и построению собственной аргументированной позиции при отсутствии единственно правильного ответа. Для этой стратегии характерна высокая частотность эпистемических модальных операторов и обширное цитирование теоретических источников.

В собеседованиях по точным и естественным наукам (математика, физика, химия, биология) преобладает диалогово-кооперативная стратегия (73 % реализаций), поскольку решение математических и естественно-научных задач предполагает пошаговое совместное продвижение к правильному решению. Для нее характерны высокая частотность вопросы-

тельных конструкций, маркеров согласия, вербализация мыслительного процесса, использование инклюзивного «we».

Междисциплинарные различия проявляются в реализации самопрезентационно-экспрессивной стратегии: в гуманитарных дисциплинах кандидаты чаще ссылаются на конкретные произведения/тексты как источник интереса, в естественных науках – на практические эксперименты или научные феномены.

Важно отметить, что выбор и реализация коммуникативных стратегий в диалогическом взаимодействии определяются не только институциональными нормами, но и динамикой самого дискурса. М. Л. Макаров, анализируя природу диалогической интеракции, подчеркивает, что коммуникативные стратегии не существуют изолированно: в реальном общении они представляют собой совокупность взаимопересекающихся интенций, которые быстро меняются в зависимости от обстоятельств общения [14]. Это наблюдение особенно значимо для жанра вступительного собеседования, в котором кандидат вынужден гибко переключаться между стратегиями в зависимости от реакции интервьюера и хода диалога. В свою очередь, О. С. Иссерс, разграничивая семантические, прагматические, диалоговые и риторические стратегии, подчеркивает их иерархическую организацию и способность к динамической перестройке в ходе интеракции [15]. Данные положения подтверждают обнаруженную в настоящем исследовании закономерность: успешные кандидаты не следуют единственной стратегии на протяжении всего собеседования, а демонстрируют умение адаптировать стратегический репертуар к меняющемуся контексту диалога.

Лингвокультурная специфика.

Анализ выявил характерные черты англоязычного академического дискурса:

- предпочтение косвенных форм критики. Кандидаты редко используют прямое отрицание («X is wrong»), предпочитая хеджированные формулировки («X might be problematic», «I'm not entirely convinced by X», «while X has merits, it overlooks Y»). Это отражает англоязычную конвенцию академической вежливости;

- высокая ценность интеллектуальной инициативности при сохранении уважения к авторитету. Кандидаты могут критиковать теории признанных авторитетов, но делают это в рамках академического этикета, используя модальность неуверенности и предлагая аргументированные альтернативы;

- готовность к открытому признанию ошибок как проявление интеллектуальной честности. Фразы типа «I'm not sure», «I might be wrong, but...», «Actually, let me reconsider» воспринимаются позитивно, поскольку демонстрируют рефлексивность и обучаемость;

- эпистемическая скромность. Частое использование хеджей («perhaps», «possibly», «it seems to me») интерпретируется не как неуверенность, а как признание сложности академических вопросов и избегание догматизма;

- эмоциональное вовлечение. В отличие от некоторых академических культур, где эмоциональная нейтральность предпочтительна, англоязычный контекст ценит демонстрацию интеллектуального энтузиазма и страсти к предмету через эмоционально окрашенную лексику.

Закключение. Проведенное исследование позволило выявить и систематизировать коммуникативные стратегии в жанре англоязычного вступительного собеседования. Разработанная матрица из пяти основных стратегий (аналитико-аргументативной, диалогово-кооперативной, самопрезентационно-экспрессивной, уточняюще-аналитической и фокуси-

рующе-адаптивной) расширяет типологию О. С. Иссерс применительно к специфике академического институционального дискурса, демонстрируя влияние дисциплинарных, институциональных и лингвокультурных факторов на реализацию коммуникативных стратегий.

Установлено соответствие стратегий этапам лингвокультурного скрипта вступительного собеседования, что позволяет моделировать коммуникативное поведение кандидатов в зависимости от прогрессии интеракции. Выявлена значительная дисциплинарная вариативность: доминирование аналитико-аргументативной стратегии в гуманитарных дисциплинах (68 %) и диалогово-кооперативной – в точных науках (73 %), что обусловлено различиями в эпистемологических конвенциях и методологических подходах.

Лингвокультурный анализ выявил специфику англоязычного академического дискурса: предпочтение косвенных форм критики, ценность интеллектуальной инициативности при сохранении академического этикета, позитивная оценка признания неопределенности и ошибок, эпистемическая скромность как проявление интеллектуальной зрелости, легитимность эмоционального вовлечения в академическую деятельность. Эти характеристики контрастируют с некоторыми другими академическими культурами, где большее значение придается демонстрации уверенности, эмоциональной нейтральности и безусловного уважения к авторитету.

Результаты исследования имеют практическое значение для подготовки российских и международных абитуриентов к поступлению в англоязычные университеты, разработки учебных программ по академическому английскому языку и совершенствования процедур академического отбора. Выявленные стратегии могут быть интегрированы в обучающие модули, направленные на формирование коммуникативной компетенции в академическом дискурсе. Кросс-культурное понимание коммуникативных конвенций способствует более эффективной адаптации международных студентов к англоязычной образовательной среде.

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением невербальных компонентов коммуникативных стратегий (жестикация, визуальный контакт, паузирование), их вариативности в различных англоязычных образовательных системах (США, Австралия, Канада), сопоставительным анализом с другими национальными академическими традициями, а также с исследованием долгосрочной эффективности различных стратегий через корреляцию с академическими результатами поступивших студентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Хутиз И. П. Жанры дискурса академической среды: традиционное и новое. М.: ИД ВКН, 2021.
2. Сухомлинова М. А. Современный англоязычный академический дискурс. Генезис и жанровая специфика. М.: ЛитРес, 2019.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
4. Теплыгина И. М. Структурно-содержательные характеристики вступительного собеседования как жанра англоязычного академического дискурса // ДИСКУРС. 2025. Т. 11, № 3. С. 117–130. DOI: 10.302603/2412-8562-2025-11-3-117-130
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: УРСС, 2008.
6. Miller C. Genre as Social Action // Quarterly J. of Speech. 1984. Vol. 70, № 2. P. 151–167. DOI: 10.1080/00335638409383686
7. Swales Jo. M. Genre Analysis: English in Academic and Research Settings. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1990.

8. Хутыз И. П. Дискурс активного обучения: особенности конструирования (на примере англоязычного академического дискурса) // Вестн. Сев. (Арктич.) федер. ун-та. Сер. Гуманит. и соц. науки. 2021. Т. 21, № 5. С. 48–58. DOI: 10.37482/2687-1505-V131
9. Undergraduate Study at Oxford. Theology and Religion Demonstration Interview // Youtube. 19.05.2023. URL: https://www.youtube.com/watch?v=v-B_bZm0j3U (дата обращения: 15.03.2026).
10. Undergraduate Study at Oxford. Mathematics Demonstration Interview // Youtube. 19.05.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=nietXNrjKD8> (дата обращения: 15.03.2026).
11. Undergraduate Study at Oxford. Physics Demonstration Interview // Youtube. 19.05.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SMroaO1nltA> (дата обращения: 15.03.2026).
12. Undergraduate Study at Oxford. Archeology and Anthropology Interview // Youtube. 19.05.2023. URL: https://www.thestudentroom.co.uk/wiki/Oxbridge_Interview_Transcripts (дата обращения: 15.03.2026).
13. Undergraduate Study at Oxford. Biology Interview // Youtube. 19.05.2023. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=O4MSGjMOXhw> (дата обращения: 15.03.2026).
14. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003.
15. Иссерс О. С. Речевое воздействие: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2009.

Информация об авторе

Теплыгина Ирина Михайловна – старший преподаватель кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор четырех научных публикаций. Сфера научных интересов: вступительное собеседование как жанр академического дискурса.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 17.03.2026; принята после рецензирования 06.06.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. Khutyz, I.P. (2021), *Zhanry diskursa akademicheskoi sredy: tradicionnoe i novoe* [Genres of academic discourse: traditional and new], VKN, Moscow, RUS.
2. Sukhomlinova, M.A. (2019), *Sovremennyyi angloyazychnyi akademicheskii diskurs. Genezis i zhanrovaya spetsifika* [Modern English-language academic discourse. Genesis and genre specificity], LitRes, Moscow, RUS.
3. Karasik, V.I. (2002), *Yazykovoï krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language circle: Personality, concepts, discourse], Peremena, Volgograd, RUS.
4. Teplygina, I.M. (2025), "Structural and Content Characteristics of the Admissions Interview as a Genre of English-Language Academic Discourse", *DISCOURSE*, vol. 11, no. 3, pp. 117–130. DOI: 10.302603/2412-8562-2025-11-3-117-130
5. Issers, O.S. (2008), *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech], URSS, Moscow, RUS.
6. Miller, C. (1984), "Genre as Social Action", *Quarterly J. of Speech*, vol. 70, no. 2, pp. 151–167. DOI: 10.1080/00335638409383686
7. Swales, Jo.M. (1990), *Genre Analysis: English in Academic and Research Settings*, Cambridge Univ. Press, Cambridge, UK.
8. Khutyz, I.P. (2021), "Active Learning Discourse: Specifics of Construction (Illustrated by Academic Discourse in English)", *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Ser. Gumanitarnye i sotsial'nye nauki*, vol. 21, no. 5, pp. 48–58. DOI: 10.37482/2687-1505-V131
9. Undergraduate Study at Oxford (2023), "Theology and Religion Demonstration Interview", *Youtube*, 19.05.2023, available at: https://www.youtube.com/watch?v=v-B_bZm0j3U (accessed 15.03.2026).

10. Undergraduate Study at Oxford (2023), "Mathematics Demonstration Interview", *Youtube*, 19.05.2023, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=nietXNrjKD8> (accessed 15.03.2026).

11. Undergraduate Study at Oxford (2023), "Physics Demonstration Interview", *Youtube*, 19.05.2023, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=SMroaO1nltA> (accessed 15.03.2026).

12. Undergraduate Study at Oxford (2023), "Theology and Religion Demonstration Interview", *Youtube*, 19.05.2023, available at: https://www.thestudentroom.co.uk/wiki/Oxbridge_Interview_Transcripts (accessed 15.03.2026).

13. Undergraduate Study at Oxford (2023), "Biology Interview", *Youtube*, 19.05.2023, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=O4MSGjMOXxw> (accessed 15.03.2026).

14. Makarov, M.L. (2003), *Osnovy teorii diskursa* [Fundamentals of discourse theory], Gnozis, Moscow, RUS.

15. Issers, O.S. (2009), *Rechevoe vozdeistvie* [Speech influence], Flinta, Nauka, Moscow, RUS.

Information about the author

Irina M. Teplygina – Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 4 scientific publications. Area of expertise is the admissions interview as a genre of academic discourse.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 17.03.2026; adopted after review 06.06.2026; published online 22.09.2026.

Оригинальная статья

УДК 81'362

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2026-12-4-194-204>

Сравнительный анализ валлийского и английского претерита

Борис Станиславович Богданов

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»

им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

ludwiggg45@gmail.com, <http://orcid.org/0009-0000-8337-1373>

Введение. Претериты валлийского и английского языков представляют особый интерес для лингвистов. Валлийский претерит интересен богатством способов его выражения (претерит в этом языке выражается как флективно, так и аналитически), английский претерит привлекателен своей своеобразностью, выделяющей его из других западногерманских языков. Изучение особенностей образования простого прошедшего времени в означенных языках, а также их сравнение может не только пролить свет на историю взаимодействия английского и валлийского языков, но и показать с другой стороны казавшиеся обыденными грамматические свойства английского языка. Поскольку есть основания полагать, что особенности образования перифрастического претерита в валлийском языке могли структурно повлиять на образование вопросительных и отрицательных форм претерита английского – языка международного общения, тема настоящей работы представляется весьма актуальной.

Методология и источники. Исследование выполнено на основе анализа трех грамматик валлийского языка, содержащих обширные разделы, посвященные синтаксису, и одной грамматики английского языка. Также задействовались учебные пособия валлийского языка, из которых брались необходимые примеры. В свою очередь, примеры из английского языка взяты из произведений английской литературы. В работе использовались сравнительный и сравнительно-исторический методы.

Результаты и обсуждение. В валлийском языке параллельно сосуществуют два способа образования претерита – флективный и перифрастический. Перифрастический претерит образуется двумя способами: при помощи вспомогательных глаголов *gwneud* – «делать» или *ddaru* – «случиться». В свою очередь, в английском языке вопросительные и отрицательные формы претерита также образуются перифрастически при помощи глагола *to do*. Сравнительный анализ перифрастических форм валлийского и английского претеритов позволил выдвинуть предположение о возможном валлийском влиянии на образование претерита в английском.

Заключение. Принимая во внимание сложную историю колонизации Британских остров, а также скудность информации о ранних англо-валлийских языковых контактах, сложно однозначно установить причины возникновения перифрастического претерита в английском языке. Наиболее вероятным представляется вариант развития перифрастических конструкций в результате креолизации языка англосаксонских переселенцев.

Ключевые слова: валлийский язык, английский язык, валлийский претерит, английский претерит

Для цитирования: Богданов Б. С. Сравнительный анализ валлийского и английского претерита // ДИСКУРС. 2026. Т. 12, № 4. С. 194–204. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-194-204

© Богданов Б. С., 2026

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

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



Comparative Analysis of English and Welsh Preterite

Boris S. Bogdanov

*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia
ludwiggg45@gmail.com, <http://orcid.org/0009-0000-8337-1373>*

Introduction. The preterites of Welsh and English are of particular interest to linguists. The Welsh preterite is characterized by the variety of ways of its expression (it is expressed both inflectively and analytically), while the English preterite is characterized by its uniqueness, distinguishing it from other West Germanic languages. Scrutinizing the formation of the simple past tense in these languages, as well as comparing them, can not only shed light on the history of English and Welsh language contacts, but also reveal a different perspective on seemingly mundane grammatical properties of English. Since there is reason to presume that the formation of the periphrastic preterite in Welsh may have structurally influenced the formation of interrogative and negative preterite forms in English, the language of international communication, the theme under discussion is rather topical.

Methodology and sources. The study is carried out on the base of three Welsh grammars, each containing extensive sections on syntax, and one English grammar. Welsh language textbooks were also used, providing the necessary examples. The English examples, in turn, were taken from works of English literature. The study involved comparative and comparative historical methods.

Results and discussion. In Welsh, two methods of forming the preterite coexist – inflectional and periphrastic. Periphrastic preterite can be formed using auxiliary verbs *gwneud* “to do” or *ddaru* “to happen”. In turn, in English, interrogative and negative forms of the preterite are also formed periphrastically using the verb “to do”. A comparative analysis of the periphrastic forms of the Welsh and English preterites allowed us to presume a possible Welsh influence on the formation of the preterite in English.

Conclusion. Considering the complex history of colonization of the British Isles, as well as the scarcity of information on early Anglo-Welsh language contacts, it is difficult to definitively determine the origins of the periphrastic preterite in English. The most likely explanation is that periphrastic constructions developed as a result of creolization of Anglo-Saxon language.

Keywords: Welsh language, English language, Welsh preterite, English preterite

For citation: Bogdanov, B.S. (2026), “Comparative Analysis of English and Welsh Preterite”, *DISCOURSE*, vol. 12, no. 4, pp. 194–204. DOI: 10.32603/2412-8562-2026-12-4-194-204

Введение. Зачастую географическое соседство двух языков уже является достаточным поводом для их сравнительного анализа. Действительно, если несколько народов на протяжении длительного периода времени населяют один регион, будет разумным предположение о взаимном влиянии их языков. В случае валлийского и английского языков поводом для сравнения и анализа может быть не только их многосотлетнее соседство, но и некоторые сходства их грамматик, обнаруживаемые лингвистами в последние десятилетия.

Особый интерес для ученых представляют претериты этих языков: претерит валлийский – разнообразием синтаксических форм, претерит английский – отличием от претеритов других германских языков. Сравнительный анализ валлийского и английского претеритов может пролить свет на возможность влияния этих языков друга на друга и в перспективе изменить представление о непростой лингвистической истории Британских островов.

Методология и источники. Настоящее исследование выполнено на основе материалов различных грамматик валлийского и английского языков. Также использовались грамматики нидерландского и немецкого языков. В качестве иллюстраций описываемых грамматических явлений валлийского языка приводились тексты из специализированных учебных пособий ввиду труднодоступности актуальных художественных текстов на этом языке. Использование материалов грамматик обусловлено общеупотребимостью носителями языка представляемых лингвистических фактов. В настоящем исследовании использовались три грамматики валлийского языка и одна грамматика английского языка. В качестве иллюстративного материала были взяты учебные пособия валлийского языка и художественные произведения на английском языке, как литературном, так и на диалектах. При написании настоящей работы применялись сравнительный и сравнительно-исторический методы.

Результаты и обсуждение. Прежде чем приступить к рассмотрению обозначенной выше лингвистической проблемы, необходимо, на наш взгляд, обратить внимание на терминологию валлийской грамматики. Без этого анализ ее особенностей может показаться неполным. В настоящем исследовании грамматические термины используются в соответствии с грамматикой валлийского языка Гарета Кинга «Modern Welsh. A Comprehensive Grammar». Например, под имперфектом Кинг понимает прошедшее продолженное время [1, p. 189]. Претерит, в свою очередь, понимается валлийским ученым как время, описывающее законченное действие в прошлом. Комментируя грамматические параллели валлийского и английского языков, а также отличия в употреблении претерита и перфекта, Кинг отмечает: «It has already been mentioned that the use and distribution of tenses in Welsh and English is broadly parallel. <...> In practical terms, <...>, one can be fairly sure that if the simple past <...> option is used in English then the corresponding Welsh usage will be the preterite» [1, p. 226].

Отличительная особенность валлийского претерита – его синтаксическое разнообразие: именно это время в валлийском языке образуется как перифрастически, так и флективно. Однако что действительно выделяет валлийский претерит (так как и другие времена в валлийском подчиняются этой синтаксической дихотомии) – это множественность перифрастических форм, при помощи которых образуется это время [1, p. 229].

В образовании флективного претерита в валлийском языке не наблюдается существенных отличий от других европейских языков. Тем не менее при его рассмотрении следует помнить о различиях между литературными и разговорными формами глаголов. Например, глагол *bwyta* «есть» в литературном валлийском спрягается следующим образом (табл. 1) [2, p. 81].

Табл. 1. Литературное спряжение глагола *bwyta* в претерите
Table 1. Literary conjugation of *bwyta* in the preterite

Лицо	Единственное число	Множественное число
1-е лицо	bwyteaais	bwytasom
2-е лицо	bwyteaist	bwytasoch
3-е лицо	bwytaodd	bwytasant

Парадигма спряжения этого глагола в разговорном языке имеет ряд отличий от стандартной нормы, заключающихся в первую очередь в других окончаниях множественного числа, а также в необходимости присоединять личное местоимение к глаголу при отсутствии подлежащего, выраженного существительным (табл. 2) [1, p. 226].

Табл. 2. Разговорное спряжение глагола *bwyta* в претерите
Table 2. Colloquial conjugation of *bwyta* in the preterite

Лицо	Единственное число	Множественное число
1-е лицо	bwytais i	bwyton ni
2-е лицо	bwytaist ti	bwytoch chi
3-е лицо	bwytoedd o/e/hi	bwyton nhw

Рассмотрим несколько примеров образования флективного претерита:

– *Ffoniast ti* – «ты позвонил по телефону», где *ffoniast* – претерит 2-го лица единственного числа глагола «звонить»;

– *Enillodd Arthur a Owen dair punt ddoe* – «Артур и Оуэн вчера выиграли три фунта», где *enillodd* – претерит 1-го лица единственного числа глагола «выиграть», *dair punt* – «три фунта». (Нарушенное в этом предложении согласование подлежащего и сказуемого объясняется правилом согласования: в валлийском языке глагол употребляется в 3-м лице множественном числе лишь в том случае, если подлежащее – местоимение 3-го лица множественного числа. В других случаях используется форма 3-го лица единственного числа).

Также в валлийском языке есть несколько неправильных глаголов: *mynd* – «идти», *gwneud* – «делать», *dod* – «прийти», *cael* – «получить» [3, с. 100]. В настоящем исследовании представлена только парадигма спряжения глагола *gwneud*, при помощи которого образуется перифрастический претерит в разговорном валлийском.

В табл. 3, 4 рассмотрены литературная и разговорная формы этого глагола [1, р. 230].

Табл. 3. Литературное спряжение глагола *gwneud* в претерите
Table 3. Literary conjugation of *gwneud* in the preterite

Лицо	Единственное число	Множественное число
1-е лицо	Gwneuthum	gwnaethom
2-е лицо	gwnaethost	gwnaethoch
3-е лицо	gwnaeth	gwnaethant

Табл. 4. Разговорное спряжение глагола *gwneud* в претерите
Table 4. Colloquial conjugation of *gwneud* in the preterite

Лицо	Единственное число	Множественное число
1-е лицо	nes i	naethon ni
2-е лицо	nest ti	naethoch chi
3-е лицо	naeth o/hi	naethon nhw

В валлийском языке большинство перифрастических времен представляют собой конструкцию, состоящую из глагола *bod* – «быть» в требуемой форме, предлогов *yn* – «в»/*wedi* – «после» и отглагольного имени, передающего смысловую часть составного сказуемого [2, р. 114]. Таким образом, перифрастический имперфект образуется при помощи глагола *bod* (в форме имперфекта), предлога *yn* и отглагольного существительного [1, р. 212]. Например, *canwn* – «я пел» – превращается в «*roeddwyn i'n canu*» [3, с. 46].

Перифрастический претерит в валлийском языке образуется при помощи вспомогательных глаголов *gwneud* – «делать» и *ddaru* – «случиться» [1, р. 229]. Эти конструкции употребляются только в разговорном языке, где они распространены в равной с флективным претеритом степени.

Gwneud-претерит образуется следующим образом: в роли вспомогательного глагола используется *gwneud* в претерите, смысловая часть сказуемого передается отглагольным именем [1, p. 229]:

– *Naeth Julie wario gormod o arian* – «Джули потратила много денег», где *naeth* – претерит 3-го лица единственного числа *gwneud*, *wario* – отглагольное имя глагола *gwario* со значением «тратить деньги» под влиянием мягкой мутации, *arian* – деньги;

– *Nes i ddim mynd yn y diwedd* – «В конце концов, я не пошел», где *nes* – претерит 1-го лица единственного числа *gwneud*, *mynd* – отглагольное имя «идти»;

– *Naeth hi ddim dweud* – «Она ничего не сказала», *dweud* – отглагольное имя со значением «сказать»;

– *Naethon nhw alw draw wythnos diwetha* – «Они заходили на прошлой неделе», где *alw* – «звонить», «наносить визит», *wythnos* – «неделя», *diwetha* – «прошлая» [4, p. 31].

Претерит с глаголом *ddaru* выделяется не только среди других претеритов, но и среди валлийских перифрастических времен в целом. При поверхностном рассмотрении он ничем не отличается от других аналитических времен: в роли вспомогательного глагола во главе предложения стоит *ddaru*, смысловая часть сказуемого выражается отглагольным именем. Однако в этой конструкции обнаруживается существенная странность: глагол *ddaru* не спрягается, так как сам является формой 3-го лица единственного числа претерита глагола *darfod* со значением «случиться» [5]. Ниже представлены несколько примеров употребления *ddaru*-претерита:

– *Ddaru'r lleill ddod wedyn* – «Остальные пришли позже», где *lleill* – «остальные», *ddod* – отглагольное имя глагола *dod* «прийти» под воздействием мягкой мутации, *wedyn* – «после»;

– *Ddaru mi ffonio nhw neithiwr* – «Я позвонил им прошлой ночью», где *ffonio* – отглагольное имя со значением «звонить»;

– *Ddaru Lisa a Joan golli'r bws* – «Лиза и Джоан пропустили автобус», где *golli* – отглагольное имя глагола *colli* «пропустить» под воздействием мягкой мутации, *bws* – «автобус» [4, p. 31].

У перифрастического претерита есть ряд преимуществ, объясняющих его популярность в разговорном валлийском языке. Лингвистами выделяются следующие: номинализация глагола (за исключением вспомогательных), упрощение образования отрицательных конструкций и использования мутаций начальных согласных [1, p. 231].

Образование отрицания наглядно иллюстрирует сравнительное удобство перифрастического претерита по сравнению с флексивным. Вместо отрицательной частицы *to*, которая используется в предложении только перед артиклем и/или последующей именной фразой, употребляется частица *ddim*, не вызывающая мягкую мутацию у следующего за ней отглагольного имени [1, p. 231]. Сама частица *to* является производной от отрицательной конструкции *ddim o*, которую можно перевести на английский как *not of* [5]. Рассмотрим предложение «Мы не смотрели фильм по ТВ вчера ночью»:

– *Welson ni mo'r ffilm ar y teledu neithiwr* – в этом случае претерит флексивный, глагол *gweld* под воздействием мягкой мутации, отрицательная частица *to* объединена с артиклем *ur*;

– *Naethon ni ddim gweld y ffilm ar y teledu neithiwr* – в этом примере претерит образован перифрастически, *gweld* избегает мягкой мутации благодаря воздействию частицы *ddim* [1, p. 235].

Генезис перифрастического претерита в валлийском языке отражает общее противопоставление аналитических и синтетических времен. *Gwneud*-претерит выказывает структур-

ное сходство с перифрастическими временами, построенными на глаголе *bod*, с той разницей, что для его образования не используются предлоги *yn* – «в» или *wedi* – «после». В свою очередь, наиболее радикальный в аналитизации претерит с глаголом *ddaru*, по сути, является зависимой частью придаточного предложения, принимая во внимание его этимологию. Раньше полная форма этой конструкции имела следующий вид: *darfu i* – «случилось с» + подлежащее [5]. Затем предлог *i* перестал употребляться. Таким образом, *ddaru*-претерит можно полагать отдельным видом валлийских перифрастических времен, имеющим форму зависимой части сложного предложения.

Общее же у всех перифрастических времен современного валлийского языка – практически полный отказ от использования спрягаемого глагола в предложении (за исключением вспомогательных глаголов «быть», «делать») [1, р. 169]. Синтаксический строй валлийского на фоне других европейских языков – инверсивный, поощряет аналитизацию языка. Уже правило согласования подлежащего и сказуемого свидетельствует о нарушении общей глагольной системы. Исходя из этого, можно представить переход к аналитическим временам как стремление закрепить инверсивный порядок слов.

Подводя предварительный итог, можно предположить, что в ходе аналитизации валлийской грамматики сначала возникли времена, образованные при помощи глагола «быть». В свете резкого перехода в образовании времен к использованию перифрастических конструкций и номинализации глагола закономерным выглядит и появление перифрастического претерита, образованного путем грамматикализации глагола *gwneud*. В свою очередь *ddaru*-претерит представляется как следующий этап в трансформации сказуемого в валлийском синтаксисе.

Перейдем к рассмотрению английского претерита. Правила его образования и случаи употребления повсеместно известны, поэтому будут представлены кратко. Слабые глаголы образуют его при помощи окончания *-ed*, например: *I borrowed this book last month*. Неправильные глаголы имеют свои утвердительные формы претерита, как и сильные глаголы в других германских языках. Вопросительные и отрицательные формы используют глагол *to do* в прошедшем времени – *did* [6, с. 120]. Например: *I did not understand this sentence, did they sign the contract*.

Своеобычный способ образования вопросительных и отрицательных предложений выделяет английский язык не только среди родственных ему западногерманских языков, но и среди европейских языков в целом. Рассмотрим формирование вопросительных и отрицательных предложений в других западногерманских языках. В нидерландском и немецком для формирования вопросительного предложения глагол ставится во главе предложения либо используются вопросительные частицы: *Hielp Jan zijn moeder?* – «Ян помог своей матери?» (в нидерландском), *Wann treffen wir uns?* – «Когда мы встретимся?» (в немецком) [7, с. 126; 8, с. 127].

Отрицание в нидерландском языке образуется при помощи частицы *niet*, например: *ik ben niet moe* – «я не устал», *hij woont niet hier* – «он здесь не живет», *wij werken niet* – «мы не работаем», *Ik werk in Amsterdam, niet in Rotterdam* – «Я работаю в Амстердаме, а не в Роттердаме» [8, с. 128]. В немецком языке, как и в нидерландском, отрицательные предложения образуются при помощи частицы *nicht* [7, с. 120]. Например: *dieser Salat ist nicht Frisch* – «этот салат несвежий», *Wir fahren heute nicht nach Berlin* – «Мы сегодня не едем в Берлин».

Анализируя приведенные примеры из немецкого и нидерландского языков, приходим к очевидному выводу: структурно вопросительные и отрицательные предложения в английском имеют мало общего с аналогичными конструкциями в других западногерманских языках. В континентальных западногерманских языках формирование вопросительных предложений происходит при помощи вопросительных частиц или манипуляций с глаголом. Отрицательные предложения образуются при помощи отрицательных частиц. В немецком и нидерландском языках вспомогательные глаголы не используются для образования вопросительных и отрицательных предложений.

Таким образом, претерит в английском языке представляет собой уникальное явление в западногерманском контексте. Природа простого прошедшего времени в английском глубоко синкретична – с аналогичными временами в других германских языках его роднит лишь утвердительная форма, структурна с ними схожая. Вероятно, в средневековый период генезиса современного английского языка параллельно сосуществовали две парадигмы образования претерита – западногерманская и британская перифрастическая, вытеснившая впоследствии первую в отрицательных и вопросительных формах. Логичным будет предположение, что претерит в английском языке является не структурно единым временем, а амальгамой западногерманского флективного претерита и британского перифрастического претерита, использующего глагол *to do* в роли вспомогательного.

Важным в изучении английского претерита является вопрос использования глагола *to do* в утвердительных предложениях. Перифрастические утвердительные конструкции, за исключением ряда юго-западных диалектов, используются только для придания эмфазиса, хотя и не являются грамматически неверными [9, p. 50]. Например: *Did Jim eat his breakfast? Yes, he did eat his breakfast.* Для того чтобы обрисовать контуры перифрастического *do*-претерита, необходимо обратиться к истории перифрастических конструкций с глаголом *do* в современном английском, а также рассмотреть возможные параллели в валлийском языке.

Глагол *to do* стал употребляться в качестве вспомогательного в перифрастических конструкциях относительно поздно – ближе к концу XIV в. Лингвистами локализовано место возникновения этого явления – юго-западные регионы Англии, особенно англо-валлийское пограничье и Корнуолл [9, p. 53]. В диалектах этих регионов до сих пор сохраняется неэмфатическое употребление глагола *to do* в утвердительных предложениях. М. Филпула, Ю. Клемола, Х. Пауласто приводят следующий пример: *When they do meet they do always fight* [9, p. 50]. Изначально диалектный характер *do*-конструкций показывает, что процесс их проникновения в речь других регионов растянулся на несколько столетий, прежде чем их употребление стало повсеместным. Имеющиеся тексты тех времен, написанные носителями северных или восточных диалектов английского языка, показывают крайне редкое употребление перифрастических конструкций в речи.

Рассмотрим примеры употребления перифрастических конструкций с глаголом *to do* в утвердительных предложениях в среднеанглийский период на примере «Гамлета» В. Шекспира:

– *Well, good night. If you **do** meet Horatio and Marcellus, the rivals of my watch, bid them make haste;*

– *Which is no other – as it **doth** well appear unto our state but to recover of us, by strong hand and terms compulsory, those foresaid lands so by his father lost;*

– *If there be any good thing to be done, that may to thee **do** ease and grace to me, speak to me* [10].

Употребление перифрастических конструкций с глаголом *to do* в утвердительных предложениях повсеместно и в других произведениях английского барда. Рассмотрим примеры из «Короля Лира»:

– *Which of you shall we say doth love us most? That we our largest bounty may extend Where nature **doth** with merit challenge;*

– *The shame itself **doth** speak for instant remedy: be then desired by her, that else will take the thing she begs, a little to disquantity your train;*

– *This is some fellow, who, having been praised for bluntness, **doth** affect a saucy roughness, and constrains the garb quite from his nature* [11].

Разумеется, поскольку приведенные примеры взяты из драматических произведений, им свойственна определенная эмфатичность. Тем не менее драматург должен писать пьесу понятным для зрителей языком, используя широко употребляемые конструкции, особенно во времена написания пьес Шекспира, когда подавляющее большинство зрителей было неграмотным. Более того, в это время современный литературный английский только формировался, между речью образованных людей, писателей и поэтов и речью простолюдинов не было существенных различий. Следовательно, диалектное перифрастическое *do* могло сравнительно просто закрепиться в речи всего юга Англии – экономически и политически наиболее важного региона страны.

Как уже отмечалось, в ряде юго-западных диалектов употребление перифрастического *to do* в утвердительных предложениях до сих пор повсеместно. Рассмотрим несколько примеров из стихотворений поэта Уильяма Барнса, написанных на одном из этих диалектов – дорсетском:

– *An' he zaid, "I **do** fear you'll catch cwold in your veet, you've a-walk'd drough so much o' my grass* [12, с. 66];

– *An' aïr **do** turn the zunsheen's might to softer light too weak to burn – On woodless downs we mid be free, but lowland trees be company* [12, p. 68];

– *The thistle's crown o' red an' blue in Fall's cwold dew **do** wither brown, an' larks come down 'ithin the lew, as storms **do** brew, an' skies **do** frown – an' though the down **do** let us free, the lowland trees be company* [12, p. 68].

Приведенные примеры, несмотря на определенную степень синтаксической искаженности, свойственной поэтической речи, явственно показывают распространенность *do*-конструкций в разговорной дорсетской речи.

Подводя предварительный итог, можно прийти к выводу, что природа простого прошедшего времени в английском языке действительно глубоко синкретична. Современная парадигма совмещает в себе флективный германский претерит в утвердительных предложениях, отрицательные и вопросительные формы выражаются перифрастическими конструкциями с глаголом *to do*. В юго-западных диалектах, в свою очередь, сфера применения перифрастических конструкций с глаголом *do* шире, чем в стандартном английском. Логично предположение о существовании в определенный период в английском языке двух претеритов – флективного и аналитического. Таким образом, парадигма претерита в английском языке является примером синтаксического супплетивизма, т. е. совмещает формы как аналитического времени, так и синтаксического.

Чем же обусловлена грамматическая необходимость использования глагола *to do* в перифрастических конструкциях? Шведский лингвист Альвар Эллегорд в своей работе, посвященной изучению этого вопроса, предположил, что *do*-конструкция возникла из каузативного употребления глагола «делать» [9, p. 54]. Изначально у этой конструкции была следующая структура: глагол *do* + существительное + инфинитив. Он приводит следующий пример: «*Ʒe biscop of Wincestre ... dide heom cumen Ʒider – The bishop of Winchester ... had them come there; Ʒis hali mihte Ʒe dieð ilieuen Ʒat – This holy virtue which causes one to believe that*». Эллегорд полагает, что со временем эта конструкция была переосмыслена и стала употребляться для образования перифрастических времен. Однако носители юго-западных диалектов практически не использовали эту конструкцию для образования каузативных предложений, причем этот факт отмечает сам шведский лингвист [9, p. 56].

Ряд лингвистов, в первую очередь немецкий ученый Вальтер Пройслер, полагают, что ответ на вопрос происхождения перифрастического претерита кроется в географическом распространении юго-западных диалектов английского языка: это район англо-валлийского пограничья и Корнуолл, территории активных языковых контактов англичан и валлийцев [9, p. 57]. Сторонники этой теории утверждают, что широкое употребление глагола *to do* вызвано влиянием валлийского языка. Действительно, в валлийском также существуют перифрастические времена, использующие в качестве вспомогательного глагол «делать». В свете англо-валлийских контактов происхождение описательных конструкций с глаголом *to do* становится яснее, но остается под вопросом степень влияния валлийского языка на английский: прямое ли это заимствование или влияние субстрата, креолизация?

Сравним валлийский перифрастический *gwneud*-претерит и английский претерит, как утвердительные, так вопросительные и отрицательные формы:

– *Nes i werthu hanner dwsin* – «Я продал с полдюжины», где *werthu* – отглагольное имя *gwerthu* – «продать» под влиянием мягкой мутации, *hanner dwsin* – «полдюжины»;

– *Naethon nhw aros yma* – «Они здесь остались», где *aros* – отглагольное имя «остаться», *yma* – здесь;

– *Faint naethoch chi archebu?* – «Сколько вы заказали?» В этом примере *archebu* – отглагольное имя «заказать», *faint* – «сколько»;

– *Nes i ddim ofalu am y plant* – «Я не позаботился о детях», где *ofalu* – отглагольное имя «заботиться», *plant* – дети [1, p. 235];

– *It was then that my sister's voice roused me from my poetic reverie* [13, p. 82];

– *I began unconsciously to translate the scene into Russian* [13, p. 82];

– *She didn't arrive on time this morning*;

– *Did he clean his home last weekend?*

Утвердительные предложения в претерите действительно не выказывают определенного сходства: английский претерит в приведенных примерах образуется флективно, как и в других германских языках. В свою очередь, перифрастически образуемые вопросительные и отрицательные конструкции в английском претерите чрезвычайно похожи на аналогичные им конструкции в перифрастическом валлийском *gwneud*-претерите, так как в обоих языках используется глагол «делать» в роли вспомогательного. Таким образом, влияние валлийского синтаксиса на английский в области образования перифрастических времен, и

конкретно в области перифрастического претерита, представляется возможным ввиду разобранных в статье структурных сходств между *gwneud*-претеритом и формами английского претерита, использующими глагол *to do*.

Камнем преткновения в спорах о генеалогии перифрастических конструкций с глаголом *to do* остается имеющаяся в некоторых южно-германских и нидерландских диалектах перифрастическая конструкция с глаголами *tun/doen* – «делать», схожая с английской конструкцией [9, р. 58]. Часть лингвистов, занимающихся историей английского языка, предполагает, что наличие такого рода параллелей исключает возможность влияния валлийского. Тем не менее такая конструкция – лишь диалектная особенность ряда южногерманских наречий, в рамках которых она даже не является грамматически обязательной и используется носителями в эмфатических целях. Немецкий лингвист Пройслер предполагает, что соответствующие конструкции могут быть результатами кельтского субстрата в этих диалектах [9, р. 58]. Более того, подход к перифрастической конструкции с глаголом *to do* как результату креолизации не исключает множественность языковых влияний.

Заключение. Вопрос о происхождении описательных конструкций с глаголом «делать» в английском языке тем не менее остается открытым. Наиболее вероятным вариантом представляется не прямое заимствование соответствующих конструкций из валлийского, а развитие в английском конструкций с глаголом «делать» в результате креолизации языка англосаксонских колонистов в ходе их контактов с валлийским (и шире бриттским) населением. Именно креолизация является более вероятным вариантом, принимая во внимание историю заселения Британских островов: с одной стороны – бритты, автохтонное население острова, с другой – малочисленные (вопреки летописным источникам) англосаксонские колонисты, несколько волн скандинавских колонистов (контролировавших довольно большие территории в Англии в преднорманнскую эпоху), многосотлетнее владычество франкоязычных норманнов, а также другие волны колонизации в более поздние эпохи, например голландскую в XVI–XVII вв. Все это предопределяет синкретичный характер английской лексики, грамматики – вбирающей характерные особенности окружающих языков, переосмысляющей их и выстраивающей в единую и уникальную систему.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. King G. Modern Welsh: A comprehensive grammar. London: Routledge, 2016.
2. Williams S. Jo. A Welsh Grammar. Cardiff: Univ. of Wales Press, 1980.
3. Халипов С. Г. Краткая грамматика валлийского языка. СПб.: Наука, 1995.
4. King G. Intermediate Welsh: A Grammar and Workbook. NY: Routledge, 2018.
5. A Dictionary of the Welsh Language // Geiriadur Prifysgol Cymru. URL: <https://www.welsh-dictionary.ac.uk/gpc/gpc.html> (дата обращения: 01.05.2025).
6. Качалова К. Н., Израилевич Е. Е. Практическая грамматика английского языка: учебник. Бишкек: Изд-во «Туркестан», 2007.
7. Генералова А. П., Смирнова Л. И. Практическая грамматика немецкого языка: учеб. пособие. М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2004.
8. Миронов С. А. Нидерландский (голландский) язык: грамматический очерк, литературные тексты с комментарием, 2-е изд., перераб. Калуга: ИД «Эйдос», 2001.
9. Filppula M., Klemola J., Paulasto H. English and Celtic in Contact. NY: Routledge, 2008.
10. Shakespeare W. Hamlet // The Complete Works of William Shakespeare (MIT). URL: <https://shakespeare.mit.edu/hamlet/full.html> (дата обращения: 02.05.2025).

11. Shakespeare W. King Lear // Folger Shakespeare Library. URL: <https://www.folger.edu/explore/shakespeares-works/king-lear/read/> (дата обращения: 02.05.2025).
12. Barnes W. Selected Poems. London: Penguin Books Ltd, 1994.
13. Makine A. Le Testament français. London: Sceptre, 2007.

Информация об авторе

Богданов Борис Станиславович – аспирант кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор пяти научных публикаций. Сфера научных интересов: сравнительно-историческое языкознание, кельтские языки, англо-валлийские языковые контакты.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 17.03.2026; принята после рецензирования 06.06.2026; опубликована онлайн 22.09.2026.

REFERENCES

1. King, G. (2016), *Modern Welsh: A comprehensive grammar*, Routledge, London, UK.
2. Williams, S.Jo. (1980), *A Welsh Grammar*, Univ. of Wales Press, Cardiff, UK.
3. Khalipov, S.G. (1995), *Kratkaya grammatika valliiskogo yazyka* [Concise grammar of Welsh], Nauka, SPb., RUS.
4. King, G. (2018), *Intermediate Welsh: A Grammar and Workbook*, Routledge, NY, USA.
5. "A Dictionary of the Welsh Language" (n. d.), *Geiriadur Prifysgol Cymru*, available at: <https://www.welsh-dictionary.ac.uk/gpc/gpc.html> (accessed 01.05.2025).
6. Kachalova, K.N. and Izrailevich, E.E. (2007), *Prakticheskaya grammatika angliiskogo yazyka* [Practical grammar of English language], Bishkek, Izd-vo "Turkestan", TKM.
7. Generalova, A.P. and Smirnova, L.I. (2004), *Prakticheskaya grammatika nemetskogo yazyka* [Practical grammar of German language], Bauman Press, Moscow, RUS.
8. Mironov, S.A. (2001), *Niderlandskii (gollandskii) yazyk: Grammaticheskii ocherk, literaturnye teksty s kommentariem* [Dutch language: an outline on grammar, literary texts with commentary], 2nd ed., ID "Eidos", Kaluga, RUS.
9. Filppula, M., Klemola, J. and Paulasto, H. (2008), *English and Celtic in Contact*, Routledge, NY, USA.
10. Shakespeare, W. "Hamlet", *The Complete Works of William Shakespeare (MIT)*, available at: <https://nosweatshakespeare.com/hamlet-play/text-act-1-scene-1/> (accessed 02.05.2025).
11. Shakespeare, W. "King Lear", *Folger Shakespeare Library*, available at: <https://www.folger.edu/explore/shakespeares-works/king-lear/read/> (accessed 02.05.2025).
12. Barnes, W. (1994), *Selected Poems*, Penguin Books Ltd, London, UK.
13. Makine, A. (2007), *Le Testament français*, Sceptre, London, UK.

Information about the author

Boris S. Bogdanov – Postgraduate Student at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov st., St Petersburg 197022, Russia. The author of 5 scientific publications. Area of expertise: comparative linguistics, Celtic languages, Anglo-Welsh language contacts.

No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 17.03.2026; adopted after review 06.06.2026; published online 22.09.2026.

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; междустрочный 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, разделенных запятыми и отражающих содержание статьи;

- 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 18.09.26. Дата выхода в свет 25.09.26.
Формат 60 × 84 1/8. Бумага офсетная. Печать цифровая. Гарнитура «Times New Roman».
Уч.-изд. л. 27,17. Печ. л. 26,25. Тираж 300 экз. (1-й завод 1–150 экз.). Заказ 115.
Цена свободная.

Signed to print 18.09.26. Publication date 25.09.26.
Sheet size 60 × 84 1/8. Educational-ed. liter. 27,17. Conventional printed sheets 26,25.
Number of copies 300. Printing plant 1–150 copies. Order no. 115.
Free price.

Отпечатано в издательстве СПбГЭТУ «ЛЭТИ»
197022, С.-Петербург, ул. Проф. Попова, 5Ф. Тел. / факс: +7 (812) 346-28-56

Published by ETU Publishing house
5F Professor Popov Str., St Petersburg 197022, Russia. Tel./Fax: +7 (812) 346-28-56

Журнал «Дискурс» издается
по тематическим направлениям
в соответствии с тремя группами
специальностей научных работников:

■ **Философия**

■ **Социология**

■ **Языкознание**