

**Язык
Коммуникация
Общество**

Язык. Коммуникация. Общество

Учредитель и издатель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» (СПбГЭУ).
Журнал издается с 2023 г., выходит четыре раза в год.

Языки: русский, английский.

Редакция журнала: 191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4. E-mail: ics_journal@unecon.ru.
Сайт: <https://unecon.ru/nauka/izdaniya/>.

Редакционная коллегия

Главный редактор:

А.Д. Кривоносов, д-р филол. наук, проф.,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет, СПб., Россия

Заместители главного редактора:

И.В. Кононова, д-р филол. наук, доц., **А.А. Пруцких**, канд. филол. наук, доц.,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет, СПб., Россия

Ч. Байчун, д-р филос. наук, проф. (Китай), **Р.А. Бурханов**, д-р филос. наук, проф., **И.И. Волкова**, д-р филол. наук, доц.,
Е.А. Гончарова, д-р филол. наук, проф., **Е.Н. Ежова**, д-р филол. наук, проф., **В.И. Ивченков**, д-р филол. наук, проф. (Белоруссия),
Л.А. Капитанова, д-р филол. наук, проф., **В.И. Карасик**, д-р филол. наук, проф., **Е.Ю. Кармалова**, д-р филол. наук, доц.,
Х.Н. Кафтанджиев, д-р филол. наук, проф. (Болгария), **К.В. Киуру**, д-р филол. наук, проф., **Т.А. Клепикова**, д-р филол. наук, доц.,
Л.А. Кочетова, д-р филол. наук, проф., **Т.Ю. Лебедева**, д-р филол. наук, проф. (Франция), **О.В. Магировская**, д-р филол. наук, доц.,
О.Д. Маслбоева, канд. филос. наук, доц., **Г.С. Мельник**, д-р полит. наук, проф., **Е.А. Нильсен**, д-р филол. наук, проф.,
В.Н. Степанов, д-р филол. наук, проф., **Ю.Г. Тимралиева**, д-р филол. наук, доц., **С.Л. Фокин**, д-р филол. наук, доц., **Г.В. Хомелев**, д-р филос. наук, проф., **М.Г. Шилина**, д-р филол. наук, доц., **Л.В. Шиповалова**, д-р филос. наук, проф.

Ответственный секретарь:

Е.Г. Сулова, канд. филол. наук, доц.,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, СПб., Россия

Технический секретарь:

А.Ю. Бомбин, ассистент,
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет, СПб., Россия

Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. №1 (1). 126 с.

О журнале:

Электронный научный журнал «Язык. Коммуникация. Общество» (Санкт-Петербургский государственный экономический университет) основан в 2022 году с целью расширения единого научного и образовательного пространства. Журнал представляет результаты научных исследований российских и зарубежных ученых по социогуманитарным проблемам развития общества и публикует научно-исследовательские статьи и критические научные рецензии на русском и английском языках в области трех научных дисциплин: философия (научные специальности 5.7.1 «Онтология и теория познания»; 5.7.2 «История философии»); лингвистика (научные специальности 5.9.6 «Языки народов зарубежных стран (германские языки)»; 5.9.8. «Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика»); коммуникативистика (научная специальность 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика»).

Цель журнала:

создать информационную площадку, которая может обеспечить научное сообщество результатами анализа теоретических и эмпирических проблем в области философии, лингвистики, рекламы, связей с общественностью и медиакоммуникаций.

Задачи журнала:

— публикация оригинальных результатов научных исследований по вопросам философии, лингвистики, коммуникативистики, полученных широким кругом авторов из российских и зарубежных научных организаций;
— осуществление научной коммуникации между российскими и зарубежными специалистами по лингвистике, коммуникациям, философии, работающим в различных научных организациях;
— интеграция возможностей мультидисциплинарного подхода к социогуманитарным исследованиям.

© СПбГЭУ, 2023

Language. Communication. Society

Founder and publisher: Saint Petersburg State University of Economics (SPbSUE).

The magazine has been published since 2023 and is published four times a year.

Languages: Russian, English.

Editorial address: 191023, St. Petersburg, Moskatelny lane, 4.
E-mail: ics_journal@unecon.ru.
Сайт: <https://unecon.ru/nauka/izdaniya/>.

The editorial board

Editor-in-Chief:

Alexey D. Krivososov, Doctor of Philology, Professor,
St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia.

Deputy Editors-in-Chief:

Inna V. Kononova, Doctor of Philology, Associate Professor, **Andrei A. Prutsikh**, Candidate of Philology, Associate Professor,
St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

Zhang Baichun, Dr. philos. science, Prof. (China), **Raphael A. Burkhanov**, Dr. philos. science, Prof., **Irina I. Volkova**, Dr. philol. science, Assoc. Prof., **Elena A. Goncharova**, Dr. philol. science, Prof., **Elena N. Yezhova**, Dr. philol. science, Prof., **Viktor I. Ivchenkov**, Dr. philol. science, Prof. (Belarus), **Ludmila A. Capitanova**, Dr. philol. science, Prof., **Vladimir I. Karasik**, Dr. philol. science, Prof., **Elena Yu. Karmalova**, Dr. philol. science, Assoc. Prof., **Hristo N. Kaffandzhiev**, Dr. philol. science, Prof. (Bulgaria), **Konstantin V. Kiuru**, Dr. philol. science, Prof., **Tatyana A. Klepikova**, Dr. philol. science, Assoc. Prof., **Larisa A. Kochetova**, Dr. philol. science, prof., **Tatyana Yu. Lebedeva**, Dr. philol. science, Prof. (France), **Oksana V. Magirovskaya**, Dr. philol. science, Assoc. Prof., **Olga D. Masloboeva**, Cand. philos. science, Assoc. Prof., **Galina S. Melnik**, Dr. polit. science, Prof., **Elena A. Nilsen**, Dr. philol. science, Prof., **Valentin N. Stepanov**, Dr. philol. science, Prof., **Julia G. Timralieva**, Dr. philol. science, Assoc. Prof., **Sergey L. Fokin**, Dr. philol. science, Assoc. Prof., **Gennady V. Khomelev**, Dr. philos. science, Assoc. Prof., **Marina G. Shilina**, Dr. philol. science, Assoc. Prof., **Lada V. Shipovalova**, Dr. philos. science, Prof.

Executive Secretary:

Ekaterina G. Suslova, Can. philol. science,
Assoc. Prof., St. Petersburg State University of
Economics, St. Petersburg, Russia

Technical Secretary:

Andrei Yu. Bombin, assistant,
St. Petersburg State University of Economics,
St. Petersburg, Russia

Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 126 p.

About the journal:

Digital scientific journal "Language. Communication. The Society" (St. Petersburg State University of Economics) was founded in 2022 with the aim of expanding the unified scientific and educational space. The journal presents the results of scientific research by Russian and foreign scientists on socio-humanitarian problems of society development and publishes research articles and critical scientific reviews in Russian and English in the field of three scientific disciplines: philosophy (scientific specialties 5.7.1 "Ontology and theory of knowledge"; 5.7.2 "History of Philosophy"); linguistics (scientific specialties 5.9.6 "Languages of peoples of foreign countries (Germanic languages); 5.9.8. "Theoretical, applied and comparative linguistics"); communication studies (scientific specialty 5.9.9. "Media communications and journalism").

Purpose of the journal:

to create an information platform that can provide the scientific community with the results of the analysis of theoretical and empirical problems in the field of philosophy, linguistics, advertising, public relations and media communications.

Mission of the journal:

- publication of original research results on philosophy, linguistics, and communication studies obtained by a wide range of authors from Russian and foreign scientific organizations;
- implementation of scientific communication between Russian and foreign specialists in linguistics, communications, philosophy working in various scientific organizations;
- integration of the possibilities of a multidisciplinary approach to socio-humanitarian research.

© SPbSUE, 2023

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

Раздел 1. ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ 5

Разумовская В.А. Перевод непереводаемого: вторичный текст как пастиш и оммаж 5

Стеблецова А.О. Научный текст в аспекте сопоставительного анализа: обзор современных исследований 18

Шипова И.А. Языковые приемы речевой манипуляции адресатом в художественном тексте анализа (на материале новеллы Э.Т.А. Гофмана 28

Раздел 2. МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА 42

Герасимов С.В. Событие как коммуникационная технология: эволюция процесса 42

Ежова Е.Н., Мирзоева Д.Б. PR-технологии продвижения туристской дестинации на основе принципов ESG (на примере курортов Кавказских минеральных вод) 53

Степанов В.Н. Медиастратегии продвижения образовательной организации в титульных и нетитульных сообществах в социальных сетях 67

Раздел 3. ФИЛОСОФИЯ 86

Веричева К.В. Проблема интерсубъективности и коммуникативной рациональности в современной зарубежной философии: генезис и перспективы 86

Гусева Е.А., Панфилова М.И. О пользе «бесполезного» знания и философии в современном ВУЗе 100

Ермилов Е.А. Медиабельность как условие трансформации рациональности и форм чувственности 114

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ 125

Раздел 1. ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

УДК 81-115

*Разумовская Вероника Адольфовна*Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия,
veronica_raz@hotmail.com, AuthorID: 574559, ORCID: 0000-0002-0751-7964

ПЕРЕВОД НЕПЕРЕВОДИМОГО: ВТОРИЧНЫЙ ТЕКСТ КАК ПАСТИШ И ОММАЖ

Автор обращается к некоторым творческим аспектам преодоления трудностей, возникающих при создании вторичных версий значимых, но исходно трудно переводимых текстов мировой литературы. В исследовании рассматриваются некоторые случаи создания вторичных версий «сильного» текста англоязычной художественной литературы, традиционно считающего крайне трудным для постижения его смысла и соответственно для передачи средствами других языковых систем. Основными методами исследования стали сравнительный, структурный и описательный, а также наблюдение и анализ научной литературы и критических обзоров, что соответствует комплексному подходу к рассматриваемой в статье проблематике. Герменевтический подход применяется преимущественно в траекториях дескрипции и прескрипции. Материалом анализа стал роман Дж. Джойса «Поминки по Феннегану» и переводоведческий дискурс, связанный с историей создания его иноязычных переводов. В дополнение к трем яacobsonianским видам перевода, выделяемым в соответствии с семиотической природой вторичных версий вербального оригинала, в работе используются понятия перевода-оммажа и перевода-пастича, предполагающие эмоционально-оценочное осмысление переводчиком оригинала, результатом которого становится появление транстекста – вариации на тему исходного текста, создаваемой в процессе его переосмысления и переработки. Использование понятий оммажа и пастича позволяет дополнить категориальную парадигму художественного переводоведения и расширить пределы переводимости и переведенности а priori семантико-семиотически сложного оригинала.

Ключевые слова: «сильный» художественный текст, неоднозначность информации, неисчерпаемость оригинала, вторичность, интерпретация, имитация, Дж. Джойс, «Поминки по Феннегану».



Разумовская В. А. Перевод непереводаемого: вторичный текст как пастича и оммаж // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. №1 (1). С. 5-17.

*Razumovskaya Veronica Adolfovna*Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia,
veronica_raz@hotmail.com, AuthorID: 574559, ORCID: 0000-0002-0751-7964

TRANSLATION OF THE UNTRANSLATABLE: SECONDARY TEXT AS PASTICHE AND HOMAGE

The article addresses some creative aspects of overcoming the difficulties that arise when creating secondary versions of significant but initially difficult to translate texts of world literature. The study examines some cases secondary versions creation of a “strong” text of English imaginative literature, which traditionally finds it extremely difficult to comprehend its meaning and, accordingly, to transmit by means of other language systems. The main research methods were comparative, structural and descriptive, as well as

observation and analysis of scientific papers and critical reviews, which corresponds to a complementary approach to the problems considered in the article. The hermeneutical approach is mainly applied in description and prescription tracks. The material of the analysis undertaken was the novel by J. Joyce “Finnegans Wake” and Translation Studies discourse related to the history of its foreign language translations creation. In addition to the three Jakobsonian types of translation distinguished in accordance with the semiotic nature of secondary versions of a verbal original, the concepts of homage translation and pastiche translation are used in the present study, which implies an emotional and evaluative interpretation of an original text by its translator, which results in the appearance of a transtext – a variation on the theme of a source text created in the process of its reinterpretation and revision. The usage of the concepts of homage and pastiche allows to complement the categorical paradigm of Literary Translation Studies and to expand the limits of translatability and translatedness of a priori semantically and semiotically challenging original text.

Keywords: “strong” literary text, information ambiguity, original text inexhaustibility, secondariness, interpretation, imitation, J. Joyce, “Finnegans Wake”.



Razumovskaya V. A. Translation of the untranslatable: secondary text as pastiche and homage. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 5-17.

Творчество – ингерентная сущность художественного перевода. В гуманитаристике художественный перевод традиционно считается особым видом коммуникативной деятельности, принадлежащей главным областям творчества человека – науке и искусству. Переводоведы и мастера художественного перевода в полной мере разделяют указанное мнение, называя данный вид перевода особым видом искусства, но не отказывая ему и в научной составляющей [Левый, 1974; Набоков, 2001; Чуковский, Федоров, 1930; Эткинд, 1970]. Более точным будет утверждать, что художественный перевод есть сплав искусства и науки, разделение которых не представляется возможным. В данном контексте большой интерес представляет взгляд на перевод исследователя, основная область научной деятельности которого далека от гуманитаристики. Так, в работе физика Дж. Кальоти, посвященной динамике неоднозначного и нарушениях симметрии в областях науки и искусства, эксплицируются идеи научного универсализма, предполагающего тесное взаимодействие гуманитарных и естественных наук [Caglioti, 1983]. Итальянский ученый убедительно отстаивает следующую точку зрения: творчество в науке и искусстве есть прямой результат интуитивного мышления, что и делает творчество универсальным явлением, а генерация ценной информации становится его главным результатом. Для художественного перевода ценной информацией, бесспорно, является информация эстетическая.

В силу признаваемой творческой природы художественный перевод не может быть сведен к конечному набору фиксированных правил, что определяет значительные различия в стратегиях, способах, приемах и, конечно, результатах перевода произведений художественной литературы. Несомненно, что различия в подходах к художественному переводу и его результатах во многом определяются особенностями каждого переводчика как уникальной творческой личности, его профессиональной подготовкой и

опытом, художественным вкусом и эстетическими предпочтениями. Поскольку художественный перевод является искусством, то, как любое искусство, оно глубоко субъективно и предполагает широкие возможности для интерпретации.

Художественный перевод – это одновременно и наука, и искусство, и переводческий опыт, а также и переводческое мастерство. Наукой перевод является в силу того, что он требует от переводчика глубокого знания языков, культур и литератур, встречающихся в каждом конкретном случае перевода, а также владения методологией, позволяющей эффективно использовать универсальные законы и категории науки, а также общие, частные и специальные теории перевода. К искусству художественный перевод относится на том неоспоримом основании, что он предполагает наличие у переводчика творческого подхода к решению задач, стоящих перед ним, литературного таланта и художественного вкуса, необходимых для воссоздания формально-содержательных параметров оригинального художественного текста в тексте перевода.

Художественный перевод признается художественным не только по причине того, что художественная литература является его объектом, но также и потому, что создателем вторичного текста должен быть только «художник». Известно мнение И. Бродского о том, что переводчик должен быть конгениален автору переводимого текста. При успешном выполнении перевода (при бесспорной сложности и спорности понятия «успешный перевод») эстетизм оригинала, воссозданный во вторичном тексте, может быть воспринят и осмыслен читателем перевода, который не имеет возможности воспринять текст на языке оригинала, в определенной мере (но никогда не в полной) аналогично восприятию читателя оригинала. При этом отметим, что перевод, определяемый как самостоятельное искусство, несомненно, есть искусство вторичное и, соответственно, вторичное художественное творчество: «Переводческое искусство, на первый взгляд, похоже на исполнительское искусство музыканта, актера, чтеца тем, что оно репродуцирует существующее художественное произведение, а не создает нечто абсолютно оригинальное, тем, что творческая свобода переводчика ограничена подлинником» [Виноградов, 1978: 8]. Вторичность искусства перевода отмечал и Е. Г. Эткинд, считая данный вид перевода вторичным, репродуктивным искусством, вторичным литературным творчеством [Эткинд, 1970].

Художественный перевод – это и личный опыт, поскольку каждый переводчик в каждом конкретном случае перевода при принятии решения на перевод обращается к собственным (нередко уникальные) решениям, которые были приняты им ранее. Но это также и коллективный опыт, так как при повторном переводе оригинала переводчик может познакомиться с уже созданными ранее его коллегами вторичными версиями переводимого оригинала, а также с идеями теоретиков и практиков художественного перевода в целом, которые отражены в частных и специальных теориях перевода. Гибридная и творческая сущность нашла отражение и в одном из определений художественного

перевода, в котором рассматриваемый вид переводческой деятельности описывается как «метатрансляционный, полисинтетический акт образно-интеллектуальной творческой деятельности переводчика. <...> особый когнитивно-эстетический, лингвокультурологический, прагмакоммуникативный, вербально-креативный и полипарадигматический способ перевыражения оригинального художественного текста...» [Мишкурин, 2010: 17–18]. Таким образом, к художественному переводу с полным правом применим неопределенный термин «art-science». Бесспорно, что соотношение составляющих науки и искусства в каждом конкретном случае варьируется и не подлежит точному определению, поскольку данные параметры не могут быть заданы переводчиком изначально и возникают непосредственно в процессе переводческой деятельности, то есть *ad hoc*.

Именно гибридная природа предполагает возможность рассмотрения теоретических и практических вопросов художественного перевода с привлечением широкого набора универсальных категорий науки и искусства, что обеспечивает действенный комплексный подход к ключевым проблемам данного вида коммуникативной деятельности.

Известно несколько причин появления перевода художественного текста: наличие интереса филологов, критиков, издателей, потенциальных читателей к творчеству автора оригинала или к литературе и культуре, к которой принадлежит оригинал (еще не имеющий перевода); устаревание или низкое качество уже существующих переводов и необходимость их замены; желание переводчика создать вторичную версию, которая может превзойти имеющиеся. Художественный оригинал в силу ингерентной эстетической природы не может оставлять переводчика (как гадамерского сверхчитателя «чужого» художественного текста и как творца нового, уже «своего» текста) равнодушным и вызывает палитру эмоций и чувств, что во многом определяет результат его творческой деятельности.

Перевод как имитация: случай «Поминок по Финнегану». В массиве вторичных художественных текстов, появившихся в результате процесса перевода, можно выделить особую группу, которая не может быть с уверенностью отнесена к случаям «чистого» перевода (при всей неоднозначности используемого определения). В данном случае речь идет о переводе-пастише, представляющим собой эстетическую имитацию в переводческой деятельности. Р. Дайер, предпринявший первое обширное исследование явления пастиша и определивший его как работы-коллажи, которые имитируют предшествующие произведения, обращает внимание на его малоизученность, но подчеркивает его широкое использование в искусстве (в частности, в литературном процессе). Автор считает, что у термина «пастиш» имеется два основных значения: (1) сочетание эстетических элементов или (2) эстетическая имитация [Дайер, 2021]. Оба значения в полной мере применимы к переводам, созданным как имитации текстов оригиналов.

Джойсовский текст – «сильное» и сверхнепонятное произведение. Причиной

появления перевода-пастиша также может стать высокая семантико-семиотическая сложность оригинала, лежащая в основе его ингерентной неперевоодимости, что и определило появление устойчивого мнения о том, что создание вторичного текста перевода такого оригинала является практически невыполнимой задачей. Наглядным примером *haut dubie* неперевоодимого художественного текста считается роман Дж. Джойса «Поминки по Финнегану» («*Finnegans Wake*») – ярчайший образец литературы постмодернизма, иллюстрация идей деконструкции (по Ж. Деррида, который высоко ценил джойсовский эксперимент и в разработке концепции отталкивался от его материала), примененных к литературному материалу.

В определенном смысле «Поминки» можно отнести к категории «сильных» художественных текстов литературы и, соответственно, культуры. Текст Джойса, бесспорно, соответствует ряду параметров такого рода текстов, сформулированных Н. А. Кузьминой – широкая известность в «своей» и «чужих» культурах, включение в образовательные программы, высокая эстетическая энергия, вступающая в резонанс с другими текстами литературы и культуры [Кузьмина, 2009]. При этом необходимо отметить, что важнейшей характеристикой «сильных» текстов является их высокая степень реинтерпретативности (переводимости) на другие формы «своего» языка, «чужих» языков и на «языки» различных видов искусств (других семиотических систем). Переводимость (и переведённость) оригинального текста основана на неоднозначности и неисчерпаемости его информации и служит наглядным свидетельством эстетической и культурной значимости текста, порождает явление переводной множественности (при широком понимании феномена перевода). Переводная множественность, прежде всего, предполагает вероятность наличия многочисленных (гипотетически бесконечных) вторичных текстов оригинала. В отношении «Поминок» параметр реинтерпретативности не работает в полной мере. Тем не менее можно утверждать, что указанное обстоятельство в значительной мере компенсируется «сверх-известностью» оригинального текста. Именно по причине известности джойсовские «Поминки» определяют как культовое произведение, причем культовым роман является и для тех, кто его даже ни разу не предпринял попытки его прочитать.

Примечательно, что для создания романа, реальное время действия которого охватывает одну дублинскую ночь (но символизирующую всю всемирную историю), представляющего сверхсложный «гипернарратив», сконструированный из бесконечного множества «гипонарративов», потребовалось 16 лет (1923-1939). Знакомство читателей с текстом началось с журнальных и книжных публикаций отрывков уже в процессе его создания под символическим названием «*Work in Progress*». До момента выхода в свет в 1939 году окончательного текста издавались и отдельные главы романа с соответствующими названиями. Уже после смерти автора опубликованы отрывки романа, обнаруженные в черновиках Джойса и не включенные им в издание 1939 года.

Роман-уроборос, повествование которого организовано по принципу цикличности, что определяет присутствие в тексте бесконечных повторов и возвращений, вызвал бурную и неоднозначную реакцию в литературном сообществе. Исследователи и читатели романа считают произведение авторской провокацией [Павлов, 2021]. За крайне странным и практически непонятным текстом прочно закрепились следующие определения: «текст-чудовище», «роман-абсурд», «книга ночи», «книга-шифр», «книга-сон», «языковая утопия», «концептуальный мультифрактал». В. В. Набоков хорошо знал и очень высоко ценил творчество ирландского писателя, но о «Поминках» отзывался крайне негативно: «...я терпеть не могу “Поминки по Финнегану”, где злокачественное разрастание прихотливой словесной ткани едва ли искупает это ужасное фольклорное веселье и простую, слишком понятную аллегория» [Набоков]. Сравнивая «Улисса» и «Поминки», Набоков считал последнее произведение неудавшимся и дал ему следующую образную негативную характеристику, которая регулярно приводится в исследованиях, посвященных «Поминкам»: «...это какая-то бесформенная серая масса подложного фольклора, не книга, а остывший пудинг, непрекращающийся храп из соседней комнаты...». И по прошествии многих десятилетий роман Джойса продолжает оставаться очень противоречивым и крайне сложным для понимания произведением. Несомненно, труднейшей задачей для читателя является дешифровка информации многослойного джойсовского текста, в котором все значимо, все имеет смысл: аббревиатуры, имена собственные, каламбуры, стихи и песни. Отдельной историей стало комментирование романа. Через 40 лет после публикации «Поминок» читатели романа получили уникальную возможность обратиться к комментариям-аннотациям, составленным Р. МакХью [McHugh, 1980]. Издание адресовано широкой читательской аудиторией и специалистам. В XXI веке создается корпус пояснений к роману («Finnegans Wake Extensible Elucidation Treasury»), в котором в декабре 2022 года было представлено 93 956 комментариев [Slepon (ed.)].

«Поминки» – художественное произведение с чрезвычайно высокой смысловой емкостью, с предельной степенью энтропии. Используя понятие остранения, вошедшего в гуманитарный дискурс после публикаций В. Шкловского, первая из которых появилась уже более ста лет назад [Шкловский, 1919], можно определить «Поминки» как «гимн» остранению или как остранение, возведенное в абсолют. Но если остранение предполагает снятие у читателей автоматизма восприятия и обращение особого внимания на отдельные фрагменты воспринимаемого текста в целях их понимания, то для джойсовского текста закон остранения практически не работает в силу использования его автором особенного нарративного рисунка и языкового материала.

В соответствии с авторским замыслом роман выполнен в технике «потока сознания» и представляет собой уникальный пример сверх-полилингвального произведения, являющегося сложной макаронической цепочкой бесконечных каламбуров,

многочисленных случаев игры слов и паронимической аттракции, неологизмов и контаминированных окказионализмов, созданных с привлечением материала многих языков (русский, китайский, японский и т.д.), а также мертвых языков, диалектов и аргос. Численные данные об используемых автором естественных языках варьируются в различных источниках [Джеймс Джойс]. Тем не менее, джойсоведы единодушно отмечают, что в тексте представлен материал нескольких десятков языков. Так, в исследовании Е. Ю. Гениевой сообщается, что в лексиконе «Поминок» только 20% лексических единиц являются английскими, тогда как вся остальная лексика – это конгломерат из 165 языков и диалектов (преимущественно индоевропейских); и около 50 000 слов – это слова-гапаксы, употребляемые в тексте один раз [Гениева, 2011]. Всего в оригинале обнаруживается более 1 700 иностранных слов, среди которых представлены многочисленные антропонимы, топонимы и гидронимы, принадлежащие «чужим» языкам и культурам. При этом примечательно, что материал многочисленных языков мира, используемый в тексте «Поминок», не явился для автора достаточным для решения его художественных задач. Наряду с элементами естественных языков в романе обнаруживаются вербальные системы («квазиязыки»), ставшие результатом авторской лингвокреации. Таким образом, языковая ткань «Поминок» представляет собой сложнейший семиотический код, расшифровка которого требует от читателя романа лингвистических знаний и чутья. «Только наличие определенных фоновых языковых знаний позволяет учесть разнообразные смысловые и звуковые ассоциации и, таким образом, приблизиться к разгадке значения слова. Языковая игра в этом случае ориентирована, естественно, не на рядового читателя, а на исследователя и в некотором смысле лингвиста-полиглота» [Наугольных, 2018а: 28].

Непереводимые «Поминки по Финнегану» как объект перевода. Сверхсложный для понимания текст стал вызовом для переводчиков, рискнувших на создание его иноязычных версий. М. Визель отмечает, что роман знаменит своей «нечитаемостью-непереводимостью» [Визель, 2004]. С. Хоружий, ставший автором русских полнотекстовых переводов нескольких текстов Джойса, а также и фрагментов рассматриваемых «Поминок», считает, что роман с полным правом относится к разряду непереводимых книг. «По авторскому заданию, это – текст-универсум, исключаяющий то, что обычно имеют в виду под переводом: переведение некоторого языкового явления из сферы одного языка в сферу другого» [Хоружий, 2004]. Наблюдения за языковой полифонией текста Джойса с позиции переводчика не позволили ему сделать однозначные выводы о возможности и путях передачи полилингвальности «Поминок». Перед будущими переводчиками джойсовского текста стоит множество сложных вопросов, ответы на которые им еще предстоит найти: «Возможны, в частности, и художественные феномены со своим собственным языком, не лежащим внутри никакого языка в узком, лингвистическом смысле. Именно так с “Поминками”»: Джойс хотел, чтобы они вместили бы все

языки – вместили бы Сам Язык, сам феномен человеческого языка в его полноте. Раз они не лежат внутри английского или любого другого языка – с какого языка их надо переводить? И раз все языки уже внутри них – на какой их можно перевести?» [Хоружий, 2004].

Убедительным свидетельством сложности джойсовского текста для перевода является существование достаточно скромного количества его иноязычных версий при бесспорно широкой известности и интереса к нему филологов, критиков, издателей и читателей. Тем не менее, уже известны переводы (в данном случае важен даже сам факт создания перевода, а не только его качественно-количественные характеристики) на основные европейские языки (греческий, голландский, испанский, немецкий, польский, португальский, французский, шведский), а также на некоторые восточные языки (китайский, корейский, японский). При этом также необходимо отметить, что создание переводов потребовало в ряде случаев несколько десятков лет, что сопоставимо со временем работы автора над текстом оригинала: немецкий перевод создавался 19 лет, а французский – 30 лет. У китайской переводчицы (Дай Цунжун, профессор литературы из Шанхая) на перевод первого тома ушло 8 лет. В 2013 году перевод стал бестселлером в Китае [«Поминки...»]. В процессе работы переводчица поделилась с трудностями воссоздания романа на китайском языке: одновременная работа над двумя версиями (упрощенной и приближенной к оригиналу), использование объемного ссылочного аппарата, а также необходимость создания китайских окказионализмов и соответствующих иероглифов [Dai, 2010].

Известен ряд попыток создания переводов романа на русский язык. В 2000 году перевод избранных глав в авторстве Анри Волохонского был представлен читателям под названием «Уэйк Финнеганов». Предложенное переводчиком название создано посредством транслитерации единицы «wake», что обеспечивает остраниющий эффект названия для русофонного читателя. Трудности декодирования оригинального названия (в силу его многозначности и скрытой полилингвальности) и вопросы его передачи средствами русского языка и других иностранных языков могут стать темой отдельного исследования. Переводчик определил основную задачу как передачу в предлагаемом вторичном тексте уникальной джойсовской поэтики. Волохонский акцентировал внимание читателей на том, что созданный им вторичный текст следует считать не переводом в его классическом понимании, а переложением. Волохонский определяет результат работы с джойсовским текстом в подзаголовке издания как опыт отрывочного переложения русской азбукой. Автор перевода-переложения, как и сам Джойс (известна запись фрагмента «Поминок», повествующий о героине Анне Ливии Плюрабелль, в его исполнении), считал, что для восприятия информации сверхсложного текста большое значение имеет его звучание (музыкальность, ритмический рисунок, звукопись), что Волохонский и стремился воссоздать в русскоязычной версии. Парадоксально, но уже на

уровне вербального оригинала текст Джойса является мультимодальным и нередко с доминированием слуховой модальности. Интересен опыт записи в 2004 году альбома (аудиокниги) «Джойс», литературной основой которого стал перевод Волохонского, выступившего в роли чтеца. Музыкальное сопровождение подготовлено Л. Федоровым и В. Волковым. М. Визель отмечает, что аудиокнига является уникальным проектом, позволившем автору перевода перенести свое произведение в другой контекст [Визель, 2004]. Фрагмента романа исполнен фолк-группой «The Dubliners»; известны музыкальные тексты, основанные на произведении Джойса.

К переводу ряда отрывков романа обращался историк философии и переводчик философской литературы (в частности, трудов Ж. Деррида, Ж. Делёза, Ж. Бодрийера и других работ по современной французской философии) А. В. Гараджа. Известны переводческие импровизации фрагментов «Поминок», созданные переводчиками другого известного произведения Джойса – «Улисса» – В. А. Хинкисом и С. С. Хоружием. На русский язык переводились стихотворные фрагменты романа (А. Сергеев, К. Беляев, Д. Смирнов, Е. Фоменко).

В 2017 году в журнале «Интерпоэзия» опубликован фрагмент романа в русском переводе О. И. Брагиной. Во вступительном слове к переводу традиционно обращается внимание на особенности языка произведения и его трудности для перевода – «Что касается “Финнегана”, судя по всему, только единицы представляют, что делать с этим словообразовательным задором» – и выражается уважение к переводчикам, рискнувшим выбрать объектом перевода «Поминки» Джойса [Джойс, 2017].

В 2019 году в журнале «Иностранная литература» (раздел «Переперевод», имеющий своей целью обращение к уже переведенным «сильным» текстам художественной литературы) опубликован перевод фрагмента первой главы романа, вступление к переводу и примечание, включающее 330 комментариев переводчика. В этом раз «вызов» автора «Поминок» принял С. Диваков. Переводчик обращает внимание читателей на неоднозначность названия оригинала, интертекстуально связанного с названием ирландской баллады (но намеренно измененного Джойсом), предлагая для своей русской версии вариант «Финнегановы воспоминки». Автор новой версии (хотя и являющейся фрагментарной) соглашается с высказанными ранее мнениями об особенностях языкового воплощения романа: «...усложненный до предела словесный поток, включающий, кроме грамматически и синтаксически искаженной английской основы, еще порядка семидесяти языков и диалектов (в том числе русский, уроки которого Джойс брал у Алекса Понизовского). Превращая свое произведение в некое подобие Вавилонской башни, писатель, по всей видимости, пытался преодолеть последний четкий личностный идентификатор – принадлежность к определенному языку и формируемой им модели мира» [Джойс, 2019]. Диваков подчеркивает факт построения Джойсом текста романа по модели Вавилонского столпотворения, которое исключает возможность понимания между

людьми. При этом переводчик отмечает, что намеренное разрушение Джойсом возможности диалога со своими читателями делает этот диалог крайне разнообразным, что также свидетельствует о парадоксальности оригинала. Переводчик разделяет оценку романа У. Эко и, так же как итальянский семиотик и автор «Имени розы», считает, что текст Джойса организован в соответствии с поэтикой открытого произведения.

Автором первой полнотекстовой русской версии стал переводчик А. Рене. Перевод опубликован в конце 2021 года на издательской платформе Ridero под названием «На помине Финнеганов». Несомненную ценность данной версии представляет переводческий комментарий: 200 страниц английского оригинала соответствуют 1300 страницам русского перевода, включающим несколько тысяч примечаний и комментариев. Так, восьмая глава, посвященная Анне Ливви (героине, олицетворяющей дублинскую реку Лиффи), содержит перечисление 1500 рек (диалог прачек на берегу реки) и в русском переводе опубликована как отдельная 150-страничная книга, 120 страниц которой занимают примечания и комментарии. Русский перевод стал 14 иноязычным переводом и, что особенно важно, первым комментированным переводом. Примечательно, что переводчик обратился и к черновикам Джойса, что позволило ему восстановить ряд фрагментов и включить их в переводную версию.

Русскоязычный вторичный текст стал вариацией автора перевода на тему оригинала романа, его переработанной версией и продолжением, созданными в соответствии с транстекстуальной моделью перевода П. О'Нила, согласно которой текст оригинала определяется как прототекст, текст перевода – как транстекст, а их совокупность рассматривается как некий макротекст [O'Neill, 2005]. Перевод становится вариацией на тему исходного текста, создаваемой в процессе его существенной переработки. Примечательно, что исследователь обратился при создании своей модели именно к текстам Джойса. К многочисленным характеристикам текста «Поминок» можно также добавить, что данный текст является бесспорным палимпсестом, что подчеркивается в работе, посвященной специфике деформации и интерпретации джойсовского текста средствами русского языка [Наугольных, 2018б]. Таким образом, в соответствии с указанными выше идеями О'Нила транстекст становится палимпсестом, так же как и совокупный макротекст.

Перевод-пастиш и перевод-оммаж: способы культурного сохранения непере- водимого оригинала и пути знакомства с ним. Уникальность текста Джойса вызывает трудности при определении вида выполняемого перевода. Так, методологические пред- посылки автора польского перевода К. Бартницки основываются, по мнению исследо- вателей вторичного текста, на убежденности в том, что создание аналога многоязычной идиомы «Поминок» представляет собой своего рода внутриязыковой перевод, что обес- печивает уважение к уникальности структуры книги и реконструкцию концептуальных образов оригинала [Bazarnik, 2010].

Поскольку при создании вторичных версий текстов Джойса и, в первую очередь, романа «Поминок по Финнегану» перевод в большинстве рассмотренных случаев становится их продолжением-имитацией, то такой вид перевода можно определить как пастиш. В ситуации перевода текста, который традиционно относится филологами, критиками, читателями и самими переводчиками к категории непереводаемых текстов, можно предположить, что переводчик обращается к такому тексту исключительно при наличии личного интереса к самому тексту, автору оригинала и всему его творческому наследию. Переводчик-энтузиаст, принимая «вызов» создателя семантико-семиотически сверхсложного оригинала, стремится реализовать свой творческий потенциал и проверить его на практике. В таком случае к вторичным версиям также применимо и понятие перевода-оммажа – перевода, который ретроспективно обращен к более ранним примарным (а нередко и вторичным текстам) и обязательно предполагает их высокую оценку, одобрение и даже почитание. Пастиш и оммаж, непосредственно связанные с эмоционально-оценочным отношением переводчика к тексту оригинала, становятся сопоставляемыми подходами к созданию версий «сильного», но трудно понимаемого оригинала, что обеспечивает его сохранение в границах «своей» культуры и за ее пределами, поддерживает интерес к нему и становится одним из немногих возможных путей знакомства с ним.

Примечательно, что в соответствии с принципами пастиша и оммажа были созданы и межсемиотические версии джойсовского текста. К разряду известных вторичных версий «Поминок по Финнегану» принадлежат следующие произведения: фильм 1966 года М.Э. Бьют «Passages from Finnegans Wake» и предшествовавшая данной экранизации пьеса, повесть 1967 года американского фантаста Ф. Фармера «Riders of the Purple Wage» и другие тексты. Звуковые особенности романа определили появление его вторичных музыкальных версий, среди которых представлены опера, мюзикл, кантата. Декламация текста Джойса на концертах часто имеет музыкальное сопровождение – народную ирландскую музыку или авторские сочинения различных музыкальных жанров. Интерпретаторы преимущественно обращались к фрагментам или главам романа или к наиболее известным художественным образам (например, к Анне Ливии). В культурном пространстве представлены графические, а также мультимодальные интерпретации романа, ставшие реакциями создателей на полилингвальный и в определенном смысле мультимодальный оригинал. Вторичные версии, созданные с использованием средств невербальных или не только вербальных семиотических систем, представляют собой примеры уже межсемиотического перевода-пастиша и перевода-оммажа и наряду с межязыковыми переводами сохраняют и продолжают уникальный текст Джойса. Указанные примеры вторичности романа могут в будущем стать интересными объектами изучения не только филологов, переводоведов и семиотиков, но и представителей различных областей многогранной гуманитаристики.

Список источников

Визель М. Пробуждение Финнегана // Русский журнал. 01.03.2004. URL: http://old.russ.ru/columns/sincerism/20040301_viz-pr.html (Дата обращения: 01.11.2022).

Виноградов В. С. Лексические вопросы перевода художественной прозы. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1978. 174 с.

Гениева Е. Ю. И снова Джойс. М.: ВГБИЛ им. М.И. Рудомино, 2011. 368 с.

Дайер Р. Пастиш. М.: Изд-во Высшей школы экономики, 2021. 400 с.

Джеймс Джойс (сайт). Язык «Finnegans Wake». Книга Ночи. URL: <http://www.james-joyce.ru/works/finnegans-language.htm> (Дата обращения: 15.11.2022).

Джойс Дж. Поминки по Финнегану // Интерпоезия. 2017. № 2. URL: <https://magazines.gorky.media/interpoezia/2017/2/pominki-po-finneganu.html> (Дата обращения: 05.11.2022).

Джойс Дж. Финнегановы воспоминки. Глава из книги. Пер. и вступление С. Дивакова // Иностранная литература. 2019. №1. С. 234–267.

Кузьмина Н. А. Интертекст: тема с вариациями. Феномены культуры и языка в интертекстуальной интерпретации: монография. Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2009. 228 с.

Левый И. Искусство перевода. М.: Прогресс, 1974. 396 с.

Мишкuroв Э. Н. О метатрансляционных аспектах художественного перевода // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2010. № 3. С. 17–26.

Набоков В. В. Из интервью разных лет. URL: <http://www.james-joyce.ru/articles/russkaya-odisseyajeyma-dzhoysa51.htm> (Дата обращения: 05.11.2022).

Набоков В. В. Искусство перевода // Лекции по русской литературе. М.: Независимая газета, 2001. С. 389–397.

Наугольных Е. А. Паронимическая аттракция как

элемент техники Дж. Джойса в романе «Поминки по Финнегану» // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2018а. № 4. С. 26–30.

Наугольных Е. А. «Поминки по Финнегану» в разрезе русского языка: специфика деформации и интерпретации // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2018б. № 1. – С. 32–41.

Павлов Д. И. Влияние авторской провокации на интерпретацию четвертого абзаца «Поминок по Финнегану» Дж. Джойса // Litera. 2021. № 1. С. 154–169.

«Поминки по Финнегану» стали бестселлером в Китае. URL: <https://lenta.ru/news/2013/01/31/joyce/> (Дата обращения: 25.11.2022).

Хоружий С. Долг речи, обращенный ко мне // Русский журнал. 08.10.2004. URL: http://old.russ.ru/columns/20041007_kalash-pr.html (Дата обращения: 15.11.2022).

Эткинд Е. Г. Художественный перевод: искусство и наука // Вопросы языкознания. 1970. № 4. С. 15–29.

Bazarnik K. (2010) A Polish Translation of *Finnegans Wake* in Progress. *James Joyce Quarterly*, 47 (4): 567–577.

Caglioti G. (1983) *Simmetrie infrante nella scienza e nell'arte*. Milano: Clup, 1983.

Dai Congrong (2010) A Chinese Translation of *Finnegans Wake*: The Work in Progress. *James Joyce Quarterly*, 47 (4): 579–588.

McHugh R. (1980) *Annotations to Finnegans Wake*. London: Routledge and Kegan Paul.

O'Neill P. (2005) *Polyglot Joyce: Fictions of Translation*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.

Slepon R. (ed.) *The Finnegans Wake Extensible Elucidation Treasury (FWEET) Website*. Available at: <http://www.fweet.org> (accessed: 15.11.2022).

References

Bazarnik, K. (2010) A Polish Translation of *Finnegans Wake* in Progress. *James Joyce Quarterly*, 47 (4): 567–577.

Caglioti, G. (1983) *Simmetrie infrante nella scienza e nell'arte*. Milano: Clup.

Dai, Congrong (2010) A Chinese Translation of *Finnegans Wake*: The Work in Progress. *James Joyce Quarterly* 47 (4): 579–588.

Dyer, R. (2021) *Pastiche*. Moscow: Higher School of Economics Publ.

Etkind, E. G. (1970) *Khudozhestvennyy perevod: iskusstvo i nauka* [Literary translation: art and science]. *Voprosy yazykoznanija*, 4: 15–29. (In Russ.)

Geniyeva, E. Yu. (2011) *I snova Dzhoys* [Joyce again]. Moscow: Rudomino All-Union Library of Foreign Literature Publ: 368. (In Russ.)

James Joyce (site). Yazyk “Finnegans Wake”. *Kniga Nochi* [The language of “Finnegans Wake”. The book of night]. Available at: <http://www.james-joyce.ru/works/finnegans-language.htm> (accessed: 15.11.2022).

Joyce, J. (2017) *Pominki po Finneganu* [Finnegans Wake]. *Interpoeziya* 2. Available at:

<https://magazines.gorky.media/interpoezia/2017/2/pominki-po-finneganu.html> (accessed: 05.11.2022).

Joyce, J. (2019) *Finneganyovy vspominki*. Glava iz knigi. *Perevod i vstupleniye Sergeya Divakova* [Finnegans Wake. A book chapter. Translation and introduction by Sergey Divakov]. *Inostrannaya literatura* [Foreign literature], 1: 234–267.

Khoruzhiy, S. (2004) *Dolg rechi, obrashchennyj ko mne* [The duty of speech addressed to me]. *Russkij zhurnal*. 08.10.2004. Available at: http://old.russ.ru/columns/20041007_kalash-pr.html (accessed: 15.11.2022). (In Russ.)

Kuz'mina, N. A. (2009) *Intertekst: tema s variatsiyami. Fenomeny kul'tury i yazyka v intertekstual'noy interpretatsii* [Intertext: the theme with variations. The phenomena of culture and language in intertextual interpretation]. Omsk, Omsk State University Publ.: 228. (In Russ.)

Levyj, I. (1974) *Iskusstvo perevoda* [The art of translation]. Moscow: Progress Publ.: 396. (In Russ.)

McHugh, R. (1980) *Annotations to Finnegans Wake*. London: Routledge and Kegan Paul.

Mishkurov, E. N. (2010) О метатрансляционных

aspektakh khudozhestvennogo perevoda [On meta-translational aspects of literary translation]. *Moscow University Translation Studies Bulletin* 3: 17–26. (In Russ.)

Nabokov, V. V. *Iz interv'yū raznykh let* [From various years interviews]. Available at: http://www.james-joyce.ru/articles/russkaya-odisseyja-jeymasa-dzhoysa_51.htm (accessed: 05.11.2022). (In Russ.)

Nabokov, V. V. (2001) *Iskusstvo perevoda* [The art of translation]. In *Lektsii po russkoj literature* [The lectures on Russian literature]. Moscow: Nezavisimaya gazeta Publ.: 389–397. (In Russ.)

Naugol'nykh, E. A. (2018a) Paronimicheskaya attraktsiya kak element tekhniki Dzh. Dzhoyasa v romane “Pominki po Finneganu” [Paronymic attraction as an element of the technique of J. Joyce in the novel “Finnegans Wake”]. *Proceedings of Voronezh State University Series: Linguistics and intercultural communication* 4: 26–30. (In Russ.)

Naugol'nykh, E. A. (2018b) “Pominki po Finneganu” v razreze russkogo yazyka: spetsifika deformatsii i interpretatsii [“Finnegans Wake” in the context of the Russian language: the specifics of deformation and interpretation]. *PNRPU Linguistics and Pedagogy Bulletin* 1: 32–41. (In Russ.)

O'Neill, P. (2005) *Polyglot Joyce: Fictions of Translation*.

Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.

Pavlov, D. I. (2021) Vliyaniye avtorskoj provokatsii na interpretatsiyu chetvertogo abzatsa “Pominok po Finneganu” Dzh. Dzhoyasa [The influence of the author's provocation on the fourth paragraph interpretation of “Finnegans Wake” by J. Joyce]. *Litera* 1: 154–169. (In Russ.)

“Pominki po Finneganu” stali bestsellerom v Kitaye [“Finnegans Wake” became a bestseller in China]. Available at: <https://lenta.ru/news/2013/01/31/joyce/> (accessed: 25.11.2022).

Slepon, R. (ed.) *The Finnegans Wake Extensible Elucidation Treasury (FWEET) Website*. Available at: <http://www.fweet.org> (accessed: 15.11.2022).

Vinogradov, V. S. (1978) *Leksicheskiye voprosy perevoda khudozhestvennoy prozy* [The lexical issues of literary prose translation]. Moscow: Moscow University Publ.: 174. (In Russ.)

Vizel' M. (2004) Probuzhdeniye Finnegana [Finnegans Wake]. *Russkiy zhurnal*. 01.03.2004. Available at: http://old.russ.ru/columns/sincretism/20040301_viz-pr.html (accessed: 01.11.2022). (In Russ.)

© Разумовская В.А., 2023

Разумовская Вероника Адольфовна – кандидат филологических наук, профессор Сибирского федерального университета. Контактные данные: 660041, Россия, Красноярск, проспект Свободный 79/10 (Russia, Krasnoyarsk, Svobodny prospect, 79/10). E-mail: veronica_raz@hotmail.com.

Статья поступила в редакцию: 20.12.2022.

УДК 811-33

Стеблецова Анна ОлеговнаВоронежский государственный медицинский университет им. Н.Н. Бурденко, Воронеж, Россия,
annasteb1@vrngmu.ru, AuthorID: 442797, ORCID: 0000-0002-4682-4887**НАУЧНЫЙ ТЕКСТ В АСПЕКТЕ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА:
ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ**

Настоящая статья посвящена современному состоянию научного текста как объекта сопоставительных исследований. Актуальность такого обзора заключается в необходимости обобщения результатов выявления лингвокультурной специфики научного текста для преодоления коммуникативных трудностей в международном академическом взаимодействии. Обзор основан на 30 научных англоязычных и русскоязычных публикациях за период 1990 – 2022 гг., представляющих собой сопоставительные исследования текстов разных научных жанров. Анализ результатов данных исследований проводился в русле дескриптивного анализа. Сопоставительные исследования научного текста охватывают разнообразные академические жанры: эссе, доклады, лекции, аннотации, научные статьи, диссертации. Расширяется спектр языков и культур, на материале которых выполняются исследования, однако неизменным остается выбор английского языка как обязательного компонента в сопоставляемой комбинации и лингвокультурная принадлежность автора научного текста. Результаты сопоставления основаны на широком спектре параметров: композиционно-структурная организация текста, его объём, качественный состав и последовательность обязательных содержательных элементов, метадискурсивные маркеры исследования, способы и средства выражения мнения автора, убеждения читателя в истинности нового знания, средства усиления (boosters) или смягчения (hedges) авторской позиции. Анализ полученных результатов свидетельствует о наличии национально-культурной специфики научного текста во всех параметрах, на всех уровнях текста и во всех сопоставляемых лингвокультурах. Сопоставительный анализ как методика выявления лингвокультурной специфики объекта является релевантным инструментом изучения и описания научного текста в этнокультурном аспекте. Основным мотивом сопоставительных исследований является стремление ученых обнаружить проявления национального академического акцента у авторов, для которых английский язык является неродным, чтобы в последующем использовать полученные результаты в лингводидактических целях.

Ключевые слова: научный текст, сопоставительный анализ, национально-культурная специфика, национальный академический акцент.



Стеблецова А. О. Научный текст в аспекте сопоставительного анализа: обзор современных исследований // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 18-27.

Stebletsova Anna OlegovnaVoronezh Burdenko State Medical University, Voronezh, Russia,
annasteb1@vrngmu.ru, AuthorID: 442797, ORCID: 0000-0002-4682-4887**ACADEMIC TEXT IN COMPARATIVE PERSPECTIVE:
AN OVERVIEW OF CURRENT RESEARCH**

The article discusses the current comparative research of an academic text. Such an overview is determined by the necessity of summarizing the research results on ethno-cultural identity which is revealed in the

academic text written national authors. These finding will contribute to the elimination of communicative barriers in the international academic communication. The review covers 30 research papers representing comparative studies performed between 1990 and 2022. The findings were described, analyzed and compared. The comparative research of the academic text involves various academic genres including essays, reports, lectures, research papers, theses. The current trend shows a wider range of languages and cultures involved in the comparative analysis. However, the English language and culture remains a constant element in the comparison pair. The findings of the comparative research are based on a wide spectrum of parameters which are as follows: text structure and organization, text length, moves, their pattern and consequence, metadiscourse markers, engagement and persuasion markers, author stance, hedges and boosters. The analysis of the research findings proves the fact that the academic text presents specific characteristics determined by the ethno-cultural identity of the author. Comparative analysis is a relevant method for the detection of the ethno-cultural characteristics in the academic text which can be attributed to the national accent of the author. The awareness of linguistic and cultural features that the academic text bears can contribute to the elimination of the national academic accent in the global academic discourse.

Keywords: academic text, comparative analysis, linguistic and ethno-cultural identity, national academic accent.



Stebletsova A. O. Academic text in comparative perspective: an overview of current research. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 18-27.

Введение. Научный текст является традиционным, но всегда актуальным объектом изучения широкого круга лингвистических дисциплин – от функциональной стилистики до лингводидактики. При этом изучение научного текста в сопоставительном аспекте имеет относительно недавнюю историю и представляет особый интерес для современной академической коммуникации. Для более полного представления сопоставительного изучения научного текста перечислим некоторые методологические парадигмы лингвистической науки, внёсшие значительный вклад в его исследование.

В обобщенном когнитивном смысле суть научного текста есть представление нового знания, классификация или обобщение фактов, выдвижение идеи или гипотезы, её обоснование и аргументация, иллюстрация и интерпретация результатов, финальные заключения и выводы, то есть всех тех речемыслительных действий, которые связаны с универсальными процессами мышления и познания. В таком ракурсе исследования научного текста представлены в трудах М. П. Котюровой [Котюрова, 2008], Т. Н. Хомутовой [2010], В. Е. Чернявской [Чернявская, 2017].

Психолингвистическая парадигма изучения научного текста, которая рассматривает порождение и восприятие текста, разрабатывает интерактивную модель понимания текстов различных типов, а также их глубинные свойства и содержательно-смысловую организацию, реализуется в работах А. И. Новикова [Новиков, 1983] и Н. П. Пешковой [Пешкова, 2012]. Другим важным психолингвистическим центром, разрабатывающим теорию ментального лексикона человека и его роли в восприятии и понимании текста, стала Тверская научная школа, в рамках которой были выполнены исследования А. А. Залевской [Залевская, 2005] и др.

Важную роль в исследовании научного текста традиционно занимали методы функциональной лингвистики и стилистики речи, а также жанровый анализ. Работы М. Н. Кожинной [Кожина, 2006], М. П. Котюровой [Котюрова, 2008], Е. А. Баженовой [Баженова, 2018] представляют научный текст как выражение определенных лингвостилистических средств, как функциональную единицу научной речи.

Жанровый подход к изучению текста, заложенный в трудах М. М. Бахтина, был в последствии развит и оригинально разработан в трудах Т. В. Шмелевой, В. В. Дементьева, М. Ю. Федосюка, В. Е. Гольдина, К. Ф. Седова, О.Б. Сиротининой. Жанровые модели анализа текста, методологические параметры и характеристики описания жанра оказали существенное влияние на современные исследования научного текста, которыми занимаются Е.С. Троянская [Троянская, 1985], В. А. Богданова [Богданова, 1993], С. Э. Кегеян [Кегеян, 2019], А. В. Чалбышева [Чалбышева, 2006]. Среди зарубежных исследований необходимо выделить труды D. Biber, V. K. Bhatia, J. Swales, B. F. Feak [Biber, 1999], [Bhatia, 2004], [Swales, 2004], [Swales, Feak, 2012], в которых ярко проявился жанровый подход к анализу академического дискурса и текста.

Достижения жанрового анализа активно используются при изучении научного текста в русле дискурсивного анализа. Исследования академического дискурса и текста как результата коммуникативного взаимодействия его участников представлены в трудах российских и зарубежных авторов, таких как И. П. Хутыз [Хутыз, 2015], В. Е. Чернявская [Чернявская, 2016], М. А. Сухомлинова [Сухомлинова, 2018], К. Hyland [Hyland, 2009], [Hyland, 2014], А. Mauranen [Mauranen, 1993] и др.

На фоне вышеперечисленных научных парадигм и методологических подходов сопоставительный анализ научного текста появился относительно недавно. Значительное количество сопоставительных исследований академического дискурса и текста появляются на рубеже XX-XXI вв., и с этого момента их доля в общем объеме работ этой проблематики только возрастает. Причины этого роста кроются как в актуальности самого объекта анализа, так и в преимуществах самого сопоставительного метода. Поэтому *целью* настоящей работы является обобщение основных направлений сопоставительных исследований научного текста, а также анализ их результатов и перспектив развития сопоставительных методик в области текста и дискурса.

Методология и источники. В силу обзорного и ретроспективного характера настоящей работы в качестве материала исследования были отобраны научные работы отечественных и зарубежных авторов рубежа XX-XXI веков, то есть трёх последних десятилетий. Корпус составили 30 научных англоязычных и русскоязычных публикаций за период 1990-2022 гг. Основными критериями включения работ в корпус были сопоставительный фокус методологии данных исследований, научные жанры как материал исследования и специфические этнокультурные характеристики научного текста, проявляющиеся в результате сопоставления.

Понятие *сопоставительный анализ*, используемое в настоящей работе, подразумевает методологический алгоритм или процедуру сравнения языковых единиц или явлений на основании аналогичных параметров, критериев и признаков. В современной российской лингвистике применение этого метода всесторонне обосновал И. А. Стернин, основатель Воронежской научной школы сопоставительных исследований. И. А. Стернин создал алгоритм контрастивного анализа для выявления национальной специфики компонентов значений лексических единиц, семантики контрастивных пар как основы дифференциальной интерпретации значений лексических единиц [Стернин, 2007]. Творческим развитием его метода является использование сопоставительно-дескриптивной модели для анализа текста, что позволяет получать «... достоверные результаты в области выявления и описания национально-культурной специфики языковых единиц и коммуникативных феноменов» [Стеблецова, 2022].

Отметим, что включение зарубежных исследований в настоящую работу не противоречит сопоставительному ракурсу как критерию обзора, поскольку все они выполнены в единой компаративной парадигме, а полученные результаты демонстрируют национальную или дисциплинарную специфику изучаемого предмета.

Результаты и обсуждение. Рост сопоставительных исследований научного текста в рассматриваемый период обусловлен известными факторами интенсификации публикационной деятельности и глобализации академического дискурса на рубеже XX-XXI вв. Кроме того, существенную роль приобретает лингводидактический фактор: прикладная лингвистика нацелена на создание эффективных методик обучения англоязычному академическому письму. Поэтому в круг исследовательских интересов ученых-лингвистов входят разнообразные академические жанры – от студенческих эссе до исследовательских статей, от аннотаций до диссертаций.

Аннотации научных статей, рассматриваемые автором как самостоятельный жанр, стали объектом сопоставительного анализа как в межкультурной, так и в дисциплинарной перспективе, то есть сравнивались тексты разных лингвокультур и разных научных дисциплин (отраслей науки). Параметрами сопоставления стали: композиционно-структурная организация аннотаций, их объём, качественный состав и последовательность коммуникативно-речевых действий (*moves* в терминологии J.Swales). В результате были зафиксированы различия лингвокультурного характера, например, разный объём аннотаций в языковых парах немецкий – английский, испанский – английский или более активно выраженная позиция автора (*author's involvement*) в английских текстах по сравнению с немецкими и испанскими. Однако более яркие различия были обнаружены в аннотациях различных научных дисциплин. В частности, К. Hyland [Hyland, 2000], I.-A. Busch-Lauer [Busch-Lauer, 2001, 2007, 2012] указывали на существенную вариативность в наличии и последовательности коммуникативно-речевых действий в аннотациях гуманитарных и технических наук. Например, в

лингвистических и исторических аннотациях прослеживалась акцентуация результатов и выводов; в биологических и медицинских текстах исследователи отмечали сбалансированность всех содержательных элементов и структурированный формат. В то же время исследователи отмечают, что тенденции жанрово-стилистической унификации, ярко проявившиеся в международном академическом дискурсе на рубеже XX-XXI вв., практически не оставляют места проявлениям национального или авторского стиля в научных аннотациях I.-A. Busch-Lauer [Busch-Lauer, 2014].

Последовательные исследования междисциплинарной вариативности с использованием методов сопоставительного анализа проводились Кеном Хайландом, автором концепции дисциплинарной вариативности [Hyland, 2006: 17-45]. На материале жанра научных статей, аннотаций и учебников автор сопоставлял способы цитирования [Hyland, 1999, 2003], средства выражения актуальности исследования [Hyland, 2000], наличие и последовательность реализации обязательных содержательных компонентов исследовательского дискурса [Hyland, 2000, 2004], способов хеджирования [Hyland, 1997, 1998]. Одни только количественные данные о выявленных вариациях (от 3 до 8) в вышеперечисленных параметрах свидетельствуют о существенных междисциплинарных различиях научных текстов в различных отраслях науки – от лингвистики до физики.

Сопоставительные исследования научного текста в междисциплинарном измерении активно развивались в европейской лингвистике начала XXI века. Исследователи обнаруживали различия в использовании контрастивных коннекторов в научных текстах по истории и экономике [Bondi, 2004], в языковых факторах сложности / простоты текста для восприятия [Hartley et al, 2004].

Компаративный анализ авторской позиции в текстах разных научных жанрах – диссертациях, обзорных статьях, рецензиях – проводился в работах D. Motta-Roth [Motta-Roth, 1998], H. Nesi, [Nesi, 2001], M. Charles [Charles, 2003], N. Groom [Groom, 2005]. Междисциплинарные различия выявлялись в лингвистических средствах вербализации автора, например, личных местоимениях, способах категоричного / некатегоричного продвижения авторского «я», средствах и способах выражения авторской оценки, самоцитирования и др.

Глобализация академического дискурса и его публикационного сегмента способствовала активизации сопоставительных исследований научного текста в отечественном языкознании. Вхождение в англоязычный мир науки сопровождался неизбежным преодолением коммуникативных барьеров, связанных с различными дискурсивными и лингвостилистическими нормами русскоязычного и англоязычного научного текста, способами и логикой презентации исследования в тексте, отличиями в жанрах и форматах академического дискурса. В этом контексте сопоставительный метод оказался востребован как эффективный инструмент выявления лингвокультурной специфики

научного текста. В работах Ю. Н. Науменко, И. И. Торубаровой, А. О. Стеблецовой рассмотрены дискурсивно-когнитивные особенности заголовков научных статей на английском и русском языках [Стеблецова, Науменко, 2019], специфика средств и способов реализации формальности научного стиля в медицинских статьях [Стеблецова, Торубарова, 2019], описаны проявления национального «академического» акцента [Торубарова, 2020, 2022]. На материале научных медицинских статей языковой пары *английский – русский* авторы приходят к выводам о проявлениях национальной специфики научного текста на всех уровнях его лингвистической организации – лексико-семантическом, синтаксическом, стилистическом.

Наблюдается очевидная взаимосвязь между повышением публикационной активности национальных авторов в любых научных отраслях и ростом числа лингвистических исследований академического текста и дискурса в сопоставительном аспекте. Эта тенденция также подтверждается вовлечением в сферу исследований все большего числа языковых культур, на материале которых выявляется национальная специфика научного текста. Традиционный список романо-германских языков все чаще дополняется исследованиями языковых пар китайский-английский, арабский-английский, турецкий-английский, а также широким спектром работ, в которых корпуса англоязычных текстов рассматриваются с учетом лингвокультурной принадлежности их авторов [Abdollahzadeh, 2011], [Simin, 2009], [Zarei, 2010]. В исследованиях также представлен глубокий анализ особенностей проявления метадискурсивных характеристик в текстах научных статей английских и китайских авторов на уровне отдельных разделов текста, например Introduction, так и в способах презентации нового знания и воздействия на аудиторию [Hu, 2015], [Loi, 2013]. Авторы приходят к заключению, что китайские авторы англоязычных научных текстов менее склонны к активному продвижению авторской позиции в сравнении с авторами, для которых английский является родным языком [Mu et.al., 2015].

В исследованиях арабских авторов приводятся интересные данные относительно наличия существенных различий в реализации универсальных содержательных компонентов текста, например, актуальность работы, недостаточность знаний по данной проблематике или место собственного исследования в научном контексте. В то время как авторы, пишущие на английском как родном языке, используют дискурсивные маркеры для усиления значимости собственного исследования в актуальном научном контексте, иранские авторы склонны придавать больший прагматический вес существующим исследованиям, особенно если они коррелируют с оригинальными авторскими результатами [Abdollahzadeh, 2011].

Настоящий обзор приводит к выводу об эффективности использования сопоставительного анализа для выявления национально-культурной специфики научного текста. Распространенность компаративных исследований в самых разнообразных

лингвокультурах подтверждает надежность сопоставительных методик и возможность использования результатов сопоставительных исследований в лингводидактических целях.

Заключение. Представленный в настоящей работе обзор результатов сопоставительных исследований в области научного текста конца XX – начала XXI вв. позволяет подвести некоторые итоги. Сопоставительный анализ как методика выявления лингвокультурной специфики объекта является релевантным инструментом изучения и описания научного текста в этнокультурном аспекте. Основным явным или скрытым мотивом большинства рассмотренных нами исследований является стремление лингвистов описать проявления национального академического акцента у авторов, для которых английский язык является неродным.

Результаты всех сопоставительных исследований свидетельствуют о существовании лингвокультурной специфики научного текста, обусловленной национально-культурной и языковой принадлежностью их авторов. Последующее лингводидактическое применение полученных результатов будет способствовать нивелированию лингвоспецифических проявлений в научном тексте и всеобщей стандартизации письменного академического дискурса.

Список источников

Баженова Е. А. Современные подходы к изучению научного текста // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2018. № 2 (191). С. 54-60.

Богданова В. А. Научный стиль // Функциональные стили и формы речи. Саратов, 1993. С. 35-65.

Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст : избр. тр. М.: Гнозис, 2005. 542 с.

Кегелян С. Э. Научная статья как особый жанр научного дискурса // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2019. № 3. С. 158-160.

Кожина М. Н. Функциональный стиль (функциональная разновидность языка, функциональный тип речи) // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М. Н. Кожин. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 581-583.

Котурова М. П., Баженова Е. А. Культура научной речи: текст и его редактирование. Москва: Флинта: Наука, 2008. 280 с.

Михайлова Ю. Н., Науменко Ю. Н., Стеблецова А. О. Вербализация научной категории актуальность в англоязычном и русскоязычном академических дискурсах // Филология и культура. 2021. № 1(63). С. 84-93. DOI: 10.26907/2074-0239-2021-63-1-84-93.

Новиков А. И. Семантика текста и её формализация. М.: Наука. 1983. 213 с.

Пешкова Н. П. Типология научного текста: психолингвистический аспект. – Уфа: Изд-во Уфим. гос. авиац. техн. ун-та, 2002. – 261 с.

Стеблецова А. О., Науменко Ю. Н. Заголовки английских и русских научных статей: дискурсивно-когнитивные особенности // Вестник Московского

государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. № 4 (820). С. 161-179.

Стеблецова А. О. Национально-культурная специфика научного текста как предмет дескриптивно-сопоставительного анализа // Язык. Образование. Культура: Сборник научных трудов по материалам XVI Международной научно-практической электронной конференции, Курск, 23–26 мая 2022 года. Курск: Курский государственный медицинский университет, 2022. С. 4-8.

Стеблецова А. О., Торубарова И. И. Формальность как стилообразующая характеристика академического английского: синхронический анализ научных медицинских текстов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2019. Т. 18. N 4. С. 157-173. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.4.12>

Сухомлинова М. А. Современный англоязычный академический дискурс: генезис и жанровая специфика: монография. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Изд-во Южного федерального университета, 2018. 208 с.

Торубарова И. И. Лингвокультурная специфика научного медицинского текста (на материале англоязычных и русскоязычных статей): дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 2021. 183 с.

Торубарова И. И., Стеблецова А. О. Научная медицинская статья: проявления национальной специфики в универсальном жанре академического дискурса // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2020. № 4(67). С. 145-153. DOI: 10.26456/vtfilol/2020.4.145.

Троянская Е. С. Особенности жанров научной литературы и отбор текстов на различных этапах обучения научных работников иностранному языку // Функциональные

стили: лингвометодические аспекты. М.: Наука, 1985. С. 189-201.

Хомутова Т. Н. Научный текст: интегральный подход. Челябинск: ЮУрГУ, 2010б. 333 с.

Хутыз И. П. Академический дискурс: культурно-специфическая система конструирования и трансляции знаний. М.: Флинта, 2015. 176 с.

Чалбышева А. В. Прагмалингвистический аспект речевых жанров научного стиля: на материале немецких и русских текстов подъязыка физики: дис. ... канд. филол. наук. Ростов н/Д, 2006. 163 с.

Чернявская В. Е. Научный дискурс. Выдвижение результата как коммуникативная и языковая. М.: URSS: ЛЕ-НАНД, 2017. 139 с.

Abdollahzadeh E. (2011). Poring over the findings: interpersonal authorial engagement in applied linguistics papers. *Journal of Pragmatics*, 43: 288-297

Bhatia V.K. (2004) *Worlds of Written Discourse: A Genre-Based View*. London: Continuum.

Biber D. et al. (1999) *Longman Grammar of Spoken and Written English*. London: Longman.

Bondi M. (2004) Textual Voices: A Cross Disciplinary Study of Attribution in Academic Discourse / M. Bondi, M. Silver. Anderson, Laurie / Bamford, Julia (eds.): 117-136.

Busch-Lauer, Ines-A (2014). Abstracts: Cross-linguistic, Disciplinary and Intercultural Perspectives. In: Marina Bondi, Rosa Lorés Sanz (eds.) *Abstracts in Academic Discourse: Variation And Change*. Bern: Peter Lang: 43-64.

Charles M. (2003) 'This mystery...': A Corpus-based Study of the Use of Nouns to Construct Stance in Theses from Two Contrasting Disciplines. *Journal of English for Academic Purposes*, 2 (4): 313-326.

Groom N. (2005) Pattern and Meaning across Genres and Disciplines: An Exploratory Study. *Journal of English for Academic Purposes*, 4 (3): 257-277.

Hartley J. et. al. (2004) Clarity across the Disciplines: An Analysis of Science, Social Science and Arts Texts. *Science Communication*, 26/2: 188-210.

Hu G. (2015) Disciplinary and paradigmatic influences on interactional metadiscourse in research articles / G. Hu, F. Cao. *English for Specific Purposes*, 39: 12-25.

Hyland K. (1997) Scientific Claims and Community Values: Articulating an Academic Culture. *Language and Communication*, 16: 19-32.

Hyland K. (1998). *Hedging in Scientific Research Articles*. Amsterdam: John Benjamins.

Hyland K. (1999). Boosting, Hedging and the Negotiation of Academic Knowledge. *TEXT* 18: 349-382.

Hyland K. (2000) *Disciplinary Discourses: Social Interactions in Academic Writing*. London: Longman.

Hyland K. (2003) Self-citation and Self-reference: Credibility and Promotion in Academic Publication. *Journal of American Society for Information Science and Technology*, 54 (3): 251-259.

Hyland K. (2004) Graduates' Gratitude: The Generic Structure of Dissertation Acknowledgements. *English for Specific Purposes*, 23 (3): 303-324.

Hyland K. (2006) Disciplinary differences: Language variation in academic discourses: Hyland, K. & Bondi, M. (Eds.) *Academic discourse across disciplines*. Frankfurt: Peter Lang: 17-45.

Hyland K. (2009) *Academic discourse: English in a global context*. London, Continuum.

Loi C. K. (2013). Metadiscourse in English and Chinese research article introductions / C. K. Loi, J. M.-H. Lim. *Discourse Studies*, 15: 129-146.

Mauranen A. (1993). Contrastive ESP rhetoric: metatext in Finnish-English economics texts. *English for Specific Purposes*, 12: 3-22.

Motta-Roth D. (1998) Discourse Analysis and Academic Book Reviews: A Study of Text and Disciplinary Cultures: Fortenet, I., Posteguillo, S., Palmer, J.C., Coll, J.F. (eds.) *Genre Studies in English for Academic Purposes*. Castello: Universitat Jaume I: 29-58.

Mu C. et.al. (2015) The use of metadiscourse for knowledge construction in Chinese and English research articles J. *English Acad. Purpos.*, 20: 135-148

Nesi H. (2001) A Corpus Based Analysis of Academic Lectures across Disciplines. Cotterill J., Ife A. (eds.) *Language Across Boundaries*. London: Continuum: 201-218

Simin, S. (2009). Metadiscourse knowledge and use in Iranian EFL writing / S. Simin, M. Tavangar. *Asian EFL Journal*, 11, 230-255.

Swales J. (2004). *Research Genres*. Cambridge: CUP

Swales J. M. (2012, 3rd. ed.) *Academic Writing for Graduate Students: Essential Tasks and Skills* / J. M. Swales, B. F. Ch. The University of Michigan Press.

Zarei G. R. (2010). A contrastive study on metadiscourse elements used in humanities vs. non-humanities across Persian and English G. R. Zarei, S. Mansoori. *English Language Teaching*, 4: 42-50.

References

Bazhenova, YE. A. (2018) Sovremennyye podkhody k izucheniyu nauchnogo teksta [Modern approaches to the study of the scientific text]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* 2 (191): 54-60. (In Russ.)

Bogdanova, V. A. (1993) Nauchnyj stil [Scientific style] *Funktional'nyje stili I formy rechi [Functional styles and forms of speech]*. Saratov: 35-65. (In Russ.)

Bhatia, V. K. (2004) *Worlds of Written Discourse: A Genre-Based View*. London, Continuum.

Biber, D. et al. (1999) *Longman Grammar of Spoken and Written English*. London, Longman.

Busch-Lauer, Ines-A (2014). Abstracts: Cross-linguistic,

Disciplinary and Intercultural Perspectives: Marina Bondi, Rosa Lorés Sanz (eds.) *Abstracts in Academic Discourse: Variation And Change*. Bern, Peter Lang: 43-64.

Charles, M. (2003) 'This mystery...': A Corpus-based Study of the Use of Nouns to Construct Stance in Theses from Two Contrasting Disciplines. *Journal of English for Academic Purposes*, 2 (4): 313-326.

Chernyavskaya, V. E. (2017) Nauchnyj diskurs. Vydvizheniye rezul'tata kak kommunikativnaya i yazykovaya problema [Scientific discourse. Promotion of the result as a communicative and linguistic problem]. Moscow, URSS: LE-NAAND: 139. (In Russ.)

Groom, N. (2005) Pattern and Meaning across Genres and Disciplines: An Exploratory Study. *Journal of English for Academic Purposes*, 4 (3): 257–277.

Hartley, J. et. al. (2004) Clarity across the Disciplines: An Analysis of Science, Social Science and Arts Texts. *Science Communication*, 26/2: 188–210.

Hu, G., Cao, F. (2015) Disciplinary and paradigmatic influences on interactional metadiscourse in research articles. *English for Specific Purposes*, 39: 12–25.

Hyland, K. (2003) Self-citation and Self-reference: Credibility and Promotion in Academic Publication. *Journal of American Society for Information Science and Technology*, 54 (3): 251–259.

Hyland, K. (2004) Graduates' Gratitude: The Generic Structure of Dissertation Acknowledgements. *English for Specific Purposes*, 23 (3): 303–324.

Hyland, K. (2006) Disciplinary differences: Language variation in academic discourses: Hyland, K. & Bondi, M. (Eds.) *Academic discourse across disciplines*. Frankfurt, Peter Lang: 17–45.

Hyland, K. (2009) Academic discourse: English in a global context. London, Continuum.

Kegeyan, S. E. (2019) Nauchnaya stat'ya kak osobyy zhanr nauchnogo diskursa [Scientific article as a special genre of scientific discourse]. *Sovremennaya nauka: aktual'n-yye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarn-yye nauki*, 3: 158–160.

Khomutova, T. N. (2010) Nauchnyy tekst: integral'nyy podkhod [Scientific text: integral approach]. Chelyabinsk: YuURGU: 333. (In Russ.)

Khutyz I. P. (2015) Akademicheskii diskurs: kul'turno-spetsificheskaya sistema konstruirovaniya i translyatsii znaniy [Academic discourse: a culture-specific system for the construction and transmission of knowledge]. Moscow: Flinta Publ.: 176. (In Russ.)

Kotyurova M. P., Bazhenova YE.A. (2008) Kul'tura nauchnoy rechi: tekst i yego redaktirovaniye [Culture of scientific speech: text and its editing]. Moskva: Flinta: Nauka Publ.: 280. (In Russ.)

Kozhina M.N. (2006, 2nd ed.) Funktsional'nyy stil' (funktsional'naya raznovidnost' yazyka, funktsional'nyy tip rechi) [Functional style (functional variety of language, functional type of speech)]. M.N. Kozhina (ed.) *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar' russkogo yazyka* [Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian Language]. Moscow: Flinta: Nauka Publ.: 581–583. (In Russ.)

Loi, C. K. (2013). Metadiscourse in English and Chinese research article introductions / C. K. Loi, J. M.-H. Lim. *Discourse Studies*, 15: 129–146.

Mauranen, A. (1993). Contrastive ESP rhetoric: metatext in Finnish-English economics texts. *English for Specific Purposes*, 12: 3–22.

Mikhaylova, YE. V. (1999) Intertekstual'nost' v nauchnom diskurse: na materiale stately [Intertextuality in scientific discourse: on the material of articles]: diss.... cand. of philol. sciences. Volgograd: 205. (In Russ.)

Motta-Roth, D. (1998) Discourse Analysis and Academic Book Reviews: A Study of Text and Disciplinary Cultures: Fortenot, I., Posteguillo, S., Palmer, J.C., Coll, J.F. (eds.) *Genre Studies in English for Academic Purposes*. Castello, Universitat Jaume I: 29–58.

Mu, C. et.al. (2015) The use of metadiscourse for knowledge construction in Chinese and English research articles. *J. English Acad. Purpos.*, 20: 135–148.

Naumenko, YU.N., Stebletsova, A.O. (2021) Verbalizatsiya nauchnoy kategorii aktual'nost' v angloyazychnom i russkoyazychnom akademicheskikh diskursakh [Verbalization of the scientific category of relevance in English and Russian academic discourses]. *Filologiya i kul'tura* 1 (63): 84–93. DOI: 10.26907/2074-0239-2021-63-1-84-93. (In Russ.)

Nesi, H. (2001) A Corpus Based Analysis of Academic Lectures across Disciplines. Cotterill J., Ife A. (eds.) *Language Across Boundaries*. London, Continuum: 201–218.

Novikov, A.I. (1983) Semantika teksta i yego formalizatsiya [Semantics of the text and its formalization]. Moscow: Nauka Publ.: 213.

Peshkova N. P. (2002) Tipologiya nauchnogo teksta: psikholingvisticheskii aspekt [Typology of scientific text: psycholinguistic aspect]. Ufa, Ufa State Aviation Technical University: 261 p.

Simin, S. (2009). Metadiscourse knowledge and use in Iranian EFL writing / S. Simin, M. Tavangar. *Asian EFL Journal*, 11: 230–255.

Stebletsova, A. O. (2022) Natsional'no-kul'turnaya spetsifika nauchnogo teksta kak predmet deskriptivno-sopostavitel'nogo analiza [National and cultural specificity of a scientific text as a subject of descriptive and comparative analysis]. In *Yazyk. Obrazovaniye. Kul'tura: Sbornik nauchnykh trudov po materialam XVI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy elektronnoy konferentsii, Kursk, May 23–26, 2022* [Language. Education. Culture: Collection of scientific papers based on the materials of the XVI International Scientific and Practical Electronic Conference, Kursk, May 23–26, 2022]. Kursk: Kursk State Medical University: 4–8.

Stebletsova, A. O. (2019) Zagolovki angliyskikh i russkikh nauchnykh stately: diskursivno-kognitivn-yye osobennosti [Titles of English and Russian scientific articles: discursive-cognitive features] / A. O. Stebletsova, YU. N. Naumenko. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarn-yye nauki*, 4 (820): 161–179.

Stebletsova, A. O. (2019) Formal'nost' kak stileobrazuyushchaya kharakteristika akademicheskogo angliyskogo: sinkhronicheskii analiz nauchnykh meditsinskikh tekstov [Formality as a style-forming characteristic of academic English: synchronous analysis of scientific medical texts] / A. O. Stebletsova, I. I. Torubarova. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2, Yazykoznanie*, 4 (18): 157–173. (In Russ.)

Sukhomlinova, M. A. (2018) Sovremennyy angloyazychnyy akademicheskii diskurs: genezis i zhanrovaya spetsifika: monografiya [Modern English academic discourse: genesis and genre specificity: monograph]. Rostov-on-Don, Taganrog: Southern Federal University: 208. (In Russ.)

Swales, J. (2004). *Research Genres*. Cambridge, CUP.

Swales, J. M., Feak, Ch. B. F. (2012, 3rd. ed.) *Academic Writing for Graduate Students: Essential Tasks and Skills*. The University of Michigan Press.

Torubarova, I. I. (2021) Lingvokul'turnaya spetsifika nauchnogo meditsinskogo teksta (na materiale angloyazychnykh i russkoyazychnykh stately) [Linguistic and cultural specificity of the scientific medical text (based on English and Russian articles)]: dis. ... cand. of philol. sciences. Tver': 183. (In

Russ.)

Torubarova, I. I., (2020) Nauchnaya meditsinskaya stat'ya: proyavleniya natsional'noy spetsifiki v universal'nom zhanre akademicheskogo diskursa [Scientific medical article: manifestations of national specifics in the universal genre of academic discourse] / I. I. Torubarova, A. O. Stebletsova. *Vestnik*

Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya, 4 (67): 145-153. (In Russ.)

Zalevskaya, A. A. (2005) Psikholingvisticheskiye issledovaniya. Slovo. Tekst : izbr. tr. [Psycholinguistic research. Word. Text : selected works]. Moscow Gnozis: 542. (In Russ.)

© Стеблецова А.О., 2023

Стеблецова Анна Олеговна – доктор филологических наук, доцент, заведующая кафедрой иностранных языков Воронежского государственного медицинского университета им. Н.Н. Бурденко. Контактные данные: 394036, Россия, Воронеж, Студенческая ул. 10 (Russia, Voronezh, Studenchskaya, 10). E-mail: annastabl@vrngmu.ru.

Статья поступила в редакцию: 25.12.2022.

УДК 801.8

Шипова Ирина АлексеевнаМосковский педагогический государственный университет, Москва, Россия,
schipowa@mail.ru, AuthorID: 868617, ORCID: 0000-0001-6179-6960**ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЕМЫ РЕЧЕВОЙ МАНИПУЛЯЦИИ АДРЕСАТОМ
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ АНАЛИЗА
(на материале новеллы Э.Т.А. Гофмана «Песочный человек»)**

Статья посвящена анализу приемов речевой манипуляции и особенностям её актуализации в художественном тексте, не идентичным манипулированию в политическом или рекламном дискурсе. Методология работы базируется на лингвистических методах контекстуального, интерпретативного и статистического анализа. Корпус исследования приемов речевой манипуляции ограничен текстом новеллы «Песочный человек» Э.Т.А. Гофмана, поскольку их использование обусловлено конкретным содержанием литературного произведения и выбором языковых средств с целью достижения определенного прагматического эффекта при воздействии на адресата. В тексте Э.Т.А. Гофмана выявлены средства и способы создания иллюзии при восприятии содержания новеллы, направляющие внимание реципиента в сторону неоправданной версии развития событий. В результате формирования ошибочного представления о ходе повествования возникает эффект нарушенных ожиданий, чего читатель мог бы избежать при внимательном прочтении текста и понимании, каким образом автор манипулирует его восприятием. Исследования подобного рода свидетельствуют о том, что речевая манипуляция не является изобретением последнего времени и давно занимает определенное место в процессе создания текста. Особенности её актуализации зависят от типа текста и прагматической установки его автора. Текст Э.Т.А. Гофмана может служить источником информации о том, с помощью каких языковых средств речевая манипуляция создается и какого эффекта в результате её использования можно достичь.

Ключевые слова: речевая манипуляция, игра адресатом, художественный текст, принцип нарушенного ожидания, нарушение законов эпистолярного жанра, смена стилистической окраски повествования.



Шипова И. А. Языковые приемы речевой манипуляции адресатом в художественном тексте анализа (на материале новеллы Э.Т.А. Гофмана «Песочный человек») // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 28-41.

Shipova Irina AlekseevnaMoscow Pedagogical State University, Moscow, Russia,
schipowa@mail.ru, AuthorID: 868617, ORCID: 0000-0001-6179-6960**LINGUISTIC TECHNIQUES OF SPEECH MANIPULATION OF THE ADDRESSEE
IN A LITERARY TEXT (BASED ON THE MATERIAL OF E.T.A. HOFFMAN'S
SHORT STORY "THE SANDMAN")**

The article is devoted to the analysis of the techniques of speech manipulation and the peculiarities of its actualization in a literary text that are not identical to manipulation in political or advertising discourse. The methodology of the work is based on linguistic methods of contextual, interpretive and statistical analysis. The corpus of research on speech manipulation techniques is limited to the text of the short story "The

Sandman" by E.T.A. Hoffman, since their use is conditioned by the specific content of the literary work and the choice of linguistic means in order to achieve a certain pragmatic effect when influencing the addressee. In the text of T. A. Hoffman, the means and methods of creating an illusion when perceiving the content of the novel are revealed, directing the recipient's attention towards an unjustified version of the development of events. As a result of the formation of an erroneous idea about the course of the narrative, the effect of violated expectations arises, which the reader could avoid by carefully reading the text and understanding how the author manipulates his perception. Studies of this kind indicate that speech manipulation is not a recent invention and has long occupied a certain place in the process of creating a text. The specifics of its actualization depend on the type of text and the pragmatic attitude of its author. The text of E.T.A. Hoffman can serve as a source of information about which language means speech manipulation is created and what effect can be achieved as a result of its use.

Keywords: speech manipulation, the game of the addressee, artistic text, the principle of violated expectation, violation of the laws of the epistolary genre, change of stylistic coloring of the narrative.



Shipova I. A. Linguistic techniques of speech manipulation of the addressee in a literary text (based on the material of E.T.A. Hoffman's short story "The Sandman"). Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 28-41.

Введение. Фикциональность художественного текста как его родовой признак позволяет автору текста создавать некую несуществующую реальность, «второй, вымышленный мир рядом с миром природы, представляющий собой некое игровое поле и на этом основании имеющий много общего с игрой» [Хейзинга, 2011: 12]. Игра, которую ведет в этом случае автор текста – его продюцент, может быть стремлением достижения комического эффекта за счет творческого использования языкового материала, а может быть проявлением элемента манипуляции при осознании собственной ... цели, если автор хочет видоизменить и даже исказить смысл высказывания, не исключая факт некой «злой воли» [ср. Винер, 1958: 101]. В таком случае возникает своеобразное соперничество и/или сотрудничество автора и читателя, их незримый диалог, свойственный процессу восприятия художественного произведения, когда используются приемы «для поддержания заинтересованности в продолжении чтения, провоцирующие вопросы со стороны читателя», но не всегда дающие ответы на них [Кучерявых, 2019: 29].

В начале 50-х годов XX века Л. Витгенштейн в работе «Философские исследования» [Витгенштейн, 2010] обратился к явлению языковой игры и дал ей как лингвистическому феномену философское определение. Поскольку языковая игра многогранна, часто не поддается однозначной трактовке, она стала предметом исследований с различных точек зрения. Виды языковой игры неоднородны, но их введение в текст предопределяется необходимостью «выражения добавочного смысла, основанного на творческом использовании в речи знания языка» [Кучерявых, 2019: 5]. Для этой цели применяются языковые средства с нарушением нормы их использования или без него, причем в первом случае отступление от правил осознается продюцентом речи [там же].

Языковая игра как явление перекликается с речевой манипуляцией, в процессе

которой язык становится инструментом «формирования у широкой аудитории определенных предпочтений, вкусов, потребностей, предрассудков, стереотипов, которые выгодны манипулятору». Однако в художественном тексте она имеет иную направленность: в этом случае в основе речевой манипуляции лежат «психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий или заблуждений...» [Кошевникова, 2014: 388]. Иными словами, языковая манипуляция в художественном тексте сродни тому, что делает с публикой искусный иллюзионист, заставляя зрителей принять воображаемое за действительное.

Постановка проблемы. При использовании речевой манипуляции «автор может либо резко расширять коммуникативные права читателя, предоставляя ему не только полную свободу интерпретации, но и возможность участия в порождении текста; либо вступать с ним в сложную прагматическую игру», при этом «в той или иной степени игнорировать коммуникативные права читателя» [Хромов, Жданова, 2011: 76]. Именно читатель, попадая под воздействие речевой манипуляции, «становится точкой отсчета в анализе тех или иных явлений, он вовлечен в этот анализ» [Кубрякова, 1995: 230], а задача разгадать замысел автора – интересная и увлекательная игра.

В одной из своих статей Ю. М. Лотман писал о своеобразном стилистическом приеме, так называемой «игре адресатом» [Лотман, 1977: 61]. Суть этой игры, по мнению автора, сводится к задаваемой текстом возможности манипуляции восприятием и интерпретацией читателя, когда его возможные ошибки планируются и провоцируются текстом. При этом происходит преднамеренное нарушение постулатов сотрудничества между адресантом и адресатом. Руководствуясь данным определением, зададимся вопросом, с помощью каких способов языкового влияния на читателя реализуются стратегии воздействия, включающие в себя определенные манипуляторские приёмы, которые «...тщательно культивируют слабости и огрехи мыслительной деятельности обычного среднего человека» [Ермаков, 1995: 193].

Представляется, что любые исследования в области речевой манипуляции никогда не теряют своей актуальности. В современном мире это явление имеет большое распространение, но не многие понимают, что его корни уходят в далекое прошлое.

История вопроса. Речевая манипуляция как разновидность воздействия на сознание, воспринимающего речь/текст – явление вечное. Она всегда была и будет, об этом говорится во всех исследованиях данного феномена, который можно наблюдать как на уровне межличностных, так и общественно-политических отношений. Однако очевидно, что в зависимости от того, кто является инициатором манипуляции, её субъектом и объектом, в каком контексте она реализуется, каковы ее цель и канал коммуникации, языковые средства ее актуализации, следует говорить об оценке её воздействия и различать приемы и эффективность ее воздействия на реципиента. На наш взгляд,

художественный текст – та сфера языкового творчества и речевой выразительности, в которой инициатор речевой манипуляции вряд ли может преследовать более важную для себя цель, нежели возбудить интерес к своему творчеству, вызвать желание прочесть его книгу. Используя при этом приемы речевой манипуляции, он может создавать эффект нарушенного ожидания, уводя читателя в сторону от основной сюжетной линии, заставляя его таким образом вникнуть в смысл изображаемого, увидеть, что сказано в произведении, по сути, и как переплетаются в нем реальность и вымысел.

Одним из мастеров речевой манипуляции в художественном тексте был немецкий писатель Э.Т.А. Гофман, имя которого хорошо известно тем читателям, которые с удовольствием погружались в мир его удивительных, загадочных и необычных произведений. В них он превращал простых немецких обывателей во всемогущих монстров, банальные любовные истории – в трагические потрясения, а прозаическая бюргерская жизнь приобретала в его книгах фантастические очертания. Достичь столь выразительного эффекта этому писателю позволяла его настроенность на игру воображения, умение с легкостью манипулировать вниманием читателя, создавая особый мир, который он населял своими героями и в который приглашал всех желающих.

Умение Э.Т.А. Гофмана создать интригу в повествовании напрямую связано с использованием приемов речевой манипуляции, игры воображением читателя, умением направить его внимание в то сторону, которая позволяет автору целенаправленно влиять на восприятие текста. Понять, каким способом писатель достигал этого, является задачей нашей публикации.

Обзор литературы. К анализу текстов Э.Т.А. Гофмана обращались многие отечественные исследователи XX века. Большой интерес к его творчеству отразился в работах известных литературоведов и лингвистов, в ряду которых следует назвать имена В. М. Жирмунского, В. Г. Адмони, Н. Я Берковского, С. В. Тураева, Н. М. Берновской и др. В нашем исследовании не стояла задача литературоведческой трактовки текстов этого автора. Интерес вызывают те аспекты, которые связаны с особым умением Гофмана вызывать неоправданные ожидания читателя и, разрушив затем его иллюзии, достичь обусловленного авторским замыслом эффекта выразительности. На наш взгляд, речь идет об авторской технике речевой манипуляции, исследование которой сопрягается с трудами О. Н. Быковой, Е. Л. Доценко, С. Г. Кара-Мурзы, И. А. Стернина и др.

Методика исследования. Корпус нашего исследования ограничен текстом сказочной новеллы Э.Т.А. Гофмана «Песочный человек» (1817), тема которой связана с народными поверьями о песочном человеке, крадущем детей и забирающем у них глаза, если они ночью не спят.

В каждом произведении Э.Т.А. Гофмана уже с первой страницы возникает интрига, элемент напряжения. Напряжение – один из важных элементов игры, так свойственной искусству, вообще, и художественной литературе, в частности. Если

рассматривать игру как форму свободного самовыявления человека, которая предполагает реальную открытость миру возможного и разворачивается не только в виде состязания, но и в виде представления (репрезентации) каких-либо ситуаций, смыслов и состояний [Сигов, 1991: 110], то без сомнения, тексты Гофмана являют собой некий вид художественного творчества, в котором игра – один их важнейших компонентов. В то же время, когда игра переходит в речевую манипуляцию, она становится условной, поскольку преднамеренна по цели и не так уж и безобидна.

Герой новеллы «Песочный человек» – Натаниэль пережил в детстве встречу с воображаемым «песочным человеком» – адвокатом Коппелиусом, который вместе с отцом мальчика проводил алхимические опыты, приведшие к смерти родителя. Став взрослым, Натаниэль уехал на учебу в другой город, оставив мать, невесту Клару и друга Лотара, её брата. Жизнь вдали от родных тяготила молодого человека, он посещает их, но после визита домой узнает, что его прежняя квартира сгорела. Натаниэль селится в квартире, напротив которой живет профессор Спаланцани, его преподаватель физики. Торговец оптикой, Коппола, абсолютная копия Копелиуса, приходит к Натаниэлю и почти насильно заставляет его купить карманную подзорную трубу. Наблюдая через нее в окно дочь профессора Олимпию, Натаниэль влюбляется в неё, мечтает обручиться с ней, но узнает, что она – прекрасная кукла-автомат, и это сводит его с ума. После лечения в сумасшедшем доме герой возвращается в родительский дом, он окружен любовью и заботой близких, но во время прогулки с Klarой Натаниэль снова берет в руки карманную подзорную трубу Коппола и вновь теряет рассудок, пытаясь сбросить с городской ратуши невесту. Лотар спасает сестру, а безумный прыгает вниз и разбивается насмерть.

Погружаясь в текст Э.Т.А. Гофмана «Песочный человек», читатель входит в пространство игры-манипуляции, участие в которой не диктуется какой-либо необходимостью или моральной обязанностью, цель которой выпадает из «непосредственного материального интереса» [Демидов, 1999: 23] и остается «для себя и в себе» [Финк, 1988: 359]. Он погружается в «поэтическую иллюзию», которая не лжет, а играет воображением, вызывая наслаждение [Кант, 1991: 56]. Как в каждой игре Гофман предлагает здесь свои особые правила, созданные для «замкнутого в себе действия» [Демидов, 1999: 37].

Мы считаем, что речь идет о некой культурной ценности, дарящей людям наслаждение моментом разгадывания, стремление перейти от напряжения к разрядке, к внутреннему расслаблению, это – манипуляция сознанием, которая не несет в себе злого умысла, она – метафора, которая обладает методологическим преимуществом: язык в ней предлагает нам абстракцию, которая сама по себе подлежит понятийному анализу. Мышлению только остается произвести оценку [Гадамер, 1998: 148,149].

Речевой манипуляции свойственна темпоральность, т.е. временные параметры, позволяющие воспринимать её как непосредственную действительность, в которой

одновременно участвуют и тот, кто в неё вовлекает (в нашем случае – автор), и тот, кто в неё вовлечен (т.е. читатель). Но ответ на вопрос о том, кто лучше знает её правила, не так очевиден, как может показаться на первый взгляд. Автор, погруженный в игру-манипуляцию «изнутри», не всегда может оценить её глазами наблюдателя «снаружи». Поскольку «закрытость игры и создает её открытость для зрителя» [там же: 154], именно последний и должен эксплицировать, в чем такая манипуляция заключается и каковы её правила.

Приемы речевой манипуляции в тексте новеллы. Обратившись непосредственно к тексту «Песочный человек», читатель сразу задается вопросом, что он видит перед собой. История студента Натаниэля начинается с письма, написанного другу Лотару, но по ошибке адресованного невесте Кларе. В этом письме нет начала, т.е. нет традиционного обращения, отсутствие которого в письмах (а их в произведении три: Натаниэль Лотару / Клара Натаниэлю / Натаниэль Лотару), – речевая манипуляция, в которую читатель погружается с первой страницы. В результате якобы недоразумения письмо читает не адресат, а его сестра Клара. И это только первое «преднамеренное нарушение постулатов сотрудничества» между автором и его читателем.

Создав интригу блестяще построенным сюжетом и поместив его в рамки трех писем, Э.Т.А. Гофман обращается непосредственно к тому, кто читает новеллу, выводя его на новый этап игры-манипуляции. Отсутствие обращения-приветствия в начале каждого из писем компенсируется на этот раз многократным обращением непосредственно к читателю:

(1) *günstiger Leser* (2 раза), *Geneigteter, geneigter Leser, o mein Leser!* (2 раза) [Hoffmann, 1994: 119, 120]

По мнению Д. Вундерлиха, единственная цель речевого акта вокативного типа (т.е. обращения) – привлечь или поддерживать внимание адресата, и по своей сути такие речевые акты инициативны [Wunderlich, 1976: 79]. Приглашая читателя к дискуссии по поводу жанра своего повествования, Э.Т.А. Гофман реализует именно эту интенцию, с одной стороны, а с другой, влечет его к разгадыванию загадки: что же дальше он будет читать –

сказку с зачином:

(1) »*Es war einmal*« - *der schönste Anfang jeder Erzählung* [Hoffmann, 1994: 120], новеллу с началом:

(2) »*In der kleinen Provinzialstadt S. lebte*« [ebd.: 120]

или захватывающую историю в духе детектива:

(3) »*Scher' er sich zum Teufel*«, *rief, Wut und Entsetzen im wilden Blick, der Student Nathanael, als der Wetterglashändler Giuseppe Coppola...*« [ebd.: 120].

Речевая манипуляция продолжается, поскольку упомянутый выше и не лишенный основания намек на жанр сказки (например, наличие фантастических, напоминающих

колдовство элементов) плохо сочетается с утверждением автора о том, что приведенные в новелле письма переданы автору его другом Лотаром, братом невесты Натаниэля Клары, т.е. речь идет о подлинных событиях и о реальных героях:

(4) ... die drei Briefe, welche Freund Lothar mir gütigst mitteilte, ... [ebd.:120].

Неоднозначно в рассказе и описание Клары, изображаемой то как глубокая нежная душа:

(5) *ein tiefes weiblich-zartes Gemüt,*

то характеризуемой как бесчувственная, приземленная особа:

(5a) *Klara wurde deshalb von vielen kalt, gefühllos, prosaisch gescholten* [ebd.:121],

причем добавление предложной группы *многими (von vielen)*, заставляет усомниться в первом определении.

Впрочем, эти загадки уходят на задний план в тот момент, когда Натаниэль влюбляется в дочь профессора физики Спаланцани, прекрасную Олимпию. И это также прием речевой манипуляции, при которой из-за умелой смены фокусировки одни события приобретают особое значение, а другие вдруг его теряют.

Попадая в психологическую зависимость от злодея Коппелиуса, Натаниэль лишается внутренней воли и находится во власти силы, которую невозможно идентифицировать. Для характеристики ощущений своего главного героя Э.Т.А. Гофман выбирает интересный языковой прием: читая описания того, что происходит с протагонистом, мы постоянно видим безличные синтаксические структуры.

(6) Die Haustür knarrte, durch den Flur *ging es*, langsamen, schweren, dröhnenden Schrittes nach der Treppe. ... *es hustete und scharrte und brummte* seltsam draußen [ebd.:110].

(7) *Mir war es*, als sei ich in schweren kalten Stein eingepresst - mein Atem stockte! [ebd.:113]

(8) *Dem Nathanael war es zumute*, als sei eine schwere Last, die ihn zu Boden gedrückt, von ihm abgewälzt, ... [ebd.:125] и др.

Таким образом Э.Т.А. Гофман имплицитно внушает читателю, что герой теряет свою субъектность, воздействие зла на него неизбежно, и он не способен ему противостоять.

В рассказах Гофмана всегда кроется какая-то тайна, намек на роковое стечение обстоятельств, которое в корне меняет жизнь героев. Важную роль при этом играет повторение определенных лексических элементов, являющихся символическими предвестниками трагических событий. Трудно определить с классических стилистических или литературоведческих позиций, что это за прием. Он напоминает нечто похожее на лейтмотивы, традиционно определяемые как повторяющиеся элементы поэтики произведения, отличающиеся смысловой значимостью [Зыховская, 2000: 7]. «Распознавание» смысла этих символических указателей позволяет приблизиться к пониманию замысла автора, увидеть скрытую взаимосвязь и взаимодействие элементов художественного

мира писателя. Их повторяемость не случайность, а константная черта текста, который мы трактуем как языковой прием речевой манипуляции. Очень условно можно сравнить постоянное появление определенных семантических единиц с музыкальным приемом *бассо остинато* – одной из вариационных форм в музыке, основанной на многократном повторении в басовом (нижнем) голосе неизменной темы, которая сопровождается меняющимися верхними голосами. В результате этого метода при сохранении тематического единства происходит непрерывное обновление многоголосной музыкальной ткани, что очень подходит для создания единого музыкального образа или воплощения единого настроения [Протопопов, 1985: 49].

В новелле можно выделить несколько таких тем, возникающих в соответствующих частях повествования и сигнализирующих о повторном появлении какого-либо явления, тематических изменениях, предвосхищающих опасность или колдовство.

На первом месте при использовании данного приема стоит тема «отвратительного»: *Etwas Entsetzliches*, которая повторяется в тексте девять раз в различных формах и вариантах:

(9) *das Entsetzliche, was mir geschah, / Als ich nun diesen Coppelius sah, ging es grau-sig und entsetzlich in meiner Seele auf/* и др.

Вариант данного корня (*Entsetzen* встречается семь раз), в сущности, повторяет уже существующий образ страха «*zitterte ich vor Angst und Entsetzen*»/ «*Entsetzen ergriff mich*»/ «*von wildem Entsetzen gewaltig erfasst,*»/ «*Übermannt von tollem Entsetzen*».

Однако эта тема не столь интересна, поскольку она только эксплицирует чувства и состояние Натаниэля при появлении злодея Коппелиуса – Копполы, околдовавшего и превратившего главного героя в безвольную марионетку.

Намного изобретательнее Э.Т.А. Гофман использует корень прилагательного *grau* (*серый*) – (9 раз), который в немецком языке легко трансформируется в *graulich* (ужасный, страшный, жуткий), *grausam* (беспощадный, жестокий, бесчеловечный, злой и т.п.), *das Grauen* (жуть, ужас), *grauenhaft* (ужасный, страшный). Безобидное прилагательное *grau* ассоциируется с тем же самым Коппелиусом – Копполой, у которого серые глаза и который носит костюм такого же цвета:

(10) *Denke Dir einen großen breitschultrigen Mann mit einem unförmlich dicken Kopf, erdgelbem Gesicht, buschichten grauen Augenbrauen, unter denen ein Paar grünliche Katzenaugen stechend hervorfunkeln, großer, starker über die Oberlippe gezogener Nase. Coppelius erschien immer in einem altmodisch zugeschnittenen aschgrauen Rocke, ebensolcher Weste und gleichen Beinkleidern, aber dazu schwarze Strümpfe und Schuhe mit kleinen Steinschnallen* [Hoffmann, 1994: 110].

Все его существо ужасно, а оттого каждое упоминание слова *grau* звучит как угроза или как предзнаменование появления этого монстра:

(11) *Da trat aber Coppola vollends in die Stube und sprach mit heiserem Ton, indem*

sich das weite Maul zum hässlichen Lachen verzog und die kleinen Augen unter den *grauen* langen Wimpern stechend hervorfunkelten; [ebd.: 126, 127] или

(12) »Sieh doch den sonderbaren kleinen *grauen Busch*, der ordentlich auf uns loszuschreiten scheint«, sprach Klara [ebd.: 138].

Безобидное словосочетание в финальном эпизоде рассказа *den sonderbaren kleinen grauen Busch* служит знаком превращения Натаниэля-человека в Натаниэля-марионетку, потерявшего собственную волю и обреченного на гибель, поскольку этот элемент связан с образом Коппелиуса, у которого *die buschichten grauen* Augenbrauen.

Гофман дает читателю сигнал, явно свидетельствующий, что картина безоблачного счастья в финале произведения не более чем обман, лишь иллюзия благополучия. При этом важно распознать эту манипуляцию, направленную на активизацию внимания читателя, порождающую чувство беспокойства.

Функцию неких предзнаменований выполняют и композиты – сложные существительные с детерминирующим компонентом *Tod-* и *Riesen-*.

Слово *Tod* (смерть), появившееся в сцене смерти отца Натаниэля, переходит в иное измерение в связи с упоминанием прекрасной Олимпии, удивительной куклы-автомата, заставившей Натаниэля забыть реальную любовь к Кларе. Сама по себе она не что иное, как судьбоносное предупреждение:

(13) Eiskalt war Olimpias Hand, er fühlte sich durchbebt von *grausigem Todesfrost*, er starrte Olimpia ins Auge, das strahlte ihm voll Liebe und Sehnsucht entgegen, und in dem Augenblick war es auch, als fingen an in der kalten Hand Pulse zu schlagen und des Lebensblutes Ströme zu glühen [ebd.: 128].

(14) Erstarrt stand Nathanael – nur zu deutlich hatte er gesehen, Olimpias *toderbleichtes* Wachsgesicht hatte keine Augen, statt ihr schwarze Höhlen; sie war eine leblose Puppe [ebd.: 135].

Впервые сложное существительное с компонентом *Riesen-* (огромный) появляется в сцене спора Спаланцани и Копполы о том, кому из них должна принадлежать кукла Олимпия:

(15) in diesem Augenblick wand Coppola sich mit *Riesenkraft* drehend die Finger dem Professor aus den Händen und versetzte ihm mit der Figur selbst einen fürchterlichen Schlag, dass er [...] taumelte und hinstürzte; ... [ebd.:135].

Когда же в финале истории молодые люди – Натаниэль и Клара, к которой он снова испытывает прежнюю любовь, отправляются на прогулку по городу, в тексте вновь появляется тот же самый компонент. Это первый сигнал надвигающейся трагедии:

(16) ... der hohe Ratsturm warf seinen *Riesenschatten* über den Markt [ebd.:138], но не последний:

(17) Da standen die beiden Liebenden Arm in Arm auf der höchsten Galerie des Turmes

und schauten hinein in die duftigen Waldungen, hinter denen das blaue Gebirge wie eine **Riesenstadt** sich erhob [ebd.:138].

Непосредственная связь с образом-фантомом Коппелиуса – Копполы обнаруживается в самом конце текста:

(18) Die Menschen liefen auf das wilde Geschrei zusammen; unter ihnen ragte **riesengroß** der Advokat Coppelius hervor, der eben in die Stadt gekommen und gerades Weges nach dem Markt geschritten war [ebd.:139].

Именно тогда приходит разгадка появления *гигантской* тени от ратуши и упоминание голубых гор, возвышающихся, точно *гигантский* город.

Речевая манипуляция просматривается и еще в одном приеме: смене стилистической окраски повествования. Столь типичный для сказки «счастливый конец», предлагаемый автором перед попыткой Натаниэля убить невесту изображается «высоким стилем»:

(19) Nathanael erwachte wie aus *schwerem, fürchterlichem Traum*, er schlug die Augen auf und fühlte, wie ein *unbeschreibliches Wonnegefühl* mit *sanfter himmlischer Wärme* ihn durchströmte [ebd.:138].

Длительная болезнь главного героя из-за несчастной любви к девушке-автомату заканчивается, он возвращается в семью, и всех ожидает счастливая жизнь в имении, полученном по наследству от никогда прежде не упоминавшегося в тексте богатого дядюшки. Однако выпрениый характер описаний, напыщенно восторженные и неестественно сентиментальные фразы скорее напоминают клише из тривиальных романов, как в них представляется «безоблачное счастье» и которым верить нельзя:

(20) Aber dem (Nathanael) quollen *vor lauter Wehmut und Entzücken* die *hellen glühenden Tränen* aus den Augen, und er stöhnte tief auf: »Meine – meine Klara!« [ebd.:138]

Традиционная фраза-начало: «***Es war an der Zeit***» в продолжении текста указывает на то, что читателя ожидает новая история, в которой стилистическая окраска текста внезапно меняется:

(21) ***Es war an der Zeit***, dass die vier glücklichen Menschen nach dem Gütchen ziehen wollten. Zur Mittagsstunde gingen sie durch die Straßen der Stadt [ebd.:138]

Зловещий призрак Коппелиуса, связанный с лексическими единицами *Riesen-* (примеры 17, 18), *u grau-* в возгласе Клары: «Смотри, какой странный серый кустик...» (*Sieh doch den sonderbaren kleinen grauen Busch, ...*) – превращают повествование из безобидного в угрожающее. Автор направляет читателя не туда, где ему видится что-то приятное, а туда, куда ведет логика истории героя.

Смерть Натаниэля и его страшная попытка убийства невесты заставляют читателя погрузиться в странное подавленное настроение. Надежда на счастливый конец не оправдалась, зло победило. И вот в последнем абзаце новеллы читатель видит продолжение, в котором после гибели протагониста повествуется о якобы счастливой судьбе

Клары. Он вздохнет с облегчением: это – счастливый сказочный конец! В русском переводе отрывок ни у кого не вызывает той двойственности, которая характерна для тех, кто читает историю по-немецки.

(22) Nach mehreren Jahren *will* man in einer entfernten Gegend Klara *gesehen haben*, wie sie mit einem freundlichen Mann Hand in Hand vor der Türe eines schönen Landhauses saß und vor ihr zwei muntre Knaben spielten [ebd.:139].

Дело в том, что конструкция *will* man ... *gesehen haben*, представляющая собой один из способов выражения критически коннотированной субъективно-модальной оценки высказывания, в русском языке не имеет прямых аналогов. По всей вероятности, Гофман снова использовал прием речевой манипуляции и создал интригу, разгадка которой доступна тем, кто умеет внимательно читать его текст, и в котором, по сути, говорится: Спустя несколько лет *кто-то пустил слух*, что в отдаленной местности видели Klarу, сидевшую на крыльце красивого деревенского домика рядом с приветливым мужчиной....

Русский перевод передает критичность утверждения в более мягкой форме: «Уверяют, что спустя много лет в отдаленной местности видели Klarу, сидевшую перед красивым загородным домом, рука об руку с приветливым мужем, а подле них играли двое резвых мальчуганов» [Гофман, 2001: 281], что несколько сглаживает трагичность финала.

И в этом случае не остается сомнений в том, что Э.Т.А. Гофман умело подвел своего читателя к тому сказочному концу, который заставит его порадоваться в надежде на счастливое разрешение всех бед и тревог в истории, у которой такого конца объективно не может быть.

Полученные в ходе анализа результаты исследования. Обобщая подробный анализ языковых приемов речевой манипуляции в тексте новеллы Э.Т.А. Гофмана «Песочный человек», выделим ряд моментов:

Исследование показало, что автор намеренно использует приемы, с помощью которых направляет внимание читателя в сторону создания иллюзии, влияющей на восприятие текста в нужном автору направлении. Отказываясь от общепринятых в XIX веке норм эпистолярного жанра и опуская обращение в письмах, Гофман создает интригу, увлекает читателя в свое повествование и вводя читателя в заблуждение относительно развития сюжета.

С той же целью автор использует формализованные элементы, имитирующие тип текста сказки, рассказа или криминальной истории.

Обращение к читателю позволяет сократить дистанцию между реципиентом и продуцентом текста и вызвать иллюзию прямого контакта между ними. Хотя обращения были распространены в XIX веке в литературе в целом, в данном тексте они могут рассматриваться как манипулятивный прием: контрастируя с отсутствием обращения в

письмах, приведенных в новелле, где вокатив должен был бы оставаться неотъемлемой частью формы, оно становится косвенным доказательством «правдивости» истории.

Своеобразным показателем слабости позиции субъекта речи (героя повествования) в тексте выступают безличные структуры в предложениях, передающих эмоциональное состояние протагониста. Таким образом автор передает его неспособность контролировать происходящие с ним процессы возбуждения, страха, неуверенности и собственного бессилия.

Воздействие на восприятие текста через повтор лексических единиц с определенной символической семантикой происходит на стилистическом и композиционном уровне подобно музыкальному приему *бассо остинато*, который используется для нагнетания напряженности повествования, создания атмосферы таинственности и страха. Этот способ заимствован Э.Т.А. Гофманом из иной сферы искусства, о которой он имел полное представление, будучи музыкантом, композитором и исполнителем.

С помощью трансформации однокоренных слов Гофман создает их семантические вариации, в результате чего одно слово (*прилагательное – серый*) превращается в маркер опасности, в предвестника трагических событий.

Смена высокой стилистической окраски текста на нейтральную маркирует переход от ложных ожиданий к логически обоснованному развитию повествования. Той же цели служит и структура с модельным глаголом *wollen* с *Inf. II*, дающая сигнал о неправдоподобности счастливого конца.

Вывод. В завершение данного обзора следует подчеркнуть, что приемы речевой манипуляции в тексте новеллы Э.Т.А. Гофмана «Песочный человек» не имеют цели изменить сознание читателя, они, скорее, должны стать стимулом для активизации его внимания и воображения, а также раскрытия подлинного смысла текста.

Несмотря на то, что в современном мире творчество немецких романтиков в целом, и Э.Т.А. Гофмана, в частности, утратило прежнее значение и не вызывает того интереса, который был прежде, представляется важным исследование приемов речевой манипуляции на данном материале, поскольку в нем мы находим корни современных трансформаций в сознании человека, в способах их отражения в языке и в творчестве, в художественном тексте сегодняшнего дня.

Кроме того, тексты Гофмана не перестают быть источником прецедентных имен и прецедентных ситуаций, незнание которых сужает кругозор и адекватное восприятие публицистики, художественных текстов, произведений кинематографа. В связи с этим исследования подобного рода должны быть продолжены и будут иметь значение как с точки зрения просвещения аудитории, так и для углубления знаний по истории культуры, литературы и в области лингвокультурологии.

Список источников

Винер Н. Кибернетика и общество. М., 1958. 200 с.
 Витгенштейн Л. [пер. с нем. Л. Добросельского]. М.: АСТ: Астрель, 2010. 347 [2] с.
 Гадамер Х.-Г. Истина и метод. М.: Прогресс, 1998.
 Гофман Э. Т. А. Песочный человек. Пер. с нем. А. Морозова. М.: Олма-Пресс. 2001. С. 237-281.
 Демидов А. Б. Феномены человеческого бытия. Минск: ЗАО Издательский центр "Экономпресс", 1999.
 Ермаков Ю. А. Социально-политические манипуляции личностью: Сущность, технология, результаты. Дисс. ... д-ра философ. наук. Екатеринбург, 1995. 252 с.
 Зыховская Н. Л. Словесные лейтмотивы в творчестве Достоевского. Автореф. дисс. ... канд. фил. наук. Екатеринбург, 2000.
 Кант И. Тартуская рукопись // Эстетика Иммануила Канта и современность. М.: Мысль, 1991.
 Кошевникова М. Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования // XVIII Царскосельские чтения «Языкознание и литературоведение». СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2014. С. 387-394.
 Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века // Язык и наука в конце XX века. М.: Институт языкознания РАН, 1995. С. 144-238.
 Кучерявых Ю. Н. Языковая игра в художественных текстах А.Т. Аверченко: прагматические характеристики и структурно-семантические формы реализации. Дисс. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2019. 202 с.

Лотман Ю. М. Текст и структура аудитории // Труды по знаковым системам. Учёные записки Тарт. ун-та. Вып. 9. Тарту, 1977. С. 55–61.
 Протопопов Вл. История полифонии. Т.3. М.: Музыка, 1985.
 Сигов Б. К. Игра // Современная западная философия: Словарь. М.: Политиздат, 1991.
 Финк О. Основные феномены человеческого бытия // Проблема человека в западной философии. М.: Прогресс, 1988. С. 357-403.
 Хейзенга Й. Homo ludens. Человек играющий. СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2011.
 Хромов С. С., Жданова Е. В. Общее языкознание. Лекции. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2011. 252 с.
 Hoffmann E.T.A. Meistererzählungen. Zürich: Diogenes Vlg., 1994.
 Wunderlich D. Studien zur Sprechakttheorie. F. a. M.: Suhrkamp, 1976.

References

Demidov, A. B. (1999) Fenomeny chelovecheskogo bytiya [Феномены человеческого бытия]. Minsk, Ekonompress. (In Russ.)
 Ermakov YU. A. (1995) Social'no-politicheskie manipulacii lichnost'yu: Sushchnost', tekhnologiya, rezul'taty [Sociopolitical manipulation of personality: Essence, technology, results]. Diss. na sois. uch. st. d. filosof. nauk. Ekaterinburg: 252. (In Russ.)
 Fink, O. (1988) Osnovnye fenomeny chelovecheskogo bytiya [The main phenomena of human existence] : Problema cheloveka v zapadnoj filosofii [The Problem of Man in Western Philosophy]. M.: Progress: 357-403. (In Russ.)
 Gadamer, H.-G. (1998) Istina i metod [Truth and Method]. M.: Progress.
 Gofman, E. T. A. (2001) Pesochnyj chelovek [The Sandman] / Per. s nem. A. Morozova. M., Olma-Press: 237-281.
 Hoffmann, E.T.A. (1994). Meistererzählungen. Zürich: Diogenes Vlg. 1994.
 Hejzenega, J. (2011) Homo ludens. SChelovek igraushchij [Homo ludens.The man playing]. SPb.: Izdatel'stvo Ivana Limbaha. (In Russ.)
 Hromov, S. S. (2011) Obshchee yazykoznanie. Lekcii [General linguistics. Lectures]. M.: Izd. centr EAOI: 252 p.
 Kant, I. (1991) Tartuskaya rukopis' [The Tartu Manuscript]. Estetika Immanuila Kanta i sovremennost' [Immanuel Kant's Aesthetics and Modernity]. M., Mysl'.
 Koshevnikova M. N. (2014) Rechevaya manipulaciya i priemy rechevogo manipulirovaniya [Speech manipulation and techniques of speech manipulation]. XVIII Carskosel'skie chteniya «Yazykoznanie i literaturovedenie [XVIII Tsarskoye

Selo readings "Linguistics and literary studies"]. SPb., LGU im. A. S. Pushkina: 387-394. (In Russ.)
 Kubryakova, E. S. (1995) Evolyuciya lingvisticheskikh idej vo vtoroj polovine XX veka [Evolution of linguistic ideas in the second half of the XX century]. Yazyk i nauka v konce XX veka [Language and science at the end of the XX century]. M.: Institut yazykoznaniiya RAN: 144-238. (In Russ.)
 Kucheryavyh YU.N. (2019) Yazykovaya igra v hudozhestvennykh tekstah A.T. Averchenko: pragmaticheskie harakteristiki i struktarno-semanticheskie formy realizacii [Language game in literary texts by A.T. Averchenko: pragmatic characteristics and structural and semantic forms of implementation]. Diss. na soisk.... kand. filol. nauk. Krasnodar: 202 p. (In Russ.)
 Lotman, YU. M. (1977) Tekst i struktura auditorii [Text and structure of the audience]. Trudy po znakovym sistemam, 9 [Proceedings on sign systems. N 9] / Uchyonye zapiski Tart. un-ta [Scientific notes of Tartu University]: 55–61. (In Russ.)
 Protopopov, Vl. (1985) Istoriya polifonii [The History of polyphony]. T.3. M.: Muzyka. (In Russ.)
 Sigov, B. K. (1991) Igra [The Game]. Sovremennaya zapadnaya filosofiya: Slovar' [Modern Western Philosophy: A Dictionary]. M.: Politizdat. (In Russ.)
 Viner, N. (1958) Kibernetika i obshchestvo [Cybernetics and Society]. M.: 200.
 Vitgenshtejn L. (2010) [per. s nem. L. Dobrosel'skogo]. – M., AST: Astrel': 347 [2]. (In Russ.)
 Wunderlich, D. (1976) Studien zur Sprechakttheorie. F. a. M.: Suhrkamp.
 Zyhovskaya, N.L. (2000) Slovesnye lejtmotivy v

tvorchestve Dostoevskogo [Verbal leitmotives in Dostoevsky's work]. Avtoref. Diss. ... kand. fil. nauk. Ekaterinburg. (In Russ.)

© Шипова И.А., 2023

Шипова Ирина Алексеевна – доктор филологических наук, профессор кафедры немецкого языка Московского педагогического государственного университета. Контактные данные: 119571, Россия, Москва, пр. Вернадского, д. 88 (Russia, Moscow, 88 Vernadsky Ave.). E-mail: schipowa@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 19.12.2022.

Раздел 2. МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 659.3

Герасимов Сергей ВикторовичСанкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия,
votje82@mail.ru, AuthorID: 629162, ORCID: 0000-0002-2303-8816

СОБЫТИЕ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ: ЭВОЛЮЦИЯ ПРОЦЕССА

Событие как коммуникационная технология сопровождает человека и человечество с древнейших времен. История всей цивилизации, история отдельно взятой организации, биография человека – это все списки особенно значимых событий, ориентируясь по которым мы составляем картину произошедшего. Цепочки событий определяют действительность, связывают причины и следствия. В истории возникновения и эволюции человеческой цивилизации события играли роль инициатора, создателя, хранителя и распространителя накопленных знаний о реальности, которые абсорбировались в коллективные наррации. Наррации постоянно совершенствовались и корректировались, в том числе с помощью событий, происходящих вокруг. Некоторые события послужили отправными точками для развития коммуникаций как внутри отдельных групп, так и между группами, культурами. Культура, согласно Ю. М. Лотману, представляет собой сумму человеческих опытов, негенетическое наследие человечества. Изучение специальных событий позволяет использовать события в качестве инструмента, управляющего коммуникационными процессами, культурой, политикой, бизнесом, наукой и не только. В информационном обществе XXI века специальные события являются десигнатором, осуществляющим связь между большим количеством создаваемых цифровыми инструментами миров: игровых, художественных, технических, кинематографических и так далее. В статье рассматриваются основные этапы эволюции специальных событий с точки зрения их влияния на формирование современного пространства публичных коммуникаций. Основным методом послужил анализ специальной литературы с целью изучения состояния обозначенной проблемы. В исследовании использованы работы следующих авторов: Биркенбил В., Бороздина Г. В., Винокур Т. Г., Горелов И. Н., Г. Ферге, Б. Паскаль, Ф де Соссюр, В. Гумбольдт, Шпет Г. Г. и других. В исследовании рассмотрены ключевые события в развитии человеческой культуры и цивилизации. Эти события, связанные как причина и следствие, послужили инициаторами процессов развития пространства публичных коммуникаций от создания первых нарративов до современного цифрового информационного общества. В каждом, даже самом маленьком коллективе, существуют свои события, которые создаются на основе существующих и одобренных в таком обществе историй, текстов, правил. События формируются с помощью нарративного контекста и служат воспроизводству новой наррации, культурогенезу.

Ключевые слова: специальное событие, теория культуры, философия культуры, язык, публичные коммуникации.



Герасимов С. В. Событие как коммуникационная технология: эволюция процесса // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 42-52.

Gerasimov Sergey ViktorovichSaint Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia,
votje82@mail.ru, AuthorID: 629162, ORCID: 0000-0002-2303-8816

THE EVENT AS A COMMUNICATION TECHNOLOGY: PROCESS EVOLUTION

The event as a communication technology has been accompanying man and mankind since ancient times. Chains of such events determine reality, causes and effects. There is a need to model events as a tool for creating and managing communication processes. In the history of the emergence of human civilization, events played the role of the initiator, creator, keeper and disseminator of collective narrations. Culture, according to Yu.M. Lotman, is the sum of human experiences, the non-genetic heritage of mankind. The study of special events allows you to use such events as a tool that manages communication processes, culture, politics, business, science and more. In the information society of the 21st century, special events are a designator that connects a large number of worlds created by digital tools: gaming, artistic, technical, cinematic, and so on. The article discusses the main stages in the evolution of special events from the point of view of their influence on the formation of the modern space of public communications. The main method was the analysis of special literature in order to study the state of the identified problem. The study used the works of the following authors: Birkenbil V., Borozdina G. V., Vinokur T. G., Gorelov I. N., G. Ferge, B. Pascal, F. de Saussure, V. Humboldt, Shpet G. G. and others. The case study examines key events in the development of human culture and civilization. These events, connected as cause and effect, initiated the processes of development of the public communications space from the creation of the first narratives to the modern digital information society. Each, even the smallest team, has its own events, which are created on the basis of stories, texts, and rules that exist and are approved in such a society. Events are formed with the help of a narrative context, and serve to reproduce a new narration. Thus, cultural genesis takes place, both in small subcultural groups and in the whole civilization. In this regard, the study of the event communication space, its dynamics, laws and possibilities seems necessary.

Keywords: Special event, cultural theory, cultural philosophy, language, public communications.



Gerasimov S. V. The event as a communication technology: process evolution. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. №. 1 (1): 42-52.

Введение. Эволюция публичных коммуникаций приводит к ускорению социально-культурных процессов. Прежде всего, необходимо дать определение публичным коммуникациям. С точки зрения профессора Шишкиной М. А., «публичные коммуникации представляют собой вид коммуникаций, нацеленных на передачу информации, затрагивающей общественный интерес, с одновременным приданием ей публичного статуса» [Шишкина, 2002: 52]. Современное стратифицированное информационное общество характеризуется максимально возможным количеством коммуникаций. Становится все сложнее на практике определить публичный статус той или иной коммуникации. Пространство публичных коммуникаций сегодня вторгается в личное пространство, бизнес-сферу. «Частная жизнь» социальных сетей находится под постоянной угрозой стать предметом публичного обсуждения (public scandal). Социальные сети сегодня анализируются с помощью счетных устройств, даже пассивное присутствие в

мессенджерах влияет на статистику и, как следствие, на принятие политических, экономических, социально-культурных и военных решений. Наиболее известные организации, собирающие сегодня частную информацию с целью повлиять на публичный дискурс, это Breitbart Embassy в США и Cambridge Analytica в Объединенном королевстве [Thaler, 2008].

Далеко не каждое событие представляет собой результат коммуникационных технологий, но каждое событие – повод для коммуникации. Использовать такой повод или не использовать, зависит от ситуации, но можно с уверенностью сказать, что создание событий для информационного шлейфа происходит все чаще.

Продолжая концепцию М. А. Шишкиной о природе публичных коммуникаций, можно утверждать, что цель любой коммуникации – это передача чего-либо значимого для определенного сообщества между источником коммуникации и ее получателем. Вероятно, что информация передается из некоего источника информации и коммуникации. Соответственно, существует и получатель информации. Эти два субъекта: источник и приемник, необходимые условия для возникновения коммуникационного процесса. Достаточным условием является фактор значимости информации для получателя. Получатель информации должен соответствовать двум условиям: он должен иметь возможность регистрировать информацию, и у него должна быть возможность понимания, расшифровки, использования информации. При соблюдении этих условий возникает коммуникационный процесс, который состоит из источника коммуникации, информации, получателя информации.

Одной из главных задач событийных коммуникаций является решение проблемы общения между субкультурами. Общество стратифицировано с древних времен. Разделение произошло не только по уровню доходов, но и по возрасту, полу, профессии, происхождению. Каждая отдельная субкультура стала обладательницей своей системы идентификаторов. В первую очередь субкультурную группу отличают особенности норм и ценностей этой группы. Они, в свою очередь, формируют субкультурный язык, сленг, систему «свой-чужой». Благодаря этому вокруг каждой субкультуры сформировался барьер, который сохранял её от размывания другими субкультурами с их нормами и ценностями. Этот барьер не только защищал от постороннего влияния, но и препятствовал коммуникации. Потребность в общей коммуникации социума очевидна и в экономической, и в политической, и в военной сфере. Специальные события в истории часто оказывались единственным средством коммуникации, особенно эффективными в условиях неграмотного населения, сословной и цеховой культурной изоляции.

Коммуникационные процессы возникают, протекают и заканчиваются в человеческом обществе. Решение социальных задач происходит при использовании социальных коммуникаций, которые служат решению задач социального взаимодействия. В зависимости от целей социальные коммуникации могут быть культурными, деловыми,

бытовыми, политическими, научными и так далее. Классификация социальных коммуникаций очень широка. Кроме персонифицированной коммуникации внутри субкультурного языкового пространства, сопряженного с внутренними понятийными оборотами или коммуникациями «тет-а-тет», существуют коммуникации, в которых участвует более одной субкультуры. Такие коммуникации создаются цепочками специальных событий и формируют пространство публичных коммуникаций. Особенностью публичных коммуникаций является возможность любого человека в социуме подключиться к этой публичной дискуссии пассивно или активно.

Методология и источники. Рассмотрим публичные коммуникации с момента их первых проявлений. События, происходящие вокруг и внутри древнейших групп людей, требовали коллективного обсуждения, коллективной реакции. Опыт выживания создавался, корректировался и распространялся каждому участнику группы, позволял существовать в окружающем мире. С помощью языка опыт находился в постоянном совершенствовании, и процесс этот продолжается сегодня.

События, создаваемые с какой-то целью, становятся событиями специальными. В этом смысле необходимо рассмотреть роль и специфику специальных событий в качестве инструмента формирования публичных коммуникаций, смоделировать основные тенденции изменения коммуникационных процессов и предположить с помощью экстраполяции и интерполяции исторически сложившихся событийных технологий возможное будущее коммуникационных процессов и возможные тренды их развития.

Необходимость и важность циклического выяснения особенностей событий отражается в создании каждой группой специального «места» для таких коммуникаций. Исследователи Древнего мира и его функционирования (Д. Д. Фрезер, Б. Б. Пиотровский, И. М. Дьяконов, Д. В. Панченко, С. С. Аверинцев, В. Бартольд, Ж.-П. Вернан, Т. Д. Златковская, В. Куманецкий, М. Лернер, С. Я. Лурье, М. Кравцова, М. Т. Степанянц и многие другие) обращают внимание на присутствие в большинстве поселений специального места, в котором происходили такие коммуникации часто в виде особенных ритуалов и обрядов на постоянной основе. Таким местом могли быть: костровое место, священное дерево, лобное место, двор представителя культа или вождя племени, большой камень, капище и так далее. Такие места встречаются во всех известных древних цивилизациях: у индейцев Америки, у норманнов на Скандинавском полуострове, на территории северного Урала, у жителей Египта, Междуречья и всего Ближнего Востока, в Индии, Китае, Сиаме и так далее. Несмотря на большое разнообразие дизайна мест публичных собраний и традиций, связанных с возникновением коллективных обсуждений, алгоритм их проведения примерно одинаков. В коллективном сознании формируется корпус представлений о мире и человеке, который на каждом собрании проговаривался в виде нарративов: сказок, былин, историй, саг, легенд, песен. Постоянное повторение этих нарративов в каждой субкультуре и культуре создавало и создает

ценностно-нормативную систему, относительно которой происходит оценка текущих событий. В результате динамического взаимодействия накопленного опыта и новых событий, последние либо игнорируются как незначительные, либо встраиваются в существующую систему и становятся законом, либо табуируются или сакрализуются [Герасимов, 2020]. Процедура циклических повторов, происходящих в определенное, повторяющееся время, проходящая по определенному порядку, способствует тому, что место собраний сакрализуются, становится «местом силы», священным местом и так далее сакральным. Создаются календари специальных событий, строятся храмы, для отслеживания необходимой даты проводятся астрономические наблюдения, место обслуживания специальные жрецы [Емельянов, 1999], создаются обряды, законы проведения таких событий. Сакральные места собраний выделяются в общей архитектуре города. На протяжении тысячелетий места для публичных собраний, церемоний, парадов, обсуждения законов, оглашения указов, массовых праздников, публичных казней занимают ключевые места на территории поселений [Козырева, 2016].

Публичное пространство структурируется и институционализируется, туда выносятся вопросы, субстанциональные для большинства населения и влияющие на общественное отношение (*public opinion*), на соблюдение общественных норм и ценностей (*public law*), обеспечивающие доступность к информации всем желающим, способствующие управлению обществом (*public politics*) и борьбе за власть в обществе (*public policy*).

События и их отражение в публичном коммуникационном пространстве стали источником не только развития научного мировоззрения, но и породили целую систему социальных мифов, влияние которых на современную систему правления социумом сложно переоценить. За рамками этого исследования остается событийный мифогенез, события, связанные с различными культурами и религией, также их значительное влияние на коммуникационные процессы. Теме социального мифогенеза как рефлексии на социально значимые события посвящены работы Р. Барта, К. Леви-Строса, Б. Малиновского, Л. Моргана, Дж. Рэндалла, Т. М. Алпеевой, Ю. М. Антоняна, П. С. Гуревича, Д. Драгунского, С. М. Телегина. Частные аспекты социальной мифологии нашли отражение в статьях зарубежных исследователей Дж. Шевалье, В. Х. Мак-Нейла, Э. Гудхерта, Дж. П. Кранка, Р. Х. Блоха, Дж. Казея, Р. Слоткина, С. Манна, Х. Келли Ангара, Е. Ф. Шорса, Л. Б. Райта, Р. Холлистера, М. Китагавы, А. Аравота, С. Р. Бейли.

Результаты и обсуждение. В большинстве культур публичное пространство защищено, находится в центре городского архитектурного ансамбля, многие из них специально оборудуются для массовых собраний населения, служат объектом внимания для гостей и визитной карточкой для всего поселения. Современное понятие публичных коммуникаций не связано с главной городской площадью, эта территория в сознании жителей по-прежнему сохраняет свое сакральное значение.

Рассматривая коммуникационный тренд, можно обнаружить, что исторически пространство публичных коммуникаций расширялось ступенчато, и в основании каждого этапа находится ключевое событие, благодаря которому происходило скачкообразное увеличение плотности публичных коммуникаций.

В процессе изучения публичных коммуникаций наибольший интерес представляет вербальная коммуникация. В связи с тем что человек вышел их среды животных, по мнению антропологов и лингвистов (Агамбен, Линея, Штейталь, Юксюль), единственное существенное отличное свойство человека – это речь. С другой стороны, человек – это животное по своему строению, функциям существования, продолжения рода и другим свойствам.

Двойственная природа человека определяет и невербальную систему общения. Она исследуется и используется в технологиях конструирования и управления публичными коммуникациями: в правилах поведения, в законах социальной коммуникации, в психологии коммуникации и в других пограничных дисциплинах (Проблемам вербализации и невербальным коммуникациям посвящены работы Биркенбил В., Бороздина Г.В., Винокур Т. Г., Горелов И. Н., Кнапп М.Л., Конецкая В.П., Лабунская В. А., Леонтьев А. А., Морозов В. П., Холл. Э.).

Система знаковых коммуникаций человека исторически выросла на системах рефлексивной реакции животных. В недавнем прошлом простые социальные сигнальные системы представляли собой костры, дымы, бой барабанов. Все эти сигналы основаны на рефлекторном привлечении внимания. Современный человек немного свысока смотрит на рефлексии животного характера, не понимая, что в основе законов коммуникации лежат животные рефлексии. Например, человеку нравится смотреть на меха разных зверей. В основе этого внимания находится древнейший рефлекс, который призвал внимательно следить за животным миром. Если зверь хищный, то невнимательность грозила смертью от нападения, если зверь был добычей, то невнимательность грозила голодом для всего сообщества.

В XXI веке все люди – это результат самого удачного выживания на нашей планете, все наши предки смогли оставить потомство, не погибли от катастроф, эпидемий, набегов врага и т. д. В результате этого сформировался генетический опыт, врожденные рефлексии, которые находятся в основе мотивации каждого человека.

События являются наиболее устойчивой традиционной детерминантой общественной жизни, одним из глубинных оснований культуры, которое, скрыто или явно, в значительной мере определяет функционирование социального механизма. В ходе исторической трансформации общественной жизни ряд важных феноменов социальной сферы остается постоянно подчиненным, как архаическим компонентам общественного сознания, так и связанным с ними новым фундаментальным метафорам осмысления современной действительности. Важным «изобретением» человечества является

возможность обозначать символом или фонемой различные предметы или события в жизни. Ключевую роль в принятии единой для конкретной субкультуры системы знаков играли общие встречи, собрания и другие специальные события, на которых люди договаривались об обозначении сущностей и событий. Такие события создали язык в древности и продолжают его создавать сегодня. Развитие семиотических и семантических свойств в языке обеспечило возможность передачи причинно-следственных описаний. В результате циклических, повторяющихся событий возникла способность передавать накопленный опыт [Выготский, 1960] между общинами; от поколения к поколению. Навыки передачи опыта обеспечили выигрыш, конкурентное преимущество человека перед природой, перед другими животными. Такое событие в истории как возможность передачи опыта стало причиной целого ряда событий – террасок. Событие в этом смысле, играет роль запускающего механизма, который формирует социально-культурные процессы [Герасимов, 2017]. Во-первых, появились более совершенные орудия труда и домашней утвари. Во-вторых, увеличились случаи удачных охот, уменьшилось количество потерь и увечий, сократились и усовершенствовались технологии по сохранению и приготовлению пищи, производству одежды, жилищ, обучению детей и так далее. В-третьих, появляется свободное время, которое можно направить на освоение окружающей действительности.

Для выявления основных трендов развития событийных публичных коммуникаций необходимо рассмотреть и структурировать известные события с точки зрения скачкообразного роста плотности коммуникаций. В этом процессе события послужили триггерами, а рост коммуникаций – реакцией социума на изобретение. Эти процессы повторялись неоднократно, и каждый раз приводили к одинаковым последствиям: скачкообразному росту коммуникаций, культуры, цивилизации.

Появление «человека говорящего» и «людей, говорящих друг с другом», позволило возникнуть и развиваться новым понятиям, сущностям, оторванным от восприятия в 5 органах чувств: совесть, честь, порядочность и другие. На этой основе в социуме стала формироваться система новых ценностей, политические, торговые, культурные связи возникли между различными этническими группами. Стали появляться абстрактные понятия, модели и схемы реальности в виде чертежей утвари и оружия, скульптуры и наскальной живописи, географических карт. С развитием письменной и устной речи появились понятия прошедшего настоящего и будущего времени, человек пытался описать мир, который его окружал, придумывал новые описания для новых событий и предметов, которые возникали в окружающем пространстве. Из абстрактных сущностей, которыми окружил себя человек, возникли первые языческие верования в силы природы, их размещали в антропоморфных персонажах для того, чтобы как-то вести с ними диалог, а если получится, то и торговлю. Возникли первые культы приношения богам в обмен на их доброе расположение. В межкультурном пространстве возникли и

развивались экономические связи правила и законы. Первые письменные источники, найденные в раскопках, в основном, содержат фиксацию проведенных сделок купли продажи. Самые первые публичные записи на стенах древнеегипетских храмов датируются четвертым тысячелетием до н. э. [Авдиев, 1979] и представляют собой отчеты о военных походах. Выполнены они с помощью иероглифической записи, то есть с помощью рисунков предметов, расположенных в определенном порядке. Языки всех известных письменностей начинались как рисунки, постепенно эволюционируя к фонетическим знакам и образуя алфавит. Подробнее языковым особенностям создания и аккумуляции человеческого опыта посвящены работы Г. Ферге, Б. Паскаля, Ф де Соссюра, В. Гумбольдта, Г. Г. Шпета, П. А. Флоренского, А. Н. Леонтьева и других [Тулчинский, 2003].

В более поздние времена в раскопках встречаются таблички, на которых приведены законы и правила торговли, поведения, судебные кодексы. XVI веком до н. э. датируется написание Торы – первого описательного произведения древнего мира. Примерно этим же временным периодом датируется возникновение религиозных текстов на санскрите. Особый вклад греческих авторов в создание исторических произведений в 5-6 веке до н.э. (Геродот, Ксенофонт). Позже в I веке до н.э. по указу Цезаря публиковались отчеты и протоколы Сената. Следующая эпоха развития публичных коммуникаций в Европе связана с приходом христианства. Христианская церковь создала такой коммуникационный инструмент, как институты проповедей, публичных лекций в храмах, схоластических религиозно философских споров, на это время приходится пик развития риторики. Местами для массовых собраний и коммуникаций становились школы при монастырях. Грамотные люди большей частью жили в городах. С развитием ремесла переписывания книг, примерно в XII веке, в Европе увеличивалось число грамотных участников коммуникационного процесса, роль письменных текстов росла, хотя грамотность оставалась уделом избранных. С развитием общественных школ и появлением университетов в Европе появляется большой класс людей, которые отличались не только грамотностью, но и знанием истории, философии, медицины, культуры, юриспруденции, экономики. То есть сформировалось культурное сообщество, предрасположенное к тесному социальному обмену информацией. Трудно переоценить такое событие, как возникновение печатного текста. В 1440 году появился способ книгопечатания, основанный на изготовлении независимых букв – литер, из которых наборщик составлял тексты (изобретатель Иоган Гуттенберг) [Капр, 2013]. Изобретение печатного станка запускает большое семейство событий-террасок, которое даже сегодня сложно описать в полном объеме. В конце XV– начале XVI веков в Европе существовало около 1000 типографий более чем в 250 городах, это резко повысило уровень образования и сместило публичные коммуникации в печатную сторону. В этот период стали публиковать не только религиозные тексты, в основном христианской направленности, но и

светские, научные, художественные произведения. Возникли конфликты между обществом и церковью, обществом и властью, обозначилась религиозная и властная цензура.

Изобретения новых форм в пространстве коммуникаций стали событиями, после которых скачкообразно изменялась количество плотность коммуникаций. То, что сегодня в практике коммуникаций кажется естественным, складывалось в результате многовековых поисков и находок. Междугородняя и международная связь с помощью письменных посланий была зафиксирована в Междуречье более 5000 лет назад. Образцы государственных писем между городами сохранились в Египте во всех периодах его существования до наших дней, в Месопотамии, например, впервые использовали почтовых голубей. В Римской империи существовала *cursus publicus*, осуществлявшая государственную почтовую связь. В средние века герольды перевозили корреспонденцию по городам Европы. В XV веке существовала служба королевских курьеров сначала при Людовике XI, позже при всех монарших домах Европы. По примеру этой королевской почты возникла служба военных курьеров, которую в 1742 году назовут фельдъегерской службой. В конце XV века происходит возникновение гражданской почты для населения Европы. В гражданской среде потребность в почтовой коммуникации нарастала исключительно динамично, и усилиями Франца фон Таксиса [Behringer, 1990], существовала почтовая служба «Такси», которая регулярно перевозила грузы, корреспонденцию и людей из Австрии в Италию включительно до XIX века. Таким образом, сформировались коммуникационные каналы в Европе. Важно отметить, формирование почтовых коммуникаций сделало возможным распространение местных периодических изданий: газет и журналов, что позволило серьезно повысить обмен актуальной информацией. Произошел коммуникационный бум, результатом которого, отчасти, стало возможно наступление эпохи Возрождения.

В последующие периоды почтовый дилижанс, который развивал скорость коммуникации до 70 километров в сутки, в XIX веке был заменен на железнодорожную доставку, что существенно повысило скорость и грузоподъемность почтовых коммуникаций. Следующие всплески увеличения плотности коммуникаций связаны с такими событиями, как: изобретение телеграфа, (1832), телефона (1876), и радио (1895), развитие цифровых технологий, интернет и «социальные сети» (2003), которые к 2023 году прошли сложную эволюцию, адаптированы к мобильным девайсам, представлены многочисленными системами мгновенного обмена сообщениями.

Специальные события в пространстве публичных коммуникаций представляют собой необходимое и достаточное условие для возникновения социокультурных процессов. Рост интенсивности обмена информацией в публичном пространстве служит существенной характеристикой, маркером уровня эволюции социума. Современное информационное общество характеризуется постоянной эмиссией событий, влияющих на социально-культурную сферу, напрямую и опосредованно, через сферу культуры в

отраслевом смысле. Появились разделы метаматематики, такие как эвентология в теории событий, и профессии по созданию специальных событий, такие как event-менеджмент [Герасимов, 2016].

Заключение. События и сущности, по мнению Аристотеля, составляют все, что существует. Все современные науки – естественные, точные и гуманитарные – прирастают событиями. С точки зрения коммуникационных технологий, события представляют собой основу для возникновения публичной и межличностной коммуникации, служат источником всего нового, универсальным информационным поводом. События отделяют значимые для социума изменения реальности от информационного шума. Этим выстраивают нормы и ценности в определенном порядке иерархии. Кроме этого, ключевые события, например открытия и изобретения, порождают события-терраски, детерминированные последствия ключевых событий. Как было показано выше, некоторые из таких событий составили ступенчатую конструкцию эволюции системы публичных коммуникаций. Эта модель позволяет предположить, что публичное коммуникационное пространство, структурируемое и управляемое системой специальных событий, продолжит тенденцию по увеличению плотности и количества коммуникаций, агрессивно наступая на территорию бизнеса, политики, науки, личных коммуникаций. События все больше отрываются от конкретной локации, конкретной культуры и включают себя все большее количество новых технологий и изобретений. В этом тренде просматривается тенденция к унификации специальных событий и стремление к мультикультурализму. Все вышесказанное позволяет утверждать, что специальные события служат триггерами для публичных коммуникаций, которые возникли на заре формирования человеческого социума [Панченко, 2013], трансформировались и развивались вместе с ним в современную сложнейшую систему связей взаимоотношений [Гнатюк, 2013], социальный механизм весов и противовесов, наиболее точно отражая современную цивилизацию. Специальные события в современном обществе динамично развиваются, эволюционируют по форме и содержанию, по-прежнему играют ключевую роль в публичных коммуникациях, социально-культурных процессах, технологиях конструирования реальности.

С точки зрения публичных коммуникаций специальные события в информационном обществе представляют собой перспективный инструмент для развития коммуникаций, управления обществом и общественным мнением, социально-культурными процессами.

Список источников

Авдиев В. И., Вигасин А. А., Дандамаев М. А. и др. История Древнего Востока: Учебник под ред. Кузищина В. И. М.: Высш. Школа, 1979. 456 с.

Выготский Л. С. Развитие высших психических функций. М.: Юрайт, 2016. 356 с.

Герасимов С. В. Событие как управленческая функция генерации социальной реальности // Человек. Культура. Образование. 1 (23). 2017. С 68-83.

Герасимов С. В., Лохина Т. Е., Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры. 2-е

изд. СПб.: ПЛАНЕТА МУЗЫКИ; «Лань», 2016. 384 с.
 Герасимов С. В. Формирование нарратива из перформатива в публичных коммуникациях // Слово. ру: Балтийский акцент. 2020. Т. 11. № 1. С. 34-49.
 Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации. М.: КноРус, 2013. 359 с.
 Емельянов В. В. Ниппурский календарь и ранняя история Зодиака. СПб.: Петербургское Востоковедение, 1999. 272 с.
 Капр А. Иоганн Гутенберг. Личность в истории. СПб.: Вита Нова, 2010. 546 с.
 Козырева Н. В. Очерки по истории Южной Месопотамии эпохи ранней древности (VII тыс. до н. э. — середина

II тыс. до н. э.). СПб.: Контраст, 2016. 552 с.
 Панченко Д. В. Диффузия идей в Древнем мире. СПб: Филологический факультет СПбГУ, 2013. 320с.
 Тульчинский Г. Л. Смысл и гуманитарное знание // Проблема смысла в науках о человеке. М., 2003. С. 7-26.
 Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб.: Паллада-медиа, РУСИЧ, 2002. 444 с.
 Behringer, W. (1990) Thurn und Taxis. Piper Verlag, München: 494.
 Thaler, R. H., Sunstein, C. R. (2008) *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness* / Yale University Press.

References

Avdiyev, V. I. (1979) *Istorija Drevnego Vostoka* [History of the Ancient East] / Avdiyev V.I., Vigasin A.A., Dandamayev M.A. Uchebnyk pod red. Kuzishchina V.I. M. – Vyssh. Shkola [High School]: 456. (In Russ.)
 Behringer, W. (1990) *Thurn und Taxis*. Piper Verlag, München: 494.
 Gerasimov, S. V. (2020) Formirovaniye narrativa iz performativa v publichnykh kommunikatsiyakh [Formation of Narrative from Performative in Public Communications]. *Slovo. ru: Baltiyskiy akcent* [Word. ru: Baltic accent], 11 (1): 34-49. (In Russ.)
 Gerasimov, S. V. (2017) Sobytiye kak upravlencheskaya funktsiya generatsii sotsial'noy real'nosti [Event as a managerial function of social reality generation]. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovaniye* [Human. Culture. Education], 1 (23): 68-83. (In Russ.)
 Gerasimov, S. V. (2016) Menedzhment spetsial'nykh sobytiy v sfere kul'tury [Management of special events in the field of culture] / S. V. Gerasimov, T. E. Lokhina, G. L. Tul'chinskiy. St. Petersburg, Planeta muzyki: 384. (In Russ.)
 Gnatyuk, O. L. (2013) *Osnovy teorii kommunikatsii* [Fundamentals of Communication Theory]. Moscow: Knorus: 359. (In Russ.)
 Kapr, A. (2010) Iogann Gutenberg. Lichnost' v istorii [Johannes Gutenberg. personality in history]. St. Petersburg, Vita Nova: 546. (In Russ.)

Kozyreva, N. V. (2016) Ocherki po istorii Yuzhnoy Mesopotamii epokhi ranney drevnosti (VII tys. do n. e. — seredina II tys. do n. e.) [Essays on the history of southern Mesopotamia in early antiquity (VII thousand BC - middle and thousand BC)]. St. Petersburg, Kontrast: 552. (In Russ.)
 Panchenko, D. V. (2013) Diffuziya idey v Drevnem mire [Diffusion of ideas in the ancient world]. St. Petersburg, Faculty of Philology SPBGU: 320. (In Russ.)
 Shishkina, M. A. (2002) PR v sisteme sotsial'nogo upravleniya. [PR in the system of social management]. St. Petersburg, Pallada-media, RUSICH: 444. (In Russ.)
 Thaler, R. H. (2008) *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness* / R. H. Thaler, C. R. Sunstein. Yale University Press.
 Tul'chinskiy, G. L. (2003) Smysl i humanitarnoye znaniye [Meaning and humanitarian knowledge].: *Problema smysla v naukakh o cheloveke*, Moscow: 7-26. (In Russ.)
 Vygotskiy, L. S. (2016) Razvitiye vysshikh psikhicheskikh funktsiy [Development of higher mental functions]. Moscow: 356. (In Russ.)
 Yemel'yanov, V. V. (1999) Nippurskiy kalendar' i rannaya istoriya Zodiaka [Nippur calendar and the early history of the zodiac]. St. Petersburg, Peterburgskoye Vostokovedeniye [Petersburg Oriental Studies]: 272. (In Russ.)

© Герасимов С.В., 2023

Герасимов Сергей Викторович – кандидат педагогических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Контактные данные: 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, Griboyedov Canal, 30-32). E-mail: votje82@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 30.12.2022.

УДК 659.4

Ежова Елена Николаевна¹ ✉, Мирзоева Диана Бениаминовна²¹Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия,
eezhova@ncfu.ru, AuthorID: 317690, ORCID: 0000-0001-9741-2981²Рекламное агентство «Front Line», Ставрополь, Россия,
di_mirzoeva1607@mail.ru

PR-ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ ESG (НА ПРИМЕРЕ КУРОРТОВ КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД)

В современных условиях технологии продвижения туристской дестинации тесно связаны с формированием бренда территории на основе эффективного взаимодействия экологических, социальных и управленческих факторов. Использование ESG-инструментов позволяет формировать благоприятные отношения объекта продвижения с общественностью, способствуя росту репутационного капитала и одновременно препятствуя потребительскому отношению к окружающей среде. Методология и источники опирается на структурно-системный подход, функциональный анализ и деятельностный подход; кроме того, в исследовании применялись социологические методы исследования, в частности массовый опрос жителей Кавказских Минеральных Вод, позволивший выявить PR-технологии формирования территориального имиджа, наиболее эффективно воздействующие на целевую аудиторию. PR-продвижение бренда территории на основе ESG-стратегии предполагает опору на такие принципы, как экологическая ответственность, социальная ответственность и корпоративная ответственность. Включение ESG-повестки в структуру брендинга территории рассматривается авторами исследования как важнейший фактор устойчивого социально-экономического развития страны. Эффективная ESG-трансформация бренда туристских дестинаций связывается авторами с комплексом мероприятий, направленных на разработку стратегии устойчивого развития на основе осмысления специфики территории; разработку инструментов продвижения устойчивого бренда территории; увеличение экономической привлекательности региона; формирование благоприятного социокультурного климата и качества жизни людей. В результате проведенного исследования сделаны выводы о том, что включение ESG-технологий в продвижение территориального имиджа позволяет улучшить образ территорий, усилить её экономическую стабильность, улучшить благосостояние людей, значительно уменьшить экологические риски. Теоретическая значимость исследования заключается в приращении знаний о продвижении бренда территории в целом, а также в анализе эффективности использования ESG-технологий в создании территориального имиджа путем изучения зарубежного и российского опыта.

Ключевые слова: PR-технологии, продвижение, концепция ESG, брендинг территории, туристские дестинации.



Ежова Е. Н., Мирзоева Д. Б. PR-технологии продвижения туристской дестинации на основе принципов ESG (на примере курортов Кавказских минеральных вод) // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 53-66.

Ezhova Elena Nikolaevna¹ ✉, Mirzoeva Diana Benjaminovna²

¹North-Caucasus Federal University, Stavropol, Russia,
eezhova@ncfu.ru, AuthorID: 317690, ORCID: 0000-0001-9741-2981

²Advertising agency “Front Line”, Stavropol, Russia,
di_mirzoeva1607@mail.ru

PR-TECHNOLOGIES FOR PROMOTING A TOURIST DESTINATION BASED ON THE PRINCIPLES OF ESG (BY THE EXAMPLE OF THE CAUCASIAN MINERALNYE VODY RESORTS)

In modern conditions, technologies for promoting a tourist destination are closely related to the formation of a territory brand based on the effective interaction of environmental, social and managerial factors. The use of ESG tools makes it possible to form favorable relations between the object of promotion and the public, contributing to the growth of reputational capital and at the same time preventing consumer attitudes towards the environment. The research methodology is based on the structural-system approach, functional analysis and activity approach; in addition, sociological research methods were used in the study, in particular, a mass survey of residents of the Caucasian Mineralnye Vody, which made it possible to identify PR technologies for forming a territorial image that most effectively affect the target audience. Promotion of the brand of the territory based on the ESG strategy involves reliance on principles such as environmental responsibility, social responsibility and corporate responsibility. The inclusion of the ESG agenda in the territory branding structure is considered by the authors of the study as the most important factor in the sustainable socio-economic development of the country. Effective ESG-transformation of the brand of tourist destinations is associated by the authors with a set of measures aimed at developing a sustainable development strategy based on understanding the specifics of the territory; development of tools to promote a sustainable brand of the territory; increasing the economic attractiveness of the region; formation of a favorable socio-cultural climate and the quality of life of people. As a result of the study, it was concluded that the inclusion of ESG technologies in the promotion of a territorial image can improve the image of territories, enhance its economic stability, improve people's well-being, and significantly reduce environmental risks. The theoretical significance of the study lies in the increment of knowledge about the promotion of the brand of the territory as a whole, as well as in the analysis of the effectiveness of the use of ESG technologies in creating a territorial image by studying foreign and Russian experience.

Keywords: PR technologies, promotion, ESG concept, territory branding, tourist destinations.

“

Ezhova E. N., Mirzoeva D. B. PR-technologies for promoting a tourist destination based on the principles of ESG (by the example of the Caucasian Mineralnye Vody resorts). Language. Communication. Society: Digi-tal scientific journal. 2023. 1 (1): 53-66.

Постановка проблемы. В современных социально-экономических условиях грамотное управление брендом территории является важным условием социально-экономического благополучия как отдельного региона, так и страны в целом. Положительный имидж туристской дестинации укрепляет ее позиции и обеспечивает конкурентоспособность по сравнению с другими территориальными образованиями.

В условиях динамичной трансформации всех сфер жизнедеятельности общества, изменений стандартов жизни важную роль в разработке бренда территории играет практика построения стратегии брендинга на основе взаимодействия экологических,

социальных и управленческих факторов продвижения. Использование ESG-инструментов позволяет формировать благоприятные отношения объекта продвижения с общественностью, одновременно препятствуя потребительскому отношению к окружающей среде.

В настоящее время проблема формирования бренда территории на основе ESG-технологий нуждается в дальнейшем осмыслении как с точки зрения рассмотрения её теоретических основ, так и с точки зрения анализа эффективных зарубежных и отечественных практик, что обуславливает актуальность темы исследования.

История вопроса, включая обзор литературы. Концепция ESG – предмет долгого эволюционного пути и главный вопрос дебатов между экономистами, юристами, политиками и предпринимателями в определении современной «миссии» корпораций. Впервые понятие повестки ESG появилось в 2004 году в разработанном по инициативе Глобального договора ООН [Никонов, 2021]. Доклад представлял из себя рекомендации для учета ESG вопросов при анализе инвестиций, управлении активами и операциях с ценными бумагами. Финансовые организации должны систематически интегрировать экологические, социальные и управленческие факторы в инвестиционные процессы, что должно иметь одобрение со стороны высшего руководства. Компаниям предлагалось взять лидирующую роль, запуская в политику управления экологические, социальные и управленческие факторы, допуская информацию в стандартизованном формате. Инвесторам было рекомендовано обращаться с запросом на исследования ESG-принципов и поощрять премиями компании в случае их наличия, а управляющим активами – интегрировать подобные исследования в принятие инвестиционных решений.

Широкую известность повестка получила после принятия в 2006 году Принципов ответственного инвестирования ООН, в соответствии с которыми были выработаны стратегия и технологии интеграции экологических, социальных и управленческих факторов в процесс принятия инвестиционных решений и реализации прав инвесторов на управление принципами деятельности компаний.

В последние годы проблема ESG-повестки становится предметом научных исследований как зарубежных исследователей, таких как С. Б. Банерджи [Банерджи, 2014], Г. Фриде [Фриде, 2015], Д. Хакетт [Хакетт, 2020] и др., так и российских ученых, таких как И. Ю. Беляева [Беляева, 2021], Н. В. Ведерин, К. И. Головщинский, М. И. Давыдов, Б. Б. Петько, М. С. Сабирова, С. В. Терсков, Е. А. Шишкин [Ведерин и др., 2022], С. С. Лазарян [Лазарян, 2021], М. В. Мажорина [Мажорина, 2021] и др.

Включение ESG-повестки в проблематику PR-технологий продвижение бренда территорий становится предметом исследования таких ученых, как Г. С. Алимова [Алимова, 2010], И. В. Никонов [Никонов, 2020], Д. В. Свиридов [Свиридов, 2022], Е. Ю. Трофименко [Трофименко, 2015] и др.

Особый интерес для нашего исследования представляет монография

Е. Н. Макаренко, в которой рассматриваются принципы реализации ESG-повестки как важнейшего аспекта стратегии устойчивого развития экономики России и разрабатываются маркетинговые и PR-инструменты продвижения этих принципов [Макаренко, 2022]. Как отмечает исследователь, в России активное развитие направления ESG-финансирования только начинается, но с каждым годом набирает все большие обороты, так как является приоритетным условием социально-экономического развития страны. Страна поэтапно входит в глобальное экосообщество в рамках устойчивого финансирования и ответственной инвестиционной практики, так как экологические проблемы представляют угрозы для финансовой устойчивости, конкурентоспособности и производительности [Макаренко, 2022: 68]. Эффективное управление природными ресурсами и улучшение экологической ситуации способствует социально-экономическому росту государства.

Методика исследования. Предметом нашего исследования стал анализ PR-технологий продвижения туристской дестинации на основе принципов ESG. Методика исследования была обусловлена спецификой его предмета и была соотнесена с поставленными целью и задачами. Структурно-системный подход применен с целью выявления внутренней структуры бренда туристской дестинации и определения типов ESG-инструментов формирования бренда туристской дестинации и установления взаимосвязей между ними. Функциональный анализ позволил выявить механизмы продвижения ESG-стратегии бренда туристской дестинации и установить функции цифровых медиа-технологий в реализации этой стратегии. Применение деятельностного подхода позволило нам произвести анализ ESG-инструментов, которые в наибольшей степени влияют на формирование территориального имиджа курортов Кавказских Минеральных Вод и способствуют повышению лояльности его целевой аудитории. Кроме того, нами были использованы социологические методы исследования, в частности массовый опрос жителей Ставропольского края, позволивший выявить PR-технологии формирования территориального имиджа, наиболее эффективно воздействующие на целевую аудиторию.

Полученные в ходе анализа результаты исследования. PR-продвижение бренда территории на основе ESG-стратегии предполагает опору на три составляющие: 1) экологическую ответственность, основанную на включении в повестку заботы о взаимоотношениях человека с окружающей средой (environmental); 2) социальную ответственность, предполагающую реализацию общественного долга, этических обязательств перед обществом в процессе принятия решений (social); 3) корпоративную ответственность, основанную на эффективном управлении, качестве аудита и пр. (governance) (см. рисунок 1). Следование этим принципам, безусловно, приводит к социализации бизнеса, способствует более качественному удовлетворению потребностей целевой аудитории, и в конечном счете к укреплению деловой репутации [Беляева, 2021: 15].

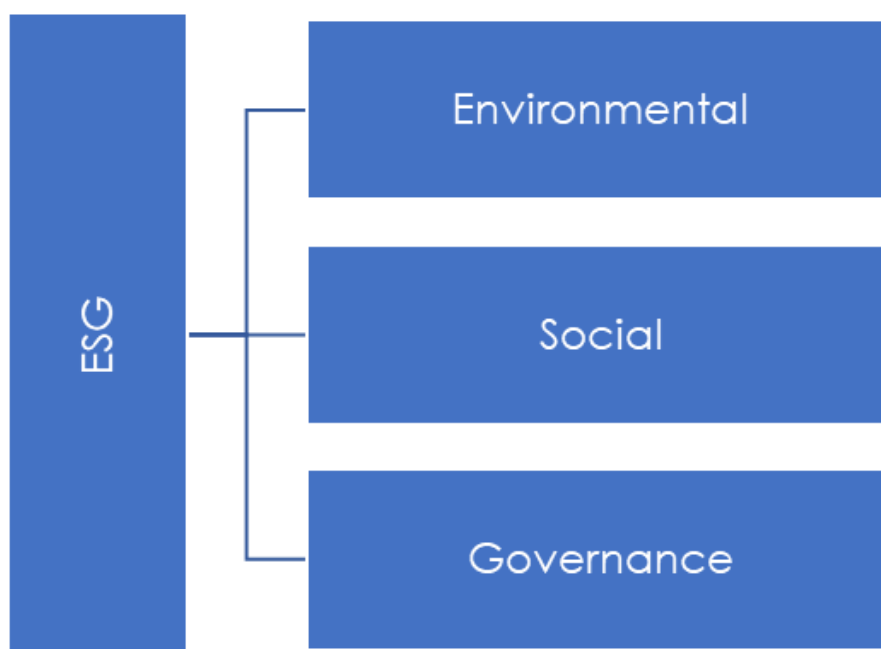


Рисунок 1. Набор стандартов ESG

В практике российского рынка ESG-повестка активно меняет travel-индустрию: способствует PR-продвижению локальных брендов, позитивному влиянию на окружающую среду и эффективное развитие целых регионов [Свиридов, 2022]. Как показывает практика, формирование позитивного территориального имиджа не только становится важнейшим фактором социально-экономического благополучия отдельного региона или государства в целом, но и способствует изменению стандартов жизни конкретного человека. Именно поэтому образ многих территорий России нуждается сегодня в трансформации. Положительный имидж территории укрепляет ее позиции и обеспечивает конкурентоспособность в сравнении с другими территориальными образованиями.

В современной науке территориальный имидж определяется как «комплексное представление о территории, включающее в себя восприятие ее географических характеристик, представление о сферах жизнедеятельности общества (политика, экономика, культура, право, наука, образование, спорт, туризм и др.), об истории территории/региона, о ее известных и рядовых гражданах, основанное либо на собственном опыте, либо на чужом» [Трофименко, 2015: 5].

Эффективная ESG-трансформация бренда туристских дестинаций определяется комплексом направлений, на которых особенно важно акцентировать внимание: 1) разработка стратегии устойчивого развития на основе осмысления специфики территории; 2) разработка инструментов продвижения устойчивого бренда территории; 3) увеличение экономической выгоды региона, в том числе за счет производстве местной продукции; 4) сосредоточенность на сфере культуры и улучшении качества жизни людей.

Принято выделять пять основных векторов ESG для достижения стратегических целей в продвижении территории на туристическом рынке: охрана окружающей среды; ответственный бизнес; «забота о каждом»; благополучие сотрудников; комплексное развитие территории (см. рисунок 2).



Рисунок 2. Основные ESG-инструменты

Вектор «Охрана окружающей среды» направлен на анализ экологических рисков, оценку воздействия и потенциальных последствий тесного взаимоотношения человека с природой. Важны следующие установки: минимальное снижение отрицательного воздействия на природу; сохранение биоразнообразия; экологическое просвещение. Установка на минимальное воздействие на окружающую среду предусматривает последовательное снижение негативных последствий осуществляемой на территории деятельности (следует учитывать, что при выявлении существенных рисков следует ограничить деятельность на территории вплоть до «нулевого варианта» – полного отказа от реализации проекта). Установка на сохранение богатства биоразнообразия и количества узколокальных эндемиков среди растений и животных обязывают территорию развивать устойчивый туризм, сохраняя уникальные природные комплексы и объекты. В рамках продвижения территории важно придерживаться задач по развитию познавательного экотуризма так, чтобы он был доступным для людей и безопасным для природы. Сохранение биоразнообразия является неотъемлемой частью при продвижении территории и является важнейшим показателем ответственности перед будущими поколениями. Успешное выполнение этой задачи в значительной степени зависит от вовлеченности туристов и местных жителей в экологическое просвещение. Экологическое

просвещение включает в себя следующие коммуникационные программы: экскурсии, лекции, цифровые площадки распространения информации; мастер-классы и конкурсы; биотехнические мероприятия; волонтерские акции и пр. Принципиальную важность имеет общедоступность информации о прогрессе ESG-продвижения туристской дестинации в информационном пространстве.

Вектор «Ответственный бизнес» направлен на концентрацию усилий по надежному ведению бизнеса в условиях цифровой трансформации, бережном использовании ресурсов, экологически ответственных закупках, сокращении объемов образования отходов, а также «внедрении «зеленых стандартов» в гостевых комплексах. Цифровая интеграция территории подразумевает единую систему автоматизированного контроля и управления всеми зданиями и инженерной инфраструктурой. Применение энергоэффективности на территории представляет собой намеренное снижение потребления энергии из невозобновляемых источников, в том числе путем постепенной замены специализированной техники на электрические аналоги и получения энергии из возобновляемых источников. Сегодня для многих туристов, планирующих путешествие, важна экологическая ответственность средств размещения, а для некоторых наличие добровольной экологической сертификации является основным фактором при выборе места отдыха. Важным моментом является размещение гостиничным сервисом сведений о реализуемых инициативах по снижению воздействия на окружающую среду.

Вектор «Забота о каждом» представляет собой комплекс установок развития туристской дестинации в таких направлениях, как безопасность и здоровье туристов, здоровый образ жизни, активное долголетие; забота о детях и т. п. Для усиления позитивного эффекта от пребывания на территории важно запускать новейшие медицинские и валеологические сервисы, активности на открытом воздухе для людей всех возрастных категорий. Инфраструктура для спорта, оздоровления и развлечений должна органично интегрироваться в окружающую среду, чтобы отдых на территории проходил в гармонии с природой. Компонент «забота о детях» подразумевает под собой услуги, необходимые для комфортного пребывания семей с детьми, сочетающие в себе отдых для малышей и их родителей.

Вектор «Благополучие сотрудников» направлен на создание безопасных, комфортных и привлекательных условий труда, способствующих реализации потенциала и росту вовлеченности команды в решение корпоративных задач. В комплекс достойных условий труда входит повышение безопасности и комфортных условий, создание зон отдыха и приема пищи. Установка на обеспечение равных возможностей для развития реализуется через систему непрерывного обучения персонала, которая повышает качество работы, производительность труда и конкурентоспособность каждого отдельного сотрудника и территории в целом.

Вектор «Развитие территории» направлен на развитие и внедрение цифровых

технологий. Продвижение территории должно опираться на идеи бережного отношения к природе и аутентичности местности, сохранения историко-культурных ценностей, традиций обычаев, ремесел, народных промыслов и пр. Данная задача решается посредством объединения усилий муниципалитета, особо охраняемых природных территорий, бизнеса, общественных организаций и местных сообществ.

Социологическое исследование технологий продвижения бренда Кавказских Минеральных Вод. Сегодня большую популярность на российском туристическом рынке имеют Курорты Кавказских Минеральных Вод. Природно-климатические условия, бальнеологические ресурсы, богатая флора и фауна, рекреационные дорожки-терренкуры, самобытная архитектура – такими конкурентоспособными факторами обладают курорты КМВ: Пятигорск, Ессентуки, Кисловодск и Железноводск.

Нами было проведено социологическое исследование в виде онлайн-анкетирования населения Ставропольского края, предметом которого стало выявление наиболее эффективных технологий продвижения бренда территории Кавказских Минеральных Вод.

Социологический опрос более 400 респондентов, проживающих на территории КМВ, позволил нам сделать вывод о том, что большинство людей (67, 5%) находятся в курсе событий в сфере туризма: читают / смотрят новости, участвуют в обсуждениях; 29, 8% опрошенных узнают о событиях преимущественно от знакомых или в социальных сетях; 2, 6% – не интересуются вовсе (см. рисунок 3).

Определите, пожалуйста, Ваше отношение к развитию туристического сегмента?

419 ответов

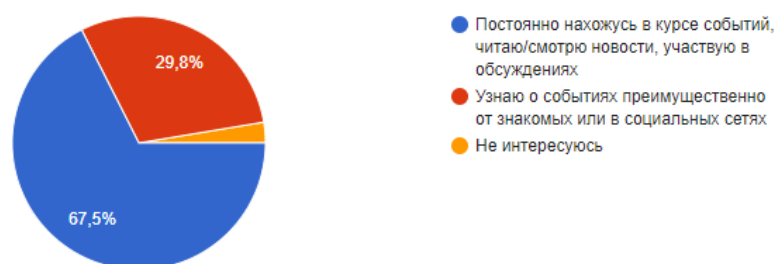


Рисунок 3. Отношение к развитию туристического сегмента

Далее мы решили выяснить, каким источниками получения информации о деятельности туристического рынка целевая аудитория отдает предпочтение: 71,1 % респондентов предпочитают находить информацию в интернете; 62,8 % отдают предпочтение информации в социальных сетях; 60,6 % узнают информацию из мессенджеров; 49,4 % получают информации из телевизионных источников; 16,9 % – из печатных медиа; 10,7 % – радио или другие источники (см. рисунок 4).

Следующей задачей предстояло узнать, какие социальные сети являются самыми

популярными и востребованными для информирования «туристических новостей»: 69,5 % выбрали Мессенджер Telegram; 53,7 % отдали предпочтение социальной сети «ВКонтакте»; 5,7 % – «Одноклассники» (см. рисунок 5).

Также мы выяснили, знакомо ли понятие «бренд территории» целевой аудитории. Исходя из ответов, 93,3 % опрошиваемых знакомы с понятием; 5 % никогда не сталкивались с ним; 1,7 % затруднились ответить на вопрос (см. рисунок 6).



Рисунок 4. Источники получения информации о деятельности туристического рынка



Рисунок 5. Востребованность соцсетей для информирования «туристических новостей»

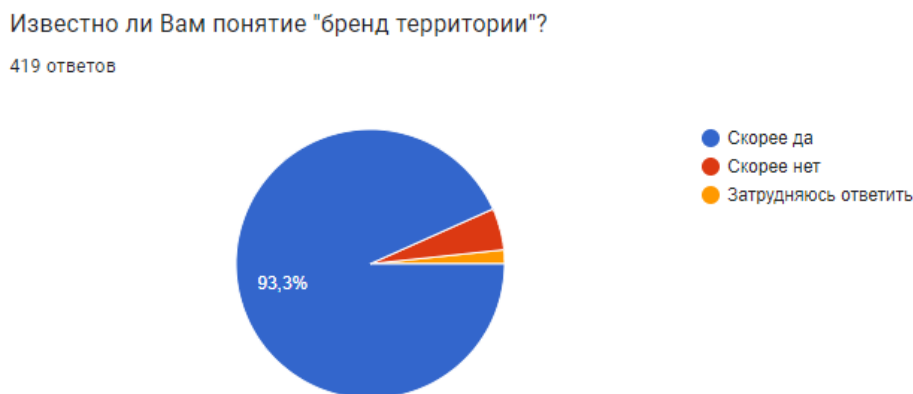


Рисунок 6. Осведомленность о понятии «бренд территории»

На вопрос, считают ли жители КМВ перспективным туристско-рекреационное направление развития экономики курортов Кавказских Минеральных Вод, получены следующие ответы: 93,6 % опрошенных считают, что данные отрасли могут стать одной из ключевых отраслей экономики данного региона; 4,1 % опрошенных считают, что данное направление может развиваться, но в основном для потребностей местного населения; 1 % опрошенных не считает перспективным данное направление (см. рисунок 7).

Считаете ли Вы перспективными направлениями экономического развития курортов Кавказских Минеральных Вод: туризм, отдых и оздоровление?

419 ответов



Рисунок 7. Мнение о перспективных направлениях развития курортов КМВ

На вопрос о ключевых проблемах, препятствующих развитию курортов Кавказских Минеральных Вод, получены следующие ответы: 69,2 % считают, что в регионе нет препятствий для развития туристско-рекреационной отрасли; 14,8 % отмечают слабое развитие туристской инфраструктуры; 12,6 % считают, что местное население не готово к наплыву туристов; 2,4 % отмечают, что в регионе мало ресурсов для отдыха (см. рисунок 8).

Какие ключевые проблемы препятствуют развитию курортов Кавказских Минеральных Вод?

419 ответов



Рисунок 8. Ключевые проблемы в развитии курортов КМВ

Следующей задачей предстояло узнать, знакомо ли понятие «политика ESG» целевой аудитории. Исходя из ответов, 83,5 % опрошиваемых знакомы с понятием; 13,8 % никогда с ним не сталкивались; 2,6 % затруднились ответить на вопрос (см. рисунок 9).

Из трех основных компонентов ESG-повестки наиболее значимым для целевой аудитории оказался критерий Environmental (ответственное отношение к окружающей

среде) – 43,7 % опрошиваемых; 27,4 % выбрали Social (социальную ответственность; 21,5 % – Governance (качество корпоративного управления); 7,4 % затруднились ответить (см. рисунок 10).

Знакомы ли вы с понятием «политика ESG»?

419 ответов

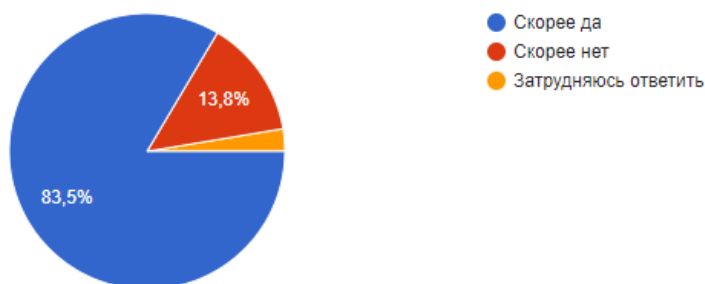


Рисунок 9. Осведомленность о понятии «политика ESG»

Какой из основных компонентов ESG-повестки для Вас является наиболее значимым?

419 ответов

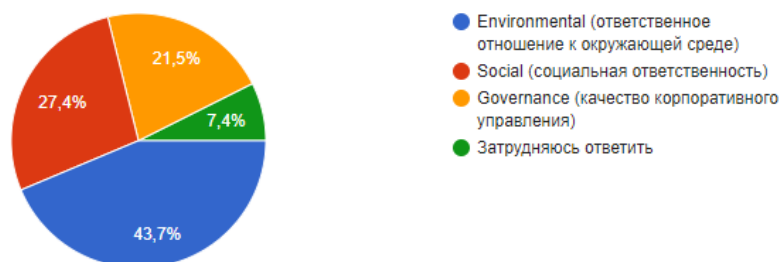


Рисунок 10. Значимость компонентов ESG-повестки

По мнению респондентов, включение ESG-повестки в формирование имиджа туристской дестинации КМВ наиболее благоприятно скажется на следующих аспектах дальнейшего развития территории: 41,3 % опрошенных отмечают привлечение инвестиций; 32,7 %) – благосостояние общества; 23,4 % – уменьшение экологических рисков; 2,6 % – затруднились ответить (см. рисунок 11).

На вопрос о том, каковы наиболее важные результаты формирования положительного имиджа территории КМВ, получены следующие ответы: 68,7 % опрошенных считают, что положительный имидж территории укрепляет ее позиции и обеспечивает конкурентоспособность; 22,4 % считают, что образ многих регионов нуждается в трансформации; 7,9 % отмечают, что трансформируются стандарты общества; 1% – затруднились ответить (см. рисунок 12).

Результаты проведенного нами исследования говорят о том, что включение ESG-технологий в продвижение территориального имиджа позволит улучшить или создать с нуля эффективный образ бренда территорий. Применение при этом цифровых

технологий в формировании имиджа региона будет способствовать привлечению инвестиций, увеличению туристического потока, активизации интеграционных процессов. И несомненно, включение компонентов ESG-повестки в продвижение туристских дестинаций регионов приведет к улучшению благосостояния людей, значительно уменьшит экологические риски и дефициты. Именно поэтому, на наш взгляд, необходима разработка государственных программ, направленных на внедрение ESG-принципов в развитие регионов.

По вашему мнению, на каких факторах включение ESG-повестки в формирование имиджа туристической дестинации скажется наиболее благоприятно?

419 ответов



Рисунок 11. ESG и факторы формирования имиджа туристической дестинации

Какая причина формирования территориального имиджа наиболее важна?

419 ответов

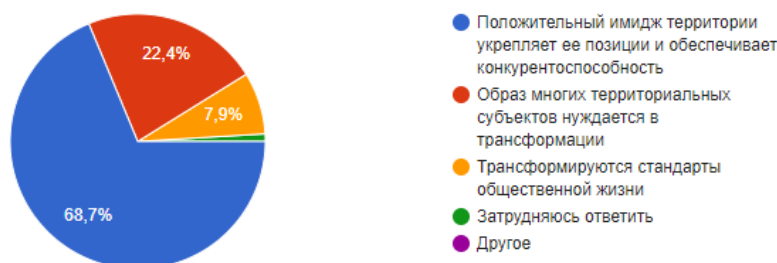


Рисунок 12. Факторы формирования территориального имиджа

Выводы. Устойчивое формирование бренда территории является приоритетным направлением в формировании отечественного туристического сегмента. PR-продвижение туристских дестинаций способствует расширению доступа людей к устойчивым туристическим продуктам, сохранению природного наследия и социально-экономического благополучия региона, создания условий для достойного эффективного труда и успешного предпринимательства, поддержанию здоровья населения России.

Включение ESG-инструментов – ответственного отношения к окружающей среде, социальной ответственности и качественного корпоративного управления – в продвижение имиджа территорий позволит сформировать привлекательный бренд,

который будет наиболее эффективно работать на внутреннюю и внешнюю целевые аудитории.

Список источников

Алимова Г. С. Имидж региона в системе оценки его конкурентоспособности // Научные записки ОрелГИЭТ. 2010. № 2. С. 341–348.

Банерджи С. Б. Критический взгляд на корпоративную социальную ответственность: на пути к глобальной системе управления // Критические перспективы международного бизнеса. 2014. № 10. С. 84–95.

Беляева И. Ю. ESG-факторы как инструмент формирования деловой репутации // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2021. № 4. С. 15–21.

Ведерин И. В. ESG: три буквы, которые меняют мир / И. В. Ведерин, К. И. Головщинский, М. И. Давыдов, Б. Б. Петько, М. С. Сабирова, С. В. Терсков, Е. А. Шишкин. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. 138 с.

Лазарян С. С. «ESG: основные понятия и опыт регулирования» // Сайт Научно-исследовательского финансового института. Дата обращения 16.12.2021. URL: <https://www.nifi.ru>

Мажорина М. В. ESG-принципы в международном бизнесе и «устойчивые контракты» // Актуальные проблемы российского права. 2021. Т. 16. № 12. С. 185–198.

Макаренко Е. Н. Реализация ESG-принципов в

стратегии устойчивого развития экономики России : монография. Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс Ростовского государственного экономического университета, 2022. 508 с.

Никонов И. В. Доклад «О целях в области устойчивого развития, 2020 год». ООН. – Дата обращения 16.12.2021. URL: https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Russian.pdf.

Свиридов Д. В. Устойчивый туризм: каким образом ESG меняет индустрию путешествий // Сайт РБК. Дата размещения 23.08.2022. Дата обращения 02.12.2022. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/6304d1ab9a7947265b31deec>.

Трофименко Е. Ю. Имидж региона как составляющая маркетинга территорий // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 1. С. 238–242.

Фриде Г. ESG и финансовые показатели: агрегированные данные из более чем 2000 эмпирических исследований // Журнал устойчивых финансов и инвестиций. 2015. № 5. С. 210–213.

Хакетт Д. «Растущие» // Environmental law reporter. 2020. № 10. С. 10–11.

References

Alimova, G.S. (2010) Imidzh regiona v sisteme otsenki yego konkurentosposobnosti [The image of the region in the system for assessing its competitiveness] // *Nauchnyye zapiski OreIGIET* [Scientific notes OreIGIET], 2: 341–348. (In Russ.)

Banerdzhi, S.B. (2014) Kriticheskiy vzglyad na korporativnuyu sotsial'nuyu otvetstvennost': na puti k global'noy sisteme upravleniya [A Critical Look at Corporate Social Responsibility: Towards a Global Governance System]. *Kriticheskiye perspektivy mezhdunarodnogo biznesa* [Critical Perspectives on International Business], 10: 84–95. (In Russ.)

Belyayeva, I.YU. (2021) ESG-factory kak instrument formirovaniya delovoy reputatsii [ESG factors as a tool for building business reputation] // *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of the Astrakhan State Technical University. Series: Economy], 4: 15–21. (In Russ.)

Fride, G. (2015) ESG i finansovyye pokazateli: agregirovannyye dannyye iz boleye chem 2000 empiricheskikh issledovaniy [ESG and financial performance: aggregated data from over 2000 empirical studies] // *Zhurnal ustoychivyykh finansov i investitsiy* [Journal of Sustainable Finance and Investment], 5: 210–213. (In Russ.)

Hackett, D. (2020) «Rastushchiye» ["Growing"] // *Environmental law reporter*, 10: 10–11.

Lazaryan, S.S. (2021) «ESG: osnovnyye ponyatiya i opyt regulirovaniya» ["ESG: basic concepts and regulatory experience"] // *Sayt Nauchno-issledovatel'skogo finansovogo instituta* [Website of the Research Financial Institute], date of the application 16.12.2021. URL: <https://www.nifi.ru>. (In Russ.)

Makarenko, Ye.N. (2022) *Realizatsiya ESG-printsipov v strategii ustoychivogo razvitiya ekonomiki Rossii* [Implementation of ESG principles in the strategy of sustainable development of the Russian economy]. Rostov-on-Don: Publishing and printing complex of the Rostov State University of Economics. (In Russ.)

Mazhorina, M.V. (2021) ESG-printsipy v mezhdunarodnom biznese i «ustoychivyye kontrakty» [ESG principles in international business and "sustainable contracts"] *Aktual'nyye problemy rossiyskogo prava* [Actual problems of Russian law], 16 (12): 185–198. (In Russ.)

Nikonov, I.V. (2020) *Doklad «O tselyakh v oblasti ustoychivogo razvitiya, 2020 god»*. UN [Report on the Sustainable Development Goals 2020. UN], date of the application 16.12.2021. URL: https://unstats.un.org/sdgs/report/2020/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2020_Russian.pdf. (In Russ.)

Sviridov, D.V. (2022) Ustoychivyy turizm: kakim obrazom ESG menyayet industriyu puteshestviy [Sustainable tourism: how ESG is changing the travel industry]. *RBK* [RBC website], date of the application 23.08.2022. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/6304d1ab9a7947265b31deec>. (In Russ.)

Trofimenko, Ye. YU. (2015) Imidzh regiona, kak sostavlyayushchaya marketinga territoriy [The image of the region as a component of territory marketing]. *Aktual'nyye problemy gumanitarnyykh i yestestvennykh nauk* [Actual problems of the humanities and natural sciences], 1: 238–242. (In Russ.)

Vederin, I. V., Golovshchinskiy K. I., Davydov M. I., Pet'ko B. B., Sabirova M. S., Terskov S. V., Shishkin Ye. A. (2022) *ESG: tri bukvy, kotoryye menyayut mir* [ESG: three

letters that change the world]. Moscow, Publishing House of the Higher School of Economics. (In Russ.)

© Ежова Е.Н., Мирзоева Д.Б., 2023

Ежова Елена Николаевна – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью Северо-Кавказского федерального университета. Контактные данные: 355009, Россия, Ставрополь, ул. Пушкина, д. 1 (Russia, Stavropol, Pushkin st., 1). E-mail: eezhova@ncfu.ru.

Мирзоева Дина Бениаминовна – PR-специалист рекламного агентства «Front Line». Контактные данные: 355009, Россия, Ставрополь, ул. Пирогова, д. 15/2 (Russia, Stavropol, Pirogov st., 15/2). E-mail: di_mirzoeva1607@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 15.12.2022.

УДК 070 (075.8)

Степанов Валентин НиколаевичМеждународная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ), Ярославль, Россия
stepanov@mubint.ru, AuthorID: 137597, ORCID: 0000-0001-8198-2517

МЕДИАСТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ТИТУЛЬНЫХ И НЕТИТУЛЬНЫХ СООБЩЕСТВАХ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Система каналов массовой коммуникации (сайт, социальные сети) образовательной организации 1) определяется системой целевых общественностей, 2) отличается разнообразием технологических и коммуникативных форматов, 3) становится предметом осознанной и целенаправленной управленческой деятельности в отношении системы продвигающей и продающей коммуникации (веб-презент) образовательной организации, ее паблицитного капитала. Объектом исследования в данной статье являются государственные образовательные организации (вузы), а предметом - информационно-коммуникационное сопровождение деятельности образовательной организации, ее веб-презент. Цель исследования - систематизировать продвигающую коммуникацию вуза и целенаправленную деятельность по управлению продвигающей коммуникацией. Во всех рассмотренных образовательных организациях (Вологодский государственный университет, Череповецкий государственный университет, Северо-западный институт (филиал) МГЮА, Вологодский институт права и экономики Федеральной службы исполнения наказаний, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова) представлена разветвленная система каналов массовых коммуникаций и структурированное информационное поле (медиапространство, медиасфера, медиауниверсум), включающее сайт и сообщества в социальных сетях. Управление информационным полем (веб-презент) носит системный характер, технологический субъект управления информационно-коммуникационным обеспечением деятельности вуза носит распределенный характер. Анализ структуры сайтов вузов позволяет выделить в системе групп целевой общественности - внутренние, внешние и смешанные целевые общественности. Аккаунты в свою очередь подразделяются на два больших класса: во-первых, титульные (официальные), во-вторых, нетитульные (неофициальные, аффилированные) сообщества. На сайтах недостаточно представлены инструменты коммуникации с внешними целевыми общественностями в сегментах IR и Public Affairs. Среди пользователей титульного аккаунта недостаточно представлены важные для продвижения любого образовательного учреждения в социальных сетях сегменты ЦО: во-первых, абитуриенты и связанные с ними сегменты (школьники, школьные учителя, школы, родители); во-вторых – СМИ (MR), студенты и сотрудники (CR). В каждом вузе целесообразно разработать систему коллаборации технологических субъектов титульных (официальных) и нетитульных (неофициальных, аффилированных) сообществ в социальных сетях с целью достижения синергетического эффекта в приращении паблицитного капитала вуза в целом.

Ключевые слова: образовательная организация, присутствие, веб-презент, медиапродукт, медиасфера, медиастратегия, паблицитный капитал, сообщество, социальная сеть.



Степанов В. Н. Медиастратегии продвижения образовательной организации в титульных и нетитульных сообществах в социальных сетях // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 67-85.

Stepanov Valentin NikolaevichInternational Academy of Business and New Technologies (MUBINT), Yaroslavl, Russia
stepanov@mubint.ru, AuthorID: 137597, ORCID: 0000-0001-8198-2517

MEDIA STRATEGIES OF PROMOTION OF AN EDUCATIONAL ORGANIZATION IN TITLE AND NON-TITLE COMMUNITIES IN SOCIAL NETWORKS

The system of mass communication channels (website, social networks) of an educational organization 1) is determined by the system of target communities, 2) is distinguished by a variety of technological and communication formats, 3) becomes the subject of conscious and purposeful management activity in relation to the system of promoting and selling communication (web presence) educational organization, its public capital. And the subject is information and communication support for the activities of an educational organization, its web presence, as an object of purposeful management activity. The purpose of the study is to systematize the promotional communication of the university and purposeful activities for the management of promotional communication. All considered educational organizations (Vologda State University, Cherepovets State University, Northwestern Institute (branch) of Moscow State Law Academy, Vologda Institute of Law and Economics of the Federal Penitentiary Service, Yaroslavl State University named after P.G. Demidov) have an extensive system of mass communication channels and a structured information field (media space, media sphere, media universe), including a website and communities in social networks. Management of the information field (web presence) is of a systemic nature, the technological subject of management of information and communication support of the activities of the university is of a distributed nature. An analysis of the structure of the websites of universities makes it possible to single out groups of the target public in the system - internal, external and mixed target publics. Accounts, in turn, are divided into two large classes: firstly, titular (official), and secondly, non-titular (unofficial, affiliated) communities. The websites do not provide enough tools for communication with external target communities in the IR and Public Affairs segments. A comparative analysis of the user profiles of the title community and segmentation of the AC on the website of the educational organization showed that among the users of the title account, the segments of the AC that are important for the promotion of any educational institution in social networks are not sufficiently represented: firstly, applicants and related segments (schoolchildren, school teachers, schools, parents) secondly - the media (MR), students and staff (CR). It is advisable in each university to develop a system of collaboration of technological subjects of the titular (official) and non-titular (informal, affiliated) communities in social networks in order to achieve a synergistic effect in increasing the publicity capital of the university as a whole.

Keywords: educational organization, presence, web presence, media product, media sphere, media strategy, publicity capital, community, social network.



Stepanov V. N. Media strategies of promotion of an educational organization in title and non-title communities in social networks. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 67-85.

Введение. «Присутствие» (web presence) [Кривоносов, 2010] образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», с одной стороны, является обязательным в соответствии с федеральными нормативными актами; а с другой – соответствует современной практике продвигающих и продающих коммуникаций.

Разнообразие средств массовой коммуникации (СМК) определяется современным уровнем развития информационных технологий и их демократичностью, что влияет на количество и состав субъектов медиарынка [Прохоров, 2021], объясняет появление новых каналов массовых коммуникаций, медиаканалов, в том числе конвергентных (сайты и социальные сети), которые позволяют образовательной организации использовать полный технологический цикл разработки и продвижения коммуникационного (медиа)продукта [Степанов, 2021]. Возникающие свободно в социальных сетях коллективные и персональные аккаунты, связанные с образовательной организацией, подразделяются на титульные (официальные) и аффилированные (неофициальные) [Fast, 2019]. Первыми управляют технологические субъекты в структуре образовательной организации – структурные подразделения, специализирующиеся на продвигающей и продающей коммуникации, вторые – неспециализированными структурными подразделениями. В целом технологический субъект продвигающей и продающей коммуникации в образовательной организации имеет сложную структуру и носит *распределенный* характер [Степанов, 2018].

Распределенный технологический субъект продвигающих и продающих коммуникаций, «рыхлая», неуравновешенная структура каналов массовой коммуникации ставит перед образовательной организацией новые вызовы, в частности, влияет на *устойчивость* системы управления медиасферой и паблицитным капиталом вуза [Шишкина, 2002] и качество продвигающей и продающей коммуникации образовательной организации [Степанов, Иванов, 2022].

Система каналов массовой коммуникации (сайт, социальные сети) образовательной организации 1) определяется системой целевых общественностей, 2) отличается разнообразием технологических и коммуникативных форматов, 3) становится предметом осознанной и целенаправленной управленческой деятельности в отношении системы продвигающей и продающей коммуникации (веб-презентс) образовательной организации, ее паблицитного капитала [Предпринимательский университет, 2017; Профессиональные компетенции..., 2021].

Методология и источники. Объектом исследования в данной статье являются государственные образовательные организации (вузы). А предметом - информационно-коммуникационное сопровождение деятельности образовательной организации, ее веб-презентс как объект целенаправленной управленческой деятельности.

Цель исследования – систематизировать продвигающую коммуникацию вуза и целенаправленную деятельность по управлению продвигающей коммуникацией.

Цель определила следующие задачи:

1. Описать нормативно-правовую базу, место специализированного отдела в структуре образовательной организации, систему подчинения в вузе;
2. Описать систему внешних и внутренних целевых общественностей образо-

вательной организации и систему каналов массовой коммуникации (сайт, социальные сети);

3. Оценить эффективность информационного и коммуникативного сопровождения деятельности образовательной организации.

В исследовании использованы общенаучные и частнонаучные методы. Общенаучная методология научного исследования — это самая общая форма организации научного знания (научно-познавательной деятельности), содержащая принципы построения научного знания, обеспечивающая соответствие его структуры и содержания задачам исследования, включая его методы, проверку истинности полученных результатов и их интерпретацию.

Частнонаучная методология — это совокупность способов, исследовательских приемов и процедур познания, применяемых в той или иной отрасли науки.

В качестве частнонаучных методов, применяемых при эмпирическом исследовании, использовались:

1. наблюдение — метод сбора первичных эмпирических данных, который заключается в непосредственном восприятии (визуальном, слуховом) и регистрации значимых процессов, явлений, событий, подвергающихся контролю и проверке;

2. метод контент-анализа — формализованный анализ содержания текста; на основании информации о том, что есть в тексте, исследователь делает вывод, в какой мере это отражает (моделирует, модифицирует, трансформирует, искажает) реальность;

3. кабинетные исследования (desk research) — это анализ всей доступной информации, показателей; суммирование относительных показателей; матричные модели;

4. метод исследования кейсов (Case Study), включающие в себя формальное исследование наиболее успешных практик продающей и продвигающей коммуникации образовательной организации.

5. метод вычисления конверсии в социальных сетях — это метод, направленный на подсчет коэффициентов эффективности медиаконтента в социальных сетях. Для этой работы мы использовали методику, предложенную Сергеем Щербаковым [Щербаков, 2016].

Коэффициент симпатии рассчитывается следующим образом, в аккаунте социальной сети берутся 100 постов, считаются в них лайки. Количество лайков нужно разделить на количество постов, потом полученный результат разделить на количество подписчиков, таким образом будет подсчитан коэффициент симпатии и ее конверсия.

Коэффициент вовлечения рассчитывается следующим образом, в аккаунте социальной сети берутся 100 постов, считаются в них комментарии. Количество комментариев нужно разделить на количество постов, потом полученный результат разделить на количество подписчиков, таким образом будет подсчитан коэффициент вовлечения и ее конверсия.

Коэффициент роста рассчитывается следующим образом: в аккаунте социальной сети берутся 100 постов, считаются в них репосты. Количество репостов нужно разделить на количество постов, потом полученный результат разделить на количество подписчиков, таким образом будет подсчитан коэффициент роста и ее конверсия.

Исследование проходило в несколько этапов.

Этап 1: исследование нормативной базы образовательной организации, описание нормативно-правовой базы образовательной организации, место специализированного отдела в структуре организации, система подчинения в организации.

Этап 2: описание системы внешних и внутренних целевых общественностей образовательной организации и ее система каналов массовой коммуникации (веб-презентс).

Этап 3: оценка эффективности информационного и коммуникативного сопровождения деятельности образовательной организации, ее продвигающей коммуникации.

Результаты и обсуждение. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Череповецкий государственный университет» является образовательной организацией высшего образования, осуществляющей в качестве основной цели ее деятельности образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования и научную деятельность, созданной для осуществления образовательных, научных, социальных и иных функций некоммерческого характера.

В результате исследования целевой общественности сайта вуза «Череповецкий государственный университет», можно сделать следующие выводы о структуре сегментов целевой общественности (ЦО):

- 1) В структуре сегментов целевой общественности преобладает группа сегментов внешней общественности;
- 2) В структуре сегментов целевой общественности меньше всего сегментов смешанной аудитории (лица с ОВЗ, родители);
- 3) Сегменты целевой общественности распределены в соответствии со структурой объектов связей с общественностью.
- 4) Как показывает исследование, на сайте не представлены инструменты коммуникации с внешними целевыми общественностями в сегментах IR и Public Affairs.

В результате анализа целевой общественности титульного сообщества «Череповецкий государственный университет» в социальной сети «ВКонтакте» мы пришли к следующим выводам.

В титульном аккаунте представлены 5 сегментов, аналогичных данным сайта: студенты; сотрудники; партнеры; СМИ; власть.

При анализе профилей пользователей не обнаружены следующие сегменты, представленные на сайте: иногородние абитуриенты; школьники/абитуриенты; люди с ОВЗ;

желающие получить новую квалификацию или повышение квалификации; родители; учёные.

В результате анализа выявлены новые сегменты ЦО: артисты и выпускники.

Наибольшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «выпускники»: 76,5%; наименьшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «артисты» и «СМИ»: суммарно 1,3%.

В результате исследования 143 аккаунтов выявлено 7 сегментов ЦО (см. табл.), сегменты распределены по направлениям (артисты, выпускники, власть, партнеры, СМИ, сотрудники, студенты).

В результате сопоставительного анализа профилей пользователей титульного сообщества и сегментирования ЦО на сайте выявлено следующее:

- 1) в целом количество и состав сегментов ЦО на сайте и в социальной сети не совпадают;
- 2) трудности квалификации ЦО объясняются тем, что некоторые аккаунты пользователей закрыты, в некоторых аккаунтах профили не оформлены;
- 3) более точная квалификация ЦО возможна в рамках более подробного контент-анализа аккаунтов;
- 4) среди пользователей титульного аккаунта не обнаружены важные для любого образовательного учреждения сегменты ЦО: во-первых, абитуриенты и связанные с ними сегменты (школьники, школьные учителя, школы, родители); во-вторых – нетитульные аккаунты данного вуза;
- 5) некоторые ключевые для продвижения вуза в социальных сетях сегменты ЦО представлены недостаточно: СМИ (MR), студенты и сотрудники (CR).

Наблюдения над конверсией медиаконтента в титульном сообществе («Череповецкий государственный университет») и нетитульных сообществах («Поступай в Череповецкий госуниверситет (ЧГУ)», «Центр карьеры "PROfi" ЧГУ», «Институт педагогики и психологии ЧГУ», «Бизнес-школа ЧГУ», «Трек "Бизнес и предпринимательство"», «Объединение студентов ЧГУ», «BIT INFO Студенческий новостной канал Института информационных технологий ЧГУ», «Конкурс красоты "Краса университета"») Череповецкого государственного университета в социальной сети «ВКонтакте» позволили сделать следующие выводы:

1. Все коэффициенты эффективности имеют положительное значение;
2. Во всех сообществах вуза в социальной сети ВКонтакте преобладает значение коэффициента симпатии, это говорит о том, что у пользователей высокая когнитивная активность в сфере эмоциональной поддержки;
3. Во всех нетитульных сообществах средние значения у коэффициента роста, что указывает на среднюю степень когнитивной активности в сфере ценностной идентификации.

4. Разные коэффициенты эффективности в титульном и нетитульных сообществах свидетельствуют о различной когнитивной активности подписчиков: в титульном сообществе ценностная идентификация стоит на последнем месте, пользователи гораздо чаще ведут диалог, чем «присваивают» посты; в нетитульных сообществах пользователи больше вовлечены на уровне ценностей, чем диалога, для них ценнее публикуемый материал;

5. Во всех нетитульных сообществах самое низкое значение у коэффициента вовлечения, это указывает на то, что пользователи неохотно комментируют записи сообщества, низкая когнитивная активность в сфере диалога.

Федеральное казенное образовательное учреждение высшего образования «Вологодский институт права и экономики Федеральной службы исполнения наказаний» является федеральной казенной образовательной организацией высшего образования, осуществляющей образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования, среднего профессионального образования, основным программам профессионального обучения, дополнительным образовательным программам в соответствии с лицензией на осуществление образовательной и научной деятельности.

В результате исследования целевой общественности сайта вуза «Вологодского института права и экономики ФСИН России» можно сделать следующие выводы о структуре сегментов целевой общественности (ЦО):

1) в структуре сегментов целевой общественности выделяются следующие группы – внутренняя. Внешняя, смешанная; преобладает группа сегментов внешней общественности;

2) в структуре сегментов целевой общественности меньше всего сегментов смешанной аудитории (слабовидящие, родители).

Как показывает исследование, на сайте недостаточно представлены инструменты коммуникации с внешними целевыми общественностями в сегментах IR и Public Affairs.

Собранные данные использованы для подсчета коэффициентов эффективности (конверсии) медиаконтента в титульном сообществе в социальной сети «ВКонтакте» «ВИПЭ ФСИН России».

Наблюдения над конверсией медиаконтента в титульном сообществе «Вологодского института права и экономики ФСИН России» позволили сделать следующие наблюдения.

Собранные данные были использованы для подсчета коэффициентов эффективности (конверсии) медиаконтента в нетитульных сообществах Вологодского института права и экономики ФСИН России в социальной сети «ВКонтакте»: Поисковое объединение «РУБЕЖ», Научное общество обучающихся ВИПЭ ФСИН России, ВИПЭ факультет психологии и права, Доска объявлений ВИПЭ Команда КВН «ЛЮДИ ФСИНем»

ВИПЭ ФСИН России.

Основываясь на собранных данных, можно сделать следующие выводы о конверсии медиаконтента в титульном и нетитульных сообществах «Вологодского института права и экономики ФСИН России»:

1) В титульном и нетитульных сообществах «Вологодского института права и экономики ФСИН России» все коэффициенты конверсии имеют положительные значения;

2) В титульном и нетитульных сообществах выявленные самые высокие значения двух коэффициентов: в титульном и некоторых нетитульных («Поисковое объединение “РУБЕЖ”», «Команда КВН “ЛЮДИ ФСИНем” ВИПЭ ФСИН России») самый высокий коэффициент симпатии, у некоторых нетитульных («Научное общество обучающихся ВИПЭ ФСИН России», «ВИПЭ факультет психологии и права», «Доска объявлений ВИПЭ») – коэффициент роста;

3) Средние значения тоже разделились: в титульном и одном нетитульном (Поисковое объединение “РУБЕЖ”) сообществах – у коэффициента роста, в нетитульных сообществах «Научное общество обучающихся ВИПЭ ФСИН России», «ВИПЭ факультет психологии и права», «Доска объявлений ВИПЭ» - у коэффициента симпатии, в нетитульных сообществах «Поисковое объединение “РУБЕЖ”», «Доска объявлений ВИПЭ», «Команда КВН “ЛЮДИ ФСИНем” ВИПЭ ФСИН России» - у коэффициента вовлечённости;

4) Самые низкие значения в титульном и некоторых нетитульных («Доска объявлений ВИПЭ», «ВИПЭ факультет психологии и права») – у коэффициента вовлечённости, в одном нетитульном («Поисковое объединение “РУБЕЖ”») – у коэффициента роста.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова» является образовательной организацией высшего образования, осуществляющей в качестве основной цели ее деятельности образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования и научную деятельность, созданной для осуществления образовательных, научных, социальных и иных функций некоммерческого характера.

В результате исследования целевой общественности сайта вуза Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова можно сделать следующие выводы о структуре сегментов целевой общественности (ЦО):

1. Внешняя целевая общественность превосходит по численности внутреннюю и смешанную целевые общественности.
2. У смешанной целевой общественности меньше всех сегментов.
3. Сегменты целевой общественности распределены в соответствии со структурой объектов связей с общественностью.

4. На сайте не представлены инструменты коммуникации с внешними целевыми общественностями в сегментах IR и Public Affairs.

В результате анализа целевой общественности титульного сообщества Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова в социальной сети «ВКонтакте» мы пришли к следующим выводам.

Все количество подписчиков рассматривается как генеральная совокупность исследования. Для анализа была сделана выборка 220 участников группы и применен метод контент-анализа.

При анализе отобраны 140 аккаунтов. В данных аккаунтах сведения недоступны: аккаунты либо закрыты, либо их профили не заполнены.

Для исследования отобраны 80 аккаунтов, в которых сведения позволяют провести квалификацию целевой общественности.

В ходе исследования было выявлено 4 сегмента ЦО, сегменты были распределены по направлениям.

В титульном аккаунте представлены сегменты, аналогичные данным сайта: студенты; сотрудники; выпускники; власть.

При анализе профилей пользователей не обнаружены следующие сегменты, представленные на сайте: иногородние студенты; абитуриенты; корпоративные СМИ; слабовидящие; школьники; соискатели работы; родители; СМИ; партнеры.

В ходе анализа были получены следующие результаты:

- 1) 140 аккаунтов, в которых не представляется возможным квалифицировать ЦО;
- 2) По данным профилей в 80 аккаунтах выявлены 5 целевых общественностей (выпускники, власть, ИП, сотрудник, студент);
- 3) Наибольшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «выпускники»: 60%;
- 4) Наименьшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «власть»: 1,25%;

В результате сопоставительного анализа профилей пользователей титульного сообщества и сегментирования ЦО на сайте выявлено следующее:

- 1) В целом количество и состав сегментов ЦО на сайте и в социальных сетях не совпадают;
- 2) Трудности квалификации ЦО объясняются тем, что некоторые аккаунты пользователей закрыты, в некоторых профили не оформлены;
- 3) Более точная квалификация ЦО возможна в рамках более подробного контент-анализа аккаунтов;
- 4) Наибольшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «выпускники»: 22%
- 5) Среди пользователей титульного аккаунта не обнаружены важные для любого

образовательного учреждения сегменты ЦО: во-первых, абитуриенты и связанные с ними сегменты (школьники, школьные учителя, школы, родители); во-вторых – нетитульные аккаунты данного вуза;

б) Некоторые ключевые для продвижения вуза в социальных сетях сегменты ЦО представлены недостаточно: студенты;

Наблюдения над конверсией медиаконтента в титульном сообществе («ЯрГУ им. П. Г. Демидова») и нетитульных сообществах («Ассоциация выпускников Демидовского университета», «Демидиум | образовательный центр ЯрГУ», «ЯрГУ СТУД-КЛУБ») Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова в социальной сети «ВКонтакте» позволили сделать следующие выводы:

1) В титульных и нетитульных сообществах все коэффициенты конверсии имеют положительные значения;

2) В целом, во всех сообществах - титульном и нетитульных сообществах - самое высокое значение у коэффициента симпатии, это указывает на то, что эмоциональная реакция на публикации у подписчиков высокая;

3) Во всех сообществах – в титульном и нетитульных – средние значения у коэффициента роста;

4) Во всех сообществах - титульном и нетитульных сообществах - самое низкое значение у коэффициента вовлечения, это указывает на то, что пользователи данных сообществ неохотно комментируют публикации.

Северо-Западный институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА)» является обособленным структурным подразделением федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА)».

В результате исследования целевой общественности сайта вуза «Северо-Западный институт (филиал) Университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА)», можно сделать следующие выводы о структуре сегментов целевой общественности (ЦО):

1) в структуре сегментов целевой общественности преобладает группа сегментов внешней общественности;

2) в структуре сегментов целевой общественности меньше всего сегментов смешанной аудитории (слабовидящие, родители).

3) Сегменты целевой общественности распределены в соответствии со структурой объектов связей с общественностью.

4) Как показывает исследование, о некоторых объектах ЦО сведения отсутствуют: IR; Public Affairs. На сайте не представлены инструменты коммуникации с внешними целевыми общественностями в сегментах IR и Public Affairs.

В результате анализа целевой общественности титульного сообщества «Северно-Западный институт (филиал) МГЮА» в социальной сети «ВКонтакте» мы пришли к следующим выводам.

В титульном аккаунте представлены 6 сегментов ЦО, аналогичных данным сайта: студенты; сотрудники; партнеры; выпускники; СМИ; власть.

В ходе анализа профилей пользователей не обнаружены следующие сегменты ЦО, представленные на сайте: иногородние студенты; абитуриенты; корпоративные СМИ; слабовидящие; школьники; соискатели работы; родители.

В результате анализа выявлены новые сегменты ЦО: артисты и ИП. Сегмент целевой общественности ИП, это пользователи, которые указали в своем профиле род деятельности - частный бизнес.

Наибольшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «выпускники»: 77%; наименьшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «артисты» и «студенты»: суммарно 1,83%.

Все количество подписчиков рассматривается как генеральная совокупность исследования. Для анализа сделана выборка 250 участников группы и применен метод контент-анализа.

Обнаружены 140 аккаунтов с открытым профилем и 110 аккаунтов с закрытым. Доля закрытых аккаунтов составила 44%; доля открытых аккаунтов составила 56%.

При анализе обнаружен 141 аккаунт, в котором сведения о профиле недоступны: аккаунты либо закрыты, либо их профили не заполнены.

Для исследования отобраны 109 аккаунтов, в которых сведения позволяют провести квалификацию целевой общественности.

В результате исследования 109 аккаунтов выявлено 8 сегментов ЦО (см. табл. 2), сегменты распределены по направлениям (артисты, выпускники, власть, ИП, партнеры, СМИ, сотрудники, студенты).

В результате сопоставительного анализа профилей пользователей титульного сообщества и сегментирования ЦО на сайте выявлено следующее: в целом количество и состав сегментов ЦО на сайте и в социальной сети не совпадают; трудности квалификации ЦО объясняются тем, что некоторые аккаунты пользователей закрыты, в некоторых аккаунтах профили не оформлены; более точная квалификация ЦО возможна в рамках более подробного контент-анализа аккаунтов; среди пользователей титульного аккаунта не обнаружены важные для любого образовательного учреждения сегменты ЦО: во-первых, абитуриенты и связанные с ними сегменты (школьники, школьные учителя, школы, родители); во-вторых – нетитульные аккаунты данного вуза; некоторые ключевые для продвижения вуза в социальных сетях сегменты ЦО представлены недостаточно: СМИ, сотрудники, студенты (CR).

Наблюдения над конверсией медиаконтента в титульном сообществе в социаль-

ной сети «ВКонтакте» («Северо-Западный институт (филиал) МГЮА») и в нетитульных сообществах Северо-Западного института имени О. Е. Кутафина (филиал) МГЮА в социальной сети «ВКонтакте»: «Студенческое научное общество СЗИ (ф) МГЮА», «Приёмная комиссия СЗИ МГЮА (г. Вологда)», «ССК «Львы Фемиды» | СЗИ МГЮА», «VOL.MSAL MEDIA» позволили сделать следующие выводы.

Основываясь на полученных данных, можно сделать следующие выводы о конверсии медиаконтента в титульном и нетитульных сообществах «Северо-Западного института. Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА)»:

- 1) в титульных и нетитульных сообществах все коэффициенты конверсии имеют положительные значения;
- 2) в целом во всех пабликах – титульном и нетитульных сообществах – самое высокое значение у коэффициента симпатии, это указывает на то, что пользователи данных пабликов охотно ставят лайки, включаются эмоционально;
- 3) во всех пабликах – в титульном и нетитульных сообществах – средние значения у коэффициента роста;
- 4) во всех пабликах - титульном и нетитульных сообществах - самое низкое значение у коэффициента вовлеченности, это указывает на то, что пользователи данных пабликов неохотно комментируют;
- 5) исключение составляет паблик нетитульного сообщества «Студенческое научное общество СЗИ (ф) МГЮА», в котором самые высокие показатели у коэффициента роста, средние у коэффициента симпатии, низкие у коэффициента вовлеченности.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Вологодский государственный университет» является образовательной организацией высшего образования, осуществляющей в качестве основной цели ее деятельности образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования и научную деятельность, созданной для осуществления образовательных, научных, социальных и иных функций некоммерческого характера.

В результате исследования целевой общественности сайта вуза «Вологодский государственный университет», можно сделать следующие выводы о структуре сегментов целевой общественности (ЦО):

- 1) в структуре сегментов целевой общественности преобладает группа сегментов внешней общественности;
- 2) в структуре сегментов целевой общественности меньше всего сегментов смешанной аудитории (лица с ОВЗ, родители);
- 3) сегменты целевой общественности распределены в соответствии со структурой объектов связей с общественностью.
- 4) как показывает исследование, о некоторых объектах ЦО сведения отсутствуют: IR; Public Affairs. На сайте не представлены инструменты коммуникации с внешними

целевыми общественностями в сегментах IR и Public Affairs.

В результате анализа целевой общественности титульного сообщества «Вологодский государственный университет» в социальной сети «ВКонтакте» мы пришли к следующим выводам

В титульном аккаунте представлены 5 сегментов, аналогичных данным сайта: студенты; сотрудники; партнеры; СМИ; власть.

При анализе профилей пользователей не обнаружены следующие сегменты, представленные на сайте: иногородние абитуриенты; школьники/абитуриенты; люди с ОВЗ; желающие получить квалификацию или повышение квалификации; родители; ученые.

В результате анализа выявлены новые сегменты ЦО: артисты и выпускники.

Наибольшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «выпускники»: 72,2%; наименьшее количество пользователей относится к сегменту ЦО «артисты» и «СМИ»: суммарно 1,1%.

В результате исследования 53 аккаунтов выявлено 7 сегментов ЦО, сегменты распределены по направлениям (артисты, выпускники, власть, партнеры, СМИ, сотрудники, студенты).

В результате сопоставительного анализа профилей пользователей титульного сообщества и сегментирования ЦО на сайте выявлено следующее:

1) в целом количество и состав сегментов ЦО на сайте и в социальной сети не совпадают;

2) трудности квалификации ЦО объясняются тем, что некоторые аккаунты пользователей закрыты, в некоторых аккаунтах профили не оформлены;

3) более точная квалификация ЦО возможна в рамках более подробного контент-анализа аккаунтов;

4) среди пользователей титульного аккаунта не обнаружены важные для любого образовательного учреждения сегменты ЦО: во-первых, абитуриенты и связанные с ними сегменты (школьники, школьные учителя, школы, родители); во-вторых – нетитульные аккаунты данного вуза;

5) некоторые ключевые для продвижения вуза в социальных сетях сегменты ЦО представлены недостаточно: СМИ (MR), студенты и сотрудники (CR).

Наблюдения над конверсией медиаконтента в титульном сообществе («Вологодский государственный университет») и нетитульных сообществах («Инженерно-строительный институт ВоГУ», «ДНК им. С. В. Ильюшина Вологда», «Цитатник ВоГУ», «ИМЕиКН ВоГУ», «Приёмная комиссия ВоГУ»), Вологодского государственного университета в социальной сети «ВКонтакте» позволили сделать следующие выводы

1. Все коэффициенты эффективности имеют положительное значение;

2. Во всех сообществах вуза в социальной сети ВКонтакте преобладает значение коэффициента симпатии, это говорит о том, что у пользователей высокая когнитивная

активность в сфере эмоциональной поддержки публикаций;

3. Разные коэффициенты эффективности в титульном и нетитульных сообществах свидетельствуют о различной когнитивной активности подписчиков: в титульном сообществе ценностная идентификация стоит на последнем месте, пользователи гораздо чаще ведут диалог, чем «присваивают» посты; в нетитульных сообществах пользователи больше вовлечены на уровне ценностей, чем диалога, для них ценнее публикуемый материал;

4. Во всех нетитульных сообществах средние значения у коэффициента роста, что указывает на среднюю степень когнитивной активности в сфере ценностной идентификации участников сообщества;

5. Во всех нетитульных сообществах самое низкое значение у коэффициента вовлечения, это указывает на то, что пользователи неохотно комментируют записи сообщества, низкая когнитивная активность в сфере диалога.

Заключение. Как показало исследование, во всех образовательных организациях (Вологодский государственный университет, Череповецкий государственный университет, Северо-западный институт (филиал) МГЮА, Вологодский институт права и экономики Федеральной службы исполнения наказаний, Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова) представлена *разветвленная* система каналов массовых коммуникаций и *структурированное* информационное поле (медиапространство, медиасфера, медиауниверсум), включающее сайт и сообщества в социальных сетях. Управление информационным полем (веб-презентс) носит *системный* характер, технологический субъект управления информационно-коммуникационным обеспечением деятельности вуза носит *распределенный* характер.

Анализ структуры сайтов вузов позволяет выделить в системе *групп целевой общестственности* - внутренние, внешние и смешанные целевые общестственности. Аккаунты в свою очередь подразделяются на два больших *класса*: во-первых, титульные (официальные), во-вторых, нетитульные (неофициальные, аффилированные) сообщества.

Как показывает исследование сайтов образовательных организаций, на сайтах недостаточно представлены *инструменты* коммуникации с внешними целевыми общестственностями в сегментах IR и Public Affairs.

Сопоставительный анализ профилей пользователей титульного сообщества и сегментирования ЦО на сайте образовательной организации показал, что среди пользователей титульного аккаунта недостаточно представлены важные для продвижения любого образовательного учреждения в социальных сетях *сегменты* ЦО: во-первых, абитуриенты и связанные с ними сегменты (школьники, школьные учителя, школы, родители); во-вторых – СМИ (MR), студенты и сотрудники (CR).

«Точки роста». Комплексный информационно-коммуникационный аудит

сетевого «присутствия» (web presence) современной образовательной организации позволяет описать систему средств массовой коммуникации (СМК) образовательных организаций.

Многоэтапная методология исследования позволяет провести кабинетные исследования, мониторинг СМК вуза, его «официальные» и аффилированные с ним медиаканалы, контент-анализ цифрового и медиаконтента с точки зрения разнообразия его форматов и эффективности (конверсии).

Результаты исследования позволяют оптимизировать систему информационно-коммуникационного обеспечения продвигающей коммуникации современной образовательной организации, могут быть использованы в практике продвижения образовательных услуг, позволяют уточнить элементы управления медиасферой вуза.

Проведенное исследование наводит на размышления и позволяет сформулировать рекомендации по оптимизации продвигающей коммуникации вузов, их присутствия в социальных сетях.

Во-первых, с учетом распределенного технологического субъекта управления информационно-коммуникационным обеспечением деятельности вуза целесообразно в каждом вузе разработать систему коллаборации технологических субъектов титульных (официальных) и нетитульных (неофициальных, аффилированных) сообществ в социальных сетях с целью достижения синергетического эффекта в приращении публичного капитала вуза в целом.

Во-вторых, с учетом дифференциации групп целевой общественности вузов и выделения внутренних, внешних и смешанных классов целесообразно организовать систему мониторинга с целью более точной сегментации целевой общественности и оптимального таргетирования в рамках адресной коммуникации на сайте и в сообществах в социальных сетях.

В-третьих, сопоставительный анализ показателей медиаактивности в вузовских сообществах позволяет наметить универсальные стратегии продвижения вузов в социальных сетях. Подобного рода медиастратегии можно условно разделить на три вида в зависимости от кратко-, средне- и долгосрочной перспективы их действия: 1) обеспечение устойчивости высоких значений коэффициентов эффективности (стратегия поддержания); 2) реализации технологических и иных возможностей повышения значений коэффициентов эффективности (стратегия реализации); 3) нейтрализация угроз, ведущих к снижению коэффициентов эффективности публикаций в социальных сетях (нейтрализации).

Медиастратегии продвижения для Вологодского государственного университета и Череповецкого государственного университета. Стратегия *поддержания* для всех сообществ вузов - *титульного и нетитульных* – заключается в использовании технологических и иных возможностей для разработки эмоциогенного контента

[Darren, 202)] с целью сохранения динамики значений коэффициента симпатии (медиастратегия *эмоциогенности*).

Медиастратегии продвижения для титульных сообществ Вологодского государственного университета и Череповецкого государственного университета.

Стратегия *реализации* для титульных сообществ вузов заключается в использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*).

Стратегия *нейтрализации* угроз для титульных сообществ вузов заключается в выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности [Kennedy, 2019] участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Медиастратегии продвижения для нетитульных сообществ Вологодского государственного университета и Череповецкого государственного университета

Стратегия *реализации* для нетитульных сообществ вузов заключается в выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Стратегия *нейтрализации* угроз для нетитульных сообществ вузов заключается в использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*).

Медиастратегии продвижения для Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова и Московского государственного юридического университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). Стратегия *поддержания* для всех сообществ вузов - титульного и нетитульных – в целом заключается в использовании технологических и иных возможностей для разработки эмоциогенного контента с целью сохранения динамики значений коэффициента симпатии (медиастратегия *эмоциогенности*).

Стратегия *реализации* для всех сообществ вузов - титульных и нетитульных – в целом заключается в выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Стратегия *нейтрализации* угроз для всех сообществ вузов - титульных и нетитульных – в целом заключается в использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*).

Система медиастратегий продвижения для нетитульного сообщества Московского государственного юридического университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА) «Студенческое научное общество СЗИ (ф) МГЮА» выглядит несколько иначе с учетом выявленных в ходе исследования особенностей коэффициентов конверсии.

Стратегия *поддержания* заключается в выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Стратегия *реализации* заключается в использовании технологических и иных возможностей для разработки эмоциогенного контента с целью сохранения динамики значений коэффициента симпатии (медиастратегия *эмоциогенности*).

Стратегия *нейтрализации* угроз заключается в использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*).

Медиастратегии продвижения для Вологодского института права и экономики ФСИН России. Система медиастратегий продвижения для титульного и нетитульных сообществ Вологодского института права и экономики ФСИН России выглядит несколько иначе с учетом выявленных в ходе исследования особенностей коэффициентов конверсии.

Система медиастратегий продвижения для титульного сообщества Вологодского института права и экономики ФСИН России выглядит следующим образом.

Стратегия *поддержания* для всех сообщества вузов - *титульного и нетитульных* – в целом заключается в использовании технологических и иных возможностей для разработки эмоциогенного контента с целью сохранения динамики значений коэффициента симпатии (медиастратегия *эмоциогенности*).

Стратегия *реализации* для всех сообществ вузов - *титульных и нетитульных* – в целом заключается в выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Стратегия *нейтрализации* угроз для всех сообществ вузов - *титульных и нетитульных* – в целом заключается в использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*).

Система медиастратегий продвижения для нетитульных сообществ «Научное общество обучающихся ВИПЭ ФСИН России», «ВИПЭ факультет психологии и права», «Доска объявлений ВИПЭ» Вологодского института права и экономики ФСИН России выглядит следующим образом.

Стратегия *поддержания* заключается в выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Стратегия *реализации* заключается в использовании технологических и иных воз-

можностей для разработки эмоциогенного контента с целью сохранения динамики значений коэффициента симпатии (медиастратегия *эмоциогенности*).

Стратегия *нейтрализации* угроз заключается в использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*).

Система медиастратегий продвижения для нетитульного сообщества «Команда КВН “ЛЮДИ ФСИНем” ВИПЭ ФСИН России» Вологодского института права и экономики ФСИН России выглядит следующим образом.

Стратегия *поддержания* заключается в использовании технологических и иных возможностей для разработки эмоциогенного контента с целью сохранения динамики значений коэффициента симпатии (медиастратегия *эмоциогенности*).

Стратегия *реализации* заключается в использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*).

Стратегия *нейтрализации* угроз заключается в выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Система медиастратегий продвижения для нетитульного сообщества «Поисковое объединение “РУБЕЖ” ВИПЭ ФСИН России» Вологодского института права и экономики ФСИН России выглядит следующим образом.

Стратегия *поддержания* заключается в использовании технологических и иных возможностей для разработки эмоциогенного контента с целью сохранения динамики значений коэффициента симпатии (медиастратегия *эмоциогенности*).

Стратегия *реализации* с учетом одинаковых значений коэффициентов вовлеченности и роста заключается в 1) использовании трансгрессивных и интерактивных инструментов для разработки и продвижении медиаконтента (медиастратегия *интерактивности*) и 2) выявлении и поликодовой репрезентации ценностного потенциала медиаконтента для повышения значений коэффициента роста и формирования ценностной идентичности участников сообщества (медиастратегия *идентификации*).

Список источников

Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. СПб.: Питер, 2010. 384с.

Предпринимательский университет: *слагаемые устойчивого развития* (опыт Академии МУБиНТ): монография / Под ред. В. С. Иванова. Ярославль: Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ), 2017. 162 с.

Профессиональные компетенции специалиста по коммуникациям XXI века : коллективная монография / А. Д.

Кривоносов, К. В. Аксенов, А. Ю. Бомбин [и др.]. СПб : СПбГЭУ, 2021. 227 с.

Прохоров А. В. Уровневая модель медиауниверсума современного университета. Тамбов : ИД «Державинский», 2021. 244 с.

Степанов В. Н., Иванов С. В. Коммуникационный аудит "присутствия" (веб-презентс) образовательной организации в интернете // Вопросы теории и практики журналистики. 2022. Том 11. №2. С. 342-354.

Степанов В. Н. Медиафера вуза и управление ею в

цифровую эпоху // Российская пиарология: тренды и драйверы. Вып. 13: сборник научных трудов в честь профессора М. Г. Шилиной / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2021. С.178-185.

Степанов В. Н. О распределенном характере технологического субъекта PR // Российская пиарология: тренды и драйверы. Вып. 6 : сборник научных трудов в честь А. В. Кузьмина / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. С. 28–33.

Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. СПб. : РУСИЧ, 2002. 442 с.

Щербачков С. Какие анализы нужно сдавать администратору сообществ в соцсетях? // Соцсети в помощь бизнесу. 2016. № 8. С. 12-17.

Darren E. Emotion in the Digital Age: Technologies, Data and Psychosocial Life / E. Darren, I. Tucker. London : Routledge, 2020: 142.

Fast K. Transmedia Work: Privilege and Precariousness in Digital Modernity, A. Jansson. London, Routledge, 2019: 182.

Kennedy J. Digital Media, Sharing and Everyday Life / J. Kennedy. Abingdon : Routledge, 2019: 148.

References

Darren, E. (2020) Emotion in the Digital Age: Technologies, Data and Psychosocial Life / E. Darren, I. Tucker. London , Routledge: 142.

Fast, K. (2019) Transmedia Work: Privilege and Precariousness in Digital Modernity / K. Fast, A. Jansson. London , Routledge: 182.

Kennedy, J. (2019) Digital Media, Sharing and Everyday Life / J. Kennedy. Abingdon : Routledge: 148.

Krivososov, A. D. (2010) Osnovy teorii svyazey s obshchestvennost'yu [Fundamentals of the theory of public relations] / A. D. Krivososov, O. G. Filatova, M. A. Shishkina. Sankt-Peterburg, Piter: 384. (In Russ.)

Predprinimatel'skiy universitet: slagayem yye ustoychivogo razvitiya (opyt Akademii MUBINT): monograf [Entrepreneurial University: components of sustainable development (experience of the MUBiNT Academy): monograph] (2017) / Pod red. V. S. Ivanova. Yaroslavl', Mezhdunarodnaya akademiya biznesa i novykh tekhnologiy (MUBINT): 162.

Professional'n-yye kompetentsii spetsialista po kommunikatsiyam XXI veka: kollektivnaya monografiya [Professional competencies of a specialist in communications of the XXI century : a collective monograph (2021) / A. D. Krivososov, K. V. Aksenov, A. Y. Bombin [et al.] / pod red. prof. A.D. Krivososova. Sankt-Peterburg, SPB-SEU Publ.: 227. (In Russ.)

Prokhorov, A. V. (2021) Urovnevaya model' mediauniversuma sovremennogo universiteta [The level model of the media university of the modern University]. Tambov, Derzhavinskij Publ.: 244. (In Russ.)

Stepanov, V. N. (2022) Kommunikatsionnyy audit "pri-

uststviya" (veb-prezens) obrazovatel'noy organizatsii v internete [Communication audit of the "presence" (web presentation) of an educational organization on the Internet] / V. N. Stepanov, S.V. Ivanov // *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* [Questions of theory and practice of journalism], 11 (2): 342-354. (In Russ.)

Stepanov, V. N. (2021) Mediasfera vuza i upravleniye yeyu v tsifrovuyu epokhu [The media sphere of the university and its management in the digital age] // *Rossiyskaya piarologiya: trendy i drayvery*. Vyp. 13: sbornik nauchnykh trudov v chest' professora M.G. Shilinoy [Russian PR-theory: trends and drivers. Issue 13: collection of scientific papers in honor of Professor M. G. Shilina] / pod red. prof. A.D. Krivososova. Sankt-Peterburg, SPB-SEU Publ.: 178-185. (In Russ.)

Stepanov, V. N. (2018) O raspredelenom kharaktere tekhnologicheskogo sub'yekta PR [On the distributed nature of the technological subject of PR] // *Rossiyskaya piarologiya-6: trendy i drayvery*. Vyp.6: sbornik nauchnykh trudov v chest' A. V. Kuz'mina [Russian PR—theory. Issue 6: Trends and drivers : a collection of scientific papers in honor of A.V. Kuzmin]. Sankt-Peterburg, SPb SUE: 28-33. (In Russ.)

Shishkina, M. A. (2002) Pablik rileyshnz v sisteme sotsial'nogo upravleniya [Public Relations in the system of social management]. Sankt-Peterburg : RUSICH: 442. (In Russ.)

Shcherbakov, S. (2016) Kakiye analizy nuzhno sdavat' administratoru soobshchestv v sotssetyakh? [What tests should be given to the administrator of communities in social networks?] / S. Shcherbakov // *Sotsseti v pomoshch' biznesu* [Social networks to help business], 2016. № 8: 12-17.

© Степанов В.Н, 2023

Степанов Валентин Николаевич – заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой массовых коммуникаций Международной академии бизнеса и новых технологий (МУБИНТ). Контактные данные: 150003, Россия, Ярославль, ул. Советская, д. 80 (Russia, Yaroslavl, st. Sovetskaya, 80). E-mail: stepanov@mubint.ru.

Статья поступила в редакцию: 28.12.2022.

Раздел 3. ФИЛОСОФИЯ

УДК 141.319.4

Веричева Ксения ВалерьевнаСанкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия
ksusavericheva@mail.ru, AuthorID: 998585, ORCID: 0000-0003-1396-1284

ПРОБЛЕМА ИНТЕРСУБЪЕКТИВНОСТИ И КОММУНИКАТИВНОЙ РАЦИОНАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ ЗАРУБЕЖНОЙ ФИЛОСОФИИ: ГЕНЕЗИС И ПЕРСПЕКТИВЫ

Целью данной статьи является историко-философский анализ концепций представителей западной философской мысли XX века, обращенных к понятиям интерсубъективности, дискурсивной коммуникации и коммуникативной рациональности. Для этого необходимо рассмотреть теоретические истоки современной дискуссии по проблемам интерсубъективности и коммуникативной рациональности, сложившиеся в философском дискурсе в первой половине XX-го столетия. Используемые методы исследования обусловлены спецификой темы. При написании работы применялась герменевтическая методология, а также системно-структурный, компаративистский и сравнительно-исторический методы. Основными источниками являлось теоретическое наследие Э. Гуссерля и А. Шюца, оригинальные произведения Ю. Хабермаса, К.-О. Апеля и других авторов, занимающихся проблемой коммуникативной рациональности в XX-ом веке. Основоположник феноменологии Э. Гуссерль рассматривает проблему конституирования интерсубъективности в интенциональном сознании субъекта, обращаясь к понятию естественного «жизненного мира», его идеи продолжают развитие в социальной феноменологии А. Шюца. Понятие интерсубъективности конкретизируется им посредством принципов «взаимности перспектив» и совпадения систем «релевантностей», предполагающих идентичность наших способов переживания и интерпретации общего социального мира. Проблемы «дискурсивной этики» и коммуникативной рациональности, выступающие как альтернатива классической рациональности, рассматриваются также в учении К.-О. Апеля и Ю. Хабермаса, где на первый план выходят, прежде всего, ее философско-антропологические импликации. В статье рассмотрены дискурсивные концепции зарубежной философии XX века значимые для осмысления понятия личностной идентичности, интерсубъективности и коммуникативной рациональности в контексте эпистемологической проблематики. Такие направления, как феноменология и герменевтика, способствовали формированию современных представлений о коммуникативной рациональности. Именно эта сфера выступает как необходимое условие становления подлинно свободной личности и сегодня она может рассматриваться в качестве одного из основных методов познания действительности, основанного на диалогичности, дискурсивности и рациональности, особенно в эпистемологии и постнауке.

Ключевые слова: личность, идентичность, интерсубъективность, коммуникация, рациональность, жизненный мир, теория коммуникативного действия, интеракция.



Веричева К. В. Проблема интерсубъективности и коммуникативной рациональности в современной зарубежной философии: генезис и перспективы // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 86-99.

Vericheva Ksenia ValeryevnaSaint Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia,
ksusavericheva@mail.ru, AuthorID: 998585, ORCID: 0000-0003-1396-1284

THE PROBLEM OF INTERSUBJECTIVITY AND COMMUNICATIVE RATIONALITY IN MODERN FOREIGN PHILOSOPHY: GENESIS AND PROSPECTS

The purpose of this article is a historical and philosophical analysis of the concepts of representatives of the Western philosophical thought of the XX century addressed to the concepts of intersubjectivity, discursive communication and communicative rationality. To do this, it is necessary to consider the theoretical origins of the modern discussion on the problems of intersubjectivity and communicative rationality, which developed in philosophical discourse in the first half of the 20th century. The research methods used are determined by the specifics of the topic. Hermeneutical methodology, as well as system-structural, comparative and comparative-historical methods were used in writing the work. The main sources were the theoretical heritage of E. Husserl and A. Schutz, the original works of Yu. Habermas, K.-O. Apel and other authors dealing with the problem of communicative rationality in the XX-th century. The founder of phenomenology E. Husserl considers the problem of the constitution of intersubjectivity in the intentional consciousness of the subject, referring to the concept of the natural "life world", his ideas continue to develop in the social phenomenology of A. Schutz. The concept of intersubjectivity is concretized by him through the principles of "reciprocity of perspectives" and the coincidence of systems of "relevance", assuming the identity of our ways of experiencing and interpreting the common social world. The problems of "discursive ethics" and communicative rationality, acting as an alternative to classical rationality, are also considered in the teachings of K.-O. Apel and Yu. Habermas, where, first of all, its philosophical and anthropological implications come to the fore. The article examines the discursive concepts of foreign philosophy of the twentieth century, which are significant for understanding the concepts of personal identity, intersubjectivity and communicative rationality in the context of epistemological issues. Such directions as phenomenology and hermeneutics contributed to the formation of modern ideas about communicative rationality. It is this sphere that acts as a necessary condition for the formation of a truly free personality and today it can be considered as one of the main methods of cognition of reality based on dialogicity, discursivity and rationality, especially in epistemology and post-science.

Keywords: personality, identity, intersubjectivity, communication, rationality, life world, theory of communicative action, interaction.



Vericheva K. V. The problem of intersubjectivity and communicative rationality in modern foreign philosophy: genesis and prospects. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 86-99.

Постановка проблемы. Исследования коммуникативной рациональности, являющейся одной из форм рациональности, представляет особый интерес, поскольку является одним из дискуссионных понятий, включающим в себя достаточно широкий горизонт принципов и аспектов, среди которых ‘эпистемологические, социокультурные, семантические, антропологические и другие. В условиях становления постметафизического мышления, позволяющего по-новому взглянуть на содержание и функции философского знания, требуется проанализировать и осмыслить способы конструирования коммуникативной рациональности в реалиях современного информационного

общества.

Методология. Целью данной статьи является историко-философский анализ концепций представителей западной философской мысли XX века, обращенных к понятиям intersubjectивности, дискурсивной коммуникации и коммуникативной рациональности. Для этого необходимо рассмотреть теоретические истоки современной дискуссии по проблемам intersubjectивности и коммуникативной рациональности, сложившиеся в философском дискурсе в первой половине XX-го столетия; выявить значение анализа жизненного мира и его рационализации, предложенного в философии Э. Гуссерля, раскрыть особенности воздействия учения А. Шюца о смысловом конструировании жизненного мира для формирования проблемного поля для дальнейшей дискуссии, проанализировать понимание коммуникативной рациональности в работах Ю. Хабермаса и «дискурсивной этики» К.-О. Апеля. Содержание самого понятия в современной философии является достаточно дискуссионным и определяется различными парадигмами. В целом, можно выделить два основных направления, одно из которых сосредотачивается на проблеме понимания как знания смыслов и значений, представляющих информационную основу рациональных дискурсов. В то время как другое концентрируется на формировании смыслов и значений в конкретных условиях и изучением изменяющихся в коммуникативных актах правилах, делающих его возможным и рациональным по своей сути [Касавин, 2009:4]. Для исследования генезиса становления коммуникативной рациональности обратимся к анализу проблемы intersubjectивности.

История вопроса. Деконструкция классической парадигмы понимания личности осуществлялась уже в рамках «философии сознания». Данный вопрос исследуется автором в соответствующей статье [Веричева, 2011]. Это, прежде всего, относится к феноменологическому подходу, где самоидентификация и самоопределение личности рассматриваются в аспекте конкретного содержания ее сознания и субъективности. Э. Гуссерль в «Логических исследованиях» подвергает критике картезианскую концепцию, подчеркивая ее парадоксальный характер. «Чистое *его*», являющееся основой идентичности всех переживаний сознания, не дано в своей феноменологической данности. Любое переживание у Декарта эксплицируется в форме «*Я мыслю*», и вместе с тем само это *Я* не находится в потоке переживания, является не предметом, а принципом исследования и присутствует как трансцендентное в сфере имманентного [Гуссерль, 1992: 71-75]. Согласно Гуссерлю, «чистое *Я*» как нечто субстанциональное невозможно представить в отрыве от мира интенциональных предметов. В феноменологии Гуссерля, интенциональность рассматривается как существенное свойство сознания, состоящее в направленности *его* на предмет [Гуссерль 1994: 76]. Исходя из понятия трансцендентального субъекта, Гуссерль обращается к анализу «чистого *Я*», обнаруживающего сходство его позиции с кантовским принципом трансцендентального

синтеза, сопровождающего все познавательные акты. Отличие его концепции состоит в том, что самоидентификация *Я* осуществляется с точки зрения интенциональной и темпоральной функций сознания.

Пытаясь преодолеть анонимность трансцендентального субъекта, Гуссерль трактует его не только как феноменологическое *Я* в аспекте интенций, но и как носителя определенных личностных качеств, что предполагает множественность конкретных трансцендентальных субъектов. Гуссерлевское «его», таким образом, приобретает неповторимый, личностный характер и его конструирование рассматривается в темпоральной перспективе [Гуссерль, 1998]. Согласно Гуссерлю, феноменологическое «его» необходимо отличать от эмпирического *Я* данной человеческой личности. Последнее уже предполагает *Я* феноменологическое, которое остается скрытым, непроявленным в естественной установке сознания.

Оставаясь в рамках анализа интенционального сознания трансцендентального субъекта, Гуссерль столкнулся с проблемой, каким образом «мир в себе» или «чистая субъективность» становится «миром для нас». Пытаясь ответить на этот вопрос, философ в «Картезианских размышлениях» обращается к феноменологическому обоснованию категорий «его» и «alter ego», так как только в этом случае можно избежать позиции солипсизма. В результате феноменологической редукции посредством осуществления «эпохе» возникает «чистое» трансцендентальное «его» и, таким образом, достигается слой опыта, обеспечивающий основу для определения Другого.

Одним из моментов, побуждающих «его» покинуть собственную сферу его бытия, является понимание Другого в аспекте так называемого «плотского сознания», когда *Я* обретает сознание о своем собственном теле. Данность другого *Я*, согласно Гуссерлю, возможна благодаря системе ассоциативных интенциональных синтезов и, прежде всего, апперцепции и аппрезентации, благодаря которым тело Другого и другое *Я* предстают в качестве модификации моего собственного тела и моего собственного *Я* как психофизического единства. Согласно Гуссерлю, постижение Другого возможно посредством так называемой аналогизирующей проекции или перестановки моего тела на тело Другого [Прехтль, 1999: 61].

Общей основой для феноменологического анализа интерсубъективности, согласно Гуссерлю, является общее предпонимание, исходящее из того, что любое восприятие и любой опыт возможны в том же самом смысле и для других субъектов. В результате возникает общий для всех интерсубъективный мир. При такой позиции другая личность должна рассматриваться не как предметная вещь, а как равным образом соучаствующая в конструировании совместного мира. В связи с этим в более поздних работах Гуссерля вводится понятие «жизненного мира», выходящего за рамки эгологического трансцендентализма. Согласно Гуссерлю, всякое чистое интенциональное переживание имеет свой «нетематический горизонт», представляющий некоторое

предварительное знание о предмете, выступающее как нечто предданое, составляющее основу любого опыта. Горизонты отдельных предметов сливаются в единый тотальный горизонт, который основатель феноменологии называет «жизненным миром» (Lebenswelt). Именно «жизненный мир» как сфера значений, конституируемых трансцендентальным сознанием, является основой интерсубъективной идентификации любого смысла. Таким образом, Гуссерль обратился к сфере обыденного понимания мира, естественному «жизненному миру», с позиций которого он рассматривал проблему взаимопонимания Я и Другого.

Рассматривая проблему интерсубъективности, Гуссерль показывает различие между персональной и естественной установками. Персональная установка определяет способы сознания, в которых выражается то, как мы относимся к другим личностям. В повседневной жизни такая установка артикулируется в совокупности коммуникативных и прагматических интересов. Согласно Гуссерлю, существо персональной субъективности состоит в принадлежности субъекта окружающему миру. При этом отношение к собственному окружающему миру не ограничивается созерцательной перспективой, а предполагает прагматические акты и коммуникативное отношение к другим персональным субъектам. Мое постижение Другого предполагает включение самого себя в социальное сообщество осуществляющих коммуникацию персональных субъектов. В социальном плане интерсубъективность конституируется посредством коммуникативных актов, в которых Я обращено к Другим с сознанием того, что Другие это отношение понимают и соответствующим образом реагируют на него. Эта идея конструирования социальной реальности в дальнейшем нашла воплощение в феноменологической социологии А. Шюца и символическом интеракционизме Дж. Мида.

Таким образом, трансцендентальное Я у Гуссерля конкретизируется как персональное Я, и трансцендентальная субъективность проявляет себя в персональном «Я-содружестве». Такая позиция преодолевает границы монологического субъективизма, поскольку смысловой горизонт реального мира конституируется исходя из персональной установки и перспективы переживаемого окружающего мира, ориентированного на понимание других субъектов. В этом аспекте Гуссерль вводит понятие трансцендентального «Мы-содружества», чтобы охарактеризовать мир как совместную коммуникативную конституитивную деятельность. Каждый субъект находится под постоянным воздействием смыслового конституирования Другого, что свидетельствует о незавершенности и открытости мирового горизонта. В феноменологии Гуссерля аспект самоидентичности трансцендентального Я («ego») дополняется аспектом соотносительности с Другим («alter ego»), что свидетельствует о тенденции выхода за пределы анализа «чистого сознания».

Проблематика обоснования интерсубъективности в аспекте анализа феноменологического опыта коммуникации с Другим получила дальнейшее осмысление в

социальной феноменологии А. Шюца. Анализируя основания теорий своих предшественников М. Шелера и Э. Гуссерля, Шюц приходит к выводу, что им не удалось последовательно решить проблему intersubjectivity. Сам Шюц полагает, что задачей феноменологии является экспликация смысловых структур intersubjectivity как исходного первоначального фактора социального мира. Социальный мир – это общий intersubjectivity мир, и именно он является предпосылкой понимания людьми друг друга. Шюц считает, что именно в intersubjectivity природе «жизненного мира» заложены возможности применения феноменологии за пределами «чистого сознания» трансцендентального «ego». Вместо опыта постижения «чистого сознания» трансцендентального «ego» в феноменологии Шюца речь идет о совместном конструировании социального мира посредством встречи с «чужим» сознанием как соучастником в раскрытии его смыслов. Таким образом, Шюц ставит задачу описания процесса феноменологического конституирования intersubjectivity социального мира, лежащего в основе самой возможности социальных коммуникаций. Intersubjectivity «жизненного мира» предполагает синтез персональных интерпретаций в общезначимую картину мира определенного культурного сообщества, посредством стандартизированных образцов идентификации. Социальный мир выступает как мир значений, переживаемых и интерпретируемых людьми в их повседневной жизни. Реальность, которая предстает в феноменологическом проекте, есть мир intersubjectivity значений, структурированный посредством типизации, принципов «взаимности перспектив» и совпадения систем «релевантностей».

Представленной в концепции Шюца коммуникативно-смысловой подход к анализу социального мира является актуальным и в настоящее время, являясь важным шагом в его понимании. Однако, критикуя концепции своих предшественников и сделав предметом изучения реконструкцию социального «жизненного мира», Шюцу, так же, как и Гуссерлю, все же не удалось решить проблему intersubjectivity Я и Другого, поскольку «жизненный мир» и его структуры анализируются им исходя из субъективных переживаний их отдельными личностями. Исходным пунктом феноменологической реконструкции является «ego», погруженное в свою индивидуальную жизненную историю и структурирующее мир на основании своего наличного запаса знаний и существующих традиций, формирующее представление об окружающих людях и событиях. Вместе с тем «жизненный мир» рассматривается Шюцем не как личный мир индивида, а как разделяемый, общий мир, в котором другие люди являются «фрагментами» его биографической ситуации и в котором он может эксплицитно переживать Другого. В результате конструирование субъективных смысловых значений имеет intersubjectivity природу, поскольку они ориентированы на релевантность их интерпретаций другими личностями.

Но особенно популярной тема дискурсивной коммуникации и рациональности стала в философских учениях последних десятилетий XX столетия, из которых на первое место по уровню теоретической разработанности и глубине влияния следует поставить концепции К.-О. Апеля, Ю. Хабермаса, а также их учеников и последователей (В. Кульманн, А. Хоннет и др.). Вплоть до XX века рациональность преимущественно рассматривалась в онтологическом и гносеологическом значениях, но в XX веке М. Вебер выделяет новый тип рациональности, который не сводится ни к свойствам объективной реальности, ни к особенностям познания, а обозначает тип целерациональной деятельности. Впоследствии представители Франкфуртской школы Т. Адорно, Ю. Хабермас, каждый по-своему, продолжают развивать эту концепцию. Классической модели рациональности, основанной на внутреннем опыте сознания индивида, Хабермас противопоставляет коммуникативную рациональность, предполагающую intersubjectivity понимания, взаимодействие и признание равноправности притязаний участников дискурсивной коммуникации на значимость в отношении истинности, нормативной правильности, правдивости высказываний, выдвигаемых со стороны партнеров по дискурсу [Хабермас, 2001: 204]. Коммуникативная компетенция, которой должны обладать акторы речевого взаимодействия, рассматривается Хабермасом в аспекте универсальной речевой ситуации, предполагающей отношение к реальностям различного рода. В процессе языковой коммуникации говорящий высказывает определенное отношение к внешней реальности (миру объектов, событий), субъективной реальности (собственному миру интенциональных состояний и переживаний говорящего) и «нормативной» реальности, социальному «жизненному миру» разделяемых ценностей и норм) [Habermas, 1989: 28].

Таким образом, условиями успешной коммуникации, согласно Хабермасу, является достижение intersubjectivity взаимного понимания относительного разделяемого знания, обоюдного доверия и нормативного соответствия социальному контексту. Хабермас проводит различие между двумя формами коммуникации - интеракцией и дискурсом. Целью дискурса является достижение рационально-мотивированного консенсуса, соглашения относительно обоснованности проблематичных притязаний на значимость. У Хабермаса само понятие дискурса приобретает специфический смысл и означает способность свободной общественности обсуждать, рефлексировать, реконструировать, критиковать предпосылки социального бытия личности. Дискурс общественности открывает возможность неограниченной коммуникации, дискуссии, в ходе которой достигается консенсус, поэтому дискурс это не просто диалог, а форма коллективной рефлексии и реконструкция проблематичных допущений, которые выявляются, обсуждаются и, таким образом, принимаются или отклоняются в процессе аргументативной деятельности [Марков, 2001: 327-328].

Хабермас радикальным образом переосмысливает классическую концепцию

рациональности, делающей акцент на когнитивном аспекте приобретения необходимых знаний, правильного и эффективного их использования. Согласно Хабермасу, рациональность такого типа, опирающаяся на знания относительно существующего в объективном мире, соотносится со способностью единичного субъекта ориентироваться в смысловом пространстве своих мыслей и высказываний [Хабермас, 2009: 324]. Субъект-центрированный разум руководствуется такими критериями, как истина и успех, регулируемыми отношениями познающего и целесообразно действующего субъекта с миром объектов. Согласно Хабермасу, рациональный консенсус, достигаемый в процессе дискурсивной аргументации относительно претензии на пропозициональную истину, нормативную правильность и субъективную правдивость и достоверность, является воплощением коммуникативного разума, потенциал которого должен воплотиться в структурах современных «жизненных миров», что позволит преодолеть подчинение практического разума господству когнитивно-инструментальной власти.

Согласно Хабермасу, форма социокультурной жизни определяется коммуникативным разумом, выражающимся в межсубъектных отношениях взаимопонимания и взаимного признания, неразрывно связанного с ресурсами особенного «жизненного мира».

В аспекте различия основных видов социального действия Хабермас выделяет «жизненный мир» и «систему». При этом стратегическое действие и инструментальная рациональность соответствуют «системе», в то время как коммуникативное действие и коммуникативная рациональность соответствуют «жизненному миру», понимаемому как символически опосредованное производство и воспроизводство общества взаимодействующими индивидами. Согласно Хабермасу, в отличие от феноменологического анализа «жизненного мира», базирующегося на субъективных переживаниях индивидов, что было, в частности, характерно для концепций Гуссерля и Шюца, описание «жизненного мира» должно осуществляться, прежде всего, с точки зрения intersubjectивных, опосредованных языком, коммуникативных практик. Перформативная позиция участников коммуникации, осуществляемая с помощью вербальных средств, позволяет отказаться от объективирующей позиции, неизбежной в перспективе «третьего лица» наблюдателя, в результате чего индивид «застывает» и превращается в предмет. При таком подходе, согласно Хабермасу, отпадает необходимость альтернативы трансцендентального и эмпирического *Я*, поскольку личность окажется вовлеченной в intersubjectивные отношения, позволяющие воспринимать ее как участника коммуникации. Считая необходимым преодоление установки трансцендентальной философии, основанной на интуиции самосознания, Хабермас обращается к области реконструктивных наук, которые руководствуются перспективой участия в дискурсах и интеракциях действующих и познающих личностей, обладающих коммуникативными компетенциями, в результате чего исчезает грань между трансцендентальным и эмпирическим

исследованием.

Таким образом, в критической герменевтике Ю. Хабермаса проблема личностной идентичности анализируется в перспективе «жизненного мира», язык и коммуникация являются основными механизмами социализации индивида, его превращения в личность как участника социума. Под личностью Хабермас понимает субъекта, обладающего совокупностью компетенций, делающих его способным к языковому общению и действиям, дающих ему возможность быть участником процессов взаимопонимания и формировать свою собственную идентичность [Habermas, 1981: 209]. Согласно позиции Хабермаса, тождественность *Я* формируется в комплексных взаимосвязях коммуникативного действия, а именно в обращении к структурам объективного, социального и субъективного мира [Habermas, 1981: 277]. Хабермас пытается осмыслить личностную идентичность как индивидуализацию, осуществляющуюся через социализацию. Таким образом, идентичность не есть заданная фиксируемая «реальность», и собственная личность или самость может быть реализована, прежде всего, в коммуникативном пространстве посредством проецирования себя в интерсубъективный горизонт «жизненного мира». При этом формирование личности в пространстве интерсубъективной коммуникации не означает утраты ею собственной идентичности и смысла существования в социуме. По мнению Хабермаса, самореализация как способность личности конструировать свое бытие в соотнесении с Другими с позиции собственного, ответственного выбора предполагает самоопределение, то есть пространство свободы.

Согласно Хабермасу, система, в отличие от «жизненного мира», ориентированного на реализацию индивидуальности личности в коммуникативных процессах, выступает фактором, ограничивающим ее деятельность. Современное общество, по мнению Хабермаса, характеризуется прогрессирующим отчуждением «жизненного мира» и системы. В этом аспекте задача философской антропологии состоит в актуализации имманентного рационального потенциала коммуникативных практик и анализе систематических нарушений коммуникаций и возрастающей рационализации и эмансипации структур «жизненного мира». Хотя у Хабермаса превалирует модель коммуникативной рациональности, связанной с западной версией общественной рационализации, однако в целом его концепция представляла собой радикальный переход от «модели сознания» к парадигме языковой коммуникации как медиума формирования личностной идентичности в аспекте «жизненного мира». Системные структуры, определяя ценности и нормы, оказывают давление на личность, представляя угрозу для ее самоидентификации, индивидуализации и самореализации.

К.-О. Апелю принадлежит разработка трансцендентальной прагматики и понятия «идеального коммуникативного сообщества», а также концепция «дискурсивной этики». Трансцендентальная прагматика ставит задачу определить универсальные правила и условия, выполнение которых делает коммуникацию возможной. Апелю

выступает с критикой «философии сознания», кризис которой он связывает с позицией методологического солипсизма. Согласно Апелю, проблему интерсубъективности и преодоления солипсизма можно решить, если рассматривать сам процесс познания не на уровне субъекта, а на уровне языка, имманентно включающего интерсубъективность как свою предпосылку. Понятие языка является центральным в трансцендентальной прагматике Апеля, поскольку именно он выступает не только в качестве средства познания, формулирования его результатов и их передачи, но является также необходимым условием взаимопонимания в идеальном коммуникативном сообществе. Язык составляет основу всех жизненных практик, форм и институтов.

Концепция «идеальной коммуникативной ситуации» Апеля обнаруживает сходство с идеями Хабермаса, который акцентировал «нормативные требования значимости» (нормативная правильность, истинность пропозиционального содержания, искренность и правдивость), предъявляемые к речевому акту, и выделявшего в структуре коммуникации когнитивный, интеракционный и экспрессивный модусы. Согласно Апелю, прагматические требования к коммуникации и к речевому акту как ее структурной единицы могут рассматриваться, как правила этики и мораль обретает свой реальный базис в языковой коммуникации. Коммуникация обусловлена стратегическими целями, например собственными интересами, является примером неудавшейся, искаженной коммуникативной ситуации.

Одним из центральных в концепции Апеля является понятие «идеального коммуникативного сообщества», в котором условие консистентности, то есть состоятельности дискурса, предполагается целиком осуществимым. Каждый участник коммуникации, следуя правилам аргументации, выдвигает притязание на признание значимости его суждений неограниченным коммуникативным сообществом как своей идеальной цели. Таким образом, идея неограниченного коммуникативного сообщества является выражением совокупности всех норм коммуникации и их актуализации. При этом в интерпретации Апеля это понятие приобретает трансцендентальный смысл, поскольку оно выступает как трансцендентальное априори в качестве предпосылки, и в этом смысле может служить регулятивной идеей. Акт взаимного признания не может быть обращен к одному лицу или какой-то части общества.

Большое внимание Апель уделяет проблемам дискурсивной этики и коммуникативной рациональности, которая выступает как альтернатива классической рациональности. При этом он определяет рациональность как способность человека к обоснованию и самостоятельному конструированию содержаний своего сознания. Существует много типов рациональности, в рамках которой задается определенная система координат: техническая, этическая, стратегическая, коммуникативная рациональности. Особенное внимание он уделяет противопоставлению стратегической и консенсуально-коммуникативной рациональности, которое впоследствии получило развитие в

концепции Хабермаса.

Понятие дискурсивной рациональности связано с понятием этической рациональности, в рамках которой происходит обоснование этических норм. Именно коммуникация является средством решения моральных проблем. Дискурсивная этика выступает как этика солидарной ответственности всех, способных к аргументации, за решение проблем жизненного мира. Значение коммуникативной этики Апеля в том, что она не снимает ответственности с каждого за поиск решений, дает понимание смысла той коммуникации, посредством которой мы решаем свои нравственные конфликты и проблемы. Каждый коммуникативный акт способствует формированию более совершенного, учитывающего взаимные интересы и ценности, коммуникативного сообщества.

В целом, концепции Апеля и Хабермаса позволяют сделать выводы о том, оба мыслителя развивали концепцию коммуникативной рациональности и интересубъективных оснований притязания на значимость в качестве условия истинности дискурсивной интеракции. При этом они уделяли особое внимание проблемам интересубъективно значимой этики, или метаэтики в терминологии Апеля, приобретающей особую значимость в век единой планетарной цивилизации с порожденными ею техногенными последствиями для существования личности [Апель, 2001: 267]. В этом аспекте Апель и Хабермас отмечают бесперспективность попыток сциентистки ориентированной философской рефлексии обосновать подобную метаэтику.

В методологическом отношении создание такой метаэтики изначально предполагает коммуникативно-прагматическое и морально-нормативное измерение. Особое внимание Апель и Хабермас уделяют проблеме обоснования коммуникативной этики, опираясь на трансцендентально-прагматическую аргументацию. В отличие от трансцендентально-прагматического обоснования этики Апеля Хабермас опирается на формально-прагматическое исследование и реконструктивную методологию, привлекая концепции морального и когнитивного развития, разработанные в теориях Л. Гольдберга и Ж. Пиаже [Хабермас, 2001: 69]. При этом Хабермас, пытаясь обосновать дискурсивную этику, ссылается на фактичность «жизненного мира», структуру повседневности, а также результат реконструктивных наук, исследующих приобретение универсальных коммуникативных компетенций. Согласно же Апелю, признание интересубъективной значимости моральных норм является «парадигматическим» изначальным условием и предпосылкой возможности любого дискурса, любой языковой игры, в том числе и занятой оправданием моральных норм, не требует обоснования и выступает в качестве априорного факта.

Результаты и выводы. В современных исследованиях понятие коммуникативной рациональности, разрабатываемое Апелем и Хабермасом, рассматривается как важнейшая характеристика человеческой деятельности, познавательной и практической, выступает показателем социокультурной обусловленности процессов коммуникации,

отвечающих определенным, необходимым требованиям, в процессе которой происходит самоопределение личности, ее самоидентификация, интенциональное общение с другими. Таким образом, основоположник феноменологии Э. Гуссерль, рассматривая проблему конституирования intersubjectивности в интенциональном сознании субъекта, обращается к понятию естественного «жизненного мира», как сфере дорефлексивного, обыденного его понимания, составляющего основу феноменологического опыта. В дальнейшем в социальной феноменологии А. Шюца, конкретизируется понятие intersubjectивности посредством принципов «взаимности перспектив» и совпадения систем «релевантностей», предполагающих идентичность наших способов переживания и интерпретации общего социального мира.

В середине XX века проблемы «дискурсивной этики» и коммуникативной рациональности, выступающие как альтернатива классической рациональности, рассматриваются также в учении К.-О. Апеля и Ю. Хабермаса, в первую очередь в его философско-антропологических импликациях. Концепция коммуникативного действия Хабермаса, связывающая «жизненный мир» личности с коммуникативной повседневной практикой, кардинально отличается от предшествующих концепций, опиравшихся на положения классической философии субъекта и личности. Создавая импульс дальнейшим разработкам проблемы коммуникативной рациональности, в том числе и в аспекте анализа ее различных исторических типов, в том числе соотношения классической философии и эпистемологии субъекта и постклассических концепций, связанных с пересмотром ее критериев и оснований, и рождению нового дискурсивного мышления. В то же время философско-антропологические импликации понятия коммуникативной рациональности в применении его к повседневным структурам бытия личности, ее «жизненному миру», являются перспективными и открывают горизонт для дальнейших исследований. В современной культуре коммуникативные интеракции, содержащие в себе разные установки, способствуют формированию личностной идентичности, появлению множественной идентичности, сохраняющей свою целостность, что является показателем продолжающейся модернизации, характеризующимся расширением автономии и свободы личности, находящейся в процессе непрерывной коммуникации.

Перспективы исследований по данной тематике. В статье рассмотрены дискурсивные концепции зарубежной философии XX века значимые для осмысления понятия личностной идентичности, intersubjectивности и коммуникативной рациональности в контексте эпистемологической проблематики. Такие направления, как феноменология, рассмотренная в данной статье, и герменевтика, способствовали формированию современных представлений о коммуникативной рациональности.

Учение Э. Гуссерля о «жизненном мире» и его интерпретация в работах А. Шюца заложили основы феноменологической социологии, основой которой выступают способы рационального конструирования мира. В неомарксизме Ю. Хабермас

противопоставил технической, инструментальной рациональности коммуникативную рациональность, предполагающую intersubъективность понимания, взаимодействие и признание равноправности притязаний участников дискурса. Именно коммуникация определяется им как область решения проблем, интеграции и трансформации общества. Сфера коммуникативной рациональности выступает как необходимое условие в формировании подлинно свободной личности, способной осуществлять свой собственный выбор в условиях тотального конформизма и одномерного массового общества. На современном этапе развития сетевого общества она может рассматриваться в качестве одного из основных методов познания действительности, основанного на диалогичности, дискурсивности и рациональности, особенно в эпистемологии и постнауке.

Список источников

Апель К.-О. Трансформация философии. М.: Логос, 2001. 344 с.

Веричева К. В. Основания intersubъективности Я и Другого в концепциях Э. Гуссерля и М. Хайдеггера // Вестник ЛГУ им. А. С. Пушкина. Серия: Философия. 2011. № 3. Т.2. С. 88-96.

Гуссерль Э. Амстердамские доклады. Феноменологическая психология // Логос. 1992. №3.

Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. М., Лабиринт, 1994. 489 с.

Гуссерль Э. Картезианские размышления. СПб.: Наука : Ювента, 1998. 315 с.

Коммуникативная рациональность: эпистемологический подход / Рос. акад. наук, Ин-т философии ; Отв. ред.: И. Т. Касавин, В. Н. Порус. М.: ИФРАН, 2009. 215 с.

Марков Б. В. Мораль и разум // Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2001: 287.

Прехтль П. Intersubъективность и опыт иного // Введение в феноменологию Гуссерля. Томск: Водолей, 1999.

Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., Наука, 2001. 382 с.

Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. М.: Изд-во «Весь мир», 2009. 416 с.

Хабермас Ю. Будущее человеческой природы. На пути к либеральной евгенике. М.: Весь мир, 2002. 144 с.

Habermas J. Communication and the Evolution of Society. – London: Heinemann, 1989: 245.

Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. F.a.M., 1981, 2: 533.

References

Apel, K.-O. (2001) Transformatsioja filosofii [Transformation of Philosophy]. M., Logos: 344. (In Russ.)

Kommunikativnaya ratsional'nost': etistemologicheskij podkhod [Communicative rationality: an ethistemological approach] (2009) / Russian Academy of Sciences, Institute of Philosophy ; Ed.: I.T. Kasavin, V.N. Porus. – M., IFRAN. (In Russ.)

Habermas, Yu. (2001) Моральное сознание и коммуникативное действие [Moral Consciousness and Communicative Action], St. Petersburg, Nauka: 382. (In Russ.)

Habermas, Yu. (2009) Filosofskiy diskurs o moderne [Philosophical discourse on modernity]. Moscow, The Whole world Publ.: 416. (In Russ.)

Habermas, Yu. (2002) Budushcheye chelovecheskoy prirody. Na puti k liberal'noy yevgenike [The future of human nature. On the way to liberal eugenics]. Moscow: The Whole world Publ.: 144. (In Russ.)

Habermas, J. (1989) Communication and the evolution of society. London, Heinemann: 245.

Habermas, J. (1981) Theory of Communication

technologies. F.a.M., 2: 533.

Husserl, E. (1992) Amsterdamskiye doklady. Fenomenologicheskaya psikhologiya [Amsterdam reports. Phenomenological psychology]. Logos, 3. (In Russ.)

Husserl, E. (1994) Idei k chistoy fenomenologii i fenomenologicheskoy filosofii [Ideas for Pure Phenomenology and Phenomenological Philosophy]. M., Labyrinth: 489. (In Russ.)

Husserl, E. (1998) Kartezianskiye razmyshleniya [Cartesian reflections]. St. Petersburg, Nauka : Juventa: 498. (In Russ.)

Markov, B.V. (2001) Moral' i razum [Morality and reason]. Habermas Yu. Moral'noye soznaniye i kommunikativnoye deystviye [Moral consciousness and communicative action], St. Petersburg, Nauka: 287. (In Russ.)

Prekhtl, P. (1999) Intersub"yektivnost' i opyt inogo // Vvedeniye v fenomenologiyu Gusserlya [Intersubjectivity and the experience of the other. Introduction to Husserl's Phenomenology]. Tomsk: Aquarius Publ. (In Russ.)

Vericheva, K.V. (2011) Osnovaniya intersub"yektivnosti

YA i Drugogo v kon-tseptsiyakh E. Gusserlya i M. Khaydeggera [The foundations of the intersubjectivity of the Self and the Other in the concepts of E. Husserl and M. Heidegger].

Vestnik LGU im. A. S. Pushkina. Filosofiya [*Bulletin of the Pushkin State University. Philosophy*], 3 (2): 88-96. (In Russ.)

© Веричева К.В., 2023

Веричева Ксения Валерьевна – кандидат философских наук, доцент Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Контактные данные: 191023, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д.30/32 (Russia, St.-Petersburg, nab. Griboyedov Canal, 30/32). E-mail: ksusavericheva@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 30.12.2022.

УДК 378.016

Гусева Елена Алексеевна¹, Панфилова Марина Игоревна²✉^{1,2}Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия¹dvorgus@mail.ru, AuthorID: 306673, ORCID: 0000-0002-0871-111X²panfi-marina@yandex.ru, AuthorID: 553787, ORCID: 0000-0001-5062-8769

О ПОЛЬЗЕ «БЕСПОЛЕЗНОГО» ЗНАНИЯ И ФИЛОСОФИИ В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ

В статье представлен анализ ряда проблем преподавания философии в современном российском вузе. Нестихающие дискуссии о целях дисциплины и ценности философского знания свидетельствуют о необходимости дальнейшего прояснения проблемы. Авторы полагают, что в условиях доминирования прагматической концепции образования актуальна аргументация неутилитарного подхода к гуманитарному знанию и считают важным обобщение практического опыта преподавания философии в студенческой аудитории. Применяется метод сравнительного анализа и обобщения результатов исследований, посвященных проблемам вузовской философии, позволивший их классифицировать. В целях аргументации актуализированы идеи Б. Рассела. Эмпирическим материалом для исследования современной студенческой аудитории являются анкетирование, материалы контроля знаний студентов СПбГЭУ 1 и 2 курсов, а также опыт проведения ежегодных конференций по итогам научно-исследовательской работы студентов. Осознавая необходимость изменений современного неолиберального образования, авторы рассматривают возможности вузовской философии, которые могут быть реализованы в существующей сегодня системе. В статье освещены как философско-теоретические, так и практические аспекты проблемы преподавания философии в вузе. Попытки адаптировать содержание курса философии к направлению профессиональной подготовки и опровергнуть таким образом ее непрактичность, представляются бесперспективными, поскольку они базируются на концепции «экономического человека» и остаются в русле утилитаризма. Обращение к идеям Б. Рассела позволяет обосновать ценность «бесполезного» гуманитарного знания для личности и общества. Учебный курс философии рассматривается как школа критического мышления с учетом двух факторов - специфики современной студенческой аудитории и стиля преподавания. Отмечены методики, способствующие заинтересованности философским знанием и мотивации к его изучению. Философия как учебный предмет располагает значительными ресурсами для реализации универсальных компетенций и дает направление мысли тем, кто пытается осознанно формировать свое мировоззрение.

Ключевые слова: преподавание философии, методики изучения философии, философия и обыденное сознание, культура личности, критическое мышление.



Гусева Е. А., Панфилова М. И. О пользе «бесполезного» знания и философии в современном вузе // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 100-113.

Guseva Elena Alekseevna¹, Panfilova Marina Igorevna²✉

^{1,2} St. Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

¹dvorgus@mail.ru, AuthorID: 306673, ORCID: 0000-0002-0871-111X

²panfi-marina@yandex.ru, AuthorID: 553787, ORCID: 0000-0001-5062-8769

ABOUT THE BENEFITS OF "USELESS" KNOWLEDGE AND PHILOSOPHY IN A MODERN UNIVERSITY

The article presents an analysis of several problems of teaching philosophy in a modern Russian university. The ongoing discussions about the goals of discipline and the value of philosophical knowledge indicate the need for further clarification of the problem. The authors believe that in the conditions of the dominance of the pragmatic concept of education, the argumentation of a non-utilitarian approach to humanitarian knowledge is relevant and consider it important to generalize the practical experience of teaching philosophy in a student audience. The method of comparative analysis and generalization of research results on the problems of university philosophy is used, which allowed them to be classified. For the purposes of argumentation, the ideas of B. Russell are actualized. The empirical material for the study of the modern student audience is a questionnaire, materials for monitoring the knowledge of students of the 1st and 2nd courses of St. Petersburg State University, as well as the experience of holding annual conferences based on the results of students' research work. Realizing the need for changes in modern neoliberal education, the authors consider the possibilities of university philosophy that can be implemented in the current system. The article highlights both philosophical-theoretical and practical aspects of the problem of teaching philosophy at the university. Attempts to adapt the content of the philosophy course to the direction of professional training and thus refute its impracticality seem futile, since they are based on the concept of "economic man" and remain in line with utilitarianism. The appeal to the ideas of B. Russell allows us to substantiate the value of "useless" humanitarian knowledge for the individual and society. The philosophy course is considered as a school of critical thinking, considering two factors - the specifics of the modern student audience and the teaching style. The methods contributing to the interest in philosophical knowledge and motivation to study it are noted. Philosophy as an academic subject has significant resources for the implementation of universal competencies and gives direction to those who are trying to consciously form their worldview.

Keywords: teaching philosophy, methods of studying philosophy, philosophy and everyday consciousness, personality culture. critical thinking.

“

Guseva E. A., Panfilova M. I. About the benefits of "useless" knowledge and philosophy in a modern university. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 100-113.

Постановка проблемы. Позиция философии в структуре современного образования остается неустойчивой несмотря на то, что ФГОС ВО третьего поколения обозначил ее как дисциплину базового цикла, призванную формировать личные качества и общекультурные (в последней версии – универсальные) компетенции выпускников вузов. «Административный щит» курса философии оказался не очень надежным, поскольку прослеживается явная тенденция вытеснить гуманитарные науки на периферию образовательного процесса [Сидорова, 2016]. Корпус исследований, объясняющих данный факт, весьма обширен, но не особенно разнообразен содержательно. Основная причина обесценивания гуманитарных дисциплин в негуманитарных вузах заключается в ориентации нелиберального образования на рынок труда, где востребованы прежде

всего профессиональные компетенции. Принцип экономической целесообразности диктует свои правила повсеместно, превращая знание в товар, университеты – в коммерческие предприятия, оказывающие образовательные услуги. Эта глобальная тенденция ведет к деградации высшей школы. Британский профессор Терри Игглтон назвал это «медленной смертью университетов», которые во многом благодаря именно гуманитарным дисциплинам призваны оставаться центрами критики общества и обыденного сознания [Игглтон, 2016].

Ситуация не способствует оптимистическим настроениям и дает основания думать: «... Цель учебного курса философии - формирование критически мыслящей творческой личности - находится в противоречии с господствующими социальными тенденциями, поэтому ее достижение маловероятно до осуществления гуманитаризации техногенного общества. Небольшие улучшения учебной программы и освоение новых педагогических методов не решают основной проблемы - необходимости реорганизации системы высшего образования в современном мире» [Попкова, 2022: 39].

Обдумывание стратегий и перспектив, безусловно, очень важно, однако полагаем, что сегодня источники оптимизма относительно возможностей вузовской философии стоит искать не в уповании на будущие реформы, а в доступных нам формах деятельности. Это, во-первых, заинтересованное участие в дискуссиях профессионального общества по проблемам образования, как общим, так и специфическим для преподавателей философии, во-вторых, сам процесс преподавания, работа со студентами в аудиториях и сопутствующая ей методическая работа.

История вопроса, обзор литературы. Анализ публикаций показывает, что наиболее дискуссионным с начала 1990-х и поныне остается вопрос о том, как «оправдать» присутствие философии в учебном плане того или иного направления подготовки, т. е. ответить на вопрос зачем она нужна будущему экономисту, инженеру, программисту, лингвисту и т.д. Часть исследователей предпринимает попытки адаптировать содержание курса философии к направлению профессиональной подготовки, обосновать ее «прикладной» характер [Безгодов, Вологин, Шилова, 2018], другие, и они в большинстве, говорят о ее общекультурных целях, развитии критического мышления, формировании мировоззрения [Мартынова, 2013; Гребнев, 2015; Сидорова, 2016; Попкова, 2022].

В фокусе дискуссий остается вопрос о структуре и содержании вузовского курса философии. Устоявшаяся структура, включающая историко-философский и общетеоретический разделы, представленная во многих рабочих программах и учебниках, подвергается атакам с двух сторон. Некоторые коллеги считают целесообразным упразднить общетеоретическую (проблемную) часть, оставив для изучения только историю философии. Объясняя разумность такого решения, А. А. Радугин пишет: «На практике это разделение означает преподавание философии с позиции какой-то одной конкретной

философской школы...» [Радугин, 1995:5]. Мы также приводили свои аргументы в пользу данного подхода к построению курса [Гусева, Панфилова, 2019:73]. Существует противоположная точка зрения, согласно которой историческую часть следует сократить и сосредоточиться на философских проблемах, актуальных для современности [Пржиленский, 2004; Карелин, Кузнецова, Грифцова, 2017].

Наши коллеги единодушны в понимании непригодности формального заучивания для освоения дисциплины и разрабатывают педагогические приемы, методики, способствующие пробуждению интереса студентов к предмету и формированию навыков аналитического мышления [Серебрякова, 2013; Воробьева, Кочухова, 2017].

Методы и результаты исследования. Методы исследования отвечают поставленным задачам. Анализ имеющихся публикаций использован для обобщения и классификации проблем. Сравнительный анализ концептуальных решений позволил прийти к собственным выводам. Определив первостепенное значение педагогической практики, мы использовали в качестве эмпирической базы исследования анкетирование студентов, материалы контроля знаний – аналитические эссе, доклады, коллоквиумы, результаты контрольных тестирований по курсу. В эмпирическую базу также включены материалы секции «философия» в рамках ежегодных студенческих конференций СПбГЭУ за период с 1995 по 2022 гг.

Обдумывая название этой статьи, мы решили воспользоваться замечательной метафорой Бертрانا Рассела «бесполезное знание». Математик и логик, выдающийся философ XX, увлеченный проблемами педагогики, сопоставил две принципиально разные западные концепции знания и основанные на них стратегии образования. Первая, восходящая к Фрэнсису Бэкону, – концепция утилитаризма, рассматривающая знание с позиций практической, т. е. технической, экономической и политической, пользы. Это научное знание, дающее человеку силу и власть. Вторая, более ранняя, восходящая к античности и Ренессансу, расценивает знание, причем не только гуманитарное, но и естественнонаучное, и математическое как ценное само по себе, как «интеллектуальное наслаждение». С конца XVIII в. на знание «повсюду постепенно начинают смотреть не как на просто самоценность или средство создания широкого и гуманного мировоззрения в целом, а как просто на составную часть технического мастерства» [Рассел, 2022].

Польза «полезного» знания не нуждается в доказательствах, поскольку на нем стоят все достижения прогресса, а вот «бесполезное» знание получает в работе Рассела, написанной, что не маловажно, в 1941г., глубокую и убедительную апологию: «Что необходимо, так это не та или иная конкретная информация, а такие знания, которые тайно внушают понятие целей человеческой жизни в целом: искусство и история, знакомство с жизнью героических личностей и понимание удивительно случайного и эфемерного положения человека во Вселенной – все это касается чувств, в высшей степени отличительно человеческих, силы видеть и знать, проявлять великодушные, думать и

понимать» [Рассел, 2022].

Знание, не имеющее очевидного практического применения, созерцательное и бесцельное, имеет различного рода «непрямую выгоду»: «Я думаю, некоторые из худших черт современного мира могли бы быть устранены за счет большей поддержки таких знаний» [Рассел, 2022]. Широкий и беспристрастный взгляд обнаруживает несостоятельность и обреченность «возбужденного фанатизма», сопровождающего деятельность, целиком сконцентрированную на какой-то одной определенной цели (Рассел имеет в виду политику XX в.). Образование, приобщившее людей к миру культуры, побуждает «интересоваться различными имперсональными ценностями, а не только вопросами, имеющими сиюминутную ценность для них лично», наполнять досуг городского населения интеллектуальными удовольствиями, а не «злыми сплетнями» и созерцанием сомнительных зрелищ. «Бесполезное» знание способствует смягчению нравов. И еще оно лечит душу: «Те, кого больше не успокаивает догматичная религия, нуждаются в некоей замене, если жизнь становится неинтересной, суровой, наполненной ежедневным самоутверждением» [Рассел, 2022].

Бытующее представление о том, что философия наряду с другими гуманитарными знаниями расширяет кругозор, разумеется, справедливо, но довольно легковесно. Речь сегодня идет уже не только о кругозоре как универсально развитого человека, а о ментальном здоровье общества. Усиливающуюся «раздёрганность сознания» называют болезнью XXI века, которая вызвана потоками разнородной информации, хронической «многозадачностью» живущего в интернете человека. Этому недугу подвержены все, но в большей степени поколение, которое выросло и сформировалось со смартфоном в руке. Не случайно именно в этом поколении увеличились потребление антидепрессантов и потребность в помощи психологов. Представляется убедительным суждение о том, что «главная причина неврозов ... кроется не в обилии информации как таковой, а в потере смысловых ориентиров, неспособности сформировать для себя общую картину мира» [Радаев, 2022:14]. Сложившийся в древних традиционных культурах мифологический сюжет о трансформации Хаоса в Космос обнаруживает свое универсальное значение: упорядоченность не только среды обитания человека, но и собранность его внутреннего мира в цельном мировоззрении, является глубинной потребностью Homo sapiens, основанием его душевного здоровья.

Каждый преподаватель философии, входящий в аудиторию, внутренне готов к неозвученному вопросу начинающих обучение в вузе студентов: «Зачем мне, выбравшему определенное профессиональное образование, нужна философия? Какое отношение она имеет к моей будущей специальности?». Хотя, заметим, примерно так же относятся студенты к изучению математики, истории, психологии и других непрофессиональных предметов. И не секрет, что преподаватели прилагают много усилий, чтобы убедить студенческую аудиторию в необходимости знакомства с историей философской мысли

и содержанием философских концепций. Можно составить довольно связное объяснение уже на первой лекции, раскрывая мировоззренческую, методологическую, критическую, познавательную функции философии, однако оно повиснет в воздухе, если к концу курса студенты сами не убедятся, что это интересный и полезный предмет. Или хотя бы подвергнут сомнению стойкую установку обыденного сознания: «необходимо только то, что полезно и пригодится в будущей работе и карьере».

Попытки адаптировать содержание курса философии к направлению профессиональной подготовки и опровергнуть таким образом ее непрактичность, представляются бесперспективными. Можно ли быть хорошим программистом (бухгалтером, переводчиком, специалистом по логистике и т. д.), не прочитав Сенеку, Канта и Шопенгауэра? Разумеется, можно. Поможет ли карьерному росту инженера или стоматолога изучение Ницше? Вряд ли. Обоснование пользы философских знаний для успешной профессиональной деятельности вольно или невольно опирается на концепцию «экономического человека», сводящую человеческую сущность к функции производителя и потребителя, полагающую «эффективность» главным мерилем жизненного успеха. Природа человека гораздо сложнее и богаче. В принципе система массового профессионального образования предполагает воздействие в основном на инструментальный интеллект, и складывается впечатление, что все мотивы деятельности формируются и функционируют в сфере рассудка. Впечатление поверхностное, поскольку в процессе передачи знаний присутствуют и другие, не менее важные, компоненты целеполагания – волевые, эмоциональные, социокультурные.

Мы уже высказывали свою позицию в дискуссии о задачах вузовской философии и по-прежнему уверены, что она адресована не будущему профессионалу, а личности молодого человека и призвана вносить свою посильную лепту в формирование культуры личности, ее мировоззрения. «Только в этом качестве философия может ... сохранять свое лицо без всяких самооправданий и занимать достойное место в системе высшего образования. Во всяком случае, до тех пор, пока высшее образование в целом сохраняет хотя бы призрачную ориентацию на принципы универсализма, а не узкого специализма. И до тех пор, пока сама культура обороняет свои рубежи перед натиском посткультуры» [Гусева, Панфилова, 2019: 74].

От частого и иногда бездумного употребления слова о культуре личности стали штампом, потерявшим смысл. Понятие «культура личности» полисеманлично, как и само понятие культуры. Руководствуясь пониманием культуры как систем норм и ограничений, мы отметим в качестве признаков культурной личности воспитанность, навыки социально одобряемого поведения. Концепт культуры как духовной «вертикали» в противоположность «горизонтали» цивилизации, предполагает, что становление личности сопряжено с чтением серьезных книг, восприятием эстетически сложной музыки, кино или живописи, обдумыванием своих нравственных решений, освоением

наук. Трактую культуру с позиций семиотики, увидим, что личность развивается по мере освоения разнообразных знаковых систем, языков, транслирующих смыслы. Культура личности - интегральное качество, выраженное мерой усвоения современной и прошлой культуры. В любом случае это предполагает «культивирование» человека, требует специальных усилий и благоприятного для таких целенаправленных усилий пространства. Важно, чтобы университет оставался особым пространством, территорией высокой культуры, «храмом культуры», вопреки тотальной десакрализации и экспансии массового сознания. Т. В. Хан предлагает вернуть в студенческую аудиторию забытое понятие «интеллигентность» и обращает внимание на нравственный аспект его содержания [Хан, 2022]. Современным студентам более знакомо понятие *soft skills*, в числе которых 4К - критическое мышление, креативность, кооперация, коммуникабельность. Отработка «мягких навыков», способствующих личностному развитию, может проводиться не только на весьма востребованных тренингах, но и на занятиях по философии с использованием собственных материалов и методик.

С тех пор как в античной Греции были созданы первые теории, раскрывающие связи и отношения вещей, выходящие за рамки обыденного опыта, история философии остается настоящей школой критического мышления, историей столкновения идей, принципов, разных мировоззрений. А. Ф. Лосев советовал своему ученику, пожелавшему овладеть искусством мышления: «... Хочешь мыслить - бросайся в море мысли, в бездонный океан мысли. ... Сначала, конечно, поближе к берегу держись, а потом и подальше заплывай. ...История философии — вот море мысли» [Лосев, 1988:10]. Вопрос о том, как реализовать эту задачу в содержании учебного курса философии следует обсуждать с учетом двух факторов - специфики современной студенческой аудитории и стиля преподавания.

Нынешние студенты, представители нового цифрового поколения, не так уж и прагматичны. Им присущ специфический романтизм, часто порожденный ориентацией на заведомо недостижимые стандарты совершенства, создаваемые в Instagram, в массовом кино и рекламе. Обсуждение экзистенциальных сюжетов на семинарах позволяет выделить в их высказываниях ряд ключевых слов - саморазвитие, самореализация, лучшая версия себя, собственное мнение, творчество. В числе их жизненных ценностей не только профессиональная карьера и зарабатывание денег, но и полноценный досуг, любовь, дружба, семья. При этом нередко обнаруживается разительное несовпадение заявленных жизненных ориентиров с реальным положением дел. Описания «идеального человека», на которого хотелось бы ориентироваться в личностном развитии, отличаются унылым однообразием. Просьба ответить на вопрос, возникающий в ходе дискуссии, вызывает почти рефлекторную реакцию «погуглить», а не обратиться к собственным умственным ресурсам. Самостоятельной работе над докладом или эссе, предполагающей критический отбор и систематизацию материала, цифровое поколение

предпочитает готовые работы, в изобилии представленные в интернете бесплатно и за деньги. Вчерашний школьник, однако, испытывает серьезные затруднения при необходимости воспроизвести «ready made» от первого лица, просто пересказать, а тем более проанализировать информацию. Декларируя расхожий стереотип массового сознания «у каждого свое мнение», студент готов предъявить и свое собственное, не подкрепленное, к сожалению, аргументацией, а замирающее в исходной посылке «я так считаю». Добавим к этому, что чтение художественной и научно-популярной литературы, осведомленность в истории и в области искусства практически полностью исчезли из арсенала желающих «саморазвития» молодых людей. Это сложно принять за норму, но это реальность, с которой невозможно не считаться. В. В. Радаев справедливо полагает, что «нам крайне важно осознать и каталогизировать проблемы, возникшие в современном преподавании, которые, ... во многом у нас общие, изучать чужие» [Радаев, 2022:7], поскольку именно в аудитории, где находятся студенты и преподаватели, в живом процессе преподавания, кризисное состояние нынешнего образования проявляется наиболее остро.

Обсуждение вопроса «как преподавать» опирается на изучение возможностей традиционного (знаниевого) и деятельностного (конструктивистского) стилей преподавания, а также значения внешней и внутренней мотивации обучения. В социологическом исследовании Ю. Н. Корешниковой и Е. А. Авдеевой обстоятельно исследовано влияние этих факторов на формирование критического мышления студентов московских вузов [Корешникова, Авдеева, 2022].

Если студент «это не сосуд, который нужно наполнить, а факел, который нужно зажечь», то предпочтение надо отдавать методикам, ориентированным на внутреннюю мотивацию (познавательный интерес, любознательность) и, соответственно, деятельностному подходу. Однако исходя из собственного опыта, мы выскажемся за сочетание двух педагогических стратегий, перефразируя известный афоризм так: наполняя сосуд, обязательно зажигать факел.

Немало написано об ограниченности традиционных дидактических методов обучения, основанных на лекциях-монологах, механическом заучивании и воспроизведении выученного. Подобное обучение Э. Ильенков называл введением ученика в науку с «обратного конца»: «...Нередко преподают детям именно таким способом: сообщают ответы, найденные человечеством, даже не пытаясь объяснить, на какие именно вопросы эти ответы были даны. Учеба по указанному сценарию не может научить человека самостоятельному мышлению и как дидактический принцип должна быть если не отвергнута, то хотя бы ограничена» [Ильенков, 2009:25]. Курс философии - не урок на запоминание сказанного тем или иным мыслителем, а реконструкция истории проблем, возникавших и решавшихся в разные эпохи с разных позиций, в которую вовлекаются студенты. Однако здесь не обойтись без обычной школьной рутины – запомнить,

выучить, ответить. Если студент называет Гегеля античным философом, а Фому Аквинского атеистом, путает индукцию с инвестицией, то почва для творческой работы в аудитории отсутствует. Знания в информационную эпоху быстро устаревают, поэтому современное либеральное образование и берет курс на формирование познавательных навыков, способности к самостоятельному обучению, а не освоению готовых знаний. Но не всякие знания устаревают: не устаревают факты, правила логического вывода, основные смыслы философских категорий. Наш курс может и должен быть интересным, однако он не может быть простым. Изучение философии требует волевых усилий, связанных с перенастройкой обыденного сознания на регистр абстрактного мышления и продуктивного воображения, с необходимостью осваивать тот язык, на котором принято говорить о философских проблемах. Адаптация философского знания к уровню аудитории необходима, но она имеет предел, переходя который мы рискуем превратить свои философские штудии в «разговоры о жизни».

Теперь о «зажигании факела». Мастерство преподавателя заключается в том, чтобы выбрать из богатого историко-философского материала те сюжеты, которые способны удивить и озадачить студента (ведь именно изумление, согласно Аристотелю, и есть начало философствования). Например, студенты с удивлением обнаруживают живую актуальность древних этических учений веданты, конфуцианства, стоицизма, эпикурейства, что ставит под сомнение прочно укоренившуюся в массовом сознании мифологему прогрессизма, задающую высокомерное и пренебрежительное отношение к прошлому. Удивляются тому, что идея освоения космоса принадлежит русскому мыслителю Н. Ф. Федорову, жившему в «дремучем» XIX в. и т. д.

Полноценные занятия философией невозможны без чтения текстов, причем медленного чтения сложных текстов. В условиях кризиса чтения важно находить способы приобщения к этому непростому занятию, вырабатывающему навыки аналитического мышления. Кафедра философии СПбГЭУ издала целую серию учебных пособий, включающих в себя элементы хрестоматии. Фрагменты философских произведений, небольшие по объему и доступные для понимания, используются для работы на семинарах и написания аналитических эссе. Возможность дополнить размышления какого-либо философа собственными комментариями и оценками воспринимается студентами как сотворчество и соучастие, пусть скромный, но все же личный и вполне реальный вклад в философскую мысль. Преподаватель не может не порадоваться, когда на партах появляются приобретенные по собственной инициативе книги Ницше, Фромма, Сартра и даже Канта. Работа с текстами на онлайн-платформах имеет ряд преимуществ, поскольку дает возможность задавать вопросы преподавателю и друг другу, обмениваться мнениями, вступать в полемику.

Традиционный доклад, обычно вызывающий скуку в аудитории, оживает, когда делается от лица философа («Я, Вольтер, пришел сюда, чтобы рассказать вам...»). Этот

нехитрый прием отрывает взгляд докладчика от заготовленного текста, привносит в выступление не только элемент игры, но и осмысленность. Студенты с удовольствием готовят доклады вдвоем, а то и вчетвером, превращая их по рекомендации преподавателя в диалоги и полилоги, что органично для философской традиции. Ценность «сократического диалога» для развития мышления студентов убедительно раскрыта в книге Марты Нуссбаум [Нуссбаум, 2014]. Есть темы, изучение которых дает возможность проводить дебаты (последователей стоической и гедонистической морали, материалистами и деистами, славянофилами и западниками и т. д.). Такие формы не только вовлекают студентов в изучение предмета, но и развивают «мягкие навыки» креативности, кооперации, коммуникации.

Работая над статьей, мы провели анонимное анкетирование 120 студентов 1 и 2 курсов трех разных факультетов СПбГЭУ, изучавших философию в первом семестре 2022 г. Разумеется, оно не является социологическим исследованием и не претендует на научную объективность, но представляется важной формой обратной связи с аудиторией. В анкете было три вопроса: 1. Наиболее интересные темы курса. Почему? 2. Наименее интересные темы курса. Почему? 3. Что Вам дал этот курс? Анализ ответов на 1 и 2 вопросы обнаружил довольно широкий разброс предпочтений и довольно схожие их объяснения: интересно, т. к. ничего не знал об этом раньше; давно интересуюсь этой темой и узнал много нового; не интересно, т.к. очень далеко от моих увлечений (убеждений); не интересно, т.к. очень трудно для понимания. Ответы на 3 вопрос можно рассматривать как суждения наших студентов о пользе «бесполезного» знания. Вот лишь некоторые: «философия стала чаще побуждать меня к размышлениям о мироустройстве, помогла более четко формулировать свои мысли», «знакомясь с разными философами, я увидела и свою позицию, осознав, что я скептик», «буду пробовать в будущем пользоваться этими знаниями и пытаться применять их», «теперь знаю, что в какой-то момент жизни мне пригодится философия Сартра», «стал чаще думать, разговаривать, читать», «теперь где-то слышишь знакомые имена философов и начинаешь понимать, что твой кругозор действительно расширился», «письменные работы помогли мне не стесняться выражать свои мысли».

Частью университетской жизни является научная работа. В СПбГЭУ с 1991 г. проходит ежегодная конференция по итогам научно-исследовательской работы студентов. Секция философии, работающая в рамках конференции вот уже более 30 лет, накопила организационный опыт и достаточно интересный материал для аналитики. В силу сложившейся традиции она проводится в 2 тура, т. е. имеет состязательный характер и призвана выявить победителей. Первый тур проводится на лекционных потоках, причем в выборе тем студенты самостоятельны. Заявка интересной и актуальной темы – это уже творческий акт. Есть популярная тематика, которая стабильно привлекает молодых людей – философия любви, философские идеи в кино и литературе, проблемы виртуальной

реальности, искусственного интеллекта. Иногда встречаются уникальные темы, например, «Маленький принц» А. Экзюпери и философия экзистенциализма», «Теология Фомы Аквинского и готическая архитектура», «Стоицизм в современных психологических тренингах», «Буддийская этика речевого поведения», «Философия танца Ф. Ницше». Такие творческие находки свидетельствуют о характере интересов, круге чтения, широте кругозора. Тематика докладов по философии отражает динамику менталитета и ценностных ориентаций разных поколений студенчества в условиях изменяющегося социума. Это достойно специального внимания и важно для преподавателя, желающего понимать свою молодежную аудиторию и учитывать ее интересы. Мы живем в век дизайна, и визуальное оформление научного доклада (создание интересных презентаций с элементами авторских фотографий, видео, рисунков, музыкальных фрагментов) является важной составляющей подачи содержания. Как для докладчиков, так и для слушателей важен опыт публичного выступления, дающий начальные навыки ораторского мастерства.

Конференция дает возможность попрактиковаться в самоуправлении. Ведущие – двое студентов, которые представляют докладчиков, дают слово для вопросов или реплик, следят за регламентом и порядком. Для определения победителей первого тура формируется жюри, в состав которого входят несколько студентов и преподаватель, причем решения молодежной части «ареопага» и педагога очень редко не совпадают, что свидетельствует об объективности оценок. Важно отметить атмосферу доброжелательности, которая задается изначальной установкой преподавателя во вступительном слове: это первые шаги в научной деятельности, мы учимся, любой опыт имеет ценность. Победители первого тура участвуют во втором, и здесь доклады оцениваются профессиональным жюри, состоящим из преподавателей кафедры.

Завершение зимней и весенней сессии студенческой конференции приходится на конец семестров, и бывает досадно, если не удастся вручить грамоты и дипломы победителям в торжественной обстановке. Такие «мелочи», как поздравление и аплодисменты сокурсников повышают статус конференции как события небудничного, выходящего за рамки университетской повседневности. Тезисы докладов победителей первого и второго тура публикуются в сборниках научных работ, и обычно это первая научная публикация студента. Таким образом участие в конференции становится вкладом в личное портфолио.

Опыт проведения конференций, полезный как для студентов, так и для преподавателей, может быть интегрирован в учебный процесс.

Наше убеждение в необходимости переоценки статуса философии и других гуманитарных знаний в высшей школе находит поддержку в ряде частных инициатив. Так, компания iSpring из Марий Эл, работающая на российском IT-рынке уже почти два десятилетия, испытывая дефицит квалифицированных кадров, решила преодолеть

недостатки современной системы образования собственными силами. В Йошкар-Оле в 2022 г. открылся Институт iSpring, в котором будут готовить программистов, дизайнеров, маркетологов, продакт-менеджеров. Основатель компании и института Юрий Усков в одном из интервью сказал: «Гуманитарное развитие гораздо важнее технического. В программе нашего университета гуманитарных часов будет больше, чем часов по программированию. Они объединены в гуманитарно-естественно-научный комплекс, который будет обязательным для студентов всех направлений» [Усков, 2022]. В учебной программе - философия, коммуникации, психология, и она нацелена на развитие личности с широким кругозором, умеющей мыслить за рамками стандартных шаблонов, создавать прорывные идеи. Предприниматель намерен сделать Йошкар-Олу одним из ведущих IT-центров России, а для этого «воспитывать смелых и толковых идеалистов». Преподаватель философии, переехавший сюда из Петербурга, сравнивает себя с Чеховым, поехавшим на Сахалин, и определяет свою миссию как традиционную миссию русского интеллигента. Интересно будет наблюдать за реализацией этой замечательной инициативы.

Выводы и перспективы исследования. Современная высшая школа, вытесняющая философию и другие гуманитарные дисциплины из образовательного процесса, рискует утратить роль социального института, воспитывающего полноценную личность. Наивно было бы полагать, что усилия вузовской философии могут выстроить надежный барьер против утилитарного отношения к знанию, доминирующего как в административных структурах, так и в обыденном сознании. Однако она в состоянии создать образ философии, которая, во-первых, отвечает глубинным потребностям культуры в цельном знании, а во-вторых, дает направление мысли тем, кто пытается осознанно сформировать свое мировоззрение и жизненную позицию.

Наиболее важным направлением исследования проблемы представляется совершенствование структуры и содержания курса философии с учетом особенностей современной студенческой аудитории. Актуальной является разработка новых методик, позволяющих увлечь студентов предметом, не допуская при этом его вульгаризации.

Список источников

Безгодков Д. Н., Вологин Е. А., Шилова С. В. Философия как базовая дисциплина для технических направлений бакалавриата и специалитета // Высшее образование в России. 2018. Т. 27. № 3. С. 135–143.

Воробьева М. В., Кочухова Е. С. Зачем преподавателю философии методики из системы либерального образования. Случай регионального вуза // Вопросы образования. 2017. № 1. С. 167–183.

Гребнев Л. С. Общекультурные компетенции и воспитывающие технологии // Высшее образование в России. 2015. № 10. С. 48–51.

Гусева Е. А., Панфилова М. И. К дискуссии о вузовской философии: что, как, зачем / Высшее образование в

России. 2019. Т. 28. № 2. С. 69–78.

Иглтон Т. Медленная смерть университета // *Alma mater*. Вестник высшей школы. 2016. № 2. С. 109–112.

Ильенков Э. В. Школа должна учить мыслить. М.: МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2009. 55 с.

Карелин В. М., Кузнецова Н. И., Грифцова И. Н. «Философия» как учебный курс: смена концепта // Высшее образование в России. 2017. № 10 (216). С. 64–74.

Корешникова Ю. Н., Авдеева Е. А. Заинтересовать нельзя заставить. Роль академической мотивации и стилей преподавания в развитии критического мышления студентов // Вопросы образования / *Educational Studies Moscow*. 2022. № 3. С. 36–66.

Лосев А. Ф. Держание духа. М.: Политиздат, 1988. 366 с.

Мартынова Е. А. Гуманитарная среда вуза как условие формирования культурной компетенции выпускника // Высшее образование в России. 2013. № 4. С. 92–95.

Нуссбаум М. Не ради прибыли. Зачем демократии нужны гуманитарные науки. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

Попкова Н. В. Философия в Российской высшей школе: цель и препятствия // Alma Mater. Вестник высшей школы. 2022. № 10. С. 39–43.

Пржиленский В. И. Еще раз о структуре и содержании курса философии // Вестник РФО. 2004. № 3. С. 78–81.

Радаев В. В. Преподавание в кризисе. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2022. 200 с.

Радугин А. А. Философия: Курс лекций. М.: ВЛАДОС, 1995. 336 с.

Рассел Б. «Бесполезное» знание // Литмир.

Электронная библиотека. Дата обращения 1.12.2022. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=36680&p=1>.

Серебрякова Ю. В. Работа с многозначными понятиями на семинарах по философии // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2012. № 11 (25): в 2-х ч. Ч. I. С. 159–162.

Сидорова Л. П. О роли философии в современном образовательном пространстве // Credo New. 2016. №4. С.215–225.

Усков Ю. Моя миссия - строить страну, которой люди будут гордиться // Сайт Идеологи просвещения. Дата размещения 16.02.2022. Дата обращения 10.12.2022. URL: <https://special.theoryandpractice.ru/ideologyuskov>.

Хан Т.В. К вопросу о главной миссии преподавания философии в вузе // Актуальные проблемы философских наук. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2022. С. 59–63.

References

Bezgodov, D. N. (2018) *Filosofiya kak bazovaya distsiplina dlya tekhnicheskikh napravleniy bakalavriata i spetsialiteta* [Philosophy as a basic discipline for technical areas of bachelor's degree and specialty] / Bezgodov D. N., Volgin YE. A., Shilova S. V. *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia], 27: 135–143. (In Russ.)

Grebnev, L. S. (2015) *Obshchekul'turnyye kompetentsii i vospityvayushchiye tekhnologii* [General cultural competencies and educational technologies]: *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia], 10: 48–51. (In Russ.)

Guseva, YE. A. (2019) *K diskussii o vuzovskoy filosofii: chto, kak, zachem* [To the discussion about university philosophy: what, how, why] / Guseva YE. A., Panfilova M. I. *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia], 28 (2): 69–78. (In Russ.)

Iglton, T. (2016) *Medlennaya smert' universiteta* [The slow death of the University] In: *Alma mater. Vestnik vysshey shkoly* [Alma mater. Bulletin of the Higher School], 2: 109–112. (In Russ.)

Il'yenkov, E. V. (2009) *Shkola dolzhna učit' myslit'* / Ilyenkov, E. V. [School should teach thinking]. М., MPSI; Voronezh: MOD·EK, 2009. (In Russ.)

Karelin V. M. (2017) «Filosofiya» kak uchebnyy kurs: smena kontsepta ["Philosophy" as a training course: changing the concept] / V. M. Karelin, N. I. Kuznetsova, I. N. Gritsova] *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia], 10 (216): 64–74. (In Russ.)

Khan T.V. (2022) *K voprosu o glavnoy missii prepodavaniya filosofii v vuze* [On the question of the main mission of teaching philosophy at the university] In: *Aktual'nyye problemy filosofskikh nauk* [Actual problems of philosophical sciences]. SPb.: Izd-vo SPBGU: 59–63. (In Russ.)

Koreshnikova, YU. N. (2022) *A. Zainteresovat' nel'zya zastavit'. Rol' akademicheskoy motivatsii i stiley prepodavaniya v razvitiy kriticheskogo myshleniya studentov* [Interest cannot be forced. The role of academic motivation and teaching styles in the development of students' critical thinking] / Yu. N. Koreshnikova, E. A. Avdeeva. *Voprosy obrazovaniya* [Educational Studies], Moscow, 3: 36–66. (In Russ.)

Losev, A. F. (1988) *Derzaniye dukkha* [Daring of the spirit]. М.: Politizdat: 366. (In Russ.)

Martynova, YE. A. (2013) *Gumanitarnaya sreda vuza kak usloviye formirovaniya kul'turnoy kompetentsii vypusknika* [The humanitarian environment of the university as a condition for the formation of the cultural competence of the graduate]: *Vyssheye obrazovaniye v Rossii* [Higher education in Russia], 4: 92–95. (In Russ.)

Nussbaum, M. (2014) *Ne radi pribyli. Zachem demokratii nuzhny gumanitarnyye nauki* [Not for profit. Why democracy needs humanities]. М.: Izd. dom Vysshey shkoly ekonomiki. (In Russ.)

Popkova, N. V. (2022) *Filosofiya v Rossiyskoy vysshey shkole: tsel' i prepyatstviya* [Philosophy in the Russian higher school: Goals and obstacles] *Alma Mater. Vestnik vysshey shkoly* [Alma Mater. Bulletin of the Higher School], 10: 39–43. (In Russ.)

Przhilenskiy, V.I. (2004) *Yeshche raz o strukture i soderzhanii kursa filosofii* [Once again about the structure and content of the philosophy course]. *Vestnik RFO* [Bulletin of the RFO], 3: 78–81. (In Russ.)

Radayev, V. V. (2022) *Prepodavaniye v krizise* [Teaching in crisis]. М., Izd. dom Vysshey shkoly ekonomiki. (In Russ.)

Radugin, A. A. (1995) *Filosofiya: Kurs lektsiy* [Philosophy: A course of lectures]. М., VLADOS. (In Russ.)

Rassel, B. «Bespoleznoye» znaniye ["Useless" knowledge]: Litmir. Elektronnaya biblioteka [Litmir. Electronic Library]. Дата obrashcheniya 1.12.2022. URL: <https://www.litmir.me/br/?b=36680&p=1>. (In Russ.)

Serebryakova, YU. V. (2012) *Rabota s mnogoznachnymi ponyatiyami na seminarakh po filosofii* [Work with ambiguous concepts at seminars on philosophy]. *Al'manakh sovremennoy nauki i obrazovaniya* [Almanac of Modern Science and Education]. Тамбов: Gramota, 11 (25): в 2-х ч. Ч. I. 159–162. (In Russ.)

Sidorova, L. P. (2016) *O roli filosofii v sovremennom obrazovatel'nom prostranstve* [On the role of philosophy in the modern educational space]. *Credo New*, 4: 215–225. (In Russ.)

Uskov, YU. *Moya missiya - stroit' stranu, kotoroy lyudi budut gordit'sya* [My mission is to build a country that people

will be proud of]: Sayt Ideologi prosveshcheniya [Ideologues of Enlightenment website]. Data razmeshcheniya 16.02.2022. Data obrashcheniya 10.12.2022. URL: <https://special.theoryandpractice.ru/ideologyuskov>. (In Russ.)

Vorob'yeva, M. V (2017) *Zachem prepodavatelyu filosofii metodiki iz sistemy liberal'nogo obrazovaniya. Sluchay*

regional'nogo vuza [Why does a philosophy teacher need methods from the liberal education system? The case of a regional university]: *Voprosy obrazovaniya [Education issues]*, 1: 167-183. (In Russ.)

© Гусева Е.А., Панфилова М.И., 2023

Гусева Елена Алексеевна – доктор философских наук, профессор Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Контактные данные: 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, nab. Griboyedov Canal, 30-32). E-mail: dvorgus@mail.ru.

Панфилова Марина Игоревна – кандидат философских наук, доцент Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Контактные данные: 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, nab. Griboyedov Canal, 30-32). E-mail: panfi-marina@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 28.12.2022.

УДК 101.2

Ермилов Кирилл АндреевичСанкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия,
kirill_ermilov@bk.ru, AuthorID: 540575, ORCID: 0000-0001-9233-3686

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ РАЦИОНАЛЬНОСТИ И ФОРМ ЧУВСТВЕННОСТИ

Статья посвящена философскому осмыслению процесса изменения форм чувственности и рациональности в условиях медиареальности. В ходе исследования используются средства из арсенала философского познания. Исследование опирается на результаты отечественных и зарубежных исследований в области медиафилософии и аналитики современных медиа. Целостное осмысление сущностной природы медиа предполагает философский подход к проблеме. Медиа являются средой чувствования, мышления, истолкования. Специфика цифровых и сетевых медиа обнаруживается в особой автореферентной активности, выражающейся в производстве внимания и события. В связи с этим был рассмотрен вопрос о медиальных формах чувственности, являющихся результатом трансформации пространственных и временных параметров восприятия в условиях медиареальности. Ответом на существующие вызовы должен являться поворот к основаниям медиарациональности как результату переосмысления возможностей рассудка в условиях медиареальности, в частности феномен медиального гиперсинтеза проявлений коммуникации. В контексте медиа вопрос о пределах трансцендентального синтеза и антиномиях приобретает иное измерение по сравнению с более ранней формой рациональности. С одной стороны, именно за счет того, что в случае медиарациональности мы имеем дело с «усиленным» синтезом, проблема антиномий (как продуктивных противоречий) может оказаться излишней. В этом контексте одним из перспективных направлений медиафилософских исследований является вопрос о возможности формулировки интеллектуальных регулятивных схем медиареальности. В конечном счете медиареальность ставит перед нами проблему условий осуществления разума в условиях медиатрансформации.

Ключевые слова: медиа, медиареальность, медиальные формы чувственности, медиарациональность, гиперсинтез.



Ермилов К. А. Медиареальность как условие трансформации рациональности и форм чувственности // Язык. Коммуникация. Общество: Электронный научный журнал. 2023. № 1 (1). С. 114-124.

Ermilov Kirill AndreevichSaint Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg, Russia
kirill_ermilov@bk.ru, AuthorID: 540575, ORCID: 0000-0001-9233-3686

MEDIA REALITY AS A CONDITION FOR TRANSFORMATION OF RATIONALITY AND FORMS OF SENSITIVITY

The article is devoted to the philosophical understanding of the process of changing of the forms of sensibility and rationality in the conditions of media reality. In the course of the research, means from the arsenal of philosophical knowledge are used. The research is based on the results of domestic and foreign research in the field of media philosophy and analytics of modern media. A holistic understanding of the essential nature of media requires a philosophical approach to the problem. Media are the environment of feeling, thinking,

interpretation. The specificity of digital and network media is found in a special self-referential activity, expressed in the production of attention and events. In this regard, the issue of medial forms of sensibility, which are the result of the transformation of spatial and temporal parameters of perception in the conditions of media reality, was considered. The answer to existing challenges should be a turn to the foundations of media rationality, as a result of rethinking the possibilities of reason in the conditions of media reality, in particular, the phenomenon of medial hypersynthesis of manifestations of communication. In the context of media, the question of the limits of transcendental synthesis and antinomies takes on a different dimension compared to the earlier form of rationality. On the one hand, precisely due to the fact that in the case of media rationality we are dealing with an “enhanced” synthesis, the problem of antinomies (as productive contradictions) may turn out to be redundant. In this context, one of the promising areas of media-philosophical research is the question of the possibility of formulating intellectual regulatory schemes of media reality. Ultimately, the media reality confronts us with the problem of the conditions for the implementation of the mind in the conditions of media transformation.

Keywords: media, media reality, medial forms of sensibility, media rationality, hypersynthesis.



Ermilov K. A. Media reality as a condition for transformation of rationality and forms of sensitivity. Language. Communication. Society: Digital scientific journal. 2023. 1 (1): 114-124.

Постановка проблемы. Наше время характеризуется не только драматическим возобновлением хода истории, но и связывается с последствиями трансформации общества в сфере производства информации, ее подачи и восприятия. Медиальная революция, необходимость осмысления которой представляется достаточно очевидной, произошла в несколько этапов и затронула большинство сфер нашей индивидуальной и социальной жизни. Разумеется, в настоящее время невозможно исчерпать все значение данного явления. По меньшей мере, этот процесс не завершен, являясь только одной из многих сторон новой эпохи наряду с иными историческими факторами. Очертания недалекого будущего в сфере коммуникации уходят в сгущающееся облако из цифровых медиа, искусственного интеллекта, постгуманизма и трансгуманизма.

Итак, общество находится в ситуации продолжающихся медиатрансформаций. Однако наша задача заключается не столько в описании изменений общества, сколько в философском осмыслении самого характера данных изменений. Что собой представляет новая рациональность? Как возможна эта новая рациональность в условиях цифрового мира? В чем состоят проявляющиеся крайности состояния коммуникации? Вот лишь некоторые из вопросов, связанных с феноменом медиареальности, на которые мы можем попытаться дать ответ.

При этом нужно иметь в виду, что философское исследование и осмысление данных вопросов может иметь, по крайней мере, два значения. Во-первых, возможно и необходимо применить ряд философских инструментов и практик для осмысления новой медиареальности. Во-вторых, сама эта означенная медиареальность трансформирует способ нашего осмысления, давая некоторые новые формы рефлексии, добавляя позиции и значения в арсенал философских и гуманитарных стратегий. При этом

следует отделить предмет нашего исследования от предметов других смежных и не только смежных областей знания – психологической, социально-политической и технической трактовок новой медиареальности.

История вопроса. Как указывает известный исследователь феномена медиареальности Норберт Больц, «история медиа насчитывает шесть эпох разной продолжительности: устная речь – письменность – книга – массмедиа – дигитализация – осетевление» [Больц, 2011: 3]. При этом первая и шестая эпохи представляют собой наибольшую трудность и интерес для познания. Первая эпоха уходит в своих основаниях в доисторическую архаику, а шестая связана с современностью и требует внимательного и актуального исследования. Означенные эпохи в истории медиа необходимо различать, но при этом не противопоставлять и иметь в виду их общую историю, помогающую делу целостного и сущностного осмысления феномена медиареальности.

С понятием медиа мы встречаемся в высказываниях журналистов, PR-специалистов, политиков, но также данное понятие входит в поле филологических, социологических, философских исследований. Принято считать, что понятие о медиа вышло из журналистской среды, где оно связывалось напрямую с феноменом средств массовой информации. Затем понятие было переосмыслено в социологии, где рассматривалось в контексте вопроса об инструментах манипулирования общественным мнением.

Следующим шагом в деле осмысления медиа стал вопрос о рассмотрении автономного характера форм медиа сообщений, точнее тезис о медиа как о средстве переопределения форм восприятия информации [Хоркхаймер, 1997: 149–209]. Существенным шагом в деле именно философского осмысления стали работы канадского философа Маршалла Маклюэна, обратившего внимание на недискурсивный характер новых технических медиа. Без изучения, без понятийного доступа и понимания медиа мы оказываемся в ситуации, в которой сами формы нашего мышления, способы видеть и чувствовать остаются неосознаваемыми. Не случайно одна из главных книг Маклюэна носит простое, но абсолютно точное название «Понимание медиа» [Маклюэн, 2011]. Основным же «производителем» исследований, посвященным медиафилософии, в последние годы представлены авторы из Германии и германоязычных стран.

Сложность и многообразие подходов к проблеме медиафилософии выражена в программной работе Ламберта Визинга «Шесть ответов на вопрос: “Что такое медиафилософия?”» [Визинг, 2017: 150-157]: «1) медиафилософия как философская разработка понятия медиа; 2) медиафилософия как философия, осуществляемая через медиа; 3) медиафилософия как рефлексия понятийных проблем, связанных с появлением новых (цифровых) медиа; 4) медиафилософия как анализ “медиального поворота”; 5) медиафилософия как основной дискурс культурологии и медиадисциплин; 6) медиафилософии не существует». Специфика же отечественных исследований в области медиафилософии была подробно описана К. А. Очеретяным и А. С. Ленкевичем, в результате

«за краткий отрезок времени медиафилософия в России прошла от освоения и пересказа западных авторов до постановки первых оригинальных проблем, наметила свой путь, предмет, круг вопросов» [Очеретяный, 2016: 70]. Основания российской медиафилософии связаны с содержанием целого ряда книг и отдельных публикаций. Например, «Медиапространство как культурная и социальная система» [Юдина 2005], «Медиа-философия Маршалла Маклюэна» [Спирин, 2009], «Медиареальность: в плену техногуманизма» [Фортунов, 2009], «Медиафилософия. Приступ реальности» [Савчук, 2013] и многих других изданий.

Методика и специфика. Исследование «природы» медиа ставит нас лицом с парадоксальной ситуацией. «Постижение медиа изнутри или извне самих медиа оказывается невозможным. По крайней мере, одна особенность медиа указывает на несоответствие подобных подходов. Медиа содержат в своем основании переход, располагаясь не внутри и не снаружи «субъекта» познания, переопределяя исходные точки отсчета обращения с вещами. Таким образом, проблема медиа содержит указание на специфическую стратегию рациональности, связанную с фактором трансформации медиасубъекта, а также с уточнением самих задач рациональности в данном контексте» [Ермилов, 2017: 43]. Познание сущности медиа представляет собой методологическую задачу, еще требующую своего решения, что не раз указывалось в отечественной литературе, т. к. медиа представляют собой «ускользающую реальность» (Д. Ю. Сивков). Но именно этот факт указывает на необходимость именно философского анализа медиареальности, имеющего в своем арсенале особые средства познания от Платона и Аристотеля до феноменологии и Dasein-анализа и далее.

Иные подходы могут иметь прикладное значение, казаться более конкретными и предметными. Однако, в конечном счете, окажется, что они имеют дело в основном с частными проявлениями медиареальности – социальными, политическими, культурологическими и т. д. Философское осмысление призвано занять свое особое и необходимое место в широком контексте медиа исследований современности, служащее основанием познания самой сущности медиареальности.

Как возможны медиа. Итак, что собой представляют и что *могут* представлять собой медиа? Наиболее очевидным является понимание медиа как сферы опосредования (этот смысл, кроме всего прочего, заложен в самом слове *media*). А также и целой системы посредников, обеспечивающих связь *между* событием и воспринимающим. Отсюда следует интерпретация смысла медиа как *инструмента* воздействия на реципиента через медиасообщения. Медиа не имеют возможности быть нейтральными в силу разных причин, например, в силу того, что медиа уже сами являются сообщением, а также обеспечивают «массирующее» воздействие [Маклюэн, 2011: 22], служат коммуникации ради коммуникации [Большц, 2011: 112] и т.д.

Современная медиарельность предстает подобно всеобщей среде, замечательно описанной в «Феноменологии духа», как «чистая среда (*das Medium*), в которой суть все эти определенности, следовательно, в ней как в некотором *простом* единстве проникают друг друга, не приходя, однако, в *соприкосновение*» [Гегель, 2008: 113]. Цифровые медиа создают условия всеобщего взаимодействия без необходимости ответа – ситуацию, которая описывалась в «Реквиеме по медиа» как «слово без ответа». «В сфере медиа речь говорится так, что на нее никогда не может быть получен ответ» [Бодрийяр, 2007: 238]. Сетевые медиа, с одной стороны, призваны нейтрализовать этот существенный недостаток – безответность и безответственность, создав условия для интеракции, комментирования, мессенджирования и т.д. Однако все эти меры оказываются, в определенной мере, усугубляющими ситуацию безответности современных медиа. Так, например, чрезмерное количество комментариев и сам характер комментирования – доступный и анонимный – приводят в сфере социальных сетей к параметрам, несовместимым с подлинной коммуникацией. Оказывается, что сетевой характер современных медиа, который, на первый взгляд, был призван излечить цивилизацию от диктата массмедиа, помимо повышения коммуникативности медиасреды, приводит через «перегретые» сообщения к новой относительной безответности медиа. Кроме того, сама коммуникативность сетевых медиа зачастую способна служить внешним для нее целям.

В конечном счете, следует понимать то, что медиа представляют собой *среду*, в которой, с одной стороны, событие обретает значимость, а зачастую и свое происхождение, а с другой стороны – сам воспринимающий получает доступ к осознанию себя как такового. Медиа стали средой чувствования, мышления, истолкования.

Таким образом, медиасреда в этом ракурсе оказывается в определенном смысле существеннее самого события и его реципиента. Событие становится, прежде всего, медиасобытием, а медиареципиент получает свое существование лишь в медиасреде, без которой он невозможен как таковой. При этом именно сам феномен медиасреды оказывается первичным по отношению к событию, медиасреда способна сама производить события и даже облекаться в обличье события. Так, например, факт огромного количества просмотров какого-либо сообщения становится событием, по своей значимости превосходящим сам предмет данного сообщения.

Зафиксированное внимание в условиях медиасреды зачастую выступает более значимым, чем то, на что оно было направлено. Нечто подобное было возможно лишь в сфере искусства, исторических хрониках, отчасти в научном познании. Однако в случае медиасреды, где имеет место принципиальное расширение возможностей производства событий, мы сталкиваемся с качественно иным уровнем реальности, требующем для себя, прежде всего объема внимания, а не содержания феномена, на который оно направлено.

Специфика новых медиа. Следует отдельно отметить, что понятие новых медиа связано, прежде всего, с феноменом цифровой *активности* медиасреды, направленной не на массу, а уже на индивида. В отличие от медиа прошлых стадий, новые медиа предполагают встроенные технические средства распознавания, слежения, анализа, формирования контента и т.д. Так, например, радио и телевидение, скорее внимание вызывали, управляли вниманием, пользовались вниманием, но не производили его подобно современным медиасредствам. В частности, с помощью т.н. алгоритмов, искусственного интеллекта и т.д. Именно принципиальная «автореферентность», точнее самообращенность, и отличает специфическую активность условных новых медиа. Понимание феномена медиасреды как сферы производства внимания ведет нас к вопросу о формах восприятия в условиях новых медиа.

Формы медиальной чувственности. Исходя из одного из многих достижений трансцендентальной философии Канта, заключающегося в аналитике нашей чувственности, т.е. способности «получать представления тем способом, каким, предметы воздействуют на нас» [Кант, 2008: 49], со всей необходимостью подчиняющейся принципам организации в априорные формы, отметим следующее. Наше созерцание возможно только в формах пространства и времени и происходит посредством этих форм, как условий и возможностей получения данных восприятия. «Как только мы устраним наши субъективные свойства, окажется, что представляемый объект с качествами, приписываемыми ему чувственным созерцанием, нигде не встречается, да и не может встретиться, так как именно наши субъективные свойства определяют форму его как явления» [Кант, 2008: 64]. Способны ли медиа и медиатрансформации влиять на априорные формы нашей чувственности? Если да, то, в какой степени и в каком отношении это возможно?

Здесь следует отметить принципиальный момент. Наше человеческое восприятие реальности опосредовано априорными формами, это значит, что никакого другого чувственного опыта, кроме медиального опыта мы не способны получить. Медиальность встроена в нашу природу изначально, это буквальное понимание известного тезиса В. В. Савчука о том, что «медиа внутри нас» [Савчук, 2013: 104]. Мы опосредуем и опыт чувственности, и опыт самих себя, в конечном счете, опосредуя само бытие [Gunkel, 2014: 61].

Вопрос в этом контексте заключается в том, насколько естественны и целесообразны нашим подлинным человеческим целям варианты такого опосредования. Разумеется, сами формы пространственности и темпоральности нашей чувственности неизбывны в том смысле, что пространство и время неотъемлемо служат организующими принципами нашего опыта. Это ни в коей мере не исключает индивидуальных и культурных особенностей восприятия и интерпретации времени и пространства. Проблема состоит в том, что технические медиа глубинно соотносимы с нашей человеческой

природой, трансформируя опыт нас самих довольно радикальным и при этом незаметным для расхожего представления образом. Не содержание медиасообщений, а способ сообщений, сам являющийся сообщением, воздействует на нашу природу. Способны ли новые медиа принципиально изменить наши априорные формы чувственности? От ответа на этот вопрос зависит ответ на вопрос о возможности трансформации и нас самих. Еще Маршалл Маклюэн предлагал рассматривать медиа как специфическое расширение наших нервных систем [Маклюэн, 2011: 81]. Внешнее расширение нас самих посредством новых медиа, о котором писал Маклюэн, и есть трансформация наших форм пространственности и темпоральности. Данный феномен указывает на проблему, рассмотренную в свое время Фуко, а именно на вопрос об историческом а priori. Такая априорность «не образует некой вневременной структуры, возвышающейся над событиями словно неподвижное небо; оно определяется как совокупность правил, характеризующих дискурсивную практику. Однако эти правила не налагаются извне на те элементы, между которыми они устанавливают отношение; они непосредственно вовлечены как раз в то, что они объединяют; и если они сами и не видоизменяются вместе с самым незначительным из этих элементов, то они видоизменяют их и преобразуются вместе с ними в некоторые решающие пороги» [Фуко, 2011: 241]. Изменяя формы нашей чувственности, медиа изменяют способ организации нашего трансцендентального я. Благодаря медиареволуции мы становимся другими.

Автономность медиа. В свое время Мартин Хайдеггер в «Вопросе о технике», тексте, давно ставшем хрестоматийным, указывал на особенность современной техники, заключающейся в поставляющем отношении к природе. «На Рейне поставлена гидроэлектростанция. Она ставит реку на создание гидравлического напора, заставляющего вращаться турбины, чье вращение приводит в действие машины, поставляющие электрический ток, для передачи которого установлены энергосистемы с их электросетью. В системе взаимосвязанных результатов поставки электрической энергии сам рейнский поток предстает чем-то предоставленным как раз для этого. Гидроэлектростанция не встроена в реку так, как встроены старый деревянный мост, веками связывающий один берег с другим. Скорее река встроена в гидроэлектростанцию. Рейн есть то, что он теперь есть в качестве реки, а именно поставитель гидравлического напора, благодаря существованию гидроэлектростанции. Чтобы хоть отдаленно оценить чудовищность этого обстоятельства, на секунду задумаемся о контрасте, звучащем в этих двух именах собственных: «Рейн», встроены в гидроэлектростанцию для производства энергии, и «Рейн», о котором говорит произведение искусства, одноименный гимн Фридриха Гёльдерлина» [Хайдеггер, 2007: 314]. Итак, особенностью современной техники, согласно Хайдеггеру, является обратная, по сравнению с предшествующими стадиями развития, встроенность. Почему в таком случае мы решили, что медиа встроены в нашу жизнь, участвуя в ней наряду с другими вещами? Раз современные медиа являются

частью современной техники, то не будет ли правильно считать обратное? А именно, что наоборот, наша жизнь встроена в медиареальность как питающий ее работу ресурс. Наши внимание, время, работа нервной системы, а также само человеческое тело используются медиареальностью.

Подобно означенной в цитируемом выше тексте реке, встроенной в гидроэлектростанцию, поток нашей жизнедеятельности встроена в медиареальность, обеспечивая ее поступательный ход. Подобным образом, и, например, политтехнологи могут полагать, что они управляют обществом через медиа, но оказывается, что это медиа реализуют себя через политику, рекламу, власть.

Такой ракурс, несмотря на свою парадоксальность, указывает на описанный тем же Хайдеггером, внечеловеческий и автономный характер современной техники. Где опасность, там и спасение – хочется заметить по следам процитированного текста. Однако, где же может заключаться спасение, если воспользоваться выражением Хайдеггера?

Медиарациональность. Возвращение к основаниям рациональности и ответственному отношению к технологиям, если и не является спасительным актом, то, по крайней мере, является необходимым этапом на пути к разумному отношению к медиареальности. От рассмотрения вопроса о формах чувственности в контексте медиа вполне закономерно будет перейти к вопросу о рассудке и рациональности в означенном контексте.

Важнейшим проблемным аспектом в исследовании возможности медиарациональности является вопрос о характере трансформации рациональности под воздействием медиа. Проблема заключается в том, что рациональность уже трансформирована и трансформируется все дальше и дальше. За современными медиа следуют еще более современные формы медиа, а за теми – будущие медиа и так до бесконечности.

В конечном счете, может оказаться, что в определенный момент и на значительное время никто не сможет в принципе осмыслить медиа из-за накапливающегося отставания от будущего. Подобная судьба может преследовать и самих производителей революционно новых медиа. Из истории техники известны случаи совершенно невежественного распоряжения новшествами. Например, такого, как использование рентгеновского аппарата для подбора ботинок в обувных магазинах.

Другой существенный вопрос в контексте медиарациональности – это вопрос о единстве. Не является ли медиасфера заменой единого в смысле Платона. Или, иначе говоря, сферой всеобщего, универсальной средой и т.д. В этом отношении, единство разрозненных пространств, культур и сообществ обеспечивается гораздо надежнее не единством содержания, а единством сетевых протоколов, программного обеспечения, стратегическим расположением серверного оборудования и т.д.

«В контексте медиасферы мы имеем дело с тем, что можно было бы назвать гипер-синтезом медиа. Медиа способны соединять, казалось бы, несоединимое, например разрозненное содержание социальных сетей (новостных лент и не только). Продуктивная способность воображения, которую необходимо отличать от эмпирической сферы, в контексте медиа стремится к беспредельному синтезу практически ничем не обусловленного единства. Кажущаяся бессвязность медиасодержания указывает на самом деле на то, что бессвязное уже связалось в определенном единстве и представлено медиа-субъекту почти в готовом виде. Медиарациональность в этом отношении предстает как рациональность по преимуществу» [Ермилов, 2017: 43]. Заметим, что медиа уже рациональны благодаря своему техническому, т.е. изначально рациональному, происхождению и устройству.

Перспективы дальнейшей исследовательской работы. В этом отношении, в контексте медиа, вопрос о пределах трансцендентального синтеза и антиномиях приобретает несколько иное измерение по сравнению с более ранней формой рациональности. С одной стороны, именно за счет того, что в случае медиарациональности мы имеем дело с «усиленным» синтезом, проблема антиномий (как продуктивных противоречий) может оказаться излишней. В этом контексте одним из перспективных направлений медиафилософских исследований является вопрос о возможности формулировки интеллектуальных регулятивных схем медиареальности. В конечном счете медиареальность ставит перед нами проблему условий осуществления разума в новых условиях, условиях медиатрансформации.

Еще одним направлением в перспективе исследований медиафилософии является проблема экзистенции в условиях медиареальности, в которых остается возможность обмениваться любым содержанием, любыми знаками и сообщениями, кроме тех, что к содержанию или форме не сводятся. Экзистенция не передается, как указывал на это Эммануэль Левинас в работе «Время и другой» [Левинас, 1999]. Действительно, наше собственное бытие непосредственно не полегит плану опосредования медиа. Предел медиарациональности находится именно в экзистенциальной плоскости означенной проблематики.

Выводы. В силу специфики природы медиа, связанной с феноменом опосредования и возрастающей сложностью проявлений медиа, философский подход в контексте медиа исследований является основным для целостной интерпретации сущности феномена медиареальности. Медиа должны быть рассмотрены в качестве всеобщей среды коммуникации и ее пределов. Кроме того, медиа становятся средой чувствования, мышления, истолкования, в которой само событие обретает свое происхождение, а медиа-субъект находит доступ к отражению себя самого.

Кроме того, специфика цифровых и сетевых медиа обнаруживается в особой автореферентной активности, выражающейся в производстве внимания и события. В

связи с этим был рассмотрен вопрос о медиальных формах чувственности, являющихся результатом трансформации пространственных и временных параметров восприятия в условиях медиареальности. Ресурсом медиа оказывается человеческая реальность, а не наоборот. Ответом на существующие вызовы должен являться поворот к основаниям медиарациональности, как результату переосмысления возможностей рассудка в условиях медиареальности, в частности – феномен медиального гиперсинтеза проявлений коммуникации.

Список источников

Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака. М.: Академический проект, 2007. 335 с.

Болц Н. Алфавит медиа. М.: Европа, 2011. 136 с.

Визинг Л. Шесть ответов на вопрос: «Что такое медиа-философия?» // Медиариальность: концепты и культурные практики. СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2017. 338 с.

Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа. М.: Академический проект, 2008. 767 с.

Ермилов К. А. Медиарациональность // Медиареальность: концепты и культурные практики. СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2017. 388 с.

Кант И. Критика чистого разума. СПб.: Наука, 2008. 662 с.

Левинас Э. Время и другой. Гуманизм другого человека. СПб.: Высшая религиозно-философская школа, 1998. 265 с.

Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2011. 464 с.

Очеретяный К. А. Ленкевич А. С.. Медиафилософия: российский контекст // Вопросы философии. 2016. № 12. С. 64–72.

Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. СПб, 2013. 350 с.

Спирин В. А., Попонов М. А. Медиа-философия Маршалла Маклюэна. СПб.: СПбГУСЭ, 2009. 239 с.

Фортунатов А. Н. Медиареальность: в плену технократизма. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского государственного университета, 2009. 211 с.

Фуко М. Археология знания. СПб: Гуманитарная академия, 2012. 416 с.

Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. СПб.: Наука, 2007. 621 с.

Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения: Философские фрагменты. СПб.; М.: Медиум: Ювента, 1997. 312 с.

Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М.: Прометей, 2005. 160 с.

Gunkel, D., Taylor, P. (2014) *Heidegger and the media*, Oxford: 218.

References

Baudrillard, J. (2007) *K kritike politicheskoy ekonomii znaka*. [To the Critique of the Political Economy of the Sign]. M., Akademicheskii proyekt: 335. (In Russ.)

Bolz, N. (2011) *Azbuka media*. [ABC of media]. M., Evropa: 136. (In Russ.)

Hegel, G.V.F. (2008) *Fenomenologiya dukha* [Phenomenology of spirit]. M., Akademicheskii proyekt, 767. (In Russ.)

Ermilov, K.A. (2017) *Mediaratsional'nost'* [Media rationality]. *Mediareal'nost': kontsepty i kul'turnyye praktiki* [Media reality: concepts and cultural practices]. Saint Petersburg, Fond razvitiya konfliktologii: 388. (In Russ.)

Foucault, M. (2012) *Arkheologiya znaniya* [Archeology of knowledge]. Saint Petersburg, Gumanitarnaya akademiya: 416. (In Russ.)

Heidegger, M. (2007) *Vremya i bytiye: stat'i i vystupleniya* [Time and being: articles and speeches]. Saint Petersburg, Nauka: 621. (In Russ.)

Horkheimer, M. (1997) *Dialektika Prosveshcheniya: Filosofskie fragmenty*. [Enlightenment Dialectics: Philosophical Fragments] / M. Horkheimer, T. Adorno T. Saint Petersburg; M.: Medium: Yuventa: 621. (In Russ.)

Gunkel, D. (2014) *Heidegger and the media* / Gunkel D., Taylor P. Oxford: 218. (In Russ.)

Kant, I. (2008) *Kritika chistogo razuma* [Critique of pure reason]. Saint Petersburg, Nauka: 662. (In Russ.)

Levinas, E. (1998) *Vremya i drugoy. Gumanizm drugogo cheloveka* [Time and another. Humanism of another person], Saint Petersburg: 265. (In Russ.)

McLuhan, G.M. (2011) *Ponimaniye Media: Vneshniye rasshireniya cheloveka*. [Understanding the Media: The Extensions of Man]. M., Kuchkovo pole: 464. (In Russ.)

Ocheretyanyy, K.A. (2016) *Mediafilosofiya: rossiyskiy kontekst* [Media Philosophy: Russian Context] / K.A. Ocheretyanyy, A.S. Lenkevich *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy], 12: 64–72. (In Russ.)

Savchuk, V.V. (2013) *Mediafilosofiya. Pristup real'nosti*, [Media Philosophy. Attack of reality], Saint Petersburg: 350. (In Russ.)

Spirin, V.A. (2009) *Media-filosofiya Marshalla Maklyuena*. [Media Philosophy of Marshall McLuhan] / V.A. Spirin, M.A. Poponov. Saint Petersburg, SPBGUSE: 239. (In Russ.)

Vizing, L. (2017) *Shest' otvetov na vopros: "Chto takoye mediafilosofiya?"* [Six answers to the question: "What is media philosophy?"] *Mediarnost': kontsepty i kul'turnyye praktiki* [Media reality: concepts and cultural practices]. Saint Petersburg, Fond razvitiya konfliktologii: 388. (In Russ.)

Yudina, E.N. (2005) *Mediaprostranstvo kak kul'turnaya i sotsial'naya sistema* [Media space as a cultural and social system]. M.: Prometey: 160. (In Russ.)

© Ермилов К.А., 2023

Ермилов Кирилл Андреевич – кандидат философских наук, доцент кафедры философии Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Контактные данные: 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, Griboyedov Canal, 30-32). E-mail: kirill_ermilov@bk.ru.

Статья поступила в редакцию: 30.12.2022.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Электронный научный журнал «Язык. Коммуникация. Общество» Санкт-Петербургского государственного экономического университета приглашает к сотрудничеству авторов научных работ – преподавателей вузов, исследователей, молодых ученых в области лингвистики, медиакоммуникаций и журналистики, философии.

Присланные авторами статьи проходят обязательное двойное слепое рецензирование. Материалы аспирантов принимаются при наличии рекомендации научного руководителя.

Для публикации материалов в ЭНЖ «Язык. Коммуникация. Общество» авторам необходимо направить на электронный адрес журнала оформленные по требованиям тексты научных статей.

Правила оформления и образец статьи размещены на официальном сайте СПбГЭУ в разделе Электронный научный журнал «Язык. Коммуникация. Общество». Прямая ссылка на раздел: <https://unecon.ru/nauka/izdaniya/>

Редакция оставляет за собой право не рассматривать рукописи, оформленные не в соответствии с указанными требованиями.

Журнал выходит 4 раза в год. Сроки приема статей: № 1 – до 01 января, № 2 – до 1 апреля, № 3 – до 1 июня, № 4 – до 1 ноября. Сроки приема статей могут быть сокращены при досрочном достижении предельного объема номера журнала!

Контактная информация:

Почтовый адрес: 191023, г. Санкт-Петербург,
Москательный пер., д. 4.

E-mail: ics_journal@unecon.ru

Научное издание

Электронный научный журнал
«ЯЗЫК. КОММУНИКАЦИЯ. ОБЩЕСТВО»

2023. Выпуск 1

Усл. печ. л. 8.

191023, Санкт-Петербург,
наб. канала Грибоедова, д. 30-32, лит. А.