



**Общество.
Коммуникация.
Образование**

Том 11, № 4, 2020

ОБЩЕСТВО. КОММУНИКАЦИЯ. ОБРАЗОВАНИЕ

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА

Главный редактор — **Чернявская В.Е.**, д-р филол. наук, профессор,
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия.

Алмазова Н.И., д-р пед. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия;

Аронина Л.И., д-р наук, профессор, Академический Колледж Ораним, Израиль;

Бернер Э., д-р филос. наук, профессор, Потсдамский университет, Германия;

Жаркынбекова Ш.К., д-р филол. наук, профессор, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилёва, Нур-Султан, Казахстан;

Зенош-Айата Дж., д-р филос. наук, профессор, Стамбульский университет, Турция;

Иссерс О.С., д-р филол. наук, профессор, Омский государственный университет, Россия;

Кефели И.Ф., д-р филос. наук, профессор, Северо-Западный институт управления РАНХиГС, Россия;

Кулик С.В., д-р ист. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия;

Куликова Л.В., д-р филол. наук, профессор, Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия;

Куссе Х., д-р филол. наук, профессор, Технический университет Дрездена, Германия;

Марков Б.В., д-р филос. наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Россия;

Микиртумов И.Б., д-р филос. наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Россия;

Миронов В.В., д-р филос. наук, профессор, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия;

Погодин С.Н., д-р ист. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия;

Попова Н.В., д-р пед. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия;

Свердлов М.Б., д-р ист. наук, профессор, Санкт-Петербургский институт истории РАН, Россия;

Тарева Е.Г., д-р пед. наук, профессор, Московский городской педагогический университет, Россия;

Халяпина Л.П., д-р пед. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия;

Шипунова О.Д., д-р филос. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия;

Шпицмюллер Ю., д-р филол. наук, профессор, Венский университет, Австрия;

Яковлева А.Ф., канд. полит. наук, доцент, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Россия.

Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

С 2010 года журнал выпускался в составе сериального периодического издания «Научно-технические ведомости СПбГПУ» (ISSN 1994-2354), в 2012 году он был зарегистрирован как самостоятельное периодическое издание Федеральной службой по надзору в сфере информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-52145 от 11 декабря 2012 г.

Тематические разделы издания соответствуют отраслям науки согласно Номенклатуре специальностей научных работников, по которым присуждаются ученые степени: 07.00.00 — Исторические науки и археология, 09.00.00 — Философские науки, 13.00.00 — Педагогические науки.

Журнал включен в базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ), размещенную на платформе Научной электронной библиотеки на сайте <http://www.elibrary.ru>.

При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна.

Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей.

Адрес редакции и издательства: Россия, 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29.

Тел. редакции: (812) 552-62-16.



**Society.
Communication.
Education**

Vol. 11, No. 4, 2020

SOCIETY. COMMUNICATION. EDUCATION

EDITORIAL BOARD

Valeriya E. Chernyavskaya, Dr.Sc. (philol.), prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russian Federation – editor-in-chief.

Nadezhda I. Almazova, Dr.Sc. (ped.), prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russian Federation;

Larissa Aronin, Associate Professor, Oranim Academic College of Education, Israel;

Elizabeth Berner, Dr.Sc. (philos.), prof., University of Potsdam, Germany;

Sholpan K. Zharkynbekova, Dr.Sc. (philol.), prof., L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan;

Canan Şenöz-Ayata, Dr.Sc. (philos.), prof., Istanbul University, Turkey;

Oxana S. Issers, Dr.Sc. (philol.), prof., Omsk State University, Russian Federation;

Igor F. Kefeli, Dr. Sc. (philos.), prof., North-West Institute of Management of the Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russia;

Sergey V. Kulik, Dr.Sc. (history), prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russian Federation;

Lyudmila V. Kulikova, Dr.Sc. (philol.), prof., Siberian Federal University, Russian Federation;

Kuße Holger, Dr.Sc. (philol.), prof., Technical University of Dresden, Germany;

Boris V. Markov, Dr.Sc. (philos.), prof., St. Petersburg State University, Russian Federation;

Ivan B. Mikirtumov, (philos.), prof., St. Petersburg State University, Russian Federation;

Vladimir V. Mironov, Dr.Sc. (philos.), prof., Lomonosov Moscow State University, Russian Federation;

Sergey N. Pogodin, Dr.Sc. (history), prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russian Federation;

Nina V. Popova, Dr.Sc. (ped.), prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russian Federation;

Mikhail B. Sverdlov, Dr.Sc. (history), prof., St. Petersburg Institute of History of Russian Academy of Sciences, Russian Federation;

Elena G. Tareva, Dr.Sc. (ped.), prof., Moscow Pedagogical University, Russian Federation;

Lyudmila P. Khalyapina, Dr.Sc. (ped.), prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russian Federation;

Olga D. Shipunova, Dr.Sc. (philos.), prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russian Federation;

Jürgen Spitzmüller, Dr.Sc. (philol.), prof., University of Vienna, Austria;

Aleksandra F. Yakovleva, Ph.D. (political), assoc. prof., Lomonosov Moscow State University, Russian Federation.

The journal is included in the List of Leading PeerReviewed Scientific Journals and other editions to publish major findings of Ph.D theses for the research degrees of Doctor of Sciences and Candidate of Sciences.

This journal has been published as a part of the St. Petersburg State Polytechnic University Journal serial publication since 2010. It is registered with the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications (ROSKOMNADZOR) in 2012. Certificate ПИ № ФС77-52145 issued December 11, 2012.

The journal is divided into thematic sections that correspond to the fields of study in which postgraduates gain science degrees. The nomenclature of scientific specialties: 07.00.00 — historical sciences and archeology, 09.00.00 — Philosophical sciences, 13.00.00 — Pedagogical sciences.

The journal is on the Russian Science Citation Index (RSCI) data base

© Scientific Electronic Library (<http://elibrary.ru/>). No part of this publication may be reproduced without clear reference to the source.

The views of the authors can contradict the views of the Editorial Board.

The address: Politekhnikeskaya ul., 29, St. Petersburg, 195251, Russia.



Содержание

Философия

<i>Плебанек О.В., Круглов В.Г., Круглова М.А., Лепехин Н.Н., Орешкин В.Г. Проблема исследования ценностей: удовлетворенность жизнью как фактор проявления потребительского этноцентризма</i>	7
<i>Шестопад Е.Б. Восприятие зарубежных стран российскими гражданами</i>	16
<i>Нестеренко В.М., Мельник Н.М. Онтология знания в подготовке специалиста-созидателя</i>	29

Образование. Культура

<i>Хутыз И.П. Характеристика англоязычных массовых открытых онлайн курсов в академической среде</i>	43
<i>Попова Е.Л. Особенности мотивационной сферы студентов российских вузов</i>	51

Теория и методика обучения и воспитания

<i>Кузьмина А.В. Игра как дидактический инструмент при работе с видеоматериалами на занятиях по иностранному языку</i>	61
<i>Солянка Е.А. Особенности обиходно-бытовой интернет-коммуникации на китайском языке</i>	74

Прикладная лингвистика

<i>Чернявская В.Е., Сафроненкова Е.Л. Лингвистическое конструирование прошлого: риторика в геополитическом конфликте или риторика, создающая конфликт?</i>	84
--	----



Contents

Philosophy

Plebanek O.V., Kruglov V.G., Kruglova M.A., Lepekhin N.N., Oreshkin V.G. <i>Values study: Life satisfaction as a factor of manifestation of consumer ethnocentrism</i>	7
Shestopal E.B. <i>Russians' perception of Foreign Countries</i>	16
Nesterenko V.M., Melnik N.M. <i>Ontology of knowledge in the training of specialist-creator</i>	29

Education and Culture

Khoutyz I.P. <i>Attributes of English-language massive open online courses in academic context</i>	43
Popova E.L. <i>Features of the motivational sphere of Russian university students</i>	51

Theory and Methods of Training and Education

Kuzmina A.V. <i>Didactic games as a means of mastering video materials at foreign language classes</i>	61
Solyanko E.A. <i>Features of everyday Internet communication in Chinese</i>	74

Applied Linguistics

Chernyavskaya V.E., Safronenkova E.L. <i>Linguistic construction of the past: Rhetoric in geopolitical conflicts or rhetoric making conflicts?</i>	84
---	----

DOI: 10.18721/JHSS.11401
УДК 130.3; 159.9

ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕННОСТЕЙ: УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ЖИЗНЬЮ КАК ФАКТОР ПРОЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ЭТНОЦЕНТРИЗМА

**О.В. Плебанек¹, В.Г. Круглов², М.А. Круглова³,
Н.Н. Лепехин², В.Г. Орешкин¹**

¹ Университет при МПА ЕврАзЭС,
Санкт-Петербург, Российская Федерация;

² Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация;

³ Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

Философская категория ценностей до сих пор не поддавалась естественно-научной верификации. Невозможность или ограниченность применения критериев и методологии естественных наук к исследованию феноменов духовного бытия существенно тормозит развитие гуманитарного знания. Исследование природы ценностей посредством изучения поведения человека вводит идеациональные объекты в номотетическое поле, что позволяет верифицировать философские концепции ценностей. Исследование направлено на оценку роли удовлетворенности жизнью потребителей как модератора связи потребительского этноцентризма с отношением к покупке отечественного товара в ситуации альтернативного выбора.

Ключевые слова: метод, номос, ценности, удовлетворенность жизнью, потребительский этноцентризм, ценностные ориентации.

Ссылка при цитировании: Плебанек О.В., Круглов В.Г., Круглова М.А., Лепехин Н.Н., Орешкин В.Г. Проблема исследования ценностей: удовлетворенность жизнью как фактор проявления потребительского этноцентризма // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 4. С. 7–15. DOI: 10.18721/JHSS.11401

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

VALUES STUDY: LIFE SATISFACTION AS A FACTOR OF MANIFESTATION OF CONSUMER ETHNOCENTRISM

**O.V. Plebanek¹, V.G. Kruglov², M.A. Kruglova³,
N.N. Lepekhn², V.G. Oreshkin¹**

¹ University Associated with the Interparliamentary Assembly
of the Eurasian Economic Community,
St. Petersburg, Russian Federation;

² St. Petersburg State University,
St. Petersburg, Russian Federation;

³ St. Petersburg State University of Film and Television,
St. Petersburg, Russian Federation

The philosophical category of values has not yet been subject to natural-scientific verification. The impossibility or limited application of criteria and methodology of natural sciences to the study of

phenomena of spiritual existence significantly hinders the development of humanitarian knowledge. The study of the nature of values through the study of human behavior introduces ideational objects into the nomothetic field, which allows us to verify the philosophical concepts of values. The study was aimed at assessing the role of life satisfaction as a moderator of the relationship between consumer ethnocentrism and the attitude to domestic goods purchase in an alternative choice situation.

Keywords: method, nomos, values, life satisfaction, consumer ethnocentrism, value orientations.

Citation: O.V. Plebanek, V.G. Kruglov, M.A. Kruglova, N.N. Lepekhin, V.G. Oreshkin, Values study: Life satisfaction as a factor of manifestation of consumer ethnocentrism, Society. Communication. Education, 11 (4) (2020) 7–15. DOI: 10.18721/JHSS.11401

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

Удовлетворенность жизнью как фактор потребительского поведения. За последние несколько десятилетий во всем мире резко возрос объём исследований психологического благополучия (SWB, subjective well-being) как одной из важнейших переменных, влияющих на поведение людей во всех сферах их жизни. В соответствии с подходом Е. Diener [5], психологическое благополучие включает в себя эмоциональное благополучие (учитывающее позитивные и негативные эмоции) и удовлетворенность жизнью (LS, life satisfaction), которая представляет собой когнитивную оценку своей жизни в целом на основе собственных критериев. Оценки удовлетворенности изначально субъективны, и не обязательно отражают внешние условия жизни. Попытки определить детерминанты удовлетворенности жизнью можно объединить в две большие группы [20]. Один подход предполагает, что удовлетворенность жизнью в основном определяется личностными факторами, такими как самооценка, оптимизм, невротизм, психологическая дистанция и т. д. Согласно другому подходу, удовлетворенность жизнью определяется ситуационными и средовыми факторами, такими как субъективные оценки работы, жилья, семьи, социального окружения и т. д.

На процессуальном уровне также выделяются два основных подхода к тому, как люди оценивают удовлетворенность своей жизнью: конструктивистский и подход «прямого доступа к памяти», при этом эмпирические данные в большей степени подтверждают второй подход [21]. Согласно конструктивистскому подходу, у людей нет стабильного представления о том, насколько они удовлетворены жизнью. Они полагаются на временно доступные порции информации, такие как текущие эмоции, чтобы оценить LS (например, [18]). В подходе «прямого доступа» считается, что люди напрямую восстанавливают оценку из памяти, подобно тому, как они восстанавливают другие элементы информации относительно своего Self (например, [7]). В работе [21] предложена модель, в которой люди различаются по степени, в которой их эмоции влияют на более стабильную оценку LS, при этом значительные кратковременные колебания этой оценки связаны с повышенным нейротизмом и сниженным психологическим благополучием.

Научный интерес к психологическому благополучию и удовлетворенностью жизнью распространился и на область потребительского поведения. Широко изучается роль ценностной ориентации на материальные блага (деньги, вещи и т. п.) как фактора психологического благополучия (например, [8, 11, 14]). При доминировании такой установки межличностные связи ослабевают, что приводит к снижению удовлетворенности жизнью. При этом социальное сравнение с более преуспевающими людьми отрицательно воздействует на менее обеспеченных потребителей сильнее в более бедных, развивающихся странах, чем в развитых [9]. Даже просмотр рекламы может актуализировать и поддерживать стремление к обладанию, что в конечном итоге ведет к сниженной LS [20]. С другой стороны, разная степень удовлетворенности жизнью влияет на интерпре-

тации и конструирование эмоционально окрашенных эпизодов своего прошлого, что приводит к разной реакции на рекламу с фоновой музыкой, вызывающей ностальгию [10]. В соответствии с теорией самодетерминации, у людей с низким уровнем достатка социальные связи совместно с автономией ослабляют негативный эффект бедности на удовлетворенность жизнью, но только при условии доступности базовых потребительских благ [13].

Потребительский этноцентризм как установка на предпочтение отечественных товаров. Понятие потребительского этноцентризма (СЕТ) предложено Т.А. Shimp и S. Sharma [17], которые адаптировали более общий конструкт этноцентризма применительно к области поведения потребителей. Под понятием этноцентризма W.G. Sumner понимал картину мира, в которой «своя» группа расположена в центре, при этом остальные группы и их члены оцениваются по установленным в «своей» группе критериям и нормам [3].

В отличие от этноцентризма как универсальной тенденции рассматривать собственную группу как референтную, отвергать отличающиеся культуры и принимать похожие, потребительский этноцентризм отражает убеждения потребителей о правильности и даже моральности предпочтения отечественных товаров перед импортируемыми [16, 17].

Потребительский этноцентризм дает человеку чувство идентичности, принадлежности к группе и понимание того, какое покупательское поведение допустимо или нет для членов этой группы. Соответственно, его часто рассматривают в русле теории социальной идентичности (например, [22]). Т.А. Shimp и S. Sharma описали особенности СЕТ: это общая тенденция, а не конкретный аттитюд; она отражает беспокойство о благополучии своей страны и опасения отрицательных последствий импорта; в ней присутствует этический компонент: покупка импортных товаров расценивается как недостаток патриотизма и равнодушие к жителям своей страны, которые могут стать безработными; она не эластична относительно цены и других характеристик продукта; закрепляется в раннем детстве в ходе социализации; как характеристика социальной группы, она представляет собой сумму индивидуальных тенденций.

Недавно В. Bizumic [2] предложил модель, в которой на потребительский этноцентризм оказывают прямое и косвенное влияние шесть компонентов этноцентризма: приверженность, сплоченность, предпочтение своей группы и её членов, превосходство над внешними группами, чистота (своей группы, несмешанной с внешними группами) и эксплуатация (установка на получение преимуществ для «своих» без учета интересов или прямо за счет других групп).

Некоторые современные модели потребительского этноцентризма предлагают рассматривать его как многомерный конструкт. Например, P. Sharma [15] выдвинул модель СЕТ как конструкта, включающего в себя три аспекта: (1) аффективная реакция (симпатия к местным продуктам и антипатия к импортируемым), (2) когнитивное смещение (смещение оценок в пользу местных продуктов) и (3) поведенческое предпочтение (отвержение импортируемых продуктов и принятие местных, желание попробовать, повторные покупки, позитивные отзывы и т. д.). В [21] N.T. Siamagka и G. Balabanis развили многофакторный подход к СЕТ ещё дальше, включив в него пять компонентов: просоциальность, смещенное восприятие, воспринимаемая угроза со стороны импорта, этноцентричный автоматизм (влияющий на имплицитном уровне) и этноцентричные привычки.

Цель исследования

Анализ литературы по проблеме психологического благополучия в связи с психологией потребителей показал, что несмотря на значительный объём работ по влиянию потребительского поведения на удовлетворенность жизнью, обратная зависимость – влияние удовлетворенности жизнью на потребительский выбор – исследовалась значительно реже. В распространенных базах научных статей нам не удалось найти ни одного исследования, посвященного связи удовлет-

воренности жизнью и потребительского этноцентризма как установки на предпочтение отечественных товаров в ситуации альтернативного выбора. Этот пробел в научной литературе обосновывает необходимость данного исследования.

В соответствии с моделью N.T. Siamagka и G. Balabanis [21], важным источником потребительского этноцентризма являются положительно окрашенные воспоминания, связанные с родной страной (особенно важны эпизоды детского опыта). Однако при сниженной удовлетворенности жизнью такие воспоминания будут реконструироваться и интерпретироваться в менее позитивном свете [12]. Это может приводить к тому, что даже при одинаковых оценках СЕТ как нормативной установки на поддержку отечественного производителя, в группе респондентов со сниженной LS такие установки будут в меньшей степени подкрепляться положительным эмоциональным зарядом и поэтому будут оказывать меньшее влияние на потребительский выбор.

Отсюда вытекает *гипотеза исследования*: потребительский этноцентризм будет сильнее связан с отношением к покупке отечественного товара у респондентов с более высоким уровнем удовлетворенности жизнью.

Методика и организация исследования

Для проверки выдвинутой гипотезы был проведен опрос 304 респондентов в возрасте от 17 до 30 лет (средний возраст составил 24 года). Принимая во внимание этическую нагруженность предмета, участие в исследовании было анонимным. Респонденты привлекались путем рекламы в студенческих группах в сети Интернет. Доля женщин в итоговой выборке оказалась выше (253 женщины и 51 мужчина), однако сравнение мужчин и женщин не показало значимых различий в уровне удовлетворенности жизнью, потребительского этноцентризма и ценностных ориентаций. Основные социально-демографические показатели также не различались.

Вероятность покупки отечественного товара и отношение к такой покупке. Респондентам предлагался сценарий, в котором они помещались в ситуацию альтернативного выбора трех вариантов покупки зимней куртки (произведенные в России, Западной Европе и Китае). Данный товар был выбран, поскольку (1) он является доступным и распространенным среди всех категорий потребителей, и (2) в этой товарной категории отечественные производители занимают достаточно хорошие конкурентные позиции. В описании ситуации, респондент посетил торговый центр и наметил для себя эти три варианта, поскольку каждая куртка понравилась, была качественной и хорошо ему подходила (при этом качество вариантов оценивалось как примерно одинаковое). Сначала респонденты отвечали на вопросы о ценовой категории возможной покупки и о предполагаемой разнице в цене между вариантами. Затем задавались вопросы о вероятности покупки каждого варианта и об отношении к такой покупке. Соответствующие шкалы включали в себя по два пункта семантического дифференциала (примеры пунктов: «(1) Маловероятно – (7) Вполне вероятно» и «(1) Неприятно – (7) Приятно»).

Удовлетворенность жизнью. Для оценки уровня удовлетворенности жизнью был использован сокращенный вариант шкалы Satisfaction with Life Scale (SWLS) [16]. В течение последних тридцати лет эта шкала применялась в большинстве исследований, связанных с удовлетворенностью жизнью [14], которые подтвердили её высокие психометрические показатели.

Потребительский этноцентризм. Для оценки уровня потребительского этноцентризма были использованы пункты шкалы N.T. Siamagka и G. Balabanis [19], которая в оригинальном варианте включает в себя 17 пунктов. Ранее нами было показано [1], что из этой шкалы в российском контексте выделяются четыре фактора, на основе которых были сформированы соответствующие субшкалы: «поддержка» (эмоционально окрашенная солидарная поддержка отечественного производителя), «угроза» (воспринимаемая угроза со стороны импорта), «пропаганда» (воспринимаемая эффективность пропаганды этноцентричной потребительской установки) и «привычка» (привычная лояльность). Многофакторная шкала позволяет более детально оценить связи по-

ребительского этноцентризма с показателями потребительских решений, учитывая вклад различных компонентов СЕТ.

Ценностные ориентации. Приоритеты личных ценностей оценивались с помощью методики Ш. Шварца «Профиль личности» в адаптации В.Н. Карандашева.

Результаты исследования и их обсуждение

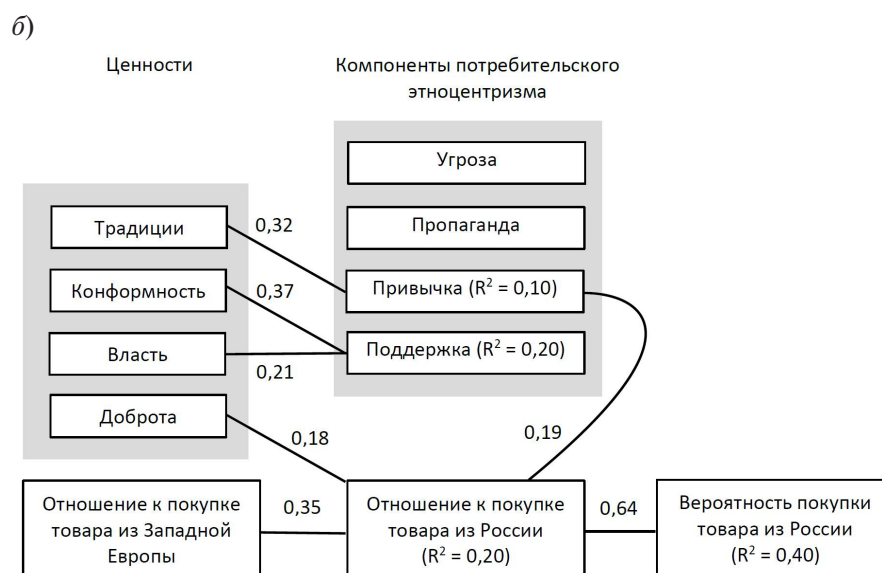
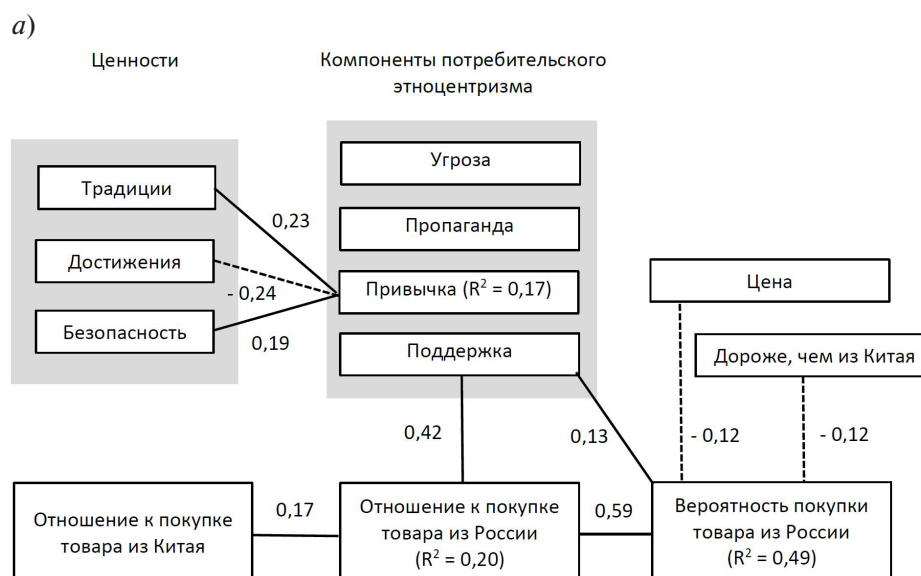
Анализ шкалы удовлетворенности жизнью показал достаточно высокую степень внутренней согласованности (α Кронбаха = 0,80), поэтому индивидуальные оценки LS были получены путем их усреднения по пунктам шкалы. Распределение было несколько смещено в сторону более высоких значений, среднее значение = 3,21 и медиана = 3,33.

Для сравнения респондентов с разным уровнем удовлетворенности жизнью выборка респондентов была разделена на две группы относительно медианы распределения оценок по этому показателю. Вероятность выбора отечественного товара в группах достоверно не различалась по Т-критерию, однако отношение к такой покупке было более позитивным в группе с относительно высокой LS ($p = 0,01$). Также в данной группе оказалась выше вероятность покупки товара из Западной Европы ($p = 0,004$) и отношение к ней ($p = 0,02$), что может объясняться более высоким материальным положением ($p < 0,001$ по U-критерию Манна-Уитни). Интересно, что при этом ценовая категория предполагаемой покупки в обеих группах не различалась. Т-критерий не показал достоверных различий по субшкалам потребительского этноцентризма, однако в группе «более удовлетворенных жизнью» оказались выше значения ценностных ориентаций на конформность ($p = 0,004$), доброту ($p = 0,006$), стимуляцию ($p = 0,02$) и достижения ($p = 0,006$).

На следующем этапе анализа для каждой группы респондентов были построены регрессионные модели, объясняющие вероятность покупки отечественного товара и отношение к ней, а также компоненты потребительского этноцентризма (см. рисунок). Видно, что эти модели значительно различаются.

В первую очередь это касается состава предикторов отношения к покупке товара из России. В группе респондентов с высокой удовлетворенностью жизнью оно объясняется, в основном, компонентом СЕТ «поддержка». Намного меньшую роль играет отношение к покупке китайского товара. В группе респондентов с относительно низкой LS отношение к покупке отечественного товара объясняется, главным образом, отношением к покупке товара из Западной Европы, и уже затем – привычной лояльностью и ценностью доброты. Таким образом, гипотеза исследования может быть принята. Удовлетворенность жизнью выступает как промежуточная переменная, которая модулирует связь между потребительским этноцентризмом и отношением к покупке отечественного товара.

В группе «более удовлетворенных жизнью» респондентов только один компонент СЕТ – «привычка» – оказался достоверно связан с ценностными ориентациями (на традиции, безопасность, и отрицательно – на достижения). В другой группе привычная лояльность объясняется ценностью традиций (хотя в последнем случае объяснительная сила модели невелика), а «поддержка» – ценностями конформности и власти. Опора на «консервативные» ценности часто воспроизводится в исследованиях СЕТ в различных странах мира, и результаты данного исследования только подтверждают эту тенденцию. Ценностные предикторы «поддержки» у менее удовлетворенных жизнью респондентов указывают на источник их мотивации при ответе на вопрос о готовности поддержать отечественного производителя: это ориентация на «вертикальные» отношения и готовность в них встроиться. Тем не менее в этой группе декларируемая «поддержка» остается вне связи с выбором отечественного товара. В группе респондентов с относительно высокой LS «поддержка» действительно вносит свой вклад в отношение к выбору товара из России, однако она лишена ценностного наполнения, что может делать её менее устойчивой.



Регрессионные модели отношения к покупке отечественного товара и вероятности её совершения в группах материально «хорошо обеспеченных» и «малообеспеченных» респондентов (показаны значения β): а – группа респондентов с относительно высоким уровнем удовлетворенности жизнью; б – группа респондентов с относительно низким уровнем удовлетворенности жизнью

The regression model related to the purchase of domestic goods and the likelihood of committing the group financially "well endowed" and "low-income" respondents (shown by values of β): a – the group of respondents with relatively high levels of life satisfaction; b – the group of respondents with relatively low levels of life satisfaction

Интересно ещё одно различие между выделенными группами респондентов: у «менее удовлетворенных жизнью» отношение к покупке товара из России связано с отношением к покупке европейского товара (главный предиктор), а у «более удовлетворенных» – с отношением к покупке товара из Китая (второстепенный предиктор). Можно предположить, что для респондентов из первой группы покупка одежды играет роль своеобразного копинга, эмоционально вознаграждающего потребителя возможностями внести в жизнь разнообразие, подчеркнуть индивидуальность или подтвердить социальный статус. В представлении таких респондентов, одежда из

России дороже альтернативы из Китая (среднее значение предполагаемой разницы в цене равно 37 %) и может рассматриваться как «статусная покупка». Поэтому в данной группе отношение к покупке отечественного товара связано с отношением к покупке куртки из Западной Европы. Состав второстепенных предикторов – ценность доброты и привычка – намекает на то, что респонденты из данной группы могут поддерживать отечественного производителя, минуя декларативные заявления о такой «поддержке». Респонденты с более высоким уровнем LS в среднем располагают более высоким уровнем дохода и могут рассматривать одежду из России как «эконом-вариант». Поэтому у таких респондентов второстепенным предиктором отношения к покупке отечественного товара стало отношение к покупке товара из Китая (оба варианта воспринимаются как уступающие европейскому товару).

Выводы

Потребительский этноцентризм как ценностная детерминанта экономического поведения указывает на роль ценностей в процессе самоорганизации социума, которая заключается в том, что социальную поддержку и закрепление получают ценности, повышающие выживаемость социальной системы в целом, в ущерб индивидуальному благополучию.

Потребительский этноцентризм сильнее связан с отношением к покупке отечественного товара у респондентов с более высоким уровнем удовлетворенности жизнью. При этом основным предиктором данного отношения является компонент СЕТ «поддержка», отражающий солидарную поддержку отечественного производителя.

У респондентов с относительно высоким уровнем удовлетворенности жизнью такая поддержка отечественного производителя не подкреплена связями с ценностными ориентациями. В то же время у респондентов с относительно низким уровнем удовлетворенности жизнью солидарная поддержка объясняется ценностями конформности и власти, но при этом она не связана с отношением к покупке товара из России в ситуации альтернативного выбора.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Круглов В.Г., Круглова М.А., Лепехин Н.Н., Горюнова Л.Н.** Компоненты потребительского этноцентризма в эмпирической модели отношения к покупке отечественного товара // Петербургский психологический журнал. 2020. № 30. С. 1–34.
2. **Bizumic B.** Effects of the dimensions of ethnocentrism on consumer ethnocentrism: An examination of multiple mediators // *International Marketing Review*. 2019. Vol. 36. Iss. 5. Pp. 748–770.
3. **Booth K.** *Strategy and Ethnocentrism*. New York: Holmes & Meier, 1979.
4. **Boujbel L., d’Astous A.** Voluntary simplicity and life satisfaction: Exploring the mediating role of consumption desires // *J. of Consumer Behaviour*. 2012. Vol. 11. Iss. 6. Pp. 487–494.
5. **Diener E.** Subjective well-being // *Psychological Bulletin*. 1984. Vol. 95. No. 3. Pp. 542–575.
6. **Diener E., Emmons R.A., Larsen R.J., Griffin S.** The Satisfaction with life scale // *J. of Personality Assessment*. 1985. Vol. 49. Iss. 1. Pp. 71–75.
7. **Eid M., Diener E.** Global judgments of subjective well-being: Situational variability and long-term stability // *Social Indicators Research*, 2004. Vol. 65, Num. 3, Pp. 245–277.
8. **Gabriel K., Bennett A.M.** Trust in the holy or the material: The combined impact of religiousness and materialism on life satisfaction // *Advances in Consumer Research*. 2004. Vol. 46. Pp. 393–397.
9. **Hill R., Martin K., Chaplin L.** A tale of two marketplaces: Consumption restriction, social comparison, and life satisfaction // *Marketing Letters*. 2012. Vol. 23. Iss. 3. Pp. 731–744.
10. **Khoshghadam L., Kordrostami E., Liu-Thompkins Y.** Experiencing nostalgia through the lens of life satisfaction // *European J. of Marketing*. 2019. Vol. 53. Iss. 3. Pp. 524–544.
11. **Linnhoff S., Smith K.T.** An examination of mobile app usage and the user’s life satisfaction // *J. of Strategic Marketing*. 2017. Vol. 25. Iss. 7. Pp. 581–617.

12. **Margolis S., Schwitzgebel E., Ozer D.J., Lyubomirsky S.** A new measure of life satisfaction: The riverside life satisfaction scale // *J. of Personality Assessment*. 2019. Vol. 101. Iss. 6. Pp. 621–630.
13. **Martin K.D., Hill R.P.** Life satisfaction, self-determination, and consumption adequacy at the bottom of the pyramid // *J. of Consumer Research*. 2013. Vol. 38. Pp. 78–91.
14. **Roy R., Rabbanee F.K., Roy Chaudhuri H., Menon P.** The karma of consumption: Role of materialism in the pursuit of life satisfaction // *European Journal of Marketing*, 2020. Vol. 54. Iss. 1. Pp. 168–189.
15. **Sharma P.** Consumer ethnocentrism: Reconceptualization and cross-cultural validation. // *J. of International Business Studies*, 2015. Vol. 46, Issue 3, pp. 381–389.
16. **Sharma S., Shimp T.A., Jeongshin Shin.** Consumer ethnocentrism: A test of antecedents and moderators // *J. of the Academy of Marketing Science*. 1995. Vol. 23. Iss. 1. Pp. 26–37.
17. **Shimp T.A., Sharma S.** Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE // *J. of Marketing Research*. 1987. Vol. 24. Iss. 3. Pp. 280–289.
18. **Schwarz N., Clore G.L.** Mood, misattribution, and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states // *J. of Personality and Social Psychology*. 1983. Vol. 45. No. 3. Pp. 513–523.
19. **Siamagka N.-T., Balabanis G.** Revisiting consumer ethnocentrism: Review, reconceptualization, and empirical testing // *J. of International Marketing*. 2015. Vol. 23. Iss. 3. Pp. 66–86
20. **Sirgy M. J., Dong-Jin Lee, Kosenko R., Meadow H.L., Rahtz D., Cicic M., Guang Xi Jin, Yarsuvat D., Blenkhorn D.L., Wright N.** Does television viewership play a role in the perception of quality of life? // *J. of Advertising*. 1998. Vol. 27. No. 1. Pp. 125–142.
21. **Willroth E.C., John O.P., Biesanz J.C., Mauss I.B.** Understanding short-term variability in life satisfaction: The Individual Differences in Evaluating Life Satisfaction (IDELS) model // *J. of Personality and Social Psychology*. 2019. Sept. 2. Pp. 1–20.
22. **Zeugner-Roth K.P., Žabkar V., Diamantopoulos A.** Consumer ethnocentrism, national identity, and consumer cosmopolitanism as drivers of consumer behavior: A social identity theory perspective // *J. of International Marketing*, 2015. Vol. 23. Issue 2. Pp. 25–54.

Статья поступила в редакцию 26.10.2020.

REFERENCES

- [1] **V.G. Kruglov, M.A. Kruglova, N.N. Lepekhin, L.N. Goryunova,** Components of consumer ethnocentrism as factors of the buying attitude, *Peterburgskij psihologičeskij žurnal [Petersburg psychological journal]*. 30 (2020) 1–34. (rus)
- [2] **B. Bizumic,** Effects of the dimensions of ethnocentrism on consumer ethnocentrism: An examination of multiple mediators, *International Marketing Review*. 36 (5) (2019) 748–770.
- [3] **K. Booth,** *Strategy and Ethnocentrism*. New York, Holmes & Meier. 1979.
- [4] **L. Boujbel, A. d’Astous,** Voluntary simplicity and life satisfaction: Exploring the mediating role of consumption desires, *Journal of Consumer Behaviour*. 11 (6) (2012) 487–494.
- [5] **E. Diener,** Subjective well-being, *Psychological Bulletin*. 95 (3) (1984) 542–575.
- [6] **E. Diener, R.A. Emmons, R.J. Larsen, S. Griffin,** The Satisfaction with Life Scale, *Journal of Personality Assessment*. 49 (1) (1985) 71–75.
- [7] **M. Eid, E. Diener,** Global Judgments of Subjective Well-Being: Situational Variability and Long-Term Stability, *Social Indicators Research*. 65 (3) (2004) 245–277.
- [8] **K. Gabriel, A.M. Bennett,** Trust in the holy or the material: The combined impact of religiousness and materialism on life satisfaction, *Advances in Consumer Research*. 46 (2004) 393–397.
- [9] **R. Hill, K. Martin, L. Chaplin,** A tale of two marketplaces: Consumption restriction, social comparison, and life satisfaction, *Marketing Letters*. 23 (3) (2012) 731–744.
- [10] **L. Khoshghadam, E. Kordrostami, Y. Liu-Thompkins,** Experiencing nostalgia through the lens of life satisfaction, *European Journal of Marketing*. 53 (3) (2019) 524–544.
- [11] **S. Linnhoff, K.T. Smith,** An examination of mobile app usage and the user’s life satisfaction, *Journal of Strategic Marketing*. 25 (7) (2017) 581–617.

- [12] **S. Margolis, E. Schwitzgebel, D.J. Ozer, S. Lyubomirsky**, A new measure of life satisfaction: The riverside life satisfaction scale, *Journal of Personality Assessment*. 101 (6) (2019) 621–630.
- [13] **K.D. Martin, R.P. Hill**, Life satisfaction, self-determination, and consumption adequacy at the bottom of the pyramid, *Journal of Consumer Research*. 38 (2013) 78–91.
- [14] **R. Roy, F.K. Rabbanee, H. Roy Chaudhuri, P. Menon**, The karma of consumption: role of materialism in the pursuit of life satisfaction, *European Journal of Marketing*. 54 (1) (2020) 168–189.
- [15] **P. Sharma**, Consumer ethnocentrism: Reconceptualization and cross-cultural validation, *Journal of International Business Studies*. 46 (3) (2015) 381–389.
- [16] **S. Sharma, T.A. Shimp, Shin Jeongshin**, Consumer ethnocentrism: A test of antecedents and moderators, *Journal of the Academy of Marketing Science*. 23 (1) (1995) 26–37.
- [17] **T.A. Shimp, S. Sharma**, Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETS-CALE, *Journal of Marketing Research*. 24 (3) (1987) 280–289.
- [18] **N. Schwarz, G.L. Clore**, Mood, misattribution, and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states, *Journal of Personality and Social Psychology*. 45 (3) (1983) 513–523.
- [19] **N.-T. Siamagka, G. Balabanis**, Revisiting consumer ethnocentrism: Review, reconceptualization, and empirical testing, *Journal of International Marketing*. 23 (3) (2015) 66–86.
- [20] **M.J. Sirgy, Lee Dong-Jin, R. Kosenko, H.L. Meadow, D. Rahtz, M. Cicic, Xi Jin Guang, D. Yarsuvat, D.L. Blenkhorn, N. Wright**, Does television viewership play a role in the perception of quality of life?, *Journal of Advertising*. 1998, Vol. 27 (1) (1998) 125–142.
- [21] **E.C. Willroth, O.P. John, J.C. Biesanz, I.B. Mauss**, Understanding short-term variability in life satisfaction: The Individual Differences in Evaluating Life Satisfaction (IDELS) model, *Journal of Personality and Social Psychology*. 2 (2019) 1–20.
- [22] **K.P. Zeugner-Roth, V. Zabkar, A. Diamantopoulos**, Consumer ethnocentrism, national identity, and consumer cosmopolitanism as drivers of consumer behavior: A social identity theory perspective, *Journal of International Marketing*. 23 (2) (2015) 25–54.

Received 26.10.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / THE AUTHORS

Плебанек Ольга Васильевна
Plebanek Olga V.
E-mail: plebanek@mail.ru

Круглов Владимир Георгиевич
Kruglov Vladimir G.

Круглова Марина Анатольевна
Kruglova Marina A.
E-mail: marakruglova@mail.ru

Лепехин Николай Николаевич
Lepexhin Nikolai N.
E-mail: geopolitic@mail.ru

Орешкин Виктор Георгиевич
Oreshkin Viktor G.
E-mail: vgritor@list.ru

DOI: 10.18721/JHSS.11402
УДК 32.019.5

ВОСПРИЯТИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН РОССИЙСКИМИ ГРАЖДДАНАМИ

Е.Б. Шестопап

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,
Москва, Российская Федерация

Статья посвящена обсуждению проблемы восприятия российскими гражданами зарубежных стран. Изучая восприятие россиянами других стран, мы в первую очередь опирались на теорию политического восприятия, в дополнение к которой использовались теория политической идентичности, а также работы политических географов, политических коммуникативистов, специалистов в области международных отношений и сравнительной политологии. Теоретический анализ темы базируется на масштабном политико-психологическом исследовании, носившем качественно-количественный характер. Сбор данных проводился с использованием опроса, включавшего большое число открытых вопросов, картографического метода, семантического дифференциала и проективного теста. Задача исследования в данном проекте – выявление образов и представлений российских граждан о восьми постсоветских странах-соседах, о двух наших стратегических партнерах – Индии и Китае, об отдельных странах Европы и о Евросоюзе, о США, о наших прежних союзниках – странах Латинской Америки и Африки, о Турции и Тайланде как притягательных для россиян туристических объектах. В статье описаны особенности их политического восприятия.

Ключевые слова: идентичность, внешнеполитическое восприятие, образ другой страны, массовое политическое сознание, российские граждане.

Ссылка при цитировании: Шестопап Е.Б. Восприятие зарубежных стран российскими гражданами // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 4. С. 16–28. DOI: 10.18721/JHSS.11402

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

RUSSIANS' PERCEPTION OF FOREIGN COUNTRIES

E.B. Shestopal

Lomonosov Moscow State University,
Moscow, Russian Federation

An article is dedicated to the problem of Russians' perception of foreign countries. Studying the perception of other countries by Russians, we primarily relied on the theory of political perception, in addition to which we used the theory of political identity, as well as the work of political geographers, political communicators, specialists in international relations and the comparative political science. The theoretical analysis is based on a large-scale political-psychological study of qualitative-quantitative character. The data was collected by means of a poll that included a number of open-ended questions together with a cartographic study, a semantic differential method and projective tests. The goal of the study was to reveal and analyze Russians' images and concepts of 8 Post-Soviet neighbor states, two of our strategic partners – India and China, individual European countries and the EU, former Soviet allies – countries of Latin America and Africa, the USA and two most popular resorts – Turkey and Thailand. The article discusses peculiarities of their perception in Russia.

Keywords: identity, international perception, an image of another country, mass political mentality, Russian citizens.

Citation: E.B. Shestopal, Russians' perception of Foreign Countries, Society. Communication. Education, 11 (4) (2020) 16–28. DOI: 10.18721/JHSS.11402

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

События последнего времени: пандемия, закрывшая границы многих стран, экономический кризис, усиление санкционного давления на Россию, рост международной нестабильности в связи с выборами Президента США, — эти и другие события быстро меняют и мир вокруг нас, и наши представления о нем и о нашем месте в этом мире.

За три десятилетия постсоветского развития России мы все ещё продолжаем искать ответы на ряд экзистенциальных вопросов, порожденных распадом Советского Союза. Не случайно это событие В.В. Путин назвал одной из самых крупных гуманитарных катастроф в XX веке, а российский социолог Борис Грушин [1] определил, как «социотрясение», имея в виду, что распад СССР вызвал тектонический сдвиг самих основ народной жизни.

Описанные выше крупные исторические и политические трансформации нашего общества актуализировали проблему российской идентичности, которая предполагает ответ на два ключевых вопроса: кто такие «мы» и кто такие «они»?

Первый вопрос предполагает, что нам надо понять, какими мы видим себя сами: европейцами или азиатами, цивилизованным народом или варварами, великой страной или региональной державой.

Второй вопрос требует определить и образы других, т. е. зарубежных стран. Кто такие «они»: иные, чем мы или похожие на нас? Они для нас чужие или свои, враги или друзья, соперники или союзники? В этом исследовании мы стремились понять, как меняется представление нашего общества о «них» (других, чужих, иных) под воздействием очень быстро происходящих изменений международной среды? При этом ответ на вопрос о «них» во многом зависит от нашей самоидентификации. Но и понять самих себя мы можем, лишь сравнивая себя с другими, отталкиваясь от их образов. Ранее мы уже обращались к образу своей собственной страны [2–4]. Сейчас мы сфокусируем наше внимание на образах *других* стран в сознании нашего общества. В данной статье обсуждается часть проекта, посвященная восприятию российским обществом других стран. Полностью исследование будет представлено в подготовленной монографии «“ОНИ” и “МЫ”: Образы России и мира в сознании российских граждан», которая выйдет в 2021 году в издательстве РОССПЭН.

От ответов на эти два вопроса зависит сегодня очень многое и во внутренней, и во внешней политике нашей страны. Исследователи фиксируют быстрые изменения всей картины мира российских граждан и, особенно, нашего взгляда на самих себя и на зарубежные страны [5–8]. Наша политическая оптика меняется и с точки зрения смыслов и ценностей [9], которые составляют стержень идентичности, и в плане самой оптики — характера отражения происходящих процессов.

В первые постсоветские годы, когда российские граждане начали много ездить по миру, их картина мира отличалась весьма идеализированным восприятием других стран. Это было своеобразной реакцией на прежнюю закрытость страны. Наши граждане видели в открытости основное завоевание демократии. Расставшись с эпохой «железного занавеса», они наивно верили, что мир стал иным, и он с восторгом примет нас в свои ряды. Мир в целом и, особенно, так называемый цивилизованный западный мир, казался нашим гражданам дружелюбным и готовым к сотрудничеству.

В начале двухтысячных и особенно после 2014 года наступило некоторое отрезвление и разочарование относительно других стран. Столкнувшись с бесконечными санкциями и угрозами

Запада, мы вспомнили старую фразу о том, что у России есть только два союзника: армия и флот. По существу, в прошедшие годы восприятие не только стран Запада, но и партнеров, соседей, бывших союзников, — претерпело существенную трансформацию и в нашем обществе в целом, и в правящей элите (в последней, следует отметить, меньше, чем у рядовых людей).

К настоящему моменту большинство населения стало более трезво оценивать усложняющийся контекст взаимодействия нашей страны с зарубежными «партнерами», которые все больше стали выступать в отношениях с нами в роли конкурентов, а то и открытых врагов. Изучение актуальных образов зарубежных стран позволяет не просто описать имеющиеся психологические и политические закономерности их восприятия, но и выстроить на их основе новую информационную стратегию внутри страны.

Характеристика исследования

Теоретические основания. Изучая восприятие россиянами других стран, мы в первую очередь опирались на теорию политического восприятия, в дополнение к которой были использованы теория политической идентичности, а также работы политических географов, политических коммуникативистов, специалистов в области международных отношений и сравнительной политологии.

Так, изучая восприятие других стран, мы рассмотрели работы *политических географов*, которые в центр своих исследований ставят *пространственное* измерение образа страны. Этот подход позволяет увидеть в образе той или иной страны взаимосвязанные символы, знаки, ключевые представления, описывающие реальное окружающее нас пространство [10]. Свой вклад в это направление исследований внесла и концепция «ментальных карт» [11–14].

Теория политической идентичности позволила посмотреть на образ страны, существующий в сознании её граждан, как на некий «набор параметров для самоотождествления» [14, с. 5]. Содержательное наполнение этих «элементов» формирует «внутренний» образ страны. Как верно заметила И.С. Семененко, «... отношение к "иному" и соотнесение себя с другими национально-государственными общностями всегда было и остается одной из основ утверждения собственной национальной идентичности» [14, с. 3].

Важную роль для исследования образа другой страны играет *теория международных отношений*. Возможность образов стран изменяться под влиянием трансформации среды получила подтверждение в теории международных отношений. Образ государства, содержащий информацию о его могуществе, культуре, угрозах и открывающихся возможностях, позволяет гражданам интерпретировать новую информацию о зарубежных странах.

Теория международных отношений развивается в направлении анализа связей между знаниями о государстве и переживаемыми эмоциями и стратегиями поведения. В частности, М. Коттам и Р. Коттам показали, что определенные *эмоции* тесно связаны с конкретными образами государств [15, с. 305]. Р. Херрманн и М.П. Фишеркеллер разработали стратегические сценарии, позволяющие выстроить взаимодействие с другими государствами, исходя из созданных образов [16]. Опираясь на предложенные нашими зарубежными коллегами типологии стран (враг, варвар, колония, союзник), мы построили свою типологию, выделив те категории стран, которые сформировались в сознании именно российских граждан: сосед, стратегический партнер, враг и др.

Все описанные выше теоретические подходы мы встраивали в нашу концептуальную модель, фундаментом которой стал политико-психологический подход. Политико-психологическому анализу восприятия своей и других стран посвящен целый ряд работ, вышедших в последние годы [17, с. 41]. Используя этот подход, мы сформулировали собственную концептуальную модель восприятия России её гражданами.

Концептуальная модель восприятия других стран гражданами России. В своем исследовании мы исходили из того, что наряду с *рациональными* компонентами существующий у респондентов

образ другой страны имеет *неосознаваемые*, по преимуществу эмоциональные, составляющие, распознавание которых требует специальной методики. Кроме того, мы отслеживали в психологической структуре образа такие параметры, как *привлекательность, сила и активность*. В содержательном плане мы выявляли наличие и определяли значимость в образе своей страны следующих пяти компонентов: территории; народа; власти; лидера; миссии страны на международной арене.

Помимо описания структуры выявленных образов страны и фиксации психологических параметров «политической оптики» респондентов, мы считали необходимым проанализировать факторы, под влиянием которых эти образы складываются. Как показали наши предыдущие исследования [18], к их числу относятся как *объектные* (объект восприятия: сама страна, её лидеры и население, и контекст, в котором мы выделяем устойчивые и изменчивые компоненты), так и *субъектные* (социально-демографические и психологические характеристики воспринимающих страну граждан) факторы. Нас интересовали также *территориальный фактор*, являющийся для восприятия страны одним из центральных, и *фактор темпоральный*, позволяющий понять, как меняются образы страны со временем, как респонденты видят её настоящее, прошлое и будущее. В нашей модели особое значение придается *коммуникативному фактору*, играющему ключевую роль в современной политике.

Методология и выборка. Отдельные части эмпирического исследования проводились в разные годы, начиная с 2014 по 2019. Методология исследования включала в себя фокусированные полустандартизированные *интервью* с использованием метода «*неоконченных предложений*», а также метод *проективных тестов* («*рисунок России*»), *картографический метод* и *семантический дифференциал*.

В исследовании участвовали респонденты из Москвы, Брянской, Самарской, Саратовской, Смоленской, Томской и Челябинской областей, республик Башкортостан, Дагестан, Крым и Тыва. Выбор регионов для проведения исследования диктовался также и поставленными задачами. Так, изучение ряда стран-соседей проводилось нами и в отдаленных от них регионах, и в регионах, которые территориально были с ними близки. А страны, которые мы отнесли к туристически привлекательным, отбирались в зависимости от их доступности для жителей тех или иных регионов.

Выборка в целом превышает 3000 опрошенных, но на каждом этапе число респондентов определялось исходя из задач качественно-количественного исследования. Не будучи репрезентативной для России в целом, выборка была сбалансирована по полу, возрасту и образованию, как это принято в качественных исследованиях.

Неосознаваемые аспекты образа страны фиксировались посредством выявления метафор в ответах и посредством анализа символов и сюжетов в рисунках. При интерпретации собранных рисунков внимание фокусировалось на смысловых характеристиках компонентов образа, сценариях сюжетов и символах, встречающихся в изображении.

И вербальные, и визуальные образы страны подвергались анализу по содержанию через входящие в них образы власти, народа, политических лидеров, территории и международной миссии. Другой линией исследования было изучение «политической оптики». Для интерпретации полученных данных использовались *качественные методы* с элементами *количественных*, в частности методы кодирования и шкалирования ответов на открытые вопросы, а также статистический анализ.

Исследование позволило нам получить актуальное представление опрошенных нами граждан о том, как «мы» видим «их», какова степень нашей с этими странами общности и отличий. Мы ставили перед собой задачу описать ту картину мира, которая сложилась в сознании российских граждан в целом и образы отдельных стран и их объединений.

Результаты исследования и их обсуждение

Анализ показывает, что нуждаются в объяснении не только образы конкретных стран или их объединений, но и сам принцип выделения тех или иных зарубежных стран опрошенными, фокусирования на них внимания, способ их категоризации. Примечательно, что, отвечая на открытые вопросы, предложенные нашим респондентам о зарубежных странах, они смогли вспомнить достаточно узкий набор этих стран. Среди них возникали образы стран-соседей, стратегических партнеров, забытых (прежних) союзников, врагов и страны, куда им хотелось бы поехать отдыхать. Сами эти категории отличаются по степени эмоциональной близости нам той или иной страны по шкале «свой-чужой», по степени её привлекательности, по критериям силы и другим параметрам.

Полученные нами результаты относятся к нескольким типам зарубежных стран, которые отражаются в сознании российских граждан в форме их образов, привлекают их внимание. Первыми мы рассмотрим образы стран-соседей.

Соседи по постсоветскому пространству. Наши соседи – бывшие республики СССР в проекте были представлены двумя славянскими странами (Украина и Беларусь), тремя закавказскими республиками (Армения, Грузия, Азербайджан) и тремя странами Средней Азии (Казахстан, Киргизия и Таджикистан).

Именно эти страны обозначены в нашей внешнеполитической стратегии как ключевое направление российской внешней политики [19]. Но в отличие от официальной позиции МИДа, опрошенные нами российские граждане не воспринимают отношения с этими странами как центральные для них лично и для страны в целом. Если на рациональном уровне они еще признают их важность, то на неосознаваемом уровне в это до конца не верят, полагая, что США, Европа, или Китай намного для нас важнее, чем соседи.

Отношение ко всем этим странам можно называть амбивалентным, что говорит о переходном характере наших взаимоотношений: от советского единства и дружбы народов мы уже ушли, а к типу более формальных отношений с «заграницей» так пока и не дошли.

Подтвердилась наша гипотеза, что на восприятие той или иной страны-соседа оказывает большое влияние личный опыт респондента, его посещение этой страны, встречи и контакты с выходцами из страны. Так, например, факт взаимодействия с трудовыми мигрантами заметно отразился на частоте позитивных упоминаний деловых и профессиональных качеств жителей Кыргызстана, Таджикистана, Беларуси и Украины.

Примечательно, что авторитарные тенденции политических режимов ряда стран воспринимаются не как их слабость, а скорее, как преимущество. Самыми комфортными для проживания странами с потенциалом и достаточно благополучным будущим выглядят Казахстан и Беларусь, чьи персоналистские режимы трактуются как важное условие их поступательного развития.

Идентификационный фактор в разной степени проявился в представлениях о ближнем зарубежье. Белорусов чаще воспринимают как «своих», «таких же как мы», как «братьев». Несколько реже, но в ту же категорию «своих» попадает народ Украины. Образ Украины – более мозаичный, внутренне противоречивый: в сознании граждан происходит его своеобразное раздвоение на позитивно воспринимаемую Украину – страну с многострадальным братским народом и Украину – государство с негативно оцениваемой властью.

Следует отметить, что в нашем исследовании близость с разными постсоветскими странами строится на разных основаниях. Так, фактор *культурно-исторической близости* определяет большую эмоциональную близость со славянскими странами – Украиной и Беларусью, *религиозный фактор* определяет чувство общности с Грузией, Арменией, Беларусью и Украиной как с христианскими странами. При этом близость с закавказскими странами (Арменией, Грузией, Азербайджаном) и азиатскими республиками (Кыргызстан, Таджикистан) воспринимается как меньшая, по сравнению с близостью с Беларусью и Украиной.

Ответы респондентов показали глубокое влияние на образы стран-соседей прежде всего *коммуникативного фактора*, который придает им преимущественно политическую окраску и формирует стереотипизированные ответы. При этом информированность наших респондентов о странах-соседях, оказалась чрезвычайно низкой по сравнению с европейскими странами или США. Эти страны чрезвычайно слабо присутствуют в нашем информационном пространстве. А в тех случаях, когда они там присутствуют (как в случае с Украиной), то налицо явный перебор негативной информации, что приводит к стремлению российских граждан отстраниться от набившей оскомину темы. Впервые за многие годы наших исследований политического восприятия мы столкнулись с уклонением респондентов от ответов на вопросы политического характера применительно к Украине. И это связано с резко негативной эмоциональной реакцией на подачу этой темы в СМИ.

Как показало наше исследование, российское общество за прошедшую четверть века начало вырабатывать новую «оптику» в отношении ближайших соседей. Какие-то образы сохраняют влияние прежних советских стереотипов, но его не следует переоценивать. Эти чувства заметны больше у старших поколений граждан, новые поколения их уже не испытывают.

Забытые союзники (Латинская Америка и Африка). Страны Латинской Америки, российские граждане, как и советские раньше, включают в перечень друзей России. Примечательно, ни один из опрошенных их не отнес к категории «врагов». Однако, перечисляя своих друзей, страны Южной Америки они ставят в конец списка друзей. Таким образом, с одной стороны, страны Латинской Америки и Африки видятся российским гражданам как бывшие товарищи, к которым мы сохранили теплые чувства (42 %). С другой, – большинство опрошенных с усилием о них вспоминает. Поэтому мы их отнесли к категории «забытых союзников».

Полагаем, здесь дело в том, что опрошенным сложно отличить нейтральное отношение от дружественного. Ведь мы не можем считать другом каждую страну, которая просто соблюдает нейтралитет и не конфликтует с нами на мировой арене. А восприятие в качестве союзника, в настоящем – всего лишь отголосок прошлого, бывшего тесного сотрудничества.

Следует отметить, что позитивное восприятие стран Африки и Латинской Америки имеет неполитический характер в отличие от прежних советских образов этих стран. В восприятии россиян именно футбол оказался значимым фактором, который объединяет Аргентину, Бразилию и ведущие страны Африки (напр., Нигерию, Камерун, Гану, Кот-д'Ивуар, Египет, Алжир, Марокко и ряд других). Сборные некоторых из этих стран неоднократно выигрывали чемпионаты мира по этому виду спорта. Аргентинские, бразильские и африканские игроки выступают в ведущих клубах мира, они широко известны и по российским турнирам.

Однако хотя политика и не стоит в центре восприятия этой группы стран, ключевым фактором, отличающим их образы, можно считать состояние их государственности. Аргентину и Бразилию, независимых на протяжении двух веков, россияне считают устойчивыми демократическими странами, подверженными кризисам власти и крупным экономическим потрясениям, но способными пройти через них, не утратив своей государственности.

Что касается Африки, то, в отличие от Латинской Америки, наши респонденты видят в ней только хаос, вопиющую нищету, распад государств, запредельно жестокие этнические конфликты.

Образы этих групп стран объединяет и некая ностальгия по более тесному, насыщенному общению с народами Латинской Америки и Африки в советский период. Упомянутое выше сожаление об утраченных контактах позволяет говорить о наличии потенциала наших отношений.

Евросоюз: «ненадежный и слабеющий партнер». Место Европы в российской культуре, политике и истории трудно переоценить. Начиная с петровских времен наша национальная самооценка всегда формировалась в сравнении с Европой, которая выступала своего рода эталоном и точкой отсчета. Образ целостной Европы у современных россиян ассоциируется именно с Евросоюзом.

Наше исследование показало, прежде всего, значимость *политического* контекста восприятия этого объекта. Оценки ЕС со стороны российских респондентов, начиная с 2014 года, стабильно ухудшались. С 2013 по 2014 год число негативных ответов на вопрос об отношении к ЕС возросло с 28 до 60 %. Очевидно, что такой рост негативизма был вызван конкретными действиями ЕС в отношении России.

В такой ситуации близость культурных традиций, уважение к европейскому наследию и благодарность за поддержку и союзнические отношения, которые ещё недавно определяли позитивное отношение к ЕС, были отодвинуты ощущением ненадежности ЕС как партнера, даже его «предательством» под давлением США.

Как же видят российские граждане ЕС? Его образ отличается определенной амбивалентностью и неустойчивостью. Есть в нем и определенная рассогласованность. Так, привлекательность в образе выше на бессознательном уровне, а активность – напротив, на рациональном. Наиболее важным результатом стало то, что по параметру *силы* более половины опрошенных считают ЕС сильным союзом на рациональном уровне, тогда, как на бессознательном уровне образ воспринимается как сильный вдвое меньшим числом респондентов. При этом респонденты отмечают, что ЕС был раньше сильным, но постепенно ослабевает под воздействием США, и воспринимается он чаще, как «декоративный союз», зависимый от политических предпочтений своего заокеанского партнера. В образе присутствуют и явные признаки старения («старушка Европа»).

Такое расхождение между рациональными мнениями и неосознаваемыми ощущениями респондентов в отношении ЕС связано как с противоречивостью его политики, так и с несформированностью его образа в России. В таких случаях более значимо для прогноза не столько то, что респонденты отвечают на вопросы анкеты, сколько их чувства, зафиксированные на неосознаваемом уровне в проективных тестах.

В содержательном плане ЕС видится не столько как политический, сколько как экономический союз, при этом в нем респонденты замечают не промышленность или сельское хозяйство, а финансовые институты. В этом образе практически отсутствует военная мощь. Лишь 13 % опрошенных находят в образе ЕС признаки агрессивности. Рисуночный тест показал, что на бессознательном уровне присутствует не столько Евросоюз, сколько отдельные европейские государства. Еврочиновники выглядят безликими и малоразличимыми, в то время как лидеры стран – узнаваемыми и активными. В целом отдельные страны Европы воспринимаются лучше, чем ЕС.

В вопросе о том, кем Россия и ЕС являются друг для друга, большинство опрошенных определяют ЕС, как *партнера*. Однако в этом партнерстве многие респонденты разочарованы и называют его ненадежным и неверным. Примерно четверть видят в нем врага, и только незначительное число рассматривают его как друга. Естественно, в таком критичном восприятии ощущается влияние контекста. При этом опрошенные понимают, что у нас нет альтернативы отношениям добрососедства и партнерства. Более того, большинство из них себя ощущают частью Европы.

Наиболее любопытными оказались отличия между теми, кто имел личный опыт посещения ЕС и теми, кто основывает свое восприятие на информации СМИ. Вопреки нашим гипотезам, более позитивным оказалось отношение к ЕС у тех, кто там ни разу не бывал. То есть их позитивные стереотипы, почерпнутые из наших же СМИ, оказались весьма устойчивыми. Однако высокая привлекательность образа ЕС не мешает им относиться к нему с настороженностью и недоверием, чаще видеть угрозу безопасности России с его стороны. По мнению опрошенных угрозу представляет для нас приближение границ НАТО, а также развертывание системы ПРО.

Европейский образ по частям. Уже та часть исследования, в которой мы изучали образ ЕС, показала, что образ Европы не отличается особой целостностью. Для нас Европа – это не столько ЕС, сколько отдельные страны континента. При этом восприятие основано исключительно на текущей информации из СМИ. Отсутствие в СМИ той или иной страны, делает её образ размытым и стереотипным, что проявляется в акценте исключительно на «туристических мотивах».

Возможно, в силу описанных причин самыми четкими и когнитивно богатыми оказались представления наших граждан только лишь о Великобритании и Германии, которые были оценены нашими респондентами, как страны весьма сильные и влиятельные. Даже Франция, не говоря уже о других государствах, в большей степени воспринимаются скорее, как направление туристических маршрутов, нежели как участник международных отношений.

Эмоциональный знак образов большинства стран Европы положительный. Чаще всего они представляются партнерами или соседями. Наиболее «враждебными» опрошенным кажутся Великобритания и Эстония, а самой «дружественной» — Испания.

Стратегические партнеры: Китай и Индия. Хотя мы крайне редко встречаем страны, которые опрошенные относят к числу «друзей России», но категория «стратегических партнеров» используется респондентами достаточно четко применительно к двум странам: Китаю и Индии.

В то же время мы можем говорить о принципиальной разнице в восприятии нашими гражданами этих стран и их народов. Оно проистекает из имевшегося в истории наших отношений периода охлаждения советско-китайских отношений в середине XX века и улучшения отношений в паре Москва — Дели, но исключительно на официальном уровне. К Индии — государству у россиян выработалось дружеское отношение, но сам народ кажется им далеким, непонятным. Представления об Индии и индийцах предельно стереотипизированы, и с течением времени не наблюдается сколько-нибудь заметного слома этих стереотипов, поскольку практически отсутствует диалог на уровне гражданских обществ двух стран. Объем взаимного туризма сравнительно невелик. Важно, что Индия не внушает опасений россиянам ни в геополитической, ни в экономической сферах.

Признавая Китай геополитическим и торговым партнером, россияне, тем не менее, опасаются возможного вооруженного столкновения или какого-либо вида китайской экспансии в восточной части нашей страны. Лимитированный (со стороны Китая) гражданский диалог и небольшая популярность Поднебесной у наших туристов не способствуют искоренению стереотипов о Китае, не помогают пониманию россиянами китайцев. В последнее время заметное негативное воздействие на образ Китая и китайцев оказала подача его в мировых СМИ в связи с эпидемией коронавируса.

Однако можно ожидать, как это ни парадоксально, что с расширением контактов РФ с Китаем в восприятии этой страны и её граждан могут произойти кардинальные изменения, чего мы пока не можем прогнозировать на индийском направлении.

США — образ «врага». У образа США в сознании российских граждан есть ряд отличительных особенностей как в его *психологической структуре*, так и *смысловой наполненности*.

Так, этот образ отличается *когнитивной сложностью*, *четкостью* и *сформированностью*, что отличает его от образов всех других зарубежных стран

Все три психологических параметра образа: *привлекательность*, *сила* и *активность* отличают США от других изучаемых нами стран. Образ выглядит крайне *непривлекательным*, причем *эмоциональная* составляющая образа также достаточно сформирована и отличается яркостью. Число тех, кто видит в образе США положительные характеристики, не превышает 16 %. В то же время в нем ярко выражены *сила* и *активность*.

Содержательное наполнение образа США также несколько выбивается из общего ряда образов других стран. Прежде всего отметим, что *политическая* составляющая образа США выражена очень выпукло по сравнению с другими аспектами. И американское государство, и власть, и лидеры, и миссию страны на международной арене они воспринимают исключительно негативно. Образ США — это «враг» в чистом виде.

На формирование образа США повлиял ряд факторов. Среди них можно выделить: изменение вектора нашей внешней политики на отстаивание собственных национальных интересов, который начал формироваться в середине 2000-х и четко обозначился к моменту проведения нашего исследования; изменение российского общества. Характер политической социализации нынеш-

него молодого поколения отличается от того, как формировалось политическое сознание их родителей, а до того — дедушек и бабушек. Поэтому три возрастные когорты — младшие, средние и старшие — имеют разную картину мира, в которой образ США отличается. При этом образ США у младшего и старшего поколений схожи и оба отличны от образа этой страны у среднего поколения. Идеализированные представления об отношении США к России у этого поколения российских граждан до сих пор распространены и определяют образы своей собственной и других стран. Они отчасти скорректировались под воздействием политических событий последнего десятилетия, однако их следы всё ещё можно найти в ответах респондентов средней возрастной когорты.

Туристическая Мекка: образы Турции и Тайланда. Обе страны связывает их высокая туристическая привлекательность для российских граждан. Но это и единственное, что их объединяет. Образ Таиланда когнитивно беден. Он построен на ассоциациях и стереотипах. В отношении Турции значимыми для восприятия факторами стали: исторические пересечения (особенно русско-турецкие войны), относительная близость территорий, некоторые аспекты международного сотрудничества Турции и России, а также личный опыт посещения многими россиянами данной страны.

Образ Турции в сознании российских граждан трудно назвать гармоничным. В нем присутствует достаточное число противоречий. Например, турки описываются как доброжелательные и услужливые, но в то же время, как неискренние и стремящиеся обмануть. С Турцией налажены неплохие экономические отношения (туризм, крупные проекты в сфере ВПК, энергетики), но международная политика Турции в отношении России часто оставляет у опрошенных негативное впечатление, что не мешает им ездить туда на отдых даже в моменты резкого обострения наших отношений.

Сильными сторонами Турции респонденты считают экономику, финансы и промышленность (63 %), историю (40 %), религию (30 %). Наиболее слабыми сторонами опрошенные признали природные ресурсы и язык (по 60 %), науку и образование (40 %), а также спорт (30 %).

Согласно мнению респондентов, у Турции самыми слабыми сторонами являются природные ресурсы, развитие языка, науки и образования. Зато в существенной мере развиты экономика, промышленность, государство, религия; мощное влияние истории страны.

Таиланд россияне по большей части не воспринимают как сильную фигуру среди лидеров во внешней политике или экономике. Подавляющее большинство (80 %) в качестве сильной стороны Таиланда указали культуру, затем следуют природные ресурсы (57 %), экономика, финансы и промышленность (53 %), религия (33 %). Слабыми сторонами королевства названы государство (70 %), вооруженные силы (67 %), спорт (27 %).

Сила Таиланда, по мнению респондентов, состоит в уже имеющихся в стране ресурсах (многовековая традиционная культура, завидные природные ресурсы, в том числе рекреационной направленности, а также достаточно развитые экономика и промышленность). Правильное использование ресурсов может помочь тайцам усилить государство и вооруженные силы, признанные опрошенными слабыми

Индустрия гостеприимства и в целом «мягкая сила» в политике Турции и Таиланда оказывают существенное воздействие на их восприятие российскими гражданами. Для большинства россиян эти страны действительно стали туристической Меккой. Их положительное восприятие закрепилось на эмоциональном уровне российского массового сознания несмотря на то, что на рациональном уровне граждане осведомлены о тех опасностях, которые могут исходить от этих райских уголков для посещающих их россиян. Этот вывод предполагает необходимость активной разъяснительной работы властей и формирование более реалистичного образа указанных стран. Особенно это касается Турции.

Таким образом, проведенный нами анализ показал, что при всех отличиях образов зарубежных стран в российском массовом сознании они имеют и общие черты, уходящие своими корнями и в традиции нашей политической культуры, и в текущее психологическое состояние общества. Можно говорить о некоей обобщенной картине зарубежного мира, сложившейся у наших граждан к настоящему моменту.

Выводы

Проведенное нами исследование позволяет отметить некоторые особенности, общие для восприятия разных типов стран.

- Первое, на что обращаешь внимание, знакомясь с представлениями наших граждан о мире за границами РФ, это их *когнитивная бедность*, отражающая низкий уровень нашей информированности о мире. Это тем более поразительно, что живы ещё люди старшего поколения, не имевшие возможности выезжать за рубеж, но чьи знания о мире на порядок богаче, чем у их более молодых сограждан. Этот феномен связан с двумя факторами: образованием и системой информирования.

Снижение уровня *образования*, дающего базовые представления о мире вообще и о зарубежном мире в частности. Во всяком случае мы обнаружили весьма слабый след знаний в области истории, географии, культуры у людей, которые получили образование уже в постсоветский период. И наоборот, представители старших возрастных групп демонстрируют вполне приличные остаточные знания, полученные ими в школьный период.

Те образы других стран, которые мы получили в нашем исследовании, показали, что на процесс восприятия существенно влияют именно коммуникативные факторы. Именно текущая информация, распространяемая СМИ здесь и сейчас, а не фундаментальные представления, заложенные в сознание с детства, формируют сегодня образы стран. Поразительно, но с появлением новых форм и каналов коммуникации, с ускорением её доставки до граждан, образы других стран не стали более живыми, яркими, выпуклыми и понятными для граждан, даже наоборот: люди сегодня знают о мире намного меньше, чем раньше, их спектр интересов становится уже, а образы, транслируемые СМИ, воспроизводят этот мир с большими перекосами.

Сегодня можно констатировать, что СМИ и у нас, и в других странах весьма искаженно подают картину реального геополитического мира. И речь идет не только о пресловутых «фейк ньюз». Пропаганда, которую так долго ругали в XX веке, в XXI вернулась в новом обличье и правит бал, манипулируя сознанием рядовых граждан с помощью новейших технологий брендинга политиков, власти и стран.

Например, проводя наше исследование, мы столкнулись с таким, на первый, взгляд безобидным явлением: вслед за западными СМИ российские газеты и журналы, ТВ и Интернет фокусируют внимание граждан на узком круге «важных» стран, оставляя за пределами нашего внимания большую часть мира, которая ими откровенно игнорируется. Не удивительно, что наши граждане практически ничего не знают ни о близких странах-соседах, ни, тем более, о далеких экзотических африканских странах.

- Ещё одной странностью нашего восприятия других стран является удивительно узкий диапазон тем, которые интересуют людей за пределами границ их собственной страны. За исключением только США границы наших представлений о других странах заданы прежде всего неполитическими сюжетами и интересами. Этот зарубежный мир нам в советские годы был интересен как место, где бурлит политическая жизнь, сталкиваются интересы разных партий и общественных движений, где есть народные традиции и высокая культура. В 1990–2000-е мы знали, что за рубеж можно поехать работать или чему-то учиться, торговать или даже просто что-то покупать. Сейчас наши респонденты рассматривают другие страны исключительно, как место отдыха и путешествий. Единственным исключением является интерес к футболу и футболистам как предста-

вителям своих стран. Такое узкое представление о других странах, народах и государствах говорит о нарастающей духовной бедности, которая никогда не была характерна для русской культуры. И это вызывает глубокую озабоченность.

- Начиная наше исследование, мы предположили, что кроме образования и средств коммуникации на образы других стран может оказать влияние еще один фактор: собственный опыт посещения той или иной страны и знакомство с выходцами из нее. Эта гипотеза получила лишь частичное подтверждение. Она оказалась верна применительно к странам-соседям. А вот в отношении стран Европы мы столкнулись с прямо противоположным явлением. Их образ был более позитивным у тех, кто ориентировался на сообщения СМИ и тиражируемые ими стереотипы. Те же, кто в Европе побывали, видят её не в столь радужном свете. Как показывает проведенное нами исследование, за три десятилетия свободного перемещения по миру миллионов наших граждан, их картина мира не обрела ни систематичности, ни когнитивной четкости и явности. Видимо, одного личного опыта недостаточно чтобы сформировать такую картину зарубежного мира, которая бы включала в себя не только знания, но и сформированную с учетом наших национальных интересов систему ценностей в отношении других стран. А это невозможно без грамотной информационной политики государства.

- Важным для восприятия других стран оказался и темпоральный фактор. Наша собственная история, в частности, история советского периода оказала и продолжает оказывать серьезное воздействие на то, как мы видим своих прежних и нынешних партнеров и союзников, врагов и соперников. Восприятие той или иной страны сегодня оказалось связанным с нашими прежними отношениями. Так, хотя СССР уже давно не существует, но образы его прежних союзников – стран Латинской Америки и Африки, Китая и Индии продолжают нести на себе отпечаток наших прежних связей советского периода. Это же относится и к отношениям с США или Великобританией. Таким образом, можно констатировать несинхронность происходящих в международной политике изменений и их отражения в образах других стран.

- После недолгой оттепели в отношениях с Западом периода перестройки и первых постсоветских лет, породившей наивную веру в то, что «Запад нам поможет», наши граждане сегодня стали более реалистично воспринимать политику других стран, особенно тех, что противостояли нам в годы холодной войны. Однако в этом отношении наше население не однородно. Есть возрастные и социальные группы, которые в большей степени сохранили идеализированные представления о мире в целом и о «цивилизованном» Западе в особенности. Речь идет о тех, чья политическая социализация пришлась как раз на конец 1980-х – начало 1990-х. Такой взгляд встречается и среди представителей интеллигенции.

- Как и другие политические образы, образы зарубежных стран отражают реальность. При этом наш проект показал, что это отражение может быть реалистичным и не очень, отчетливым и нечетким. Так, образы наших соседей, партнеров и врагов в настоящее время приобрели чуть большую ясность, чем в 1990-е, но все ещё находятся под влиянием большого числа мифов и штампов. Прояснению нашей политической оптики не способствует та картина мира, которую предлагают обществу и наша система образования, и наша международная журналистика, рисующие довольно примитивно и однобоко и собственно зарубежный мир, и наше место в нём. Такая картина мира не способствует мобилизации и консолидации нашего общества в случае возникновения международных кризисов, например, нынешнего кризиса в связи с пандемией.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-011-01138\18 «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ», а также при поддержке Междисциплинарной научно-образовательной школы Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова «Сохранение мирового культурно-исторического наследия».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Грушин Б.А.** Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина в 4-х кн. Жизнь 1-я. Эпоха Хрущева. М.: Прогресс-Традиция, 2001. 624 с.
2. **Шестопап Е.Б., Смутькина Н.В.** Какой видят свою страну сегодня российские граждане? // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал политической философии и социологии политики). 2018. № 2. С. 51–68.
3. **Шестопап Е.Б., Смутькина Н.В., Морозикова И.В.** Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов // Сравнительная политика. 2019. Т. 10. № 3. С. 74–94. DOI: 10.24411/2221-3279-2019-10031
4. **Семенов И.С.** Социокультурная модернизация и конфликт идентичностей. М.: Новый хронограф, 2013. Вып. 12: ежегодник. С. 111–131.
5. **Тишков В.А.** Российский народ. Истоки и смысл национального самосознания. М.: Наука, 2013. 649 с.
6. **Дробижева Л.М.** Общероссийская идентичность и уровень межнационального согласия как отражение вектора консолидационных процессов // Социологические исследования. 2017. № 1 (393). С. 26–36.
7. **Ильинская С.Г.** Метаморфозы российской идентичности в контексте постсоветского развития. М.: ИФ РАН, 2016. 186 с.
8. **Селезнева А.В., Палитай И.С.** Восприятие своей страны российской молодежью: ценностно-символический и политико-культурный аспекты // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. 2019. Т. 10. № 2. С. 123–135. DOI: 10.18721/JHSS.10211
9. **Колосов В.А.** Географические образы и геополитические представления: пути формирования и подходы к изучению // Вестник ДВГСА. Сер. 1. Гуманитарные науки. 2008. № 1. С. 72–91.
10. **Tolman E.C.** Cognitive maps in rats and men // Psychological Review. 1948. No. 55. Pp. 189–208.
11. **Downs R.M., Stea D.** Maps in Minds. Reflections on Cognitive Mapping. N.Y., 1977.
12. **Downs R.M., Stea D.** Kognitive Karten. Die Welt in unseren Koeppen. N.Y., 1982.
13. **Шенк Ф.Б.** Ментальные карты: конструирование географического пространства в Европе от эпохи Просвещения до наших дней. Обзор литературы // Новое литературное обозрение. 2001. № 52 (6). С. 42–61.
14. **Семенов И.С.** Культура, общество и образ России // Неприкосновенный запас: дебаты о политике и культуре. 2007. № 1. С. 32–41.
15. **Cottam M.L., Cottam R.W.** Nationalism and Politics: The Political Behavior of Nation States. London: Boulder, 2001. 305 p.
16. **Herrmann R.K., Fischerkeller M.P.** Beyond the enemy image and spiral model: Cognitive-strategic research after the Cold War // International Organization. 1995. Vol. 49. No. 3. Pp. 415–450.
17. **Джгамадзе К.Б.** Теоретико-методологические особенности изучения образа страны в массовом сознании // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. Т. 3. № 3 (63). С. 40–44.
18. **Шестопап Е.Б.** отв. ред. Власть и лидеры в восприятии российских граждан. Четверть века наблюдений (1993–2018). М.: Весь мир, 2019. 656 с.
19. Концепция внешней политики Российской Федерации // URL: <http://www.kremlin.ru/acts/news/785>

Статья поступила в редакцию 18.10.2020.

REFERENCES

- [1] **B.A. Grushin**, Chetyre zhizni Rossii v zerkale oprosov obshchestvennogo mneniya. Ocherki massovogo soznaniya rossiiyan vremen Khrushcheva, Brezhneva, Gorbacheva i Yeltsina v 4-kh knigakh. Zhizn 1-ya. Epokha Khrushcheva [Four Russian Lives in the Mirror of Opinion Polls. Essays on the mass consciousness of Russians during the times of Khrushchev, Brezhnev, Gorbachev and Yeltsin in 4 books. Life 1st. The era of Khrushchev]. Moscow: Progress-Traditsiya, 2001. 624 p.

- [2] **Ye.B. Shestopal, N.V. Smulkina**, How do Russians perceive their country today?, *Politeia: Analysis. Chronicle. Forecast.* 2 (89) (2018) 51–68.
- [3] **Ye.B. Shestopal, N.V. Smulkina, I.V. Morozikova**, Comparative analysis of one's own country images in Russian regions, *Comparative Politics Russia.* 10 (3) (2019) 74–94. DOI: 10.24411/2221-3279-2019-10031
- [4] **I.S. Semenenko**, *Sotsiokulturnaya modernizatsiya i konflikt identichnostey* [Sociocultural modernization and conflict of identities], Moscow: Novyy khronograf [New chronograph], 12 (2013) 111–131.
- [5] **V.A. Tishkov**, *Rossiyskiy narod. Istoki i smysl natsionalnogo samosoznaniya* [Russian people. The origins and meaning of national identity]. Moscow: Nauka, 2013. 649 p.
- [6] **L.M. Drobizheva**, All-Russian identity and interethnic accord as a reflection of the consolidation processes in Russian society, *Sociological Studies.* 1 (393) (2017) 26–36.
- [7] **S.G. Ilinskaya**, *Metamorfozy rossiyskoy identichnosti v kontekste postsovetского razvitiya* [Metamorphoses of Russian Identity in the Context of Post-Soviet Development]. Moscow: IF RAN, 2016. 186 p.
- [8] A.V. Selezneva, I.S. Palitay, Perception of their own country of Russian youth: value-symbolic and political and cultural aspects, *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences*, 10 (2) (2019) 123–135. DOI: 10.18721/JHSS.10211
- [9] **V.A. Kolosov**, *Geograficheskiye obrazy i geopoliticheskiye predstavleniya: puti formirovaniya i podkhody k izucheniyu* [Geographic images and geopolitical representations: ways of formation and approaches to study], *Vestnik DVGSGA. Ser. 1. Gumanitarnyye nauki* [DVGSGA Bulletin. Ser. 1. Humanities]. 1 (2008) 72–91.
- [10] **E.C. Tolman**, Cognitive Maps in Rats and Men, *Psychological Review.* 55 (1948) 189–208.
- [11] **R.M. Downs, D. Stea**, *Maps in Minds. Reflections on Cognitive Mapping.* N.Y., 1977.
- [12] **R.M. Downs, D. Stea**, *Kognitivnye Karten. Die Welt in unseren Koepfen.* N.Y., 1982.
- [13] **F.B. Shenk**, *Mentalnyye karty: konstruirovaniye geograficheskogo prostranstva v Yevrope ot epokhi prosveshcheniya do nashikh dnei.* *Obzor literatury* [Mental Maps: Constructing Geographic Space in Europe from the Enlightenment to the Present. Literature review], *Novoye literaturnoye obozreniye* [New literary review]. 52 (6) (2001) 42–61.
- [14] **I.S. Semenenko**, *Kultura, obshchestvo i obraz Rossii* [Culture, society and image of Russia], *Neprikosnovennyi zapas: debaty o politike i culture* [Safety Stock: The Political and Cultural Debate]. 1 (2007) 32–41.
- [15] **M.L. Cottam, R.W. Cottam**, *Nationalism and Politics: the Political Behavior of Nation States.* London: Boulder, 2001. 305 p.
- [16] **R.K. Herrmann, M.P. Fischerkeller**, Beyond the Enemy Image and Spiral Model: Cognitive-Strategic Research After the Cold War, *International Organization.* 49 (3) (1995) 415–450.
- [17] **K.B. Dzhgamadze**, Theoretical and methodological features of studying the country's image in the mass consciousness, *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University]. 3 (3) (63) (2015) 40–44.
- [18] *Vlast i lidery v vospriyatii rossiyskikh grazhdan. Chetvert veka nablyudeniy (1993-2018) / Otv. red. Ye.B. Shestopal* [Power and leaders in the perception of Russian citizens. A quarter of a century of observations (1993-2018) / Resp. ed. E. B. Shestopal]. Moscow: Ves mir Publ., 2019. 656 p.
- [19] *Kontseptsiya vneshney politiki Rossiyskoy Federatsii* [Концепция внешней политики Российской Федерации]. Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/news/785>

Received 18.10.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / THE AUTHOR

Шестопал Елена Борисовна
Shestopal Elena B.
E-mail: shestop0505@rambler.ru

DOI: 10.18721/JHSS.11403

УДК 378.14.015.62

ОНТОЛОГИЯ ЗНАНИЯ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТА-СОЗИДАТЕЛЯ

В.М. Нестеренко, Н.М. МельникСамарский государственный технический университет,
г. Самара, Российская Федерация

Исследуется возможность создания нового типа онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя, которая имеет системную направленность на развитие способности осознанно конструировать профессиональную деятельность на основе непрерывного реагирования субъекта на изменение состояния среды и объекта созидательной деятельности. Устойчивое реагирование обеспечивается разработкой новых технологий и продуктов на основе представления о мире, состоящем из объектов с множеством возможных устойчивых состояний. Непрерывное реагирование обеспечивается аксиоматической взаимосвязью элементов системы, обуславливающей их взаимовлияние (дипольный принцип представления). В исследовании элементами системы (полюсами диполя) приняты параметрическое пространство представления профессиональной деятельности и параметрическое пространство представления субъекта деятельности, отражающие информацию о параметрах продуктивной деятельности субъекта. Создаются педагогические условия, реализующие способность субъекта деятельности (специалиста) осознанно формировать систему воздействий на объект и прогнозировать изменения состояния объекта в результате актуализированных воздействий. Система преобразовательных воздействий на объект динамично коррелируется в функции отражаемой информации о результатах воздействия, то есть субъект воздействует на объект, а объект через отражаемую информацию воздействует на деятельность субъекта. Непрерывное реагирование специалиста-созидателя на изменение параметров среды обеспечивает способность конструировать профессиональную деятельность в реальном времени в любой сфере интересов в течение трудовой жизни. Новый тип онтологии знания обуславливает качественно новую организацию мышления, особенностями которого являются целостное системное видение всей человеческой деятельности, осознание смысла собственной деятельности, прогнозирование соответствия принятого решения и созданного объекта запросам общества. Таким образом, в процессе деятельности специалиста-созидателя имеет место согласованная взаимосвязь технологического предпринимательства, менеджмента и производства.

Ключевые слова: конструирование продуктивной профессиональной деятельности, пространство представления профессиональной деятельности, пространство представления субъекта деятельности, направление активности, отражение изменений состояния объекта, смысл деятельности.

Ссылка при цитировании: Нестеренко В.М., Мельник Н.М. Онтология знания в подготовке специалиста-созидателя // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 4. С. 29–42. DOI: 10.18721/JHSS.11403

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

ONTOLOGY OF KNOWLEDGE IN THE TRAINING OF SPECIALIST-CREATOR

V.M. Nesterenko, N.M. MelnikSamara State Technical University,
Samara, Russian Federation

The article examines a possibility of creating a new type of ontology of knowledge in the training of a specialist-creator. This ontology of knowledge is systematically directed at developing the ability to consciously construct professional activities based on the subject's continuous response to changes in the state of the environment and the object of creative activity. Sustainable, continuous response is provided by the axiomatic interconnection of the elements of the system, which determines their mutual influence (dipole principle of representation). As system elements (dipoles), the authors adopted the parametric space of representing professional activities and the parametric space of representing the subject of activity that reflect information about the parameters of productive activity and the subject of activity. Pedagogical conditions are created that realize the ability of the subject to form a system of influences on the object and predict changes in the state of the object as a result of actualized influences. The system of transformative influences on the object is dynamically correlated in the function of the reflected information about the results of the influence: the subject interacts with the object, and the object affects the subject through the reflected information. The continuous response of specialists to changes in environmental parameters (transformation of the direction of activity) ensures the ability of a specialist-creator to constructing professional activities in real time area of interest throughout their working life. A new type of thinking has been organized: a holistic systemic vision of all human activity, awareness of the meaning of one's own activity, forecasting the compliance of the decision and the object created with the needs of the society. Thus, the activities of specialist-creators involve a coherent interrelation of technology entrepreneurship, management and production.

Keywords: constructing a productive professional activity, space of representing professional activity, space of representing the subject of activity, direction of activity, reflection of changes in the state of an object, meaning of activity.

Citation: V.M. Nesterenko, N.M. Melnik, Ontology of knowledge in the training of specialist-creator, Society. Communication. Education, 11 (4) (2020) 29–42. DOI: 10.18721/JHSS.11403

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

В условиях современной действительности – совокупности многоаспектных проблем, угроз и возможностей – существенно ускорился процесс перехода к цифровой экономике.

Цифровизация меняет культуру, модели бизнеса, технологии, операции и принципы создания новых товаров, оказания финансовых и социальных услуг, трансформирует экономическую деятельность населения, упрощает коммуникации [1].

Цифровизация – не просто ближайшее будущее, а объективная реальность, которая подвергает всё большим изменениям существование каждого конкретного человека и его профессиональную деятельность [2].

Стремительное развитие фриланса, переход образовательных организаций, сферы услуг на дистанционный формат, изменение отношения между людьми и их работой практически во всех сферах деятельности ведёт к радикальному реформатированию рынка труда [3, 4].

Исследователи отмечают, что в моменты глобальных технологических, социально-экономических изменений люди чувствуют глубину изменений, но не способны самоопределиться в деятельности, позаботиться об изменении своих базовых процессов в деятельности, конструировании действенных методов достижения целей в новой реальности, используя возможности быстро меняющейся среды [5].

Для описания и анализа современного состояния профессиональной среды многие исследователи отмечают применимость модели VUCA к различным процессам и явлениям независимо от отрасли и сферы деятельности. По их мнению, VUCA обеспечивает представление постоянно меняющегося мира, в котором требуется быстро и адекватно перерабатывать огромные объёмы информации [6]. По утверждению J. Sullivan, VUCA лучше всего описывает нестабильную и хаотичную деловую, экономическую и физическую среду, с которой мы все сейчас сталкиваемся [7].

Модель VUCA призвана отражать внешнюю среду, в которой доминируют:

– изменчивость, ситуация меняется с высокой скоростью и непредсказуемо;

- неопределённость, когда на основе прошлого опыта невозможно прогнозировать будущее;
- сложность, предполагающая наличие множества трудных для понимания причин, переходящих в проблемы;
- большое количество изменений, отличающихся грандиозным масштабом.

Изменчивость, неопределённость, сложность порождают существенные риски, в том числе риск потерять работу, быть невостребованным на рынке труда, но одновременно являются значительным фактором появления новых возможностей и перспектив карьерного роста [8].

В этих условиях актуализируется необходимость системной трансформации направленности содержания и технологий организации учебного процесса в опорных университетах России, которые перенастраивали бы подготовку специалиста на осознание сущности деятельности в социальном контексте, на формирование способности выходить за ограниченные рамки предметной области конкретной профессиональной деятельности, находить в ней и за её пределами новые смыслы, решать нестандартные задачи [9, 10].

Цель исследования

Современные исследователи утверждают, что для успешности в профессиональной деятельности, когда трудно предвидеть все возможные изменения условий, субъекту важно уметь быстро осмыслить суть любой ситуации, понять собственные интересы и предпочтения, осознанно сформировать идею и цель деятельности, оценить последствия различных действий, обеспечить реализацию своей разработки [11–13].

Востребованным становится профессиональное самоопределение в течение всей жизни [14].

Мы придерживаемся мнения, что профессиональное самоопределение – это совокупность осознанных действий, направленных на соотнесение субъектом деятельности (своих потребностей, целей, возможностей, ресурсов, действий) с потребностями, нормами и объективной реальностью [15, 16].

Социальный контекст профессионального самоопределения измеряется способностью человека продуктивно действовать в своих и общественных интересах, реализуя систему смыслов, обеспечивающих согласованность и единство представления взаимодействия совершенно разных людей и разных поколений.

С этих позиций результативность высшего образования должна рассматриваться не с точки зрения знания выпускниками фактического материала (содержание осваиваемой образовательной программы), а в первую очередь с точки зрения их умений и навыков его применения при решении актуальных профессиональных задач [17].

Профессионально самоопределившись в условиях VUCA означает быстро реагировать на изменения профессиональной среды, гибко менять направление собственной активности, капитализируя свой человеческий потенциал, сформированный в процессе обучения в университете [18].

Действенному эффективному профессиональному самоопределению препятствуют искусственно созданные барьеры, обусловленные онтологическим редуцированием и всё возрастающей интерпретацией реалий окружающего мира посредством симулякров [19].

Традиционно онтология организует некоторую предметную область знаний в концептуальную схему, состоящую из структуры данных, содержащей совокупность объектов их классов, связей между ними и правил, принятых в данной области, выполняет функцию формального представления реальности, проекции мыследеятельности на «логическую плоскость» реальности. Онтологическое редуцирование сводит разные конкретные объекты к некоторым общим свойствам, абстракциям, а индивидуальные качества людей – к общим формам их взаимодействия. Многообразие онтологических моделей и схем, конструируемых разными науками, разные основания систематизации и классификации затрудняют формирование целостной картины реальности,

в том числе целостной картины профессиональной деятельности в реальном времени, сужают предметную область надёжного принятия решения и академическую мобильность специалиста.

Многолетние исследования авторов показывают, что преодоление рассмотренных выше барьеров возможно при переходе к онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя, обеспечивающей специалисту персональное масштабирование предметной области активной деятельности и трансформацию информации с учётом социального контекста экономики и общества.

Цель нашего исследования — доказательство необходимости и возможности создания нового типа онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя, имеющей системную направленность на развитие способности осознанно конструировать профессиональную деятельность на основе непрерывного реагирования субъекта на изменение состояния среды и объекта созидательной деятельности.

Методология исследования

Основополагающим фактором онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя принята деятельность «как единственное исходно существующее» [20, с. 40] и однозначно взаимосвязанное с информацией, отражающей её результат.

Онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя — это система представления и реализации аксиоматических признаков существования процесса конструирования профессиональной деятельности.

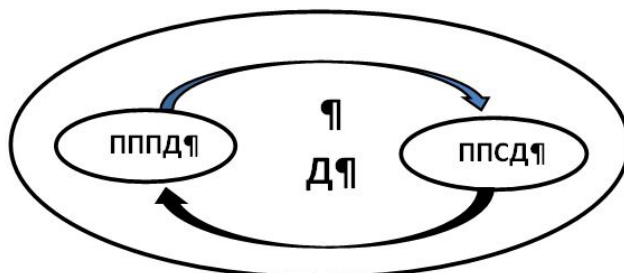
При этом осуществляется отказ от детального описания объекта деятельности и технологий по его преобразованию. На передний план выходит рефлексия. Мы разделяем взгляды Г.П. Щедровицкого, что субъект деятельности должен творить новый мыследеятельный мир и вовремя его фиксировать, — и это для того, чтобы снова творить и снова отражать, и чтобы снова более точно творить. Таким образом, идёт непрерывный анализ и осознание опыта своей деятельности [21].

Данный подход реализуется в создании педагогических условий, обеспечивающих возможность субъекту деятельности формировать систему воздействий на объект и прогнозируемо представлять изменения параметров состояния объекта, отражаемых информацией о результатах воздействия. При этом система воздействий на объект динамично коррелируется в функции отражаемой информации о результатах воздействия, т. е. субъект воздействует на объект, а объект через отражаемую информацию воздействует на деятельность субъекта. В результате обеспечивается непрерывное реагирование деятельности субъекта на состояние и изменение параметров среды.

Организуя направленные деятельностные воздействия на объект и оценивая результаты этих воздействий, можно в конечном итоге достичь желаемого (заданного) состояния объекта. В итоге агрегируется новое знание, которое даёт ответ на вопрос — что должен делать субъект деятельности для актуального изменения параметров состояния объекта [22], создаются условия для осознанной трансформации предметной области активной деятельности с учётом социального контекста экономики и потребностей общества.

Формирование образа объекта мы рассматриваем как отображение содержания параметров объекта, т. е. его состояния. Наиболее определённым представлением отображённого состояния является кодирование информации с использованием «единиц порядка». В качестве такой «единицы порядка» нами использовано понятие «деятельность», которое имеет унарное измерение (либо нет — 0, либо есть — 1) и представляет воздействие субъекта на объект с отражением изменений его параметров [23].

Системообразующим элементом структуры деятельности принят «параметрический информационный диполь», состоящий из двух полярных параметрических пространств представления (пространство представления профессиональной деятельности и пространство представления субъекта деятельности [24]), отражающих информацию о параметрах продуктивной деятельности и субъекта деятельности. Особенностью диполя является наличие двухсторонней связи



Модель параметрического масштабируемого информационного диполя деятельности
A parametric scalable activity information dipole model

между его полюсами, которая обуславливает их взаимовлияние, а не простое воздействие одного пространства на другое.

Именно эти два пространства обеспечивают необходимое и достаточное представление многочисленных видов информации, с помощью которых можно обозначить полную информацию о любой упорядоченной среде. Полнота информации означает, что информация продуктивного вида всегда должна быть дополнена информацией субъективного вида. Модель параметрического масштабируемого информационного диполя, отражающая согласованное взаимодействие информационных потоков в процессе принятия решения субъектом, представлена на рисунке, где Д – пространство деятельности; ПППД – пространство представления профессиональной деятельности; ППСД – пространство представления субъекта деятельности.

Семантическая формула реализации информационного диполя представления деятельности имеет вид:

$$\{\text{ПППД} \leftrightarrow \text{ППСД}\} \leftrightarrow \text{Организация решения} \quad (1)$$

Результаты исследования

Данный подход стал основой построения онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя, которая обеспечивает уникальную возможность использовать декомпозицию базового диполя по актуальным для субъекта признакам действительности, например, по направлениям взаимодействия субъекта и объекта.

Онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя оказывается своего рода представлением признаков действительности (а не её содержания), определяющим способность человека к реализации продуктивной деятельности.

Масштабирование параметрического информационного диполя обеспечивает возможность моделировать этапы и уровни принятия решения в процессе продуктивной деятельности. Например, семантическая модель параметрического информационного диполя конструирования актуальных продуктов имеет вид:

$$\begin{aligned} & \{\text{Корреляция направлений активности ПППД} \leftrightarrow \\ & \leftrightarrow \text{Самоопределение в направлениях активности ППСД}\} \leftrightarrow \quad (2) \\ & \leftrightarrow \text{Варианты конструкций продуктивной деятельности} \end{aligned}$$

Главное, что приобретает субъект деятельности (обучающийся, специалист), – это способ организации взаимодействия с осваиваемой системой, правила взаимосвязи с ней. Он оказывается

готовым самостоятельно использовать этот способ в любой конкретной ситуации, формировать подвижные проблемно-ориентировочные знания под конкретную цель, уметь системно действовать, что позволяет безопасно и комфортно жить в современном мире, устойчиво и персонально самоопределяться, непрерывно саморазвиваться, успешно работать в условиях быстро меняющейся высокотехнологичной профессиональной среды в течение всей трудовой жизни.

Основные признаки параметрических пространств представления «параметрического информационного диполя» в полной мере соответствуют требованиям онтологии созидательного типа.

1. Деятельность человека носит продуктивный, творческий, созидательный характер, организация и результат которой отражается и согласуется с информацией об изменении параметров объекта.

2. Деятельность человека связана с предметами материальной и духовной культуры, которые используются им или в качестве инструментов, или в качестве предметов удовлетворения потребностей, или в качестве средств собственного развития.

3. Деятельность человека преобразует его самого, его способности, потребности, условия жизни, профессиональную среду в процессе деятельности (коэволюция).

4. Продуктивная деятельность людей с рождения им не дана. Она «задана» в культурном предназначении способа использования и преобразования окружающих предметов, обеспечивая расширение предметной области деятельности с учётом социального контекста. Такую деятельность необходимо формировать и развивать в процессе обучения и воспитания в университетах, нацеленных на подготовку конкурентоспособных специалистов мирового уровня для всех ведущих сфер экономики.

Анализ функциональных качеств онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя обеспечил возможность формирования актуальной системы категорий, в которых представлены признаки существования процессов взаимного влияния полярных представлений действительности через типологию признаков состояния объекта (табл. 1).

Такой подход к организации деятельности с полярным представлением процесса осознания взаимосвязи деятельности и изменениями объекта воздействия обеспечивает уверенное выполнение главных условий реализации самоопределения в течение всей трудовой деятельности.

Процесс реализации актуальной системы категорий определения системы признаков существования процесса дипольного конструирования и типологии представления признаков объекта отражает дипольная матрица (табл. 2).

Дипольная матрица представления продуктивной деятельности формирует мультиактивную среду, отражающую суть и организацию взаимосвязи полярных понятий деятельности и знания в процессе реализации идеи на основе преобразования потенциала диполя.

Созидательный потенциал дипольного представления является внутренним источником проявления многообразия форм продуктивной деятельности, обеспечивая её расширение, развитие и рост.

В процессе решения продуктивных задач производится актуализация субъектом взаимосвязей важных с его точки зрения компонентов пространств представления с фиксацией в ячейках матрицы обоснования выбора и критерия (меры) оценки признаков результата реализации этой связи [25].

Онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя устраняет дихотомию «данные — информация — знания — деятельность». Это происходит в результате замены традиционного системообразующего элемента «знание», вносящего неопределённость во взаимосвязях с другими понятиями и элементами из-за собственной неопределённости, на другой системообразующий аксиоматический элемент «деятельность», обеспечивающий суперпозицию результатов актуализации субъектом связей компонентов пространств деятельности и единую меру, и оценку взаимовлияния всех элементов системы.

**Таблица 1. Типология проявлений результатов
дипольного представления продуктивной деятельности**
**Table 1. Typology of manifestations of the results
of the dipole representation of productive activity**

Категория	Существует в реальном мире	Мера – признаки
Деятельность	Воздействие субъекта на объект с отражением непрогнозируемых изменений его параметров	Изменение параметров объекта за счёт активности субъекта во взаимосвязи с влиянием этих изменений на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Активность ↔ Направления воздействия} = Организация
Пространство представления	Множество представлений потенциально возможных вариантов объектов (видов структуры объекта) активности субъекта деятельности через параметры пространства представления (направления активности)	Способность субъекта управлять широтой и глубиной представления персонально созданных вариантов объекта (видов структуры объекта) во взаимосвязи влияния изменений широты и глубины на выбор актуальных направлений его воздействий. {Пространство представления продуктивной деятельности ↔ Направления воздействия} = Организация
Направления активности	Аксиоматические основы представления развития параметров объектов с функциональной ориентацией по шкале отношений	Способность субъекта представлять изменения параметров создаваемого объекта в функции направлений активности во взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействия субъекта. {Направления развития ↔ Направления воздействия} = Организация
Объект	Часть объективной реальности, которая находится во взаимодействии с субъектом, причём само выделение объекта познания осуществляется в процессе самоопределения субъекта	Изменение выделенных ценностных свойств объекта во взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Объект ↔ Направления воздействия} = Организация
Параметр	Величина, характеризующая конкретное свойство объекта, значение которой аксиоматически согласовано с актуализированными направлениями активности шкалы отношений	Изменение полноты актуализации и контекстной поддержки конкретных свойств объекта во взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействия субъекта. {Параметр ↔ Направления воздействия} = Организация
Информация	Сведения об изменении параметров объекта независимо от формы их представления при преобразовательной деятельности субъекта	Изменение полноты реализации способности собирать, отбирать и обрабатывать информацию, осознанно генерировать новую ценную информацию в условиях взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействия субъекта. {Информация ↔ Направления воздействия} = Организация
Новизна	Полученные впервые результаты продуктивной деятельности, возможно подтвержденные и обновленные или развивающиеся и уточняющиеся сложившиеся ранее научные представления и практические достижения	Изменения уровня научной новизны и рутинности в условиях взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Новизна ↔ Направления воздействия} = Организация

Окончание таблицы

Декомпозиция	Разбиение системы по признакам объекта, которые моделирует система (по направлениям активности)	Способность субъекта представлять и описывать компоненты структуры объекта деятельности и их изменения во взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействий. {Декомпозиция ↔ Направления воздействия} = Организация
Корреляция	Конструирование мультиактивного пространства представления за счёт актуализации субъектом направлений активности, обеспечивающих актуальное изменение состояния объекта деятельности	Способности субъекта представлять и описывать структуру объекта деятельности в актуальном соетании направлений активности во взаимосвязи влияния изменений структуры объекта на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Корреляция ↔ Направления воздействия} = Организация
Консолидация	Разработка персонализированного представления изменения параметров объекта в процессе деятельности субъекта на основе структурирования: масштабирования, сжатия, обобщения, агрегации, сегментации системы элементов конструкции мультиактивного пространства	Способность субъекта трансформировать персональное мультиактивное пространство в соответствии с выбранными приоритетами и ценностями, обеспечивать целостность решения задачи во взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Консолидация ↔ Направления воздействия} = Организация
Обобщение	Структурирование, в процессе которого схожие связи между параметрами объекта в функции направлений активности рассматриваются как некоторое родовое направление	Способность субъекта выявлять и реализовывать схожие связи между параметрами объекта в функции направлений активности во взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Обобщение ↔ Направления воздействия} = Организация
Агрегация	Структурирование, в процессе которого связи между параметрами объекта в функции направлений активности субъекта рассматриваются как новая связь более высокого уровня	Способность субъекта создавать новые связи более высокого уровня между параметрами объекта в функции направлений активности во взаимосвязи влияния этих изменений на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Созидание ↔ Направления воздействия} = Организация
Контекст	Система информации о внутренних и внешних условиях в связи с продуктивной деятельностью субъекта, которая обеспечивает персональное восприятие, понимание, преобразование им конкретной ситуации, придавая смысл и значение этой ситуации в целом, так и её компонентам	Способность субъекта конкретно описывать связи параметров объекта в функции направлений активности во взаимосвязи влияния этих связей на выбор актуальных направлений воздействий субъекта. {Связи ↔ Направления воздействия} = Организация
Самоопределение	Поиск и нахождение личностного смысла в выбираемой, осваиваемой или уже выполняемой трудовой деятельности, а также нахождение смысла в самом процессе самоопределения	Способность субъекта принимать результативное решение, самооценивать свои способности, возможность актуальной продуктивной деятельности в выбранном направлении активности во взаимосвязи влияния их изменения на выбор актуальных направлений воздействий. {Самоопределение ↔ Направления воздействия} = Организация

Таблица 2. Дипольная матрица представления процесса реализации продуктивной деятельности

Table 2. Dipole matrix for representing the process of implementing productive activities

ПППД \ ППСД		Параметры порядка (направления активности)							
		Пр Производ- ственное	Эк Эколо- гиче- ское	Пед Педагоги- ческое	Упр Управлен- ческое	Нч Научное	Худ Художест- венное	Мед Медицин- ское	Фк Физкуль- турное
Пот	Потребности								
Ц	Цель								
Со	Самоопределение								
Нор	Нормы								
Сод	Содержание								
Кр	Критерии								
Сп	Способности								
Мт	Методы								
Сд	Способы								

В процессе реализации системы было обнаружено уникальное свойство дипольной матрицы – персональная возможность создания субъектом множества вариантов реализации своей идеи в разных предметных областях посредством сознательного управления выбором актуальных взаимосвязей и их контекстным наполнением информацией, отражающей реальное состояние и изменения среды, а также социальных потребностей. При этом основные категории и элементы онтологии традиционной педагогики кардинально трансформируются, становятся более конкретными и достоверными (табл. 3).

Таким образом, субъект в процессе конструирования продуктивной деятельности осуществляет осознанное создание модели взаимодействия с объектом и согласование потока контекста на основе реализации формирующих функций деятельности.

1. Функция отражения информации, основой представления которой является деятельность.
2. Функция трансформации информации, основой которой является система параметров порядка пространств представления.
3. Функция созидания знания, основой которой является система представления процесса преобразования объектов деятельности: конвергенция, декомпозиция, корреляция, консолидация, контекстная дивергенция.

Апробация основных положений разработанной онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя проводилась в Самарском государственном техническом университете по направлениям «Химические технологии», «Реклама и связи с общественностью». В рамках пилотных исследований в учебные планы была введена разработанная авторами системообразующая дисциплина «Теоретические основы профессиональной деятельности», которая осваивалась студентами в первом семестре, независимо от выбранного направления и профиля подготовки.

Таблица 3. Трансформация основных категорий
Table 3. Transformation of the main categories

Категории	Онтология традиционной педагогики	Онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя
Понятие	Форма научного знания, в которой раскрывается сущность познаваемых предметов и явлений и которая выражается в виде законов, правил, выводов и других теоретических обобщений	Форма научного знания, в которой сущность познаваемых предметов и явлений раскрывается на основе представления изменения конкретных параметров в связи с процессом их взаимодействия или деятельности субъекта
Профессиональная деятельность	Внешняя операция субъекта над объектом как реакция на внешний раздражитель	Функциональный переход субъекта в объект, в результате чего обеспечивается прогнозируемый процесс изменения параметров объекта, тем самым устанавливается связь не только между субъектом и его деятельностью, но и связь между деятельностью и её продуктами
Процесс	Организация различных видов деятельности на основе приобретенных знаний, умений, навыков и социального опыта	Представление организации возникновения знания как отражения изменения параметров объекта в результате актуального воздействия субъекта деятельности
Знание	Отражение познаваемого мира в мысли человека, совокупность идей, в которых выражается теоретическое овладение определенным предметом	Представление процесса возникновения информации в результате деятельности
Образование	Система накопленных в процессе обучения знаний, умений, навыков, обеспечивающая способность человека самостоятельно восстанавливать недостающие звенья в системе знаний с помощью логических рассуждений	Система представления деятельности, обеспечивающая способность субъекта самостоятельно конструировать процесс персональной деятельности и создавать актуальные знания
Контекст	Высказывание (утверждается или отрицается) об объекте деятельности, которое показывает наличие (отсутствие) некоторого описания его состояния	Система внутренних и внешних условий, связанных с деятельностью человека, которая влияет на персональное восприятие, понимание, преобразование им конкретной ситуации, придавая смысл и значение этой ситуации – как целому, и её компонентам – как частям целого. По своей сути является признаком соответствия принятого решения условиям реальной среды

Дисциплина «Теоретические основы профессиональной деятельности» представлена тремя модулями. Первый модуль дисциплины обеспечивает формирование у студентов представления о параметрической (по своей сути цифровой) модели конструирования продуктивной профессиональной деятельности. Второй модуль формирует навыки практической реализации параметрической модели при решении актуальной производственной задачи с рефлексивной оценкой взаимосвязей воздействий на объект (направления активности) и новизны продукта деятельности. Третий модуль воссоздаёт реальные условия продвижения персонально созданного продукта: оценка перспектив, рисков, конкурентоспособности, презентация.

Пилотные исследования выполнялись в течение семи лет, приняло участие 1073 студента очной и заочной форм обучения.

Результаты исследования подтвердили гипотезу о возможности подготовки специалиста-созидателя, реализуя основные положения предлагаемого типа онтологии знания, и выявили высокую заинтересованность студентов.

Заключение

Онтологии знания в подготовке специалиста-созидателя, способного конструировать свою продуктивную деятельность, обуславливает новый тип организации мышления, особенностями которого являются:

- направленность на самоопределение в процессе принятия решения и организации деятельности, а не на воспроизведение описания конкретных объектов;
- целостный учёт результатов всей человеческой деятельности, а не предметная ограниченность;
- ориентация на будущее, а не описание прошлого.

Эволюционно-деятельностная транспектива определяет профессиональный потенциал субъекта, сформированность его профессиональной позиции, способности к профессиональной адаптации и развитию. Это система направлений активности, поддерживающей персональное принятие решения специалистом во взаимосвязи событий прошлого с мечтами, целями и созидательной деятельностью будущего через понимание и оценку смысла настоящих событий.

Предложенная модель конструирования объектов профессиональной деятельности строится на методологии персонального профессионального самоопределения субъекта, обеспечивая реализацию представлений о собственном предназначении и жизненном смысле своих достижений.

Таким образом, обеспечивается готовность к будущему в настоящем, к изменениям в условиях неопределенности и возрастающей многомерности профессионального пространства.

1. Реализация функции реальности – проекция мыследеятельности в ходе созидательной деятельности специалиста на «логическую плоскость» реальности.

2. Возможность однозначного представления процесса и результата конструирования актуального продукта и обеспечение условий для согласованного принятия решений.

3. Преодоление семантических барьеров при коллективном решении сложных задач и аргументации принятых решений на основе аксиоматического представления их смысла.

4. Возможность достоверного самоопределения субъекта в оценке полноты и добротности решения посредством сравнения созданной модели решения с общей моделью деятельности – дипольная матрица.

5. Многократное повышение эффективности и производительности интеллекта субъекта за счёт использования свойств самоподобия и масштабирования дипольного представления процесса конструирования с учётом функциональных взаимосвязей деятельности и изменений в состоянии объекта.

6. Простота формирования решения задачи и определения новизны разработанного продукта на основе сравнения с эталоном посредством декомпозиции по параметрам пространства представления деятельности.

7. Обеспечение развития деятельности субъекта в процессе использования контекстной информации согласованно с эволюцией среды и предметной области самоопределения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Сердитова Н.Е., Белоцерковский А.В.** Образование, качество и цифровая трансформация // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 4. С. 9–15. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-4-9-15>

2. **Сагитов С.Т.** Социокультурная сфера и развитие цифровой экономики // Высшее образование в России. 2019. Т. 28. № 10. С. 97–105. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-10-97-105>

3. **Кузьминов Я.И.** Вирусная революция: как пандемия изменит наш мир // URL: <https://www.rbc.ru/opinions/society/27/03/2020/5e7cd7799a79471ed230b774> (Дата обращения: 20.08.2020).
4. **Fossen F., Sorgner A.** Mapping the future of occupations: Transformative and destructive effects of new digital technologies on jobs // *Foresight and STI Governance*. 2019. Vol. 13. No. 2. Pp. 10–18. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.2.10.18
5. **Castells M.** The impact of the internet on society: A global perspective // URL: <https://www.tech-nologyreview.com/s/530566/the-impact-ofthe-internet-on-society-a-global-perspective/> (Дата обращения: 20.08.2020).
6. **Иванова О.Э.** Трансформация концепции управления человеком в организации // *Креативная экономика*. 2019. Т. 13. № 9. С. 1651–1668. DOI: 10.18334/ce.13.9.41061
7. **Sullivan J.** VUCA: The new normal for talent management and workforce planning. Jan. 16, 2012 // URL: <https://www.ere.net/vuca-the-new-normal-for-talent-management-and-workforce-planning> (Дата обращения: 20.08.2020).
8. **Kuzminov Ya., Sorokin P., Froumin I.** Generic and specific skills as components of human capital: New challenges for education theory and practice // *Foresight and STI Governance*. 2019. Vol. 13. No. 2. Pp. 19–41. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.2.19.41
9. **Ивахненко Е.Н., Агтаева Л.И.** Высшая школа: взгляд за горизонт // *Высшее образование в России*. 2019. Т. 28. № 3. С. 21–34. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-3-21-34>
10. **Тхагапсоев Х.Г.** Университет: к стратегии движения «за горизонт» // *Высшее образование в России*. 2019. Т. 28. № 8–9. С. 83–90. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-8-9-83-90>
11. **Barman A., Potsangbam C.** Shifts of strategic paradigms in the VUCA World – Does “outside the box thinking” a meaningful cliché for the business world? // *Conf. Managing Change and Creativity and Innovation in a Dynamic Environment*, at Sonarpur, Kolkata: 7th and 8th April 2017 // URL: <https://www.researchgate.net/publication/315912311> (Дата обращения: 17.08.2020).
12. **Franz S.** Fundamentals of the economic approach: The Explanatory Concept of Homo Oeconomicus // *International Economics*. 2004. No. 2. Pp. 1–16.
13. **Willison J., O'Regan K.** Researcher skill development framework. Adelaide, Australia: University of Adelaide, 2015 // URL: <https://www.adelaide.edu.au/rsd/framework/rsd7/> (Дата обращения: 17.08.2020).
14. **Зинченко Ю.П., Дорожкин Е.М., Зеер Э.Ф.** Психолого-педагогические основания прогнозирования будущего профессионального образования: векторы развития // *Образование и наука*. 2020. Т. 22. № 3. С. 11–35. DOI: 10.17853/1994-5639-2020-3-11-35
15. **Громкова М.Т.** Методология инноваций в профессиональном образовании // *Вестник ФГОУ ВО МГАУ*. 2013. № 4. С. 95–101.
16. **Чеснокова О.Б., Чурбанова С.М., Молчанов С.В.** Профессиональное самоопределение в юношеском возрасте как структурный компонент будущего профессионализма: социокогнитивные и креативные факторы // *Культурно-историческая психология*. 2019. Т. 15. № 4. С. 109–118. DOI: 10.17759/chp.2019150411
17. **Ян П.** Изучение реформы гуманитарного образования с точки зрения принципов образования, ориентированного на результат // *Образование и наука*. 2020. № 22(2). С. 78–97. DOI: 10.17853/1994-5639-2020-2-78-97
18. **Мельник Н.М., Нестеренко В.М.** Педагогические условия подготовки выпускников вуза к самореализации в профессиональной деятельности // *Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология*. 2019. Т. 25. № 4. С. 67–72. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2019-25-4-67-72>
19. **Курмелева Е.М., Мещерякова Л.Ю.** Симулякр и общество в современной социальной теории // *Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Социология*. 2006. № 2. С. 31–46.
20. **Щедровицкий Г.П.** Знак и деятельность. Кн. 1. Структура знака: смыслы, значения, знания. М.: Восточная литература, 2005. 464 с.
21. **Щедровицкий Г.П.** Методологическая организация сферы психологии // *Вопросы методологии*. 1997. № 1–2. С.108–127.
22. **Мельник М.Н.** Интеллектуально-информационная поддержка персональной самоуправляемой эволюции профессионального знания выпускника университета // *Педагогический журнал*. 2018. Т. 8. № 5А. С. 446–453.

23. **Nesterenko V.M.** (2018), Conceptual principles of engineering education based on the approach to evolutionary activity // Handbook on research in the field of engineering education in a global context. IGI Global, Hershey, Pennsylvania, USA, 2018. Pp. 463–476.

24. **Мельник Н.М.** Деятельностная дидактическая платформа развития опорного университета // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2018. Т. 4. № 4. С. 20–31. DOI: 10.18413/2313-8971-2018-4-4-0-2

25. **Мельник Н.М.** Инновационная технология подготовки лидеров глобальной конкуренции // Вестник Самарского государственного технического университета. Сер. Психолого-педагогические науки. 2013. № 2 (20). С. 129–141.

Статья поступила в редакцию 02.09.2020.

REFERENCES

[1] **N.E. Serditova, A.V. Belotserkovsky**, Education, Quality and the Digital Transformation, Higher Education in Russia, 29 (4) (2020) 9–15. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2020-29-4-9-15>

[2] **S.T. Sagitov**, Social and Cultural Sphere and the Development of the Digital Economy, Higher Education in Russia, 28 (10) (2019) 97–105. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-10-97-105>

[3] **Ya.I. Kuzminov**, Virusnaya revolyuciya: kak pandemiya izmenit nash vir [Viral revolution: how a pandemic will change our world]. Available at: <https://www.rbc.ru/opinions/society/27/03/2020/5e7cd7799a79471ed230b774> (accessed 20.08.2020)

[4] **F. Fossen, A. Sorgner**, Mapping the Future of Occupations: Transformative and Destructive Effects of New Digital Technologies on Jobs, Foresight and STI Governance, 13 (2) (2019) 10–18. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.2.10.18

[5] **M. Castells**, The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective. Available at: <https://www.tech-nologyreview.com/s/530566/the-impact-of-the-internet-on-society-a-global-perspective> (accessed 20.08.2020).

[6] **O.E. Ivanova**, Transformation of the concept of human management in the organization, Kreativnaya ekonomika, 13 (9) (2019) 1651–1668. DOI: 10.18334/ce.13.9.41061

[7] **J. Sullivan**, VUCA: The New Normal for Talent Management and Workforce Planning. JANUARY 16, 2012. Available at: <https://www.ere.net/vuca-the-new-normal-for-talent-management-and-workforce-planning> (accessed 20.08.2020).

[8] **Ya.I. Kuzminov, P. Sorokin, I. Froumin**, Generic and Specific Skills as Components of Human Capital: New Challenges for Education Theory and Practice, Foresight and STI Governance, 13 (2) (2019) 19–41. DOI: 10.17323/2500-2597.2019.2.19.41

[9] **E.N. Ivakhnenko, L.I. Attaeva**, Higher School: Look Beyond the Horizon, Higher Education in Russia, 28 (3) (2019) 21–34. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-3-21-34>

[10] **Kh.G. Tkhagapsoev**, University: Toward “Beyond the Horizon” Strategy, Higher Education in Russia, 28 (8-9) (2019) 83–90. DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-8-9-83-90>

[11] **A. Barman, C. Potsangbam**, Shifts of Strategic Paradigms in the VUCA World – Does “outside the box thinking” a meaningful cliché for the business world?, Conference: Managing Change and Creativity and Innovation in a Dynamic Environment, at Sonarpur, Kolkata: Volume: 7th and 8th April 2017. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/315912311> (accessed 17.08.2020).

[12] **S. Franz**, Fundamentals of the Economic Approach: The Explanatory Concept of Homo Oeconomicus, International Economics, 2 (2004) 1–16.

[13] **J. Willison, K. O’Regan**, Researcher skill development framework. Adelaide, Australia: University of Adelaide. Available at: <https://www.adelaide.edu.au/rsd/framework/rsd7> (accessed 17.08.2020).

[14] **Yu.P. Zinchenko, E.M. Dorozhkin, E.F. Zeer**, Psychological and Pedagogical Bases for Determining the Future of Vocational Education: Vectors of Development, Education and Science Journal, 22 (3) 2020 11–35. DOI: 10.17853/1994-5639-2020-3-11-35

[15] **M.T. Gromkova**, Innovation Methodology in Vocational Education, Vestnik FGOU VO MGAU, 4 (2013) 95–101.

[16] **O.B. Chesnokova, S.M. Churbanova, S.V. Molchanov**, Professional Self-determination in Young Age as a Structural Component of Future Professionalism: Socio-Cognitive and Creative Factors, Cultural-Historical Psychology, 15 (4) (2019) 109–118. DOI: 10.17759/chp.2019150411

- [17] **P. Yang**, Humanities education reform exploration and practice under outcomes-based education (OBE), *Education and Science Journal*, 22 (2) (2020) 78–97. DOI: 10.17853/1994-5639-2020-2-78-97
- [18] **N.M. Melnik, V.M. Nesterenko**, Pedagogical conditions of preparation of university graduates for self-realization in professional activity, *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriia, pedagogika, filologiya*, 25 (4) (2019) 67–72. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2019-25-4-67-72>
- [19] **E.M. Kurmeleva, L.Yu. Meshcheryakova**, Simulacrum and society in modern social theory, *Vestnik Rossiiskogo universiteta družby narodov. Seriya: Sotsiologiya*, 2 (2006) 31–46.
- [20] **G.P. Shchedrovitskiy**, *Znak i deyatelnost. Kn. 1. Struktura znaka: smysly, znacheniya, znaniya* [Sign and activity. Book 1. The structure of the sign: meanings, values, knowledge]. Moscow: Eastern literature [Oriental literature], 2005. 464 p.
- [21] **G.P. Shchedrovitskiy**, Methodological organization of the field of psychology, *Voprosy metodologii*, 1-2 (1997) 108–127.
- [22] **N.M. Melnik**, Intellectual and informational support for personal, self-managed evolution of professional knowledge of a university graduate, *Pedagogical Journal*, 8 (5A) (2018) 446–453.
- [23] **V.M. Nesterenko**, Conceptual principles of engineering education based on the approach to evolutionary activity, in *Handbook on research in the field of engineering education in a global context* (2018), (pp. 463–476), IGI Global, Hershey, Pennsylvania, USA.
- [24] **N.M. Melnik**, The active didactic platform of the evolution of the flagship university, *Research result. Pedagogic and psychology of education*, 4 (4) (2018) 20–31. DOI: 10.18413/2313-8971-2018-4-4-0-2
- [25] **N.M. Melnik**, Innovatsionnaya tehnolodiya podgotovki liderov globalnoyu konkurentsii [Innovative technology for training leaders of global competition], *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. Seriya Psihologo-pedagogicheskie nauki*, 2 (20) (2013) 129–141.

Received 02.09.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ / THE AUTHORS

Нестеренко Владимир Михайлович
Nesterenko Vladimir M.
E-mail: prfgo@rambler.ru

Мельник Надежда Михайловна
Melnik Nadezhda M.
E-mail: prfgo@rambler.ru

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2020

ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МАССОВЫХ ОТКРЫТЫХ ОНЛАЙН КУРСОВ В АКАДЕМИЧЕСКОЙ СРЕДЕ

И.П. Хурыз

Кубанский государственный университет,
г. Краснодар, Российская Федерация

Активное внедрение дистанционного обучения в период пандемии обозначило не только сложности его организации, но и выявило ряд очевидных преимуществ по сравнению с обучением в аудитории, например, интерактивность, мгновенная обратная связь, чёткая структура и др. массовых открытых онлайн курсов (МООК). В ходе создания МООК авторы учитывают требования современной образовательной реальности и когнитивную специфику обучающихся. Цель данной статьи заключается в анализе дискурсивных характеристик англоязычных МООК, отражающих природу дистанционной (синхронной и асинхронной) коммуникации в академической среде и восприятия информации обучающимися. В качестве материала анализа выбраны два курса, размещённые на образовательной платформе Coursera. Исследование проводилось с применением методик дискурс-анализа с последующей качественной и количественной обработкой данных. Сделан вывод о том, что дискурс МООК представляет информацию дозами, чётко структурирован, ясно формулирует цели каждой «дозы» информации и её роль в ходе освоения дисциплины, диалогичен, наполнен разъяснениями.

Ключевые слова: массовые открытые онлайн курсы, дистанционное обучение, когнитивная специфика, активное обучение, диалогичность.

Ссылка при цитировании: Хурыз И.П. Характеристика англоязычных массовых открытых онлайн курсов в академической среде // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 4. С. 43–50. DOI: 10.18721/JHSS.11404

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

ATTRIBUTES OF ENGLISH-LANGUAGE MASSIVE OPEN ONLINE COURSES IN ACADEMIC CONTEXT

I.P. Khoutyz

Kuban State University,
Krasnodar, Russian Federation

During the pandemic, an active introduction of online education demonstrated, besides some organizing difficulties, a great number of its obvious advantages as compared with face-to-face education. Among these advantages of massive open online courses (MOOC) are interactivity, immediate feedback, clear structure, etc. When creating MOOCs, their authors take into consideration requirements of contemporary educational context and learners' cognitive specifics. The purpose of the article is to analyze discursive features of the MOOCs in English that reflect the nature of distance learning communication (synchronous and asynchronous) in academic context and how modern learners process information. Two courses available at the educational platform Coursera were chosen for the analysis. The research was conducted by means of discourse analysis with further application of qualitative and quantitative methods. The author concluded that MOOC discourse presents information in portions, has a distinctive structure, clearly formulates the purpose of each informational portion for studying the course, is dialogic and replete with explanations.

Keywords: massive open online courses, distance learning, cognitive specifics, active learning, dialogicity.

Citation: I.P. Khoutyz, Attributes of English-language massive open online courses in academic context, *Society. Communication. Education*, 11 (4) (2020) 43–50. DOI: 10.18721/JHSS.11404

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

Современный академический дискурс адаптирует новые формы информирования, обусловленные спецификой мышления обучающихся, а также требованиями реальности, заявившими о себе наиболее ярко в период пандемии. Как следствие, способы передачи информации в образовательной среде всё больше опираются на электронные технологии, которые активно внедряются в процесс конструирования знаний. В условиях существующих возможностей образовательной деятельности академический дискурс отражает процесс переосмысления форматов академической коммуникации, что можно проследить на особенностях дискурса дистанционной академической коммуникации.

Активное внедрение дистанционного обучения в период пандемии обозначило не только сложности его организации, но и выявило ряд очевидных преимуществ по сравнению с обучением в аудитории. В результате изучение особенностей дискурса дистанционной коммуникации привлекло внимание лингвистов, которые находятся в поиске его особенностей, способствующих наиболее эффективной трансляции знаний у обучающихся.

Данная статья посвящена анализу дискурсивных характеристик англоязычных массовых открытых онлайн курсов (МООК), отражающих природу дистанционной (синхронной и асинхронной) коммуникации в академической среде.

В ходе осуществления исследования планируется решение следующих задач: 1) рассмотреть когнитивную специфику современных обучающихся, влияющую на процессы восприятия информации; 2) выявить возможности воплощения когнитивной специфики современных обучающихся в дискурсе дистанционных образовательных курсов; 3) рассмотреть особенности конструирования академического дискурса МООК на конкретном эмпирическом материале; 4) сформулировать возможности применения эффективных коммуникативных стратегий дискурса МООК при конструировании академического дискурса образовательных курсов в аудитории.

Научная новизна проведенного исследования заключается в анализе дискурса МООК с учётом особенностей восприятия информации современными обучающимися.

Материал и методы исследования

Материалом анализа выступает дискурс двух МООК на английском языке, размещённых на образовательной платформе Coursera. Это – лекционные курсы *Introduction to Communication Science* (Введение в теорию коммуникации) и *Intercultural Communication and Conflict Resolution* (Межкультурная коммуникация и разрешение конфликтов). Исследование проводилось с применением методик дискурс-анализа с последующей качественной и количественной обработкой данных.

Курсы для исследования были определены методом случайного выбора из числа курсов, отвечающих заданным критериям – тематическая схожесть и продолжительность. *Introduction to Communication Science* четырёхнедельный курс, подготовленный Амстердамским университетом; обучение на курсе *Intercultural Communication and Conflict Resolution* рассчитано на три недели, курс подготовлен Калифорнийским университетом в Ирвайне.

Результаты исследования и их обсуждение. Когнитивная специфика современного студента. Новые образовательные технологии, сформированные под влиянием требований действительности, системно описаны в докладе профессора О.А. Сулеймановой на II Всероссийской кон-

ференции «Педагогический дискурс: качество речи учителя» (Москва: МГПУ, 27-29 мая, 2020). О.А. Сулейманова отметила, что в связи с тем, что современное поколение студентов способно сиюминутно добывать нужную информацию, в образовательном процессе утрачивается необходимость пассивного слушания и запоминания. Особенностью мышления обучающихся является клиповость – способность фокусироваться на небольшом, но связанном с конкретной задачей или темой отрывке информации. Подчеркнём, что клиповость мышления не является ущербностью, а наоборот, представляет когнитивное состояние, при котором индивид осознанно не фокусируется на нерелевантной информации [1].

Для современного студента прикладной аспект знания выходит на первый план. Это придаёт особую важность активному участию обучающихся в процессе освоения информации (active learning). Примерами методов активного обучения могут быть различного рода дискуссии, кейс-стади, ролевые игры и др. Форматы подачи информации, позволяющие учесть специфику мышления обучающихся, по мнению О.А. Сулеймановой, – дозированность информации и проектно-ориентированное обучение, базирующееся на совместном выполнении практико-ориентированных заданий [1].

Особенностью активного обучения является то, что в центре образовательного процесса находятся интересы обучающихся, а не сама информация или интересы вуза и/или преподавателя. Это, безусловно, трансформирует риторику академического дискурса в целом и образовательной коммуникации в частности, основанной на понимании образования как услуги [2]. Процесс активного обучения – прямая противоположность пассивному обучению, когда отношения между преподавателем и студентами были максимально ассиметричными и напоминали модель отношений между мастером и подмастерьем [3].

Традиционная лекция, которую читает преподаватель, а студент пассивно усваивает (а, скорее, не усваивает) информацию, и будет примером пассивного обучения. Процесс активного обучения трансформирует роль преподавателя в координатора, управляющего информационным потоком с учётом особенностей обучающихся. Это осуществляется через деятельность, в которую вовлекаются студенты, одновременно осваивая навыки критического мышления и решения конкретной задачи [3]. Реализовать методики активного обучения позволяют электронные образовательные платформы, с помощью которых студенты получают знания дистанционно с применением синхронных и асинхронных технологий.

Ключевым понятием для дистанционного обучения, однако, является постоянный диалог преподавателя с обучающимися: «Синхронные и асинхронные педагогические технологии дистанционного обучения сопровождают процесс обучения и эффективно обеспечивают учебный диалог» [4, с. 69]. Очевидно, что с учётом требований реальности и когнитивных характеристик современных студентов процесс обучения, реализуемый посредством дистанционного академического дискурса, стал интерактивным, предполагает вариацию форм деятельности, направленных на конкретный результат, который обучающиеся должны получить (практический навык).

Рассмотрим, как реализованы указанные форматы активного обучения в англоязычных массовых онлайн курсах, предлагаемых на образовательной платформе Coursera.

Анализ особенностей англоязычного дистанционного академического дискурса

Для начала поясним, что образовательные курсы, которые размещены на платформе Coursera, называются массовые открытые онлайн курсы (МООК) – massive open online course (МООС). Предположительно, курсы МООК предназначены для широкой аудитории, которая может обучаться бесплатно [5]. Структура курса включает: короткие видеолекции, сопровождаемые заданиями; тесты, оцениваемые компьютером; форумы-дискуссии. Если в рамках курса запланировано творческое задание, его, как правило, оценивают другие студенты, осваивающие данный курс. Подобная техника оценивания активно практикуется на платформе Coursera. Как у любой

формы образования, у MOOK можно выделить достоинства и недостатки. К достоинствам, как правило, относятся:

- интерактивность, осуществляемая посредством многочисленных каналов коммуникации;
- мгновенная обратная связь и оценка, которую можно пересдать, если результат не нравится студенту;
- возможность посещать MOOK лучших преподавателей мира, курсы которых доступны всем;
- чёткая и структурная подача материала;
- свободный график обучения.

Как отмечается на сайте ЛЭТИ: «Современные средства связи позволяют оптимизировать подачу информации, сделав ее лаконичной и удобной к восприятию» [6]. Видеоролики лекций, которые делятся на «порции знаний», легче усвоить обучающимся, чем неделимый поток информации, типичный для лекционного занятия в аудитории. У каждой темы есть временные рамки, которые обучающийся должен соблюдать. Но слушать лекции можно в удобное время, причём несколько раз. Лекции сопровождаются транскриптами (особенно актуально, если дисциплина преподаётся не на родном языке).

Итак, с точки зрения дискурсивного изучения MOOK, обращают внимание такие его характеристики, как фрагментарность или структурность, стремление вовлечь обучающихся в образовательный процесс для соответствия технологии активного обучения.

Рассмотрим, как данные особенности лекций MOOK представлены на примере избранных для анализа курсов, размещённых на платформе Coursera.

Клиповость мышления обучающихся обусловила необходимость структурированной подачи материала, которая осуществляется на вербальном и невербальном уровнях. Например, дисциплина *Introduction to Communication Science* длится четыре недели. Ещё до начала курса потенциальный обучающийся может прочитать программу курса, информирующую о тематическом наполнении дисциплины по неделям, а также задания, которые необходимо выполнить в течение недели.

Далее каждая неделя раскладывается на более подробную информацию о сроках, отведённых на просмотр лекций и выполнение заданий / теста. В описании MOOK составители указывают тематическое наполнение для каждой недели, информируя о количестве видео («доз» информации), обозначают тему каждого видео и продолжительность.

Суть дозированной информации заключается в том, что она представлена не единым потоком, а разбивается на фрагменты продолжительностью не более 10–15 минут. Эти порции информации – «кванты знания» [1] – помимо теоретической значимости представляют практическую направленность, на основе которой обучающиеся смогут научиться решать конкретную задачу. Эта конкретная задача (the objective) обозначается лектором на первом слайде видеолекции. Каждая «доза» информации сопровождается проверочными вопросами – нужно выбрать правильный вариант из предложенных. Ответ получит мгновенную оценку. Сами видеолекции, как правило, состоят из красочных слайдов, не перегруженных информацией. На некоторых видео лектор обязательно появляется перед своей аудиторией, активно обращается к студентам, что способствует чувству диалога каждого обучающегося с лектором.

Мы переходим к следующей особенности курсов MOOK – их диалогичности, выражаемой в том, как лектор поддерживает связь с обучающимися, конструирует ощущение контакта. При реализации формата активного обучения диалогичность играет ключевую роль [7]. Лекторы появляются на первой видеолекции, чтобы приветствовать студентов. Они «знакомятся» со своей аудиторией – рассказывают о себе и о курсе подобно тому, как они это делали бы в аудитории. Информация о курсе может включать не только темы и формы отчётности, но и рассказ о том, как он снимался и с какой целью. Составители курса *Intercultural Communication and Conflict Resolution* на первом видео рассказывают о целях курса, о том, как создавался курс, почему именно такие

формы заданий были ими выбраны для освоения информации. Доктор Rutger de Graaf, который читает курс *Introduction to Communication Science*, на первом вводном видео рассказывает об университете Амстердама, где он работает, где был подготовлен его курс, а также говорит о принципе организации курса MOOC:

Welcome to the course Introduction to Communication Science. My name is Dr. Rutger de Graaf. I'm a lecturer at the Department of Communication Science of the University of Amsterdam. We're now standing in the courtyard of the het Oost-Indisch Huis, the seventeenth century headquarters of the Dutch East-India Company. In this historical landmark over 150 scientists study and teach the science of communication [8].

Анализ транскриптов исследуемых дисциплин показал, что средства диалогичности, которые используют лекторы онлайн курсов, не только подобны тем, которые типичны для традиционной лекции, но, возможно, даже используются более активно. Так, лектор курса *Introduction to Communication Science* на первой неделе в видеолекциях использует: местоимение *we* – 76 раз, местоимение *our(s)* – 30 раз, местоимение-обращение *you/your(s)* – 21 раз, риторические вопросы – 8 раз, восклицательные конструкции – 2 раза, коллективный директив *let's* – 6 раз. Последняя лекция недели 1 завершается фразой, наполненной средствами диалогичности:

If you want to know more about the topics we discussed this week, there are links to further readings, movies, and websites in the online environment of this MOOC. Also, try to test your recall by answering some MC questions and join the discussion on our online forum. I hope to see you next week! [8]

Данный пример демонстрирует, как лектор напрямую обращается к своим студентам с помощью местоимения *you / your*, объединяет себя со своими обучающимися местоимением *we / our* для усиления чувства взаимопонимания, а глаголы-директивы управляют вниманием аудитории. Все обозначенные средства являются типичными инструментами конструирования диалога в академическом дискурсе и институциональной коммуникации в целом [9, 10].

Аналогичное использование средств диалогичности можно наблюдать в первых двух видео курса *Intercultural Communication and Conflict Resolution*. Один из составителей курса Najla DeBow за 3.35 минут первого видео к курсу использует 18 раз местоимение *you / your* и 3 раза местоимение *we*:

We will begin by explaining the new dimensions that arise in intercultural communications. Then we will analyze the dynamics of intercultural interactions. And finally, in the last module, we'll plan strategies for successful intercultural interactions. Each module is to work independently of the other and for you to be able to complete at your own pace for an optimum learning experience [11].

Второй составитель курса, который читает все лекции, Amit Kothari в первой видеолекции продолжительностью 13 минут использует 15 раз местоимение *you/your/yourself*, 68 раз местоимения *we/us/our*, 11 вопросов, один коллективный директив *let's talk*. То есть в минуту лектор использует как минимум 7 средств диалогичности (отметим, что мы не учитываем директивные конструкции и ссылки на общеизвестную информацию, которые тоже используют лекторы):

Our objective in this lesson is to identify intercultural communication techniques and to discuss how conflict can arise from cultural differences. Why don't we dig into this? [11]

В вышеприведённых трёх предложениях (55 слов), завершающих курс, можно выявить 8 средств диалогичности, что составляет 14,5 % от общего числа слов. Это – местоимения, кон-

струирующие поле «своих», местоимения, с помощью которых лектор обращается к аудитории, директивы, управляющие вниманием аудитории и усиливающие чувство контакта с лектором, восклицательная конструкция, передающая эмоциональный настрой лектора и вызывающая расположение обучающихся к лектору и курсу.

Также немаловажную роль в конструировании контакта, ощущения группы в дискурсе MOOK играет чат, где студенты могут синхронно обмениваться мнениями, задавать вопросы, получать мгновенные ответы на волнующие их проблемы, формируя таким образом своего рода сообщество заинтересованных. Соответственно, при обучении дистанционно посредством MOOK студенты не чувствуют себя изолированными: структура организации курса, а также дискурсивные особенности информации направлены на формирование чувства сообщества среди обучающихся [12].

Заключение

Анализ дискурса двух англоязычных курсов (MOOK), размещённых на образовательной платформе Coursera, показал, что основными их характеристиками являются чёткая структурная организация информации, позволяющая ясно формулировать цель каждой «дозы», её практическую значимость, усиленная диалогизация.

Структура дискурса MOOK направлена на такое выстраивание информационного потока, которое формирует у потенциального обучающегося понимание о курсе, о том, какие реальные знания будут получены в результате его изучения, какое усилие для этого необходимо приложить. Информация в рассмотренных англоязычных MOOK делится на «дозы», которые фокусируются на одном из аспектов темы и одновременно реализуют определённую задачу, сформулированную в начале «дозы».

Интенсивная диалогизация дискурса MOOK, как можно предположить, формирует у обучающихся чувство сообщества, сотрудничества с преподавателем, доброжелательной академической среды, а также ощущение значимости собственного голоса / мнения при освоении курса [13]. В результате, при асинхронной форме дистанционного обучения студент постоянно ощущает поддержку преподавателя, что, по всей вероятности, усиливает эффективность разъяснительных стратегий, которыми насыщен дискурс MOOK.

Подводя итог рассмотрению дискурсивных особенностей англоязычных MOOK, можно сделать вывод, что он создаётся с учётом интересов студента: он предоставляет информацию дозами, чётко структурирован, ясно формулирует цели каждой «дозы» информации и её роль в ходе освоения дисциплины, диалогичен, наполнен разъяснениями. Дальнейшее изучение специфики конструирования дискурса MOOK с применением методик дискурс-анализа [14] и с учётом эффективности освоения информации обучающимися (см., например [15]) представляется актуальным направлением современной лингвистики и компьютерно-опосредованной коммуникации в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сулейманова О.А. Сетевые технологии в образовательном пространстве или потенциал сетевых технологий в исследовательском образовательном пространстве // Педагогический дискурс: качество речи учителя. Пленарный доклад на II Всероссийской конф. Москва: МГПУ, 27-29 мая, 2020 // URL: <https://sway.office.com/TPXPTnRxaZE7TTDC?ref=Link> (Дата обращения: 19.09.2020).
2. Mayr A. Discourses of higher education: Enterprise and institutional change in the university // Language and Power. An Introduction to Institutional Discourse. London, New York: Continuum International Publishing Group, 2008. Pp. 26–45.
3. Andriotis N. 10 Active learning methods for super engaged corporate learners. Efront, 2017 // URL: <https://www.efrontlearning.com/blog/2017/05/active-learning-methods-engaged-corporate-learners.html>. (Retrieved: 14.09.2000).

4. **Егурнова А.А.** Асинхронные и синхронные средства коммуникации в организации педагогического дискурса // *Colloquium-journal*. 2020. № 6 (58). С. 69–70. DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11466
5. **Pilli O., Admiraal W.** A taxonomy of massive open online courses // *Contemporary Educational Technology*. 2016. No. 7 (3). Pp. 223–240.
6. Что такое MOOC (массовые открытые онлайн курсы) // СПбГЭТУ «ЛЭТИ» // URL: <https://etu.ru/ru/on-line-obuchenie/mooc>.
7. **Eng N.** *Presenting: the Professor's Guide to Powerful Communication*. Norman Eng Publisher, 2019. 174 p.
8. *Introduction to Communication Science* // Coursera // URL: <https://www.coursera.org/learn/communication/home/welcome>.
9. **Хутыз И.П.** Средства диалогизации академического дискурса на русском и английском языках // *Мир лингвистики и коммуникации*. 2020. № 1 (59). С. 41–55.
10. **Hyland K.** *Academic Discourse*. London, New York: Continuum, 2009.
11. *Intercultural Communication and Conflict Resolution* // Coursera // URL: <https://www.coursera.org/learn/intercultural-communication/home/info>
12. **Brooks C.F.** 'Don't even trip, u did your part': Analysing community in online student talk // *Classroom Discourse*. 2013. No. 4 (2). Pp. 168–189.
13. **Benwell B., Stokoe E.** *Discourse and identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd., 2006.
14. **Mohebi L.** *Discourse Analysis in a Virtual Classroom: a MOOC Example* // SSRN: electronic journal, 2019 // URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3401161. DOI: 10.2139/ssrn.3401161
15. **Stansberry S.L.** *Effective assessment of online discourse in LIS courses* // *J. of Education for Library and Information Science*. 2006. No. 47 (1). Pp. 27–37.

Статья поступила в редакцию 31.10.2020.

REFERENCES

- [1] **O.A. Suleymanova**, *Setevyye tekhnologii v obrazovatelnom prostranstve ili potentsial setevykh tekhnologiy v issledovatel'skom obrazovatelnom prostranstve* [Network technologies in the educational space or the potential of network technologies in the research educational space], *Pedagogicheskiy diskurs: kachestvo rechi uchitelya: plenarnyy doklad na II Vserossiyskoy konferentsii* [Pedagogical discourse: the quality of the teacher's speech. Plenary report at the II All-Russian conference]. Moscow: MGPU, 27-29 may, 2020. Available at: <https://sway.office.com/TPXPTnRxaZE7TTDC?ref=Link> (accessed: 19.09.2020).
- [2] **A. Mayr**, *Discourses of higher education: Enterprise and institutional change in the university, Language and Power. An Introduction to Institutional Discourse*. London, New York: Continuum International Publishing Group, 2008. Pp. 26–45.
- [3] **N. Andriotis**, *10 Active Learning Methods for Super Engaged Corporate Learners* // Efront, 2017. Available at: <https://www.efrontlearning.com/blog/2017/05/active-learning-methods-engaged-corporate-learners.html> (accessed: 14.09.20).
- [4] **A.A. Yegurnova**, *Asynchronous and synchronous communication means in the organization of pedagogical discourse*, *Colloquium-journal*. 6 (58) (2020) 69–70. DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11466
- [5] **O. Pilli, W. Admiraal**, *A taxonomy of massive open online courses*, *Contemporary Educational Technology*. 7 (3) (2016) 223–240.
- [6] *Chto takoye MOOS (massovyye otkrytyye onlayn kursy)* [What is MOOC (massive open online courses)], *SPbGETU «LETI»*. Available at: <https://etu.ru/ru/on-line-obuchenie/mooc>.
- [7]. **N. Eng**, *Presenting: the Professor's Guide to Powerful Communication*. Norman Eng Publisher, 2019. 174 p.
- [8] *Introduction to Communication Science*, Coursera. Available at: <https://www.coursera.org/learn/communication/home/welcome>
- [9] **I.P. Khutyzy**, *Dialogicity means in academic discourse in English and Russian*, *World of Linguistics and Communication: electronic scientific journal*. 1 (59) (2020) 41–55.

- [10] **K. Hyland**, Academic Discourse. London, New York: Continuum, 2009.
- [11] Intercultural Communication and Conflict Resolution, Coursera. Available at: <https://www.coursera.org/learn/intercultural-communication/home/info>
- [12] **C.F. Brooks**, ‘Don’t even trip, u did your part’: Analysing community in online student talk, Classroom Discourse. 4 (2) (2013) 168–189.
- [13] **B. Benwell, E. Stokoe**, Discourse and identity. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd., 2006.
- [14] **L. Mohebi**, Discourse Analysis in a Virtual Classroom: a MOOC Example, SSRN: electronic journal, 2019. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3401161. DOI: 10.2139/ssrn.3401161
- [15] **S.L. Stansberry**, Effective assessment of online discourse in LIS courses, Journal of Education for Library and Information Science. 47 (1) (2006) 27–37.

Received 31.10.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / THE AUTHOR

Хутыз Ирина Павловна
Khoutyz Irina P.
E-mail: ir_khoutyz@hotmail.com

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2020

DOI: 10.18721/JHSS.11405
УДК 316

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЫ СТУДЕНТОВ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ

Е.Л. Попова

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

Рассмотрена мотивационная сфера личности как сложное интегральное образование, на формирование и содержание которого влияют как внутренне обусловленные мотивы, так и внешние стимулы, то есть и биологические, и психологические, и социальные особенности. Выявлены особенности мотивационной сферы студентов Санкт-Петербургского политехнического университета. Исследованы потребность в достижениях, мотивация избегания неудач, ориентационная направленность студентов, временные перспективы и их содержательная направленность. Изучена взаимосвязь мотивационных особенностей, доминирующего психического состояния, временных перспектив и гендерной принадлежности студентов.

Ключевые слова: мотивация достижения, мотивация избегания неудач, гендер, студенты магистратуры, корреляционный анализ, техническое образование.

Ссылка при цитировании: Попова Е.Л. Особенности мотивационной сферы студентов российских вузов // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 4. С. 51–60. DOI: 10.18721/JHSS.11405

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

FEATURES OF THE MOTIVATIONAL SPHERE OF RUSSIAN UNIVERSITY STUDENTS

E.L. Popova

St. Petersburg State University,
St. Petersburg, Russian Federation

Motivational sphere of the personality is considered to be a complex integral formation, the content of which is influenced by both internally conditioned motives and external stimuli, that is, biological, psychological, and social characteristics. The features of the motivational sphere of the St. Petersburg Polytechnic University students have been revealed. The need for achievements, motivation to avoid failures, orientation of students, time perspectives and their content orientation were investigated. The interrelation of motivational characteristics, dominant mental state, time perspectives and gender of technical university students were studied.

Keywords: achievement motivation, failure avoidance motivation, gender, graduate students, correlation analysis, technical education.

Citation: E.L. Popova, Features of the motivational sphere of Russian university students, Society. Communication. Education, 11 (4) (2020) 51–60. DOI: 10.18721/JHSS.11405

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

Тема мотивации всегда представляла интерес для исследователей разных научных направлений. Тем не менее сейчас мотивация является одним из ключевых понятий не только в мире науки, но и в мире бизнеса, образования, развлечений, шоу-бизнеса и во многих других сферах. В связи с глобализацией в последние десятилетия и мировой культурой достижений и ориентации на успех, понятие мотивации приобрело широкое значение и стало пониматься как стимул, позыв или даже требование к действию. В более полном и научном контексте мотивационная сфера личности представляет некий базовый конструкт, который во многом определяет наш способ взаимодействия с миром, способ самовыражения и удовлетворения потребностей и желаний. Изучение мотивации и связанных с ней понятий кажется нам ценным и важным, т. к. позволяет составить более полную картину личностной организации, а значит, узнать и лучше понять истинные желания, потребности и интересы, что в свою очередь позволяет лучше адаптироваться в обществе и жить более наполненной, эффективной жизнью.

В наши дни в рамках сложившейся социально-экономической ситуации, роста конкуренции, стремительного развития технологий и других факторов предъявляются высокие требования к личности студента. Современный студент должен представлять собой творческую, конкурентоспособную, стрессоустойчивую, саморазвивающуюся, готовую к изменениям и вызовам современности личность. Формирование личности, в свою очередь, происходит благодаря целенаправленному формированию мотивационной сферы через воспитание и обучение. Таким образом, важнейшим условием актуализации потенциала личности студента является изучение и понимание уже достаточно сформировавшейся мотивационной сферы, исследование которой заслуживает серьезного анализа, в том числе в гендерном аспекте [1].

Отметим, что, по нашим наблюдениям, обращение исследователей к контингенту студентов технического вуза чаще характерно для социологов (например, [2]), в то время как психологические аспекты также требуют нашего пристального внимания. Поэтому мы решили исследовать особенности мотивации и взаимосвязь с доминирующими психическими состояниями студентов в гендерном аспекте. Во многих исследованиях, посвященных мотивации, формируется парадигма личностно-ориентированного образования, направленного на становление самоактуализирующейся, способной к саморазвитию личности¹ [3–5]. Важнейшим условием оптимизации потенциала личности студента является её направленность, изучение которой заслуживает серьезного анализа, в том числе в гендерном аспекте, что представляется нам особенно актуальным.

Цель исследования – анализ основных характеристик мотивационной сферы студентов российских вузов в 2020 году. Выборка и опрос проводились в университете технического профиля, учитывался гендерный аспект. Предметом исследования является взаимосвязь мотивационных особенностей, доминирующего психического состояния, временных перспектив и гендерной принадлежности студентов.

Обзор литературы

Принцип саморазвития личности выражается в активности совершенствования личных особенностей и способностей. Первостепенное значение среди них имеют потребностно-мотивационная сфера и способности к творческой деятельности. Высокая позитивная мотивация к обучению может компенсировать недостаточно высокие способности, при этом даже при наличии высокого уровня способностей отсутствие учебного мотива или его низкая выраженность могут привести к неудачам в учебной деятельности [6, 7].

¹ Иванова Т.В. Особенности становления мотивационно-личностной сферы юношей и девушек – современных студентов технического вуза в процессе обучения: Дисс. ... канд. психол. наук. Н. Новгород, 2006.

Процесс становления мотивации связан с различными личностными образованиями, формирующимися по мере развития, также существуют определенные особенности, характерные для каждого возрастного этапа. В процессе развития у человека могут меняться доминирующие потребности, ценности, идеалы и другие мотиваторы, которые могут влиять на общую направленность. Поэтому, актуальность исследования ещё обусловлена тем, что многие авторы определяют период обучения в вузе как сензитивный для формирования мотивационной сферы. Это возраст (18-25) формирования устойчивых свойств личности, стабилизации всех психических процессов, становления мировоззрения, интеллектуальной и творческой активности [3, 8–10]. Нами была выбрана группа студентов, обучающихся в магистратуре на первом курсе, т. к. на этом этапе обучения студенты получают вторую ступень высшего образования и имеют уже более осознанно сформированную мотивационно-личностную сферу, чем студенты младших курсов.

Проводя наше исследование, мы исходили из биопсихосоциального подхода, утверждающего, что в развитии какой-либо особенности у человека играют важную роль биологические (генетические, анатомические, физиологические, биохимические и др.), психологические факторы, включающие в себя эмоциональную, поведенческую и когнитивную сферы, а также социальные факторы, в частности, социально-экономические, факторы социального микроокружения, культурные особенности и др.² [3, 5, 11–13]. В нашем исследовании мы рассматриваем мотивационную сферу личности как сложное интегральное образование [16–18], на формирование и содержание которого влияют как внутренне обусловленные мотивы, так и внешние стимулы, т. е. и биологические, и психологические, и социальные особенности.

Материалы и методы исследования

1. Теоретико-эмпирические методы: изучение и анализ научной литературы российских и зарубежных авторов по общей, педагогической психологии, психологии развития, моделирование экспериментального исследования.

2. Количественно-диагностические (тестовые) методы:

- метод мотивационной индукции в адаптации Н.Н. Толстых (Ж. Нюттен – Н.Н. Толстых) [14];
- методика определения потребности в достижении успеха (методика Ю.М. Орлова) [3];
- методика определения ориентационной направленности личности Басса [4];
- методика определения мотивации избегания неудач (Т. Элерса) [15];
- методика определения доминирующего состояния (В.П. Соломин)³.

Описание выборки и полученные результаты

Специфика мотивационной сферы студентов технического вуза может быть связана с рядом личностных показателей: с полом (гендером), с активным или пассивным отношением к жизненной ситуации, ориентационной направленностью личности, эмоциональной стабильностью и пр. Нам представляется необходимым описание выборки и методики для выполнения исследовательских задач.

В исследовании приняли участие 84 учащихся (39 девушек и 45 юношей) первого курса магистратуры Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, из которых 65 (30 девушек и 35 юношей) человек соответствовали всем критериям отбора для проведения исследования.

Критерии включения в исследование:

- 1) обучение на 1 курсе магистратуры технической специальности;
- 2) возраст 21-30 лет;
- 3) выполнение всех предложенных тестов.

² Магомед-Эминов М.Ш. Мотивация достижения: структура и механизмы: Дисс. ... канд. психол. наук. М., 1987. 343 с.

³ Соломин В.П. Психологическая безопасность: учеб. пособие. М.: Дрофа, 2008. 288 с.

Критерии исключения из исследования:

- 1) отсутствие большей части ответов на тесты;
- 2) выход за пределы возрастного диапазона (21–30).

Для проведения исследования нами было разработано полуструктурированное интервью, которое включало в себя элементы биографической и социально-демографической анкеты, а также вопросы об образовании и профессиональной деятельности. Для нашего исследования нам было важно узнать возможные дополнительные факторы, влияющие на мотивационные особенности студентов. Такими факторами могут быть возраст, доход, общая удовлетворенность процессом обучения.

Студенты представляют разные институты технической направленности (Инженерно-строительный институт (ИСИ), Институт машиностроения, материалов и транспорта (ИММиТ) и др.). Особенностью выборки является то, что все испытуемые – студенты, т. е. лица, ориентированные на учебную деятельность. Средний возраст выборки студентов 22,4 года. Средний доход у 54 % выборки до 25 000 руб. в месяц, 28 % получают 25 000–50 000 руб. в месяц, 8 % – больше 50 000 руб., 10 % не ответили на этот вопрос. 42 человека из опрошенных работают, 23 не работают (64,6 и 35,4 % соответственно). Среди мужчин занятых 57,1 %, не работают 42,9 %; среди женщин 73,3 % занятых, 26,7 % не работают.

Среди опрошенных 45 человек продолжают обучение в магистратуре по той же специальности, по которой обучались на бакалавриате. Работа соответствует получаемому образованию у 34 человек, у 24 не соответствует; 48 человек собираются продолжать работать в сфере получаемого образования, один не собирается, 16 человек ответили «не знаю».

Также мы просили студентов оценить по шкале от 1 до 10 уровень получаемого удовольствия от обучения, уверенность в правильности выбора специальности и совпадение ожиданий от обучения с реальностью. Средний уровень совпадения ожиданий от обучения с реальностью и получаемого удовольствия от обучения 6,2 балла, средний балл по показателю правильности выбора специальности выше – 6,9 баллов.

Средние баллы оценки показателей получаемого образования показаны на рис. 1.

Девушки оказались более критически настроенными при оценке данных показателей: средний балл у девушек по первому показателю 5,4, в то время как юноши этот же показатель оценивают в 6,8 баллов. По шкале уверенности в правильном выборе специальности средний балл у юношей 7,3, а у девушек 6,5. Совпадение ожиданий от обучения с реальностью у юношей также выше, чем у девушек: 6,9 и 5,4, соответственно.

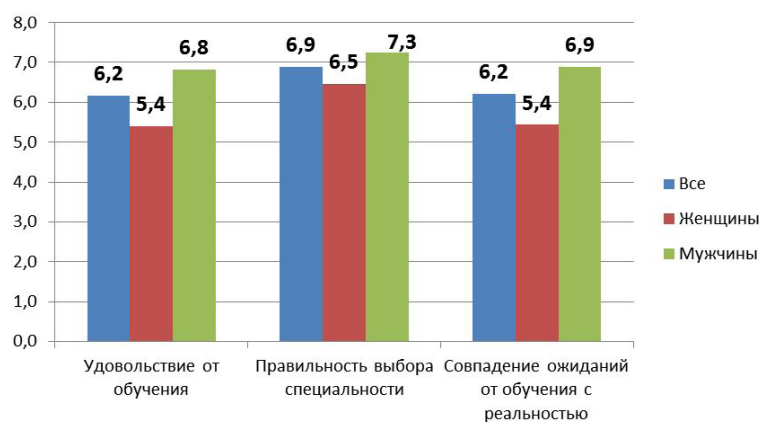


Рис. 1. Распределение средних баллов оценок показателей получаемого образования

Fig. 1. Distribution of average scores of assessments of indicators of education received

Для анализа взаимосвязи между доминирующими состояниями и мотивацией проводился корреляционный анализ с помощью коэффициента корреляции Ро-Спирмена. Далее представлены интратестовые корреляции (корреляции между различными методиками), показатели интратестовых корреляций указаны выше, тем не менее, их изучение выходит за рамки поставленных задач. Результаты корреляционного анализа представлены в виде плеяд на рис. 2. Все выявленные корреляции являются двусторонними.

На рис. 2 отражается обратная взаимосвязь между мотивацией избегания неудач и отношением к жизненной ситуации и прямая взаимосвязь мотивации избегания неудач и образа самого себя. Можно сказать, что чем активнее отношение к жизненной ситуации, тем ниже мотивация избегания неудач. Чем оптимистичнее у человека отношение к жизненной ситуации, чем больше веры в свои возможности, тем меньше он будет стремиться защитить свою самооценку и поддержать свой личный престиж. Также можно сказать и обратное: чем более пассивное отношение к жизни, чем меньше веры в свои силы, тем менее рискованным и более защитным будет поведение, а, следовательно, деятельность будет менее результативной. Данная корреляция была обнаружена в целом по всей выборке.

Важно, чтобы образ самого себя был положительным, но адекватным, т. к. позволяет принимать себя полностью со всеми недостатками. Тем не менее очень высокие баллы в категории образ самого себя дают основания предполагать низкую критичность в самооценивании, недостаточную адекватность самооценки, неискренность, а, следовательно, неготовность принять себя реальным, неидеальным, способным на ошибку и способным принять себя после совершения ошибки. Прямая взаимосвязь между образом себя и мотивацией избегания неудач может говорить о том, что чем более неадекватно высокий и положительный образ себя, тем больше проявляются стратегии избегания, которые как раз нацелены на сохранение собственной самооценки и положительного образа.

На рис. 3 показана взаимосвязь мотивации достижения и состояния спокойствия.

При анализе взаимосвязи мотивации достижений и доминирующих состояний нами была обнаружена прямая положительная статистически значимая взаимосвязь с показателем «спокойствие / тревога». Такой результат может говорить о том, что чем спокойнее себя чувствует человек, тем выше у него мотивация достижения, тем с большей вероятностью он пойдет на риск. Чем ниже тревога у человека, тем большее упорство он будет демонстрировать в ситуации неопределенности, будет более настойчивым в достижении своих целей. Именно тревога увеличивает проявление эмоциогенных раздражителей различной силы, в том числе и незначительных, может увеличивать интенсивность отрицательных эмоций, усиливая их негативное влияние на сознание, поведение и деятельность.

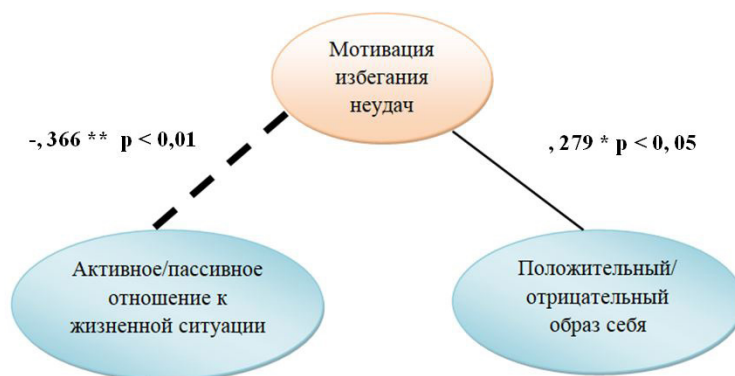


Рис. 2. Взаимосвязь мотивации избегания неудач и отношения к жизненной ситуации и образа себя

Fig. 2. The relationship between motivation to avoid failure and attitude to life situation and self-image

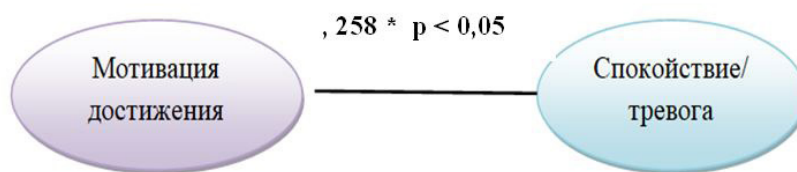


Рис. 3. Взаимосвязь мотивации достижения и показателя «спокойствие/тревога»
Fig. 3. The relationship between achievement motivation and the “calm / anxiety” indicator

Дискуссия

Обобщая полученные результаты анализа особенностей мотивационной сферы студентов технического вуза, можно сказать, что среди респондентов преобладают люди, имеющие деловую направленность, мотивированные в основном на разного рода профессиональную и учебную деятельность, общение и поддержание контактов с близкими. Это люди с достаточно высокими субъективными оценками характеристик настроения и личностного уровня психических состояний. У большинства студентов умеренно высокие показатели активности отношения к жизненной ситуации, субъективно высокая оценка запаса сил и внутренней энергии, ровный положительный эмоциональный тон.

В ходе исследования были обнаружены статистически достоверные различия между мужчинами и женщинами. Несмотря на то, что большая часть юношей и девушек направлены на задачу, что можно объяснить спецификой вуза, было обнаружено, что на уровне тенденции среди девушек больше респондентов, чем среди юношей, имеют ориентационную направленность на себя и на взаимодействие. Такие различия могут быть обусловлены социальными требованиями гендерной принадлежности, которые в большей степени ориентируют мальчиков стремиться быть успешным в профессиональном плане, а девочек стремиться завести семью. Тем не менее, нам кажется, важно отметить, что всё-таки большинство девушек технических факультетов, так же как и юноши, имеют направленность на задачу, что может говорить об изменениях в гендерных стереотипах.

Мотивация достижения и мотивация избегания у большинства студентов независимо от гендера находится на среднем уровне. Нами были обнаружены статистически достоверные различия между мужчинами и женщинами в результатах потребности в достижениях. Девушки на уровне тенденции больше готовы рисковать, чем юноши. По результатам исследования мотивации избегания, нами не было получено статистически достоверных различий, тем не менее у девушек баллы незначительно выше. Похожие результаты были получены А.И. Винокуровым⁴, в исследовании которого женщины показали более высокие результаты как в мотивации достижения, так и в мотивации избегания. Наше исследование показало обратные результаты по сравнению с исследованиями К. Хорни и Е. Фергюсон, которые отмечали доминирование мотивации на успех среди юношей, а у девушек преобладание мотивации избегания. Такие различия в результатах могут говорить о смещении дискурса в сторону меньшей жесткости закрепления гендерных ролей.

Для всех студентов технического вуза независимо от пола доминирующими являются мотивы, связанные с профессиональной и учебной деятельностью, а на втором месте стоит мотив общения и поддержания контактов с окружающими. Тем не менее у девушек мотив, направленный на взаимодействие, статистически значимо более выражен, чем у мужчин. На третьем и четвертом месте у респондентов находятся мотивы, направленные на аспекты личности и на самореализацию. Похожие результаты были получены Т.В. Ивановой в 2008 году, но мотив, связанный с семьей и общением, у девушек был на первом месте, а после него шел мотив, связанный с про-

⁴ Винокуров А.И. Взаимосвязь индивидуальных и личностных характеристик человека: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. СПб., 1996.

фессиональной и учебной деятельностью. Такая разница в результатах может свидетельствовать о том, что социально обусловленные полоролевые стереотипы начинают меньше влиять на современных студентов. И мужчины, и женщины в первую очередь заинтересованы в достижении успеха в профессиональной сфере.

В ходе исследования были обнаружены корреляционные связи показателей доминирующих состояний студентов и особенностей мотивационной сферы:

- Прямая значимая связь между мотивацией избегания неудач и высокими показателями положительного образа себя. Обратная корреляция между активностью в отношении к жизненной ситуации и мотивацией избегания неудач. Чем ниже активность человека в отношении к жизненной ситуации и чем более положительный у него образ самого себя, тем выше его мотивация избегания неудач.

- Потребность в достижениях имеет прямую значимую взаимосвязь с субъективным ощущением спокойствия. Чем ниже тревога, тем выше потребность в достижениях.

- В мужской выборке была обнаружена прямая связь между мотивацией достижений, показателем низкой тревожности и активным отношением к жизненным ситуациям. Чем более активная позиция у мужчин относительно жизненных ситуаций, чем ниже у них тревога, тем выше у них мотивация достижений. В женской выборке таких взаимосвязей нет. Такие результаты могут говорить о социальном давлении в сфере достижений и риска, предъявляющем более высокие требования к мужчинам, что может влиять на показатели тревожности.

- Обратная связь была обнаружена между положительным восприятием себя и мотивами, направленными на общение и личностные аспекты. Чем выше у мужчин положительное отношение к своему образу, тем ниже у них мотивация, направленная на общение и на изменение личностных аспектов.

- Прямая связь в женской выборке между мотивом, направленным на познание, и такими показателями, как устойчивый эмоциональный фон и активная жизненная позиция. Чем более активное отношение к жизненной ситуации у женщин и чем более устойчивый у них эмоциональный фон, тем больше у них проявляется мотивация, направленная на познание и получение информации.

Результаты исследования дополняют существующую парадигму современного образования, позволяя найти новые способы организации работы по оптимизации учебного процесса через внедрение новых программ подготовки студентов технических направлений, где развитию личности студента и особенностям его мотивационной сферы будет уделяться больше внимания. Тогда техническое образование может стать более личностно ориентированным, отвечающим современным тенденциям науки и требованиям общества.

Выводы

В результате проведенного исследования нами проанализирована мотивационная сфера студентов технического вуза. Исследованы потребность в достижениях, мотивация избегания неудач, ориентационная направленность студентов, временные перспективы и их содержательная направленность. Изучены взаимосвязи между доминирующими психическими состояниями и аспектами мотивации.

Проведен сравнительный анализ полученных результатов в гендерном аспекте, дана качественная оценка обнаруженных различий.

В исследовании временных перспектив оказалось, что абсолютное большинство студентов направлены на период всей жизни и будущее, практически не направлены в прошлое. Тем не менее было сложно идентифицировать временные промежутки мотивационных индукторов, большинство из них не имели конкретных временных отметок, что может говорить об абстрактности существующих целей и об отсутствии конкретного понимания как их достичь. Большинство

студентов мотивированы на достижение результатов в учебе и в карьере. На втором месте у всех студентов независимо от пола стоит мотивация, связанная с общением. Однако женщины статистически больше ориентированы на общение, чем мужчины.

Большинство респондентов в нашей выборке имеют средние показатели потребности в достижениях. Женщины на уровне тенденции более мотивированы на достижение, чем мужчины. Женщины и мужчины имеют средневысокие показатели мотивации, направленной на избегание неудач, но у мужчин уровень избегания неудач ниже. При отсутствии обратной корреляции между результатами данных методик, такие результаты могут говорить о борьбе мотивов и о гибкости поведенческих стратегий студентов в зависимости от текущих обстоятельств.

Исследование доминирующего психического состояния показало, что и мужчины, и женщины в среднем находятся в хорошем психическом состоянии по всем показателям. Мужчины в нашей выборке более спокойны, занимают более активную позицию в жизни и в большей степени, чем женщины, удовлетворены своей жизнью. Женщины имеют более высокий жизненный тонус, более стабильный эмоциональный фон и более положительный образ себя. По результатам корреляционного анализа мы сделали вывод, что активное отношение к жизненной ситуации зависит от жизненного тонуса, эмоциональной устойчивости человека, ощущения спокойствия и удовлетворенности жизнью. Чем человек менее тревожен, тем более стабильными и высокими будут все остальные показатели доминирующих психических состояний.

Были обнаружены статистически значимые корреляции между показателями доминирующих психических состояний и мотивационной сферой студентов. Чем ниже активность человека в отношении к жизненной ситуации и чем более положительный у него образ самого себя, тем выше его мотивация избегания неудач. Потребность в достижениях имеет прямую взаимосвязь с субъективным ощущением спокойствия. Чем ниже тревога, тем выше потребность в достижениях. В мужской выборке мотивация достижений имеет прямую взаимосвязь с показателем низкой тревожности и активным отношением к жизненным ситуациям. В женской выборке таких взаимосвязей нет. Чем выше у мужчин положительное отношение к своему образу, тем ниже у них мотивация, направленная на общение и на изменение личностных аспектов. Чем более активное отношение к жизненной ситуации у женщин и чем более устойчивый у них эмоциональный фон, тем больше у них проявляется мотивация, направленная на познание и получение информации.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать вывод, что большинство респондентов имеют ориентационную направленность на задачу, что может быть связано с технической направленностью обучения. Тем не менее, на уровне тенденции, среди женщин больше респондентов, имеющих направленность на взаимодействие и себя.

В заключение отметим, что исследование мотивационной сферы студентов технического вуза необходимо продолжить, чтобы сравнить полученные показатели с показателями студентов иных направлений, иных технических специальностей, других высших учебных заведений. Для получения более полной картины по комплексной мотивации обучающихся будут описаны примерные показатели востребованности по выбранным специальностям с целью более точного определения интереса респондентов к достижению результатов, применительно к их восприятию текущего материального положения и мотивации задач.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семенова Е.А., Чопюк Н.Ю. Гендерные различия мотивации: социокультурный контекст // Филология и культура. 2014. № 1(35). С. 333–338.
2. Поздеева Е.Г., Назарова Н.С. Анализ готовности студентов политехнического университета к предпринимательской деятельности // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 1. С. 100–114. DOI: 10.18721/JHSS.11108

3. **Ильин Е.П.** Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2000. 512 с.
4. **Реан А.А.** Психология изучения личности. М.: Изд-во Михайлова В.А., 1999. 288 с.
5. **Нюттен Ж.** Мотивация // Экспериментальная психология / Под ред. П. Фресс, Ж. Пиаже. М.: Прогресс, 1975. Вып. 5.
6. **Реан А.А.** Психология педагогической деятельности. Ижевск: Изд-во Удм. ун-та, 1994. 81 с.
7. **Якунин В.А., Мешков Н.И.** Психолого-педагогические факторы учебной успешности студентов // Вестник Ленинградского гос. ун-та. Сер. Экономика, философия, право. 1980. № 11.
8. **Гапонова С.А.** Функциональные психические состояния студентов в образовательном пространстве высшей школы: Монография. Н. Новгород, 2004. 197 с.
9. **Маркова А.К.** Формирование мотивации учения в школьном возрасте. М.: Просвещение, 1983. 96 с.
10. **Стоунс Э.** Психопедагогика. Психологическая теория и практика обучения. М., 1984. 472 с.
11. **Иванников В.А.** Формирования побуждения к действию // Вопросы психологии. 1985. № 3. С. 113–123.
12. **Рубинштейн С.Л.** Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2000. 712 с.
13. **Файзуллаев А.А.** Мотивационная саморегуляция личности. Ташкент: Фан, 1987. 134 с.
14. **Толстых Н.Н.** Использование метода мотивационной индукции для изучения мотивации и временной перспективы будущего // Психологическая диагностика. 2005. № 3. С. 77–94.
15. **Райгородский Д.Я.** Практическая психодиагностика. М.: Бахрах-М., 2011. 672 с.
16. **Owens D.C., Sadler T.D., Barlow A.T., et al.** Student motivation from and resistance to active learning rooted in essential science practices // Res Sci Educ. 2020. No. 50. Pp. 253–277 // URL: <https://doi.org/10.1007/s11165-017-9688-1>
17. **Georgiou Yi., Kyza E.A.** Relations between student motivation, immersion and learning outcomes in location-based augmented reality settings // Computers in Human Behavior. 2018. No. 89. Pp. 173–181 // URL: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.011>
18. **Alkaabi S.A.R., Alkaabi W., Vyver G.** Researching student motivation // Contemporary Issues in Education Research (CIER). 2017. Vol. 10(3). Pp. 193–202 // URL: <https://doi.org/10.19030/cier.v10i3.9985>

Статья поступила в редакцию 16.09.2020.

REFERENCES

- [1] **Ye.A. Semenova, N.Yu. Chopyuk,** Gender distinctions of motivation: sociocultural context, *Philology and culture*. 1 (35) (2014) 333–338.
- [2] **Ye.G. Pozdeyeva, N.S. Nazarova,** Analysis of readiness of students of the Polytechnical University to entrepreneurial activity, *Society. Communication. Education*. 11 (1) (2020) 100–114. DOI: 10.18721/JHSS.11108
- [3] **Ye.P. Ilin,** Motivatsiya i motivy [Motivation and motives]. SPb., Piter, 2000, 512 p.
- [4] **A.A. Rean,** Psikhologiya izucheniya lichnosti [Psychology of the study of personality]. M.: Izd-vo Mikhaylova V.A., 1999, 288 p.
- [5] **Zh. Nyutten,** Motivatsiya [Motivation], *Ekspierimentalnaya psikhologiya* [Experimental psychology], ed. P. Fress, Zh. Piazhe. M.: Progress, 1975. Issue 5.
- [6] **A.A. Rean,** Psikhologiya pedagogicheskoy deyatelnosti [Psychology of pedagogical activity]. Izhevsk, Izd-vo Udm. un-ta, 1994, 81 p.
- [7] **V.A. Yakunin, N.I. Meshkov,** Psikhologo-pedagogicheskiye faktory uchebnoy uspeshnosti studentov [Psychological and pedagogical factors of students' academic success], *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika, filosofiya, pravo* [Leningrad State Bulletin un-that. Ser. Economics, philosophy, law], 1980, Vol. 11.
- [8] **S.A. Gaponova,** Funktsionalnyye psikhicheskiye sostoyaniya studentov v obrazovatelnom prostanstve vysshey shkoly: Monografiya [Functional mental states of students in the educational space of higher education: Monograph], N. Novgorod, 2004, 197 p.
- [9] **A.K. Markova,** Formirovaniye motivatsii ucheniya v shkolnom vozraste [Formation of motivation for learning at school age], M., 1983. 96 p.

- [10] **E. Stouns**, Psikhopedagogika. Psikhologicheskaya teoriya i praktika obucheniya [Psychopedagogy. Psychological theory and practice of teaching]. M., 1984. 472 p.
- [11] **V.A. Ivannikov**, Formirovaniya pobuzhdeniya k deystviyu [Formation of motivation for action], Voprosy psikhologii [Psychology issues], 3 (1985) 113–123.
- [12] **S.L. Rubinshteyn**, Osnovy obshchey psikhologii [Fundamentals of General Psychology], SPb., Piter. 2000, 712 p.
- [13] **A.A. Fayzullayev**, Motivatsionnaya samoregulyatsiya lichnosti [Motivational self-regulation of personality]. Tashkent: Fan, 1987, 134 p.
- [14] **N.N. Tolstykh**, Ispolzovaniye metoda motivatsionnoy induksii dlya izucheniya motivatsii i vremennoy perspektivy budushchego [Using the method of motivational induction to study motivation and time perspective of the future], Psikhologicheskaya diagnostika [Psychological diagnostics]. 3 (2005) 77–94.
- [15] **D.Ya. Raygorodskiy**, Prakticheskaya psikhodiagnostika. M.: Bakhrakh-M., 2011, 672 p.
- [16] **D.C., Owens, T.D. Sadler, A.T. Barlow, et al.**, Student Motivation from and Resistance to Active Learning Rooted in Essential Science Practices, Res Sci Educ 50, (2020) 253–277. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11165-017-9688-1>
- [17] **Yi. Georgiou, E.A. Kyza**, Relations between student motivation, immersion and learning outcomes in location-based augmented reality settings, Computers in Human Behavior, 89 (2018) 173–181. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.011>
- [18] **S.A.R. Alkaabi, W. Alkaabi, G. Vyver**, Researching Student Motivation. Contemporary Issues in Education Research (CIER), 10 (3) (2017) 193–202. DOI: <https://doi.org/10.19030/cier.v10i3.9985>

Received 16.09.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / THE AUTHOR

Попова Елизавета Леонидовна
Popova Elizaveta L.
E-mail: elizapopovaa@yandex.ru

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2020

DOI: 10.18721/JHSS.11406
УДК 372.8:811

ИГРА КАК ДИДАКТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИ РАБОТЕ С ВИДЕОМАТЕРИАЛАМИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

А.В. Кузьмина

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

Рассмотрены ролевые и лексические игры на занятиях по иностранному языку в контексте современных педагогических концепций эдьютейнмента и геймификации. Игровая методика внедрения содержательных и процессуальных развлекательных элементов в учебный процесс применяется в качестве дидактического средства освоения профессионально-ориентированных видеоматериалов при изучении английского языка в техническом вузе. Рекламное видео американской компьютерной компании CISCO актуализируется на первом курсе Санкт-Петербургского государственного университета телекоммуникаций имени проф. М.А. Бонч-Бруевича в составе авторской технологии работы с видеоматериалами с использованием электронных ресурсов VideoAnt и MindMeister. Разработанная игровая методика, включающая ролевые и лексические дидактические игры, применяется для закрепления технического и общего словарного состава видеоматериалов, которые студенты изучают в режиме самостоятельной работы. Дано краткое описание семи вариантов дидактических игр, которые могут проводиться в традиционном варианте или с использованием электронных ресурсов YouTube и Crosswordlabs.

Ключевые слова: эдьютейнмент, геймификация, ролевые и лексические игры, технический вуз, видеоматериалы, электронные ресурсы, иностранный язык.

Ссылка при цитировании: Кузьмина А.В. Игра как дидактический инструмент при работе с видеоматериалами на занятиях по иностранному языку // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 4. С. 61–73. DOI: 10.18721/JHSS.11406

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

DIDACTIC GAMES AS A MEANS OF MASTERING VIDEO MATERIALS AT FOREIGN LANGUAGE CLASSES

A.V. Kuzmina

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
St. Petersburg, Russian Federation

The article examines role-playing and lexical games in foreign language classes in the context of modern pedagogical concepts of edutainment and gamification. The game methodology of introducing meaningful and procedural entertainment elements of the educational process is used as a didactic means of mastering professionally-oriented video materials when studying English at a technical university. An advertising video of the American computer company CISCO is used for the first-year students of the Bonch-Bruevich Saint-Petersburg University of Telecommunications as part of the author's technology for working with video materials using the electronic resources VideoAnt and MindMeister. The developed edutainment methodology including role-playing and lexical didactic

games is used to consolidate the technical and general vocabulary of the video materials which students study unsupervised. A brief description of seven options of didactic games is given, which can be conducted in the traditional version or using the electronic resources of YouTube and Crosswordlabs.

Keywords: edutainment, gamification, role-playing and lexical games, technical university, video materials, electronic resources, foreign language.

Citation: A.V. Kuzmina, Didactic games as a means of mastering video materials at foreign language classes, Society. Communication. Education, 11 (4) (2020) 61–73. DOI: 10.18721/JHSS.11406

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

В связи с развитием информационно-коммуникационных технологий применение видеоматериалов в преподавании иностранного языка в вузе стало настолько распространенным, что без этого ресурса не обходится практически ни один преподаватель. Отметим, что видеоматериалы сейчас широко используются не только в аудиторном режиме, но и в режиме внеаудиторной самостоятельной работы студентов, которые могут скачать видео по предоставленной преподавателем ссылке или получить видео по электронной почте. Общеизвестно, что самостоятельная работа с видеоматериалами повышает интерес обучающихся к иностранному языку, их мотивацию, но для более качественного освоения видеоконтента преподавателю необходимо продумать методику аудиторной работы с лексическим наполнением видео.

Нам представляется, что возможным вариантом аудиторной работы по освоению содержания видеоматериалов, является применение связанных с видео ролевых и лексических игр. Это органично присутствует в современной методике обучения иностранному языку в популярной технологии *эдьютейнмент* с использованием развлекательных элементов для повышения мотивации обучающихся. Этот термин объединяет, казалось бы, два противоположных понятия: развлечение и обучение. Концепции обучения через развлечения особенно актуальны при обучении учащихся в возрасте 18–22 года. Это связано с тем, что, в отличие от старшего поколения, современные студенты предпочитают альтернативные способы получения информации. Постоянное использование компьютерных технологий влияет на их когнитивные навыки.

Актуальность исследования технологии *эдьютейнмента* в обучении иностранным языкам обусловлена тем, что данное направление является новым, развивающимся, требующим разработки методик внедрения развлекательных элементов в учебный процесс. Термин *эдьютейнмент* является, на наш взгляд, более широким, чем не менее популярный термин *геймификация*, который предполагает широкое использование игр в учебном процессе, согласование между собой игровых целей и целей учебного процесса, разработки методик проверки эффективности внедрённой системы геймификации. Однако сама по себе такая система не приводит к формированию устойчивой мотивации и вовлеченности в учебный, рабочий или бизнес-процесс. Успешное внедрение системы геймификации часто носит случайный характер, когда разработчики интуитивно нашли подход к целевой аудитории и вызвали формирование нужного для них поведения.

Цель статьи – теоретическое обоснование и практика использования в преподавании иностранных языков игровых элементов для освоения видеоматериалов при изучении иностранного языка в вузе. Задачи исследования – краткое описание относительно новых дидактических понятий *эдьютейнмент* и *геймификация*, а также рассмотрение практических примеров ролевых и лексических игр в вузовском учебном процессе.

Обзор литературы

Эдьютейнмент – это специальная образовательная технология, основанная на концепции обучения через развлечения. Термин «эдьютейнмент» образован от двух английских слов «раз-

влечения» и «образование». Исследователи определяют эдьютейнмент как особый тип обучения, соединяющий образовательные и развлекательные элементы и связанный с получением удовольствия от процесса обучения и стойким к нему интересом [1].

М.М. Зиновкина утверждает, что эдьютейнмент по своей сути является «креативным образованием», и определяет его как целенаправленное последовательное освоение учеником передаваемых ему методологий и опыта творческой деятельности и формирование на этой основе собственного творческого опыта: знаний, умений и навыков [2].

Автор книги [3] дает определение цифровому поколению молодежи, выделяя несколько основных характерных черт для этой категории людей, а также анализирует, как эти характеристики повлияли на образование. По мнению автора, цифровое поколение молодежи – это первое поколение, которое выросло в окружении гаджетов. Молодые люди начали пользоваться планшетами и смартфонами в самом раннем возрасте, ещё до того, как начали ходить. В результате этого сегодняшнее поколение молодежи настолько привыкло к новым технологиям, что для них наличие компьютера и возможности выхода в Интернет является важным, необходимым как воздух. Представители цифрового поколения рассматривают компьютер не просто как инструмент для написания курсовых работ, а как средство для общения с друзьями в социальных сетях. В целом автор выделяет совершенно новый набор социальных навыков, объединяющих молодых людей в одно поколение, и считает, что постоянное взаимодействие с компьютерными технологиями повлияло на поведение молодых людей и их отношение к окружающему миру, в том числе и к системе обучения.

Поколение сегодняшних студентов ожидает, что образование будет ориентировано на их потребности, и им будут читаться лекции, которые вызывают у них интерес. Традиционное образование, которое передает информацию студентам как пассивным участникам учебного процесса, больше не работает; традиционные методы обучения, в основе которых лежала авторитарная роль преподавателя, уже устарели.

Мы считаем, что образовательная технология эдьютейнмент соответствует всем потребностям студентов цифрового поколения. Исследователи обращают внимание на то, что эдьютейнмент, являясь новым инновационным методом обучения иностранным языкам, значительно отличается от традиционной системы обучения ИЯ (иностранного языка) [4].

По мнению Т.В. Сапукх, основное отличие состоит в том, что при использовании образовательной технологии *эдьютейнмент* учащиеся становятся активными участниками в обучении, поскольку основное внимание в этой технологии фокусируется на развитии творческих способностей и других качеств, необходимых для творческого саморазвития. Например, при выполнении творческих заданий учащимся нужно не только выразить свое мнение, но и доказать свою точку зрения другим участникам дискуссии [ibid.].

Кроме этого, автор подчеркивает, что основная задача обучения в университете заключается в том, чтобы мотивировать студентов усерднее учиться. Эта трудная задача может достигнута только за счет интересного содержания материала и активного участия обучающихся в творческих заданиях, где им требуется самостоятельно принимать решения. При этом, автор отмечает, важно представить информацию так, чтобы её можно было легко усвоить. В образовательной технологии *эдьютейнмент* игра становится не просто игрой, а эффективным инструментом для передачи знаний в ненавязчивой и интересной форме [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что эдьютейнмент – это особая методика, основанная на обучении посредством игр. Эту инновационную методику можно также характеризовать более выраженной мотивацией к обучению, поскольку при таком виде обучения самым важным является заинтересованность учащегося в занятиях, которая приводит к получению им знаний и развитию умений и навыков по иностранному языку.

Термин «геймификация», который нам представляется дополняющим методику *эдьютейнмент*, означает использование игровых элементов и игровых механик в неигровом контексте. Использование геймификации позволяет сделать рутинный, неинтересный процесс обучения увлекательным, похожим на игру. Геймификация широко применяется в различных областях человеческой деятельности: бизнесе, социальной сфере, образовании, спорте, охране окружающей среды и т. д. Данная концепция приобрела широкую известность благодаря онлайн курсу “Gamification” [5], разработанному в 2012 году Кевином Вербахом, профессором Уортонской школы бизнеса. Его курс одним из первых был представлен на новой платформе Coursera. Сейчас геймификация, так же как и эдьютейнмент, является предметом интенсивного исследования [6–9], причем исследователи связывают геймификацию, прежде всего, с цифровыми технологиями, в то время как традиционные игры, как правило, в этом термине не рассматриваются.

Словарь методических терминов, с другой стороны, дает определение понятия «игра» с точки зрения методики преподавания иностранных языков: «обучающая игра – это особым образом организованное на занятиях по языку ситуативное упражнение, при выполнении которого создаются возможности для многократного повторения речевого образца в условиях, максимально приближенных к условиям реального речевого общения» [10, с. 166]. М.Ф. Стронин считает, что игра – это вид деятельности в условиях ситуаций, направленных на воссоздание общественно-го опыта, в котором совершенствуется самоуправление поведением [11]. В своей работе автор разделяет обучающие игры на две большие группы: грамматические и лексические. По мнению исследователя, цель лингвистической игры заключается в том, что игры помогают сформировать и развить речевые навыки обучающихся.

Ф.Р. Адамбаева полагает, что обучающие игры положительно влияют на учебный процесс, потому что в игре объединяется творчество и учебная деятельность. Хотя игра не может полностью заменить традиционные методы обучения, при обучении грамматике и лексике применение игр позволяет достигнуть более высоких результатов [12]. Например, игры поощряют учащихся применять иностранный язык на практике. Многие учащиеся могут узнавать слово в письменном виде, но при этом они не могут правильно использовать это слово в разных контекстах и не знают, как правильно его произнести. Во время игры учащимся приходится использовать изученные слова для того, чтобы осуществить коммуникацию, таким образом, они переводят пассивный запас слов в активный.

По мнению А. Талак-Кырык [13], игры на занятиях по иностранному языку способствуют созданию благоприятной обстановки для обучения. Автор считает, что процесс обучения должен быть интересным, легким, и сами учащиеся должны учиться с удовольствием. Это условие, отмечает автор, способствует достижению оптимального результата, поскольку, обучаясь при помощи игр, учащиеся активно вовлекаются в процесс обучения, где им нужно обсуждать на иностранном языке условия игры и находить способы решения проблемы. Автор считает, что на занятиях по иностранному языку применение игр обязательно по следующим причинам:

- Применение игр на занятиях по иностранному языку помогает развивать разговорные навыки, поскольку учащиеся должны активно работать над заданиями, для того чтобы выиграть, а также им нужно активно общаться со всеми другими участниками в команде. Таким образом, при такой методике обучения активизируется словарный запас слов в отличие от грамматико-переводного метода обучения, при котором учащиеся в основном работают с текстами и мало разговаривают на иностранном языке на занятии.

- Играя в образовательные игры на занятии, учащиеся учатся такому важному жизненному навыку, как командная работа. Применяя навыки сотрудничества для достижения общей цели, сами учащиеся могут и не понимать, что в процессе игры они учатся. Они учатся отстаивать свою точку зрения в дискуссиях, выслушивать обоснование решения данной проблемы своих сокурсников и находить компромиссы.

Кроме того, исследователь считает [Ibid.], что эффективность игрового метода заключается в том, что игры помогают создать благоприятную и дружелюбную учебную атмосферу для изучения иностранного языка. Как правило, большинству обучающихся нравится принимать участие в играх из-за дружеского соревнования между командами. Важно отметить, что этот факт способствует повышению мотивации обучающихся. Мы также считаем, что игровая методика в обучении иностранному языку, особенно лексике, является эффективной вне зависимости от возраста.

Методы исследования: анализ литературы по эдьютейнменту и геймификации, сравнение контента традиционных и цифровых игровых элементов для освоения профессионально-ориентированного видеокурса, обобщение опыта применения геймификации в процессе обучения иностранным языкам.

Проведение ролевых и лексических игр целесообразно на аудиторном этапе обучения иностранному языку. Чтобы проиллюстрировать, как работать с игровой методикой, мы выбрали рекламный видеокурс “CISCO Human Resources” из курса «Иностранный язык в сервисном обслуживании» для студентов СПбГУТ. Этот учебный курс ориентирован на студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров 43.03.01 «Сервис» первого курса.

Задания для просмотра видеокурса в режиме самостоятельной работы входят в авторское пособие по английскому языку «Сервис» [14]. Первая часть пособия состоит из 7 уроков, в которые включены специально подобранные аутентичные или частично адаптированные тексты с разработанными лексическими и лексико-грамматическими упражнениями. Вторая часть пособия состоит из 7 уроков по просмотру и обсуждению видеофрагментов с хостинга YouTube, которые примерно соответствуют тематике первой части пособия. Для работы со второй частью пособия, а именно, с видео, рекламирующей американскую компьютерную фирму CISCO, считаем целесообразным применение игровых элементов в освоении терминологической и общей лексики.

Технология применения видеоресурсов в режиме самостоятельной работы студентов [15], особенно хорошо зарекомендовавшая себя в период дистанционного обучения в 2020 году, предполагает использование профессионально-ориентированных электронных ресурсов с сервиса YouTube и состоит из трёх основных этапов:

Первый этап включает двухразовое аудирование рекламного видеоматериала об американской компьютерной фирме CISCO в системе VideoAnt, когда студенты смотрят видео и одновременно выполняют задания преподавателя, представленные на экране компьютера. Это вопросы о содержании видео, упражнения по сопоставлению или заполнению пробелов, которые загружаются преподавателю для мониторинга и проверки студентов на виртуальной платформе MOODLE. Задания в системе VideoAnt нацелены на формирование умений слушать, обращая внимание на детали [16]; кроме того, отметим, что задания в этой системе обеспечивают первичную семантизацию терминологической и общей лексики через перевод и контекстуальную догадку обучающихся.

Второй этап включает в себя составление ментальной карты в системе MindMeister, чтобы подвести итоги по освоению профессионально-ориентированного содержания и подготовиться к воспроизведению (пересказу) видео на английском языке. В ментальной карте [17, 18] указываются не только важные для пересказа видео элементы его содержания, но и ключевые слова на иностранном языке. Таким образом, в этом задании частично практикуется письмо как вид речевой деятельности.

Третий этап нацелен на пересказ содержания профессионально-ориентированного видеоклипа по ментальной карте на английском языке и запись собственного видео для контроля преподавателем. Видеоотчет необходим, чтобы убедиться, что учащиеся не читают весь видеосценарий, а кратко его отражают, используя созданную ими ментальную карту, что подготавливает студентов к игровой коммуникации во время аудиторного занятия.

Игровую методику и соответствующие игровые механики (карточки, жетоны, награды и пр.) нам представляется целесообразным применять на постдемонстрационном этапе, т. е. когда все новые слова уже рассмотрены и проработаны во время опережающей самостоятельной работы. Поскольку серия видеофрагментов по компании CISCO включает семь видео, мы разработали лексические игры для каждого видеосюжета. Ролевая игра и все лексические игры проводятся в устноречевом варианте во время аудиторного занятия после просмотра видео. Особенностью разработанной нами игровой методики является её вариативность, поскольку мы стремились использовать игровые элементы как традиционные, так и цифровые на каждом из этапов просмотра видеоматериалов. Вариативность вносит в обучение элемент новизны, что повышает мотивацию обучающихся [19].

Дискуссия

После того, как студенты посмотрели первое видео, представляющее вводную информацию об американской компании CISCO, которая занимается разработкой и продажей сетевого оборудования, предназначенного, в основном, для крупных организаций и телекоммуникационных предприятий, учащиеся просят принять участие в ролевой игре *Получение работы в компании CISCO*.

Ролевая игра. Сначала для проведения игры выбирается директор фирмы и четыре кандидата на имеющуюся вакансию торгового представителя фирмы. На эту должность претендуют четыре кандидата, у каждого из которых есть свои отрицательные и положительные качества. В свою очередь у каждого кандидата есть два или три представителя для поддержки из группы студентов. Задача представителя кандидата на должность в фирме CISCO убедить остальных участников дискуссии и директора фирмы, что именно его кандидат обладает всеми необходимыми навыками и личными качествами на данную должность.

В то же время остальные участники игры должны найти как можно больше недостатков у этого кандидата и убедить директора фирмы, что данный кандидат не будет способствовать развитию и процветанию фирмы, а их кандидаты на эту же должность смогут внести большой вклад. После окончания дебатов директор принимает решение, стоит ли нанимать данного кандидата в фирму. Директор фирмы должен дать своё логически обоснованное решение. При этом, следует отметить, что все студенты из каждой группы поддержки получают дополнительный балл, если им удалось убедить в своей правоте своих оппонентов.

Ниже представлена табл. 1, в которой указаны основные характеристики и навыки, которыми должны обладать кандидаты на должность торгового представителя в компании CISCO, и привлекательные условия работы в фирме. Характерные особенности четырех кандидатов, претендующих на эту должность, представлены в табл. 2.

Выбор студентов на роли указанных в таблице кандидатов, которые должны были, при представлении себя на должность, акцентировать только свои положительные качества, оказался весьма удачным, и трое из четырех кандидатов бойко себя рекламировали, в то время как четвертый кандидат, в силу своей недостаточной языковой компетенции, держался очень скромно. Назначенные преподавателем члены условной «кадровой комиссии» потренировались в задавании «каверзных» вопросов, которые акцентировали отрицательные качества кандидатов. Студенты настолько увлеклись игрой, что иногда даже перебивали друг друга, стремясь задать нужный вопрос. Выбор достойного кандидата был решен общим тайным голосованием, и им, по иронии игры, оказался в итоге тот самый скромный кандидат, получивший наградной жетон.

Данная ролевая игра выполняет выраженную коммуникативную функцию, студенты взаимодействуют между собой, обсуждая личностные качества кандидатов на замещение имеющейся вакансии. Ролевая игра имеет фронтально-групповой характер, в ней в большей степени, чем в последующих лексических играх, развиваются устноречевые навыки обучающихся. Ролевая игра

является отличным способом заставить студентов практиковаться в использовании иностранного языка. Игры «имитируют реальные жизненные ситуации и предоставляют студентам возможность действовать так, как они действовали бы в реальной ситуации» [20, с. 87].

Таблица 1. Требуемые характеристики кандидатов на должность и гарантии фирмы по условиям работы
Table 1. Required characteristics of candidates for the position and company guarantees on working conditions

Должность	Торговый представитель CISCO для работы в регионах России
Необходимые навыки и опыт	Энтузиазм, наличие социальной компетенции, свободное владение английским языком, высшее образование, опыт работы в CISCO более трёх лет, необходимые компьютерные навыки, водительские права
Заработная плата и льготы	Достойная зарплата, оплачиваемый отпуск четыре недели, бесплатное питание, потенциал роста в престижной компании

Таблица 2. Личностные особенности четырёх кандидатов
Table 2. Personal characteristics of four candidates

Mark Возраст 56	Kate Возраст 30	Jerry Возраст 20	Susan Возраст 45. Имеет двоих детей
На этой должности работает 15 лет	В сфере связей с общественностью работает 8 лет	Никогда не слышал об этой компании	Техническое образование
Два года назад у него случился нервный срыв	Вспыльчива	Способен работать в напряженном режиме	Ей нужен удобный график работы
У него есть склонность спорить с авторитетными людьми. Амбициозен, креативен, решителен. Откладывает дела до последней минуты	Чрезмерно амбициозна, добросовестна, упряма, энергична, вежлива	Инициативен, уверен в себе, общителен, надежен, высокомерен	Перфекционистка, которая старается не оставлять дела незавершенными. Замкнутая, властная, ответственная, решительная
Навыки работы с компьютером. Водительские права	Навыки работы с компьютером. Водительские права	Компьютерные навыки. Нет водительских прав	Навыки работы с компьютером. Водительские права

Лексические игры. Для создания ситуаций с целью освоения новой лексики широко используются рисунки, описание ситуаций, инструкции, технические средства, тексты художественных произведений. Но существует и большое количество игр, применение которых на занятии делает процесс усвоения новой лексики увлекательным занятием. Большинство исследователей [21–23] считают целесообразным проводить игру на заключительном этапе работы с лексикой по теме, поскольку игра дает возможность использовать новый материал в ситуации общения. Хотя игры можно использовать на любом из этапов работы над иноязычной лексикой, для нашей методики мы сочли заключительный этап освоения видеоконтента наиболее подходящим.

Например, лексическая игра с карточками ко второму видеосюжету была посвящена освоению трёх ключевых слов по теме видео: hub (хаб, концентратор), switch (переключатель) и router (роутер). Студентам, разделившись на три группы, было предложено три набора карточек с

переводом, первый из которых содержал все функции указанных компонентов, во втором были представлены все преимущества этих компонентов, а в третьем наборе были только их недостатки. Первая группа студентов представляла *интересы* Хаба и должна была как можно быстрее выбрать относящиеся к Хабу карточки из трёх наборов. Вторая группа отвечала за описание переключателя, а третья группа – за описание роутера, и они также должны были как можно скорее выбрать соответствующие карточки из трёх наборов. В итоге победила команда Хаба, хотя им было сделано замечание за излишнюю активность и *присвоение* чужих преимуществ.

Лексическая игра по третьему видеосюжету представляет собой творческое задание по созданию рекламы для распределенной корпоративной сети компании CISCO. Для стимулирования воображения студентов преподаватель проводит мозговой штурм на основе заготовленных заранее карточек, иллюстрирующих различные виды телевизионной рекламы. Выявляются предпочтения студентов, которые говорят о своих приоритетах и отрицательных впечатлениях от рекламы. Когда преподаватель предлагает студентам создать рекламу для фирмы CISCO в режиме парной работы, студенты успешно справляются с этим заданием с использованием домашних заготовок. Победитель определялся путем «тайного голосования».

Лексическая игра по четвёртому видеосюжету состоит из двух этапов. На первом, подготовительном этапе преподаватель просит учащихся выполнить упражнение, которое заключается в том, чтобы соединить термины с их определениями, что студенты делают письменно в тетрадах. Затем, чтобы закрепить пройденный материал, преподаватель пишет на доске речевую модель «Этот термин используется, чтобы описать ...» и просит каждого учащегося вытянуть карточку с термином. Учащийся должен, используя речевую модель, дать определение этому термину, не называя его, а его сосед должен угадать слово, написанное на карточке. Если сосед не справляется с заданием, то все остальные участники игры высказывают свои предположения до тех пор, пока правильный ответ не будет назван.

Известно, что многократное повторение является важнейшим условием для закрепления речевого материала и его прочного сохранения в памяти, а повторение лексических единиц в игровой форме вдвойне усиливает эффект запоминания. Эффективным способом освоения и запоминания профессиональной и общей терминологии является, на наш взгляд, активное использование кроссвордов [24, 25], в которых студентам необходимо понять определение лексической единицы и вспомнить написание искомого термина. Учащимся нравится заполнять кроссворды, и они не «чувствуют» затраченное время на выполнение заданий. При заполнении кроссвордов используются дефиниции нужных терминов, которые не представляются студентам излишне сложными, поскольку они уже прошли этап первичной семантизации терминов при просмотре видеокурса в режиме самостоятельной работы с использованием электронного ресурса VideoAnt.

Для составления кроссворда по пятому видеофрагменту “Getting started with CISCO Spark” можно воспользоваться бесплатным электронным ресурсом www.crosswordlabs.com. Эта программа [26] позволяет не только быстро составить кроссворд на заданную тему, но и при необходимости внести в него изменения. Пример кроссворда представлен на рис. 1.

Работать с кроссвордами можно в дифференцированном режиме. Преподаватель составляет два кроссворда, при этом каждый из них не превышает десяти слов, на те термины, которые он хочет потренировать с учащимися. Потом преподаватель просит учащихся, работая в парах, по очереди, отгадать его. Сначала один учащийся читает определение к слову, которое нужно отгадать другому студенту. После того, как первый учащийся отгадал зашифрованное слово, второй учащийся вписывает правильный ответ в кроссворд. Затем они меняются ролями. Для слабых студентов, у которых могут возникать трудности с запоминанием лексических единиц, можно написать под кроссвордом слова, которые им нужно отгадать, но расположить их в случайном порядке.

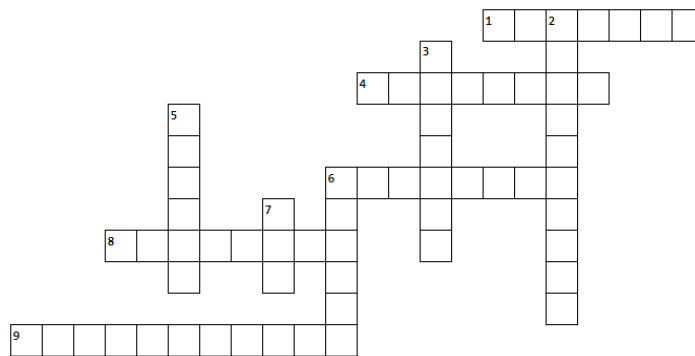
CISCO SPARK

≡ Edit Share Focus Mode Print

[Instructions](#) | [Embed](#)

All Done! Make sure you bookmark this page, email it to yourself, or share it on Facebook or Twitter (use the Share button over to the right). If you don't, you may have a hard time getting back to this page!

Click a cell to start solving your puzzle, or select a print option. You can also [embed your puzzle](#) on your own website.

**Across**

1. using something together
4. transfer of information
6. going before
8. numerous
9. cooperate

Down

2. capable of being reached
3. hand over
5. move text
6. see beforehand
7. make a choice

Рис. 1. Пример кроссворда из 10 слов видеофрагмента 5 CISCO SPARK

(1 sharing, 2 accessible, 3 deliver, 4 feedback, 5 scroll, 6 previous, 7 opt, 8 multiple, 9 collaborate, 10 preview)

Fig. 1. An example of a 10-word crossword puzzle from video clip 5 CISCO SPARK

(1 sharing, 2 accessible, 3 deliver, 4 feedback, 5 scroll, 6 previous, 7 opt, 8 multiple, 9 collaborate, 10 preview)

Для лексической игры по шестому видео «Интернет вещей» можно использовать иллюстративный материал из самого видео, которое выполнено в формате ориентированной на детское восприятие мультипликации (рис. 2).

Для проведения этой игры преподаватель дает студентам домашнее задание: законспектировать по видео пояснения диктора к 10–15 изображениям и подготовиться к их устному воспроизведению на аудиторном занятии. Игра проводится как соревнование в режиме парной работы. Каждая пара получает по 5 иллюстраций и через 10 минут студенты должны быть готовы как можно точнее воспроизвести комментарий из видеосюжета. Студенты описывают картинки по очереди, а преподаватель отслеживает точность описания по скрипту видео и количество сказанных предложений. При ответах студенты стремятся опередить соперников, торопятся и делают ошибки, что часто забавляет остальных студентов и способствует созданию благоприятной дружеской атмосферы на занятии.

После просмотра заключительного 7 рекламного видеосюжета *CISCO remote management services* по продвижению фирмы CISCO студентам предлагается выполнить творческое задание: подготовить свою собственную игру для сокурсников. Большинство участников подготовили кроссворды, которые решались на скорость в режиме парной работы. Однако наиболее интересной и полезной была единогласно признана игра с использованием слайдов видео в качестве иллюстраций различных ситуаций, связанных, по сюжету видео, с контролем температуры в здании посредством компьютерной системы слежения. Студентам были предложены иллюстрации слайдов по содержанию видео, которые им нужно было описать на английском языке с использованием нужной лексики. Выигрывал тот, кто более точно описывал ситуацию, и получал соответствующий жетон. Потом все жетоны с указанными на них баллами суммировались, и был выявлен победитель.



Рис. 2. Примеры слайдов из видео «Интернет вещей» фирмы CISCO

Fig. 2. Examples of slides from the video “Internet of Things” by CISCO

Разработанная нами игровая методика по освоению лексического контента рекламного видеокурса компьютерной фирмы CISCO представлена в табл. 3.

Таблица 3. Игровая методика по освоению терминологической лексики
Table 3. Game technique for mastering terminological vocabulary

Сущность игры и игровые средства	Цель игры
1. Ролевая игра «Поступление на работу» с описанием качеств кандидатов на вакансию в фирме CISCO	Коммуникация во фронтально-групповом режиме по обсуждению кандидатов
2. Освоение ключевых терминов сервиса с использованием карточек с переводом терминов и указанием их функций	Коммуникация в групповом режиме по обсуждению функций ключевых компонентов
3. Творческое задание по созданию рекламы для компании CISCO с использованием карточек	Коммуникация в парном режиме по обсуждению вариантов рекламы
4. Освоение ключевых терминов сервиса с использованием карточек с дефинициями	Коммуникация в парном режиме по обсуждению определений ключевых компонентов
5. Заполнение кроссворда с техническими терминами и общей лексикой	Коммуникация в парном режиме по обсуждению определений лексических единиц
6. Освоение содержания видеоматериала посредством иллюстративного материала видео	Коммуникация в парном режиме по обсуждению содержания видео
7. Творческое задание по продвижению компании CISCO с использованием иллюстраций слайдов и наградных жетонов	Индивидуальные выступления по проведению игры

Реализация предлагаемой нами соревновательной игровой методики для освоения содержания рекламного видеоматериала компьютерной фирмы CISCO выявила повышение общего интереса студентов к изучению иностранного языка, рост мотивации, который особенно проявился в ролевой игре и в выполнении творческого задания по презентации своей собственной игры в студенческой группе. Считаем, что данная игровая методика, нацеленная на развитие профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции обучающихся, требует дальнейшего совершенствования, изучения мнений участников и их оценки процессуальных и содержательных игровых аспектов.

Выводы

При изучении иностранного языка словарный запас играет важную роль, поскольку для того, чтобы бегло общаться на иностранном языке, студенты должны знать достаточно большое количество слов и, кроме того, в каком контексте использовать эти слова. Проводя ролевые и

лексические игры на занятии по иностранному языку, преподаватель имеет возможность создать различные гипотетические профессионально-ориентированные ситуации, в которых обучающиеся должны использовать язык для общения, обмена информацией и выражения собственного мнения.

Проведение игр способствует не только увеличению лексического запаса студентов, но и развитию их творческих способностей. Дидактические игры являются эффективным инструментом для обучения иностранному языку: они помогают создать благоприятную и дружескую атмосферу на занятиях, где в процессе игры учащиеся активно используют словарный запас и развивают свои речевые навыки. Использование игры на занятии по иностранному языку способствует также созданию психологической готовности учащихся к речевому общению.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Гуремина Н.В., Путинцева Л.В.** Эдьютейнмент как эффективная технология развития творческого потенциала личности в учебном процессе // *Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал)*. 2016. № 3–2 (59). С. 88–94.
2. **Зиновкина М.М.** Педагогическое творчество: модульно-кодированное учебное пособие. М.: МГИУ, 2007. 257 с.
3. **Tapscott D.** *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw Hill Professional, 2008. 288 p.
4. **Sapukh T.V.** Didactic features of educational technology "Edutainment" in English language classroom at the university // *Internat. Scientific Electronic Journal*. 1 January 2019. No. 6 (36). Pp. 182–186.
5. **Mchucha I.R., Zamhar I. Ismail, Rose P.** Tibok developing a gamification-based interactive thesaurus application to improve English language vocabulary: A Case study of undergraduate students in Malaysia // *Proc. of 64th ISERD Internat. Conf., Seoul, South Korea*. 2017. 18–19 (1). Pp. 17–24.
6. **Figuerola F.J.F.** Using gamification to enhance second language learning // *Digital Education Review*. 2015. Vol. 27 (1). Pp. 32–54.
7. **Буров В.А., Попова Н.В.** Использование геймификации в обучении иностранному языку в вузе // *Неделя науки СПбПУ: матер. науч. конф. с междунар. участием*. Гуманитарный институт. Ч. 1. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. С. 110–113.
8. **Ахраменко Е.В.** Использование игр при обучении иностранному языку // *Молодой ученый*. 2018. № 45 (231). С. 225–228 // URL: <https://moluch.ru/archive/231/53727/> (Дата обращения: 23.11.2020).
9. Открытое образование. Игропрактика в образовании // URL: <https://openedu.ru/course/misis/IGRO/> (Дата обращения: 05.10.2019).
10. **Азимов Э.Г., Шукин А.Н.** Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: ИКАР, 2009. 448 с.
11. **Стронин М.Ф.** Обучающие игры на уроке английского языка. М.: Просвещение, 2001. 370 с.
12. **Адамбаева Ф.Р.** Vocabulary games in foreign language teaching // *Молодой ученый*. 2017. № 16.2. С. 46–49 // URL: <https://moluch.ru/archive/150/42580/> (Дата обращения: 23.07.2020).
13. **Talak-Kiryk A.** Using games in a foreign language classroom. 2010 // URL: https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1488&context=ipp_collection (Дата обращения: 30.08.2020).
14. **Кузьмина А.В.** Иностраный язык в сервисном обслуживании. СПб.: Изд.-во Политехн. ун-та, 2017. 125 с.
15. **Popova N., Vdovina E., Gavrilova A., Kuzmina A.** Video technology for teaching foreign language speaking skills in a technical university // *Proc. 12th Internat. Conf. of Education, Research and Innovation*. Seville, Spain, IATED Academy, Nov. 11th–13th, 2019. Pp. 9747–9757.
16. VideoAnt service // URL <https://ant.umn.edu/>, 2019.
17. Official site Mindmeister // URL: <https://www.mindmeister.com/ru/>
18. **Kuzmina A.V.** Mindmeister mind map as a visualization tool for rendering text in English // VI All-Russian Scientific and Practical Internet Conf. (with internat. part.) Foreign Languages and Globalization of Education: The Potential of Intersubject Connections // URL: http://rgf.tversu.ru/websites/29/ckeditor_assets/attachments/7692/Kuzmina-2019.pdf.

19. **Попова Н.В., Вдовина Е.К., Курпешко Н.Н.** Электронные ресурсы как мотивационный фактор обучения иностранному языку в техническом вузе // *Инновации в образовании*. 2017. № 6. С. 102–115.
20. **Чудайкина Г.М., Логинова Н.Ю., Костоварова В.В.** Ролевые игры в обучении иностранным языкам: теория и практика // *Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса*. 2017. Т. 11. № 4. С. 82–92. DOI: 10.22412/1999-5644-11-4-11.RSCI
21. **Куимова М.В.** Игровая деятельность как средство развития умений устной иноязычной речи в техническом вузе // *В мире научных открытий*. 2012. № 2.1 (26). С. 96–104.
22. **Ashraf H., Motlagh F.G., Salami M.** The impact of online games on learning English vocabulary by Iranian (Low-intermediate) EFL Learners // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. No. 98. Pp. 286–291 // URL: www.sciencedirect.com
23. **Гутарева Н.Ю.** Использование лексических игр для обучения устному общению на иностранном языке // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2013. № 3 (21). Ч. II. С. 64–67 // URL: www.gramota.net/materials/2/2013/3-2/15.html.
24. **Puspita N., Sabiqoh N.** Teaching vocabulary by using crossword puzzle // *English Education: Journal Tadris Bahasa Inggris*. 2017. Vol. 10 (2). Pp. 308–325.
25. **Anwar Y.T., Efransyah.** Teaching English vocabulary using crossword puzzle game at the seventh-grade students // *Project. Professional Journal of English Education*. 2018. Vol. 01. No. 03. Pp. 235–240.

Статья поступила в редакцию 07.09.2020.

REFERENCES

- [1] **N.V. Guremina, L.V. Putintseva,** Edutainment as an effective technology of creative potential development in the learning process, *Russian Journal of Education and Psychology*. 3-2 (59) (2016) 88–94. (rus)
- [2] **M.M. Zinovkina,** *Pedagogicheskoye tvorchestvo: modulno-kodovoye uchebnoye posobiye [Pedagogical Creativity: Modular Code Study Guide]*. Moscow: MGIU, 2007. 257 p. (rus)
- [3] **D. Tapscott,** *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw Hill Professional, 2008. 288 p.
- [4] **T.V. Sapukh,** Didactic features of educational technology “Edutainment” in English language classroom at the university, *International Scientific Electronic Journal*. 6 (36) (2019) 182–186.
- [5] **I.R. Mchucha, Ismail I. Zamhar, Tibok P. Rose,** Developing a gamification-based interactive thesaurus application to improve English language vocabulary: A case study of undergraduate students in Malaysia. *Proceedings of 64th ISERD International Conference*, Seoul, South Korea. 18–19 (1) (2017) 17–24.
- [6] **F.J.F. Figueroa,** Using gamification to enhance second language learning, *Digital Education Review*. 27 (1) (2015) 32–54.
- [7] **V.A. Burov, N.V. Popova,** *Ispolzovaniye geymifikatsii v obuchenii inostrannomu yazyku v vuze [Using gamification in teaching a foreign language at a university]*. *Nedelya nauki SPbPU: materialy nauchnoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem. Gumanitarnyy institut. Chast 1 [SPbPU Science Week: proceedings. scientific. conf. with int. participation. Humanitarian Institute. Part 1]*. St. Petersburg: POLITEKh-PRESS. 2019, pp. 110–113. (rus)
- [8] **Ye.V. Akhramenko,** *Ispolzovaniye igr pri obuchenii inostrannomu yazyku [Using games when teaching a foreign language]*, *Young Scientis*. 45 (231) (2018) 225–228. Available at: <https://moluch.ru/archive/231/53727/> (accessed: 23.11.2020). (rus)
- [9] *Otkrytoye obrazovaniye. Igropraktika v obrazovanii [Open education. Game practice in education]*. Available at: <https://openedu.ru/course/misis/IGRO/> (accessed: 05.10.2019).
- [10] **E.G. Azimov, A.N. Shchukin,** *Novyy slovar metodicheskikh terminov i ponyatiy (teoriya i praktika obucheniya yazykam) [New dictionary of methodological terms and concepts (theory and practice of teaching languages)]*. Moscow: IKAR Publ., 2009. 448 p. (rus)
- [11] **M.F. Stronin,** *Obuchayushchiye igry na uroke angliyskogo yazyka [Educational games in the English lesson]*. Moscow: Prosveshcheniye Publ., 2001. 370 p. (rus)

- [12] **F.R. Adambayeva**, Vocabulary games in foreign language teaching. *Young Scientis*. 16.2 (2017) 46–49. Available at: <https://moluch.ru/archive/150/42580/> (accessed: 23.07.2020).
- [13] **A. Talak-Kiryk**, Using games in a foreign language classroom. 2010. Available at: https://digital-collections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1488&context=ipp_collection. (accessed: 30.08.2020).
- [14] **A.V. Kuzmina**, *Inostranny yazyk v servisnom obsluzhivanii* [Foreign language in service]. St. Petersburg: Politekhn. un-ty Publ., 2017. 125 p. (rus)
- [15] **N. Popova, E. Vdovina, A. Gavrilova, A. Kuzmina**, Video technology for teaching foreign language speaking skills in a technical university. *Proceedings 12th International Conference of Education, Research and Innovation, IATED Academy, November 11th–13th, 2019, Seville, Spain*. Pp. 9747–9757.
- [16] VideoAnt service. Available at: <https://ant.umn.edu/>, 2019.
- [17] Official site Mindmeister. Available at: <https://www.mindmeister.com/ru/>
- [18] **A.V. Kuzmina**, Mindmeister mind map as a visualization tool for rendering text in English. VI All-Russian Scientific and Practical Internet Conf. (with international participation) *Foreign Languages and Globalization of Education: The Potential of Intersubject Connections*. Available at: http://rgf.tversu.ru/websites/29/ckeditor_assets/attachments/7692/Kuzmina-2019.pdf.
- [19] **N.V. Popova, Ye.K. Vdovina, N.N. Kurpeshko**, Electronic resources as motivating factor in teaching foreign languages at Technical University, *Innovation in education*. 6 (2017) 102–115. (rus)
- [20] **G.M. Chudaykina, N.Yu. Loginova, V.V. Kostovarova**, Role-playing games in teaching foreign languages: theory and practice, *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa*. 11 (4) (2017) 82–92. (rus). DOI: 10.22412/1999-5644-11-4-11
- [21] **M.V. Kuimova**, Game activities as a means of oral foreign language abilities development in a Technical University. *Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture*. 2-1 (26) (2012) 96–104. (rus)
- [22] **H. Ashraf, F.G. Motlagh, M. Salami**, The Impact of Online Games on Learning English Vocabulary by Iranian (Low-intermediate) EFL Learners. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 98 (2014) 286–291. Available at: www.sciencedirect.com
- [23] **N.Yu. Gutareva**, Use of lexical games for teaching oral communication in foreign language. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Questions of theory and practice]. Tambov: Gramota. 3 (21) II (2013) 64–67. Available at: www.gramota.net/materials/2/2013/3-2/15.html. (rus)
- [24] **N. Puspita, N. Sabiqoh**, Teaching Vocabulary by Using Crossword Puzzle. *English Education: Journal Tadris Bahasa Inggris*. 10 (2) (2017) 308–325.
- [25] **Y.T. Anwar, Efransyah**, Teaching English vocabulary using crossword puzzle game at the seventh grade students. *Project. Professional Journal of English Education*. 1 (3) (2018) 235–240.

Received 07.09.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / THE AUTHOR

Кузьмина Анна Владиславовна

Kuzmina Anna V.

E-mail: kuzminaania201@yandex.ru

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2020

DOI: 10.18721/JHSS.11407
УДК 372.881.1

ОСОБЕННОСТИ ОБИХОДНО-БЫТОВОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Е.А. Солянко

Московский городской педагогический университет,
Москва, Российская Федерация

С быстрым развитием современных информационных технологий сетевая культура становится все более близкой к жизни людей. Практически стирая границы, она предоставляет небывалые до сих пор возможности как для индивидуальной, так и для групповой коммуникации. Частота использования сетевых модных слов в повседневной жизни также увеличивается, становясь неотъемлемой частью обиходно-бытовой коммуникации. Объём интернет-лексики в китайском языке непрерывно растет, вызывая необходимость описывать и изучать возникающие языковые феномены интернет-коммуникации. С применением методов критического и сопоставительного анализа имеющихся исследований, учёта передового отечественного и зарубежного опыта в области лингвообразовательных практик выявляются особенности обиходно-бытовой коммуникации на китайском языке, который, как и многие другие современные языки, находится в процессе постоянного изменения. В статье описаны разнообразные формы и особенности китайского интернет-языка, обоснована причина необходимости глубокого изучения китайского Netspeak, а также его учёта при обучении студентов бытовому общению, осуществляемому в социальных сетях, что способно повысить мотивацию студентов к углубленному изучению языка. В результате исследования выявлены значимые для лингводидактики особенности обиходно-бытовой интернет-коммуникации на китайском языке.

Ключевые слова: китайский язык, интернет-коммуникация, китайский интернет-язык, Netspeak, обиходно-бытовое общение, межкультурная коммуникация.

Ссылка при цитировании: Солянко Е.А. Особенности обиходно-бытовой интернет-коммуникации на китайском языке // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 4. С. 74–83. DOI: 10.18721/JHSS.11407

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

FEATURES OF EVERYDAY INTERNET COMMUNICATION IN CHINESE

E.A. Solyanko

Moscow City University,
Moscow, Russian Federation

With the rapid development of modern information technologies, the network culture is becoming closer to people, practically erasing boundaries and providing unprecedented opportunities for both individual and group communication. The frequency of the use of Netspeak in everyday life is also increasing, becoming an integral part of everyday communication. The share of Internet vocabulary in the Chinese language is constantly growing, facilitating the need to describe and study the emerging linguistic phenomena of Internet communication. The article uses the methods of critical and comparative analysis of present research and considers leading Russian and foreign experience in the sphere of innovative educational practices to identify the features of everyday communication in Chinese, which (like many other modern languages) is in the process of constant change. The article describes various forms and features of the Chinese Internet language (Netspeak), substantiates the

necessary reasons to study Chinese Netspeak deeply, as well as to consider it when teaching students everyday communication taking place in social networks, which can increase students' motivation for in-depth study of the language. The study identified features of everyday Internet communication in Chinese significant for linguodidactic studies.

Keywords: Chinese, Internet communication, Chinese Internet language, Netspeak, everyday communication, intercultural communication.

Citation: E.A. Solyanko, Features of everyday Internet communication in Chinese, Society. Communication. Education, 11 (4) (2020) 74–83. DOI: 10.18721/JHSS.11407

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Введение

Интернет создал обширный новый электронный канал связи, в корне отличающийся от уже существующих, где больше не соблюдаются правила и практики, отождествляющиеся с каноническими нормативами построения устной и письменной речи. Интернет предоставил небывалые до сих пор возможности как для индивидуальной, так и для групповой коммуникации на всех языках мира [1, с. 3]. Люди из разных регионов, принадлежащие различным культурам и социальным слоям, беспрепятственно общаются друг с другом через сеть Интернет. Как следствие, значительно ускорились передача и распространение информации, одновременно уменьшились пространственно-временные сложности коммуникации. Интернет существенно ускорил интеграцию, изменение и обновление мышления людей, изменение их жизненных планов, формирование бесконечных проекций для национально-культурной самоидентификации. Пользователи сети получили неограниченный доступ практически к любой интересующей их информации, при этом не требующий больших затрат времени и средств. Всё это служит облегчению и интенсификации диалога культур, и в этом смысле Интернет выступает уникальным средством межкультурной коммуникации, значительно расширяющим её возможности.

Бурно развивающееся совершенствование сетевых технологий и быстрое распространение Интернета привели к усилению степени и форм креативного использования языка. Наблюдается невероятный расцвет творчества и инноваций, способствующий глобализации и диверсификации идей, переосмыслению того, как люди общаются и делятся идеями, искусством, культурой и другими формами контента [2, с. 31].

Пользователи Интернета часто создают новые слова или присваивают новые значения уже существующим, чтобы выразить себя и общаться друг с другом. Как отмечает Н.И. Клущина, в отличие от доминирующей в обществе до появления и распространения Интернета «книжной культуры с характерной для нее линейностью и последовательностью, интернет-культура экранная, где тексты компрессированные, лаконичные, немногословные. Так формируется экранная культура, с её скольльзящим чтением вместо вдумчивого чтения» [3, с. 159].

Постановка проблемы

Растущая популярность виртуального общения и неформального языка интернет-пользователей привлекает внимание многих отечественных и зарубежных исследователей. Новые цифровые условия существования языка неизбежно сказываются на его трансформации, происходит явное пренебрежение языковыми правилами и привычками, сложившимися в обществе до появления Интернета. Несмотря на то, что китайский язык интернет-коммуникации пока ограничен сферами своего употребления, он все-таки представляет собой важный феномен в системе и структуре коммуникативных процессов носителей, и игнорирование его в педагогической практике при обучении китайскому языку неносителей является недопустимым. Большое разнообразие форм

языка Netspeak, динамичный характер его развития, широкая зона влияния предопределяют необходимость уточнения и обобщения его особенностей, что имеет важное академическое, социальное и культурное значение.

Методология исследования

В основе работы – теоретические исследования российских и зарубежных специалистов (2000–2020-е гг.) в области лингвистики и языкового образования, направленные на определение статуса, параметров и особенностей электронной коммуникации на китайском языке. В результате уточнен лингводидактический статус и отличительные черты китайского интернет-языка в сфере обиходно-бытовой коммуникации. Для выявления особенностей и параметров речевого поведения человека в межкультурном общении с иностранцем посредством электронного канала связи на китайском языке необходимы следующие методы: критический анализ литературы; сравнение подходов к исследованию дискурса в российской и зарубежной исследовательской практике; интеграция положительного опыта дискурсивных исследований в лингводидактическом контексте.

Полученные результаты

В результате проведенного исследования систематизированы и описаны основные характеристики китайского Netspeak. Анализ позволил сформулировать ряд основных черт китайского языка электронной коммуникации:

- 1) наличие заимствований (вторичных, фонетических, семантических, фонетико-семантических);
- 2) наличие буквенных слов и аббревиаций, записанных посредством западных алфавитов;
- 3) сочетание букв, знаков, цифр и китайских иероглифов;
- 4) целенаправленное использование неверных омонимических иероглифических единиц;
- 5) использование нейтральной лексики общепринятого китайского языка в расширенной семантике;
- 6) заимствования из диалектов;
- 7) использование коротких предложений;
- 8) пропуск предложения;
- 9) нарушение правил синтаксической структуры предложения;
- 10) частое использование символов и смайликов.

Новые цифровые технологии обусловили переформатирование книжного письменного языка в язык *устно-письменный*. Появился совершенно новый тип языка, для обозначения которого Д. Кристал использует термин *Netspeak* – язык, обладающий уникальными лексическими и дискурсивными функциями, отображающий особенности, уникальные для интернет-пространства – электронного, глобального и интерактивного. Современная молодежь, для которой язык Интернета становится основной формой коммуникации, воспринимает его как норму и не оценивает его с позиции общепризнанных правил культуры речи.

Netspeak – это повседневный язык или письменная речь, которая имеет общие черты как с разговорной, так и с письменной речью. Д. Кристал [4, с. 48] указывает, что *Netspeak* – это нечто совершенно иное в отношении речи и письма, это больше, чем просто их гибрид, чем совокупность функций устной и письменной речи. С одной стороны, электронное общение принципиально отличается от устной речи из-за отсутствия одновременной обратной связи и её способности осуществлять несколько взаимодействий одновременно, и отличается от традиционного письма своей динамичностью, способностью кадрировать сообщения и гипертекстуальностью [5, с. 407]. По этой причине интернет-язык не идентичен ни речи, ни письму, но он отображает свойства обоих, а также может то, на что не способен ни один из вышеуказанных языков. С дру-

гой стороны, интернет-язык лучше воспринимается как письменность, которая в определенной степени направлена в сторону устной речи, а не как записанная устная речь [6, с. 21].

Netspeak является типичным примером проявления лингвистической революции, поскольку Интернет обогатил структуры и функции языка. Иногда Netspeak используется только для удобства или яркости выражения, а иногда для того, чтобы быть модным и показать свою индивидуальность. В качестве особого языка Netspeak используется в Интернете для общения, поиска информации, игр, отправки сообщений электронной почты или публикации блогов всё большим количеством людей. С течением времени и из-за развития кибермира Netspeak быстро развивается, а его формы становятся всё более разнообразными [7, с. 51].

Показательным является то, каким образом глобализация и технологический прогресс влияют на жизнь интернет-пользователей Китая. На сегодня китайский сегмент глобальной сети лидирует не только по числу обращений и количеству размещенных в ней документов на национальном языке, но и в инновациях, обеспечивающих пользование Интернетом. Согласно данным информационного сетевого интернет-центра, китайские граждане демонстрировали весьма многочисленное присутствие в Интернете, выявлено примерно 1,04 млрд активных пользователей социальных сетей в 2020 году, среди которых 69,4 % китайцев в возрасте 15–19 лет и 77,3 % китайцев в возрасте 20–29 лет пользуются социальными сетями¹.

Существуют особенности, которые отличают китайский Интернет от остального онлайн-мира. К ним относятся всесторонний контроль и цензура со стороны правительства в отношении огромной сети пользователей и публичных выступлений в Китае, для чего был создан проект «Золотой щит», ограничивающий доступ ко всемирно известным информационным порталам и социальным платформам. Несмотря на интернет-надзор и цензуру, в последние годы широко используются социальные сети, такие как онлайн-форумы, сайты социальных сетей, Weibo, QQ и WeChat. Некоторые пользователи отмечены на нерегулярной основе в поисковых системах Google, Facebook, YouTube и Instagram через VPN [8, с. 133].

Для того, чтобы снять психологическую нагрузку, преодолеть стрессовое состояние, избежать фрустрации многие пользователи сети стремятся выразить свое мнение и показать себя в онлайн-мире, используя все виды слов и символов для реализации сетевого общения. Широкие возможности для самовыражения снижают действие защитных механизмов психики, позволяя каждому пользователю формировать контент для себя и для своего интернет-окружения [9, с. 76]. Создание нового, живого, динамичного, порой преувеличенного и забавного языка соответствует эмоциональным потребностям пользователей сети, которые именно таким образом стараются расслабиться, показать свое чувство юмора и поделиться эмоциями.

Китайские модные слова генерируются в Интернете, способы их выражения просты, понятны, остроумны и близки к общественной жизни, они могут не соотноситься с классом, возрастом и уровнем образования, могут быть широко распространены среди людей с разным культурным и социальным происхождением. Такие слова не только в определенной степени отражают намерения человека, их употребляющего, но и отражают психологическое состояние пользователей языка, ищущих способы самопозиционирования в мире и самоидентификации в культурном пространстве. В силу их особой эмоциональной насыщенности, необычности, креативности эти слова в большом количестве копируются и имитируются пользователями сети, проникают в другие области и даже могут повлиять на основные средства массовой информации.

Наиболее очевидной особенностью китайского Netspeak является его простой, лаконичный стиль, обусловленный потребностью быстрого и удобного набора текста. Даже поверхностное наблюдение позволяет утверждать, что в современном интернет-пространстве кодирование информации активно осуществляется с помощью сокращения лексических единиц [10, с. 99]. В ки-

¹ Statista. Number of monthly active social media users in selected Asia-Pacific countries as of January 2020, by country (in millions) // URL: <https://www.statista.com/statistics/295606/social-media-mau-asia-pacific-countries/> (Accessed: 25.09.2020).

тайском Netspeak редко встречаются слова, состоящие из сложных китайских иероглифов или предложений с соблюдением всех правил синтаксиса. Такое своего рода упрощение объясняется необходимостью ввода иероглифических знаков, процесс которого проходит не так просто и оперативно, как для носителей алфавитных языков, что затрудняет быстрое взаимодействие между пользователями [11, с. 74].

Как отмечают сами китайские исследователи, китайский язык сетевой коммуникации нарушает устоявшиеся языковые нормы и смело экспериментирует в области письма, лексики и грамматики. Его даже называют «лингвистической аномалией на фоне стандартного языка» [12, с. 134]. К таким аномалиям в китайском Netspeak можно отнести английские сокращения, сокращения китайского пиньинь, различные виды комбинированных лексических единиц, сочетающих буквы, иероглифы и символы:

- D 版 – пиратская версия программы (от 盗版 dàobǎn – грабитель, разбойник + версия, издание);
- +U – Давай! (подбадривание, от 加油 jiāyóu);
- BF (boyfriend);
- DL (download);
- BB (宝贝 bǎobèi – дорогой, крошка);
- FF (愤愤 fènfèn – возмущаться, гневаться) [13, с. 205].

Особый интерес представляют примеры сочетания букв и иероглифов с целью образования глагольных форм: употребление частицы 了 le, указывающей на завершение действия глагола (我刚才 S 了 мой компьютер дал сбой (S от 死机 sǐjī – сбой (досл. «смерть») компьютера), или в усилительном значении с прилагательными (很 easy 了 – очень легко); передача процесса действия с использованием окончания -ing с китайскими словами (аналог английского Continuous Tenses): 上网ing быть онлайн, 等ing ожидать, 无限郁闷ing находиться в безграничной депрессии, 聊天ing болтать [14, с. 114].

Помимо вышесказанного, в китайской сетевой коммуникации нашли распространение цифровые, буквенные и буквенно-цифровые гибридные омофоны, которые могут передавать слова и выражения как из английского, так и китайского языков:

- 88: bābā – "bye-bye" (пока);
- 39: sānjiǔ – "thank you" (спасибо);
- IC – "I see" (понятно);
- CU – "see you" (до встречи);
- 3Q: sān + английская буква Q – "thank you" (спасибо);
- AV8D: пиньинь для 8: bā + английские буквы – "everybody" (все);
- 8137: bāyāosānqī – 不要生气 búyào shēngqì (не сердись);
- 4242: sìèrsièr – 是啊是啊 shìa shìa (да, это так);
- 55555 wǔwǔwǔwǔwǔ – звукоподражание 呜呜 wūwū (плач, рыдания);
- 484 sibāsi – 是不是 shìbùshì (да или нет?);
- 995 jiùjiùwǔ – 救救我 jiùjiù wǒ (спаси меня, помоги) [13, с. 206].

Иногда использование омофонических терминов в сети можно встретить не только для скорости печати. В материковом Китае действует строгая политика контроля Интернета, согласно которой запрещается публиковать определённые термины, в большинстве своём касающиеся политики. Например, если человек хочет опубликовать статью, которая включает термин 警察, означающий «полицейские», он обнаружит, что эта статья не сможет быть опубликована. Когда все же есть необходимость упомянуть этот термин, автор может воспользоваться термином с одинаковым произношением, но обозначенный разными символами, например, 惊诧. Последний имеет одинаковое произношение с 警察 «jīng-cha», но означает «удивляться». Для этих же целей можно использовать аббревиатуру пиньинь – JC [15, с. 22].

Помимо перечисленных характеристик китайского Netspeak, необходимо выделить его яркое выражение с помощью определенных символов и смайликов, которые обычно выражают эмоции пользователей сети, например, « » (не находить слов) [16, с. 26], « ^ _ ^ » или « ^ o ^ » (улыбающееся лицо) [17, с. 103], « Zzzz » (сон) [18, с. 189], « TT » (слёзы) и т. д. [19, с. 254]. Смайлики используются для выполнения и усиления игривости, которая является важной особенностью общения через цифровые средства массовой информации. При этом под покровом игривости наблюдается соблюдение социальных норм реальной жизни. Игривость закодирована с помощью смайликов для того, чтобы дискурсивно разрешить противоречие между, с одной стороны, открытостью и свободой, которые дает развивающаяся культура социальных медиа, и, с другой стороны, унаследованными действующими социальными консервативными и строгими нормами. Как указывают авторы, смайлики поддерживают стремление китайских пользователей социальных сетей сохранить свое лицо и соблюсти социальную гармонию [20, с. 18].

Помимо сказанного, китайский сетевой словарь обогащает нейтральная лексика общепринятого китайского языка, используемая в своей расширенной семантике. Например, 潜水 первоначально означал деятельность под поверхностью воды, а сегодня он относится к ситуациям, когда кто-то либо не публикуется в течение долгого времени после регистрации на онлайн-форуме, либо ведет себя скрытно или долго не подключается к Интернету. 老司机 первоначально подразумевал человека, который был опытным водителем автомобиля, в интернет-коммуникации это значение расширили до «быть опытным в какой-то сфере». 油腻 первоначально означало «слишком много масла», в сетевом общении данное выражение используют для описания мужчин среднего возраста, которые не обращают внимания на свой внешний вид [21, с. 100]. И это лишь малая часть большого количества примеров подобного словоупотребления.

Сокращению подвергаются не только слова, но и целые предложения. Иногда предложение может быть вовсе опущено или заменено соответствующими смайликами. Сокращённые предложения формируются путём выбора трёх или четырёх (по большей части четырёх) ключевых иероглифических знаков из одного или нескольких полных предложений, что обеспечивает эффект юмора и саркастичности. Например:

- 累觉不受: 很累, 感觉自己不会再爱了.
- 十动然拒: 女生十分感动, 然后拒绝了他.
- 不明觉厉: 虽然不明白是什么, 但是感觉好厉害啊.
- 人艰不拆: 人生已经如此艰难了, 有些事情就不要拆穿了.
- 我伙呆: 我和我的小伙伴们都惊呆了.
- 高富帅: 长得高, 帅, 又有钱 [22, с. 66].

Китайский синтаксис также претерпевает некоторые изменения в языке Интернета, например, как в 我看书在图书馆 («Я читаю книги в библиотеке»), для которого порядок предложений на стандартном китайском должен быть «я в библиотеке читаю книги», т. е. «я читал книги в библиотеке». Подобные структуры уже укрепились в текстах песен или в стихах. В дальнейшем, по мнению исследователей, структуры такого типа будут преобладать и преобразовывать китайский синтаксис [23].

Применение слов и выражений Netspeak не обладает длительной жизнеспособностью, все популярные вещи имеют периодичность, и модные слова онлайн не могут оторваться от объективных правил и норм. Как утверждает Ся Чжунхуа: «Модные слова – это динамичный процесс, и большинство из них проходят через процессы “появления – популярности – исчезновения”» [24, с. 110]. Создание модных интернет-слов происходит в результате коллективной когнитивной творческой деятельности сотен миллионов пользователей сети. С развитием технологий информационных сетей новые слова рождаются ежеминутно. При этом скорость их возникновения ведёт, увы, к быстрому исчезновению: слишком интернет-слова чувствительны ко времени, неустойчивы и заменяемы. Жизнеспособность языка заключается в коммуникативных потребно-

стях: только те популярные и «модные» слова в Интернете, которые неотделимы от жизни и быта людей и могут в полной мере выражать эмоции людей, обладают мощной жизненной силой, способны использоваться в течение длительного времени и в конечном итоге стать частью национального языка.

Конечно, следует обратить внимание на эту «скоротечность жизни» популярных онлайн слов при обучении китайскому языку. Если модные слова и выражения в Интернете не будут должным образом отобраны, это может привести к неправильному пониманию студентами общих законов китайского языка и общей китайской культуры. Кроме того, бесполезно осваивать китайские модные выражения, которые пользуются небольшим периодом популярности. Случайность и нестабильность слов в Интернете требуют от преподавателей способности производить строгий отбор таких лексических единиц при обучении китайскому языку как иностранному [25, с. 45–47].

Заключение

Китайский Netspeak – это не только популярные слова и фразы в Интернете, но и отражение некоторых современных социальных явлений и культурной психологии жителей Китая. Netspeak играет всё более важную роль в повседневном общении, особенно среди молодежи. Большое разнообразие форм этого языка, динамичный характер его развития, широкая зона влияния определяют необходимость его учета при обучении студентов бытовому общению, осуществляемому в социальных сетях. Помимо этого, язык интернет-общения отражает современный статус языка, дает представление о закономерностях и перспективных направлениях его развития. Контакт с новым языковым элементом может не только помочь студентам понять китайскую популярную культуру, популярные события, содержание социальной жизни людей, но и народные обычаи и региональную культуру, позволит сократить трудности и ошибки общения между представителями разных стран и регионов, расширить горизонты, быстрее и лучше интегрироваться в культурную атмосферу Китая. Тем самым осознание актуальности внедрения в процесс преподавания китайского языка как иностранного языкового материала, используемого в сети Интернет, имеет важное академическое, социальное и культурное значение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Shan Zhu.** Effect of internet language on Chinese language teaching considering register theoretical analysis // J. of Physics Conference Series. 1533 (2020) 042019 // URL: https://www.researchgate.net/publication/342263170_Effect_of_Internet_Language_on_Chinese_Language_Teaching_Considering_Register_Theoretical_Analysis/citations (Accessed: 29.12.2020).
2. **Henriksen D., Mishra P., Fisser P.** Infusing creativity and technology in 21st century education: A systemic view for change // Educational Technology & Society. 2016. Vol. 19 (3). Pp. 27–37.
3. **Клушина Н.В.** Медиастилистика и эмотивная лингвистика // Известия ВГПУ. 2019. № 1 (134). С. 158–161.
4. **Crystal D.** Language and the Internet. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
5. **Даргинавичене И., Игнотайте И.** Переключение кодов в компьютерно-опосредованной коммуникации // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Социология. 2020. Т. 20. № 2. С. 405–415. DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-2-405-415
6. **Crystal D.** Internet Linguistics. New York: Routledge, 2011.
7. **Shi Baihui, Li Fengjie.** The analysis of anti-language from the perspective of current situation of Netspeak // Internat. Journal of Language and Linguistics. 2017. Vol. 5 (2). Pp. 50–56. DOI: 10.11648/j.ijll.20170502.14
8. **Fu J.** Chinese youth performing identities and navigating belonging online // J. of Youth Studies. 2018. Vol. 21 (2). Pp. 129–143. DOI:10.1080/13676261.2017.1355444

9. Сизикова Т.Э., Стунжа Н.А., Повешенко А.Ф., Агавелян Р.О., Волошина Т.В. Влияние современных web-технологий на развитие контентного вида мышления // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2017. Т. 7. № 6. С. 71–86. DOI: 10.15293/2226-3365.1706.05
10. **Alekseev A.V., Lenets A.V.** Directive abbreviations as a component of modern virtual communication (as exemplified in English and German languages) // *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*. 2017. Vol. 7 (2). Pp. 98–110. DOI: 10.15293/2226-3365.1702.07
11. **Кислов А.В., Колпачкова Е.Н.** Влияние Интернета на современный китайский язык // *Компьютерная лингвистика и вычислительные онтологии*. 2017. № 1. С. 72–86.
12. **Wong Kam-Fai.** Linguistic and behavioural studies of Chinese chat language // *Internat. Journal of Computer Processing of Oriental Languages*. 2006. No. 19. Pp. 133–152.
13. **Хуэй Т.** Обзор тенденций в словообразовании интернет-лексики // *Вестник СПбГУ*. 2010. № 2. С. 203–214.
14. **Бачурин В.В.** Буквенные слова и гибридные образования в китайской ИТ-терминологии и интернет-лексике // *МНИЖ*. 2018. № 9-2 (75). С. 112–115. DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2018.75.9.050>
15. **Yiyang Chen.** *Netspeak in China: Features and Impact on Standard Chinese Language*, 2005.
16. **詹捷慧 [Zhan Jiehui]**, 大学生网络流行语使用情况调查与导引 [An Investigation of College Students' Use of Internet Buzzwords] // *浙江工商职业技术学院学报 [Journal of Zhejiang Business Technology Institute]*. 2020. Vol. 19 (1). Pp. 25–28.
17. **周彬 [Zhou Bin]**, 网络语言社会功能及用语关注焦点 [The social function of network language and the focus of attention on terms] // *理论建设 [Theory Construction]*. 2019. No. 6. Pp. 102–107.
18. **韩雪文 [Han Xuewen]**, 网络流行语视域下的英语翻译探讨 [Discussion on the English translation of Network buzzwords] // *Industrial & Science Tribune*. 2020. Vol. 4 (19). Pp. 188–189.
19. **刘娜 [Liu Na], 王进 [Wang Jin]**, 网络流行语对当代大学生的价值观影响研究 [Study of the Influence of Network Hot Words on College Students' Values] // *学理论 [Theory]*. 2018. No. 3. Pp. 253–256.
20. **Zhang Y., Wang M., Li Y.** More than playfulness: Emojis in the comments of a WeChat official account // *Internet Pragmatics*. 2020. Vol. 2(1). DOI: 10.1075/ip.00048.zha // URL: https://www.researchgate.net/publication/340131966_More_than_playfulness_Emojis_in_the_comments_of_a_WeChat_official_account/citations (Accessed: 25.09.2020).
21. **Chu Chengli.** Exploring the pragmatic value of Internet catchwords in college students' social activities // *Sichuan Provincial Correspondence Institute for Administrators*. 2019. No. 2. Pp. 99–104.
22. **Tao Y.N.** An investigation into Chinese Internet neologisms // *Canadian Social Science*. 2017. Vol. 13 (12). Pp. 65–70. DOI:10.3968/10023 // URL: <http://www.cscanada.net/index.php/css/article/view/10023> (Accessed: 20.09.2020).
23. **Yang C.** Chinese Internet language: A sociolinguistic analysis of adaptations of the Chinese writing system // *Language@Internet*. 2007. Vol. 4 (2) // URL: <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/1142> (Accessed: 25.09.2020).
24. **Xia Zhonghua.** *A study of the contemporary Chinese popular language in the face of a variety of media (Chinese)*. China Social Sciences Press, 2016.
25. **Xing Yuhua, Bai Didi.** Brief discussion on teaching strategy of new Internet words from teaching Chinese as a foreign language // *J. of Tianjin Radio & TV University*. 2012. No. 2. Pp. 45–47.

Статья поступила в редакцию 04.11.2020.

REFERENCES

- [1] **Zhu Shan**, Effect of Internet Language on Chinese Language Teaching Considering Register Theoretical Analysis, *Journal of Physics Conference Series*. 1533 (2020) 042019. Available at: https://www.researchgate.net/publication/342263170_Effect_of_Internet_Language_on_Chinese_Language_Teaching_Considering_Register_Theoretical_Analysis/citations (accessed: 29.12.2020).
- [2] **D. Henriksen, P. Mishra, P. Fisser**, Infusing Creativity and Technology in 21st Century Education: A Systemic View for Change, *Educational Technology & Society*. 19 (3) (2016) 27–37.

- [3] **N.I. Klushina**, Mediastilistika i emotivnaya lingvistika [Mediastylistics and emotive linguistics], *Izvestiya VSPU*. 1 (2019) 158–161.
- [4] **D. Crystal**, *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
- [5] **I. Darginavichene, I. Ignotayte**, Code-switching in the computer-mediated communication, *RUDN Journal of Sociology*. 20 (2) (2020) 405–415. DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-2-405-415
- [6] **D. Crystal**, *Internet Linguistics*. New York: Routledge, 2011.
- [7] **Baihui Shi, Fengjie Li**, The Analysis of Anti-language from the Perspective of Current Situation of Netspeak, *International Journal of Language and Linguistics*. 5 (2) (2017) 50–56. DOI: 10.11648/j.ijll.20170502.14
- [8] **J. Fu**, Chinese Youth Performing Identities and Navigating Belonging Online, *Journal of Youth Studies*. 21 (2) (2018) 129–143. DOI:10.1080/13676261.2017.1355444
- [9] **T.E. Sizikova, N.A. Stunzha, A.F. Poveshenko, T.V. Voloshina, R.O. Agavelyan**, Vliyanie sovremennykh web-tekhnologiy na razvitie kontentnogo vida myshleniya [The influence of modern web technologies on the development of a new kind of thinking], *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*. 7(6) (2017) 71–86. DOI: 10.15293/2226-3365.1706.05
- [10] **A.V. Alekseev, A.V. Lenets**, Directive abbreviations as a component of modern virtual communication (as exemplified in English and German languages). *Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin*. 7(2) (2017) 98–110. DOI: 10.15293/2226-3365.1702.07
- [11] **A.V. Kislov, E.N. Kolpachkova**, Vlijanie Interneta na sovremennyj kitajskij jazyk [Influence of the Internet on Modern Chinese], *Komp'yuternaja lingvistika i vychislitel'nye ontologii* [Computational linguistics and computational ontologies]. 1 (2017) 72–86.
- [12] **Kam-Fai Wong**, Linguistic and Behavioural Studies of Chinese Chat Language, *International Journal of Computer Processing of Oriental Languages*. 19 (2006) 133–152.
- [13] **Tyan'gan KHuehj**, Obzor tendentsij v slovoobrazovanii Internet-leksiki [Overview of trends in word formation of Internet vocabulary], *Vestnik SPbGU*. 2 (2010). 203–214.
- [14] **V.V. Bachurin**, Bukvennye slova i gibridnye obrazovaniya v kitajskoj it-terminologii i internet-leksike [Alphabetic words and hybrid education in Chinese IT terminology and internet-lexis], *MNIZH*. 9-2 (75) (2018) 112–115. DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2018.75.9.050>
- [15] **Chen Yiyang**, *Netspeak in China: Features and Impact on Standard Chinese Language*, 2005.
- [16] **詹捷慧 [Zhan Jiehui]**, 大学生网络流行语使用情况调查与导引 [An Investigation of College Students' Use of Internet Buzzwords], *浙江工商职业技术学院学报* [Journal of Zhejiang Business Technology Institute]. 19 (1) (2020) 25–28.
- [17] **周彬 [Zhou Bin]**, 网络语言社会功能及用语关注焦点 [The social function of network language and the focus of attention on terms] 理论建设 [Theory Construction]. 6 (2019) 102–107.
- [18] **韩雪文 [Han Xuwen]**, 网络流行语视域下的英语翻译探讨 [Discussion on the English translation of Network buzzwords], *Industrial & Science Tribune*. 4 (19) (2020) 188–189.
- [19] **刘娜 [Liu Na], 王进 [Wang Jin]**, 网络流行语对当代大学生的价值观影响研究 [Study of the Influence of Network Hot Words on College Students' Values], *学理论* [Theory]. 3 (2018) 253–256.
- [20] **Y. Zhang, M. Wang, Y. Li**, More than playfulness: Emojis in the comments of a WeChat official account, *Internet Pragmatics*. 2 (1) (2020). Available at: https://www.researchgate.net/publication/340131966_More_than_playfulness_Emojis_in_the_comments_of_a_WeChat_official_account/citations (accessed: 25.09.2020). DOI: 10.1075/ip.00048.zha
- [21] **Chengli Chu**, Exploring the Pragmatic Value of Internet Catchwords in College Students' Social Activities, *Sichuan Provincial Correspondence Institute for Administrators*. 2 (2019) 99–104.
- [22] **Y.N. Tao**, An investigation into Chinese Internet Neologisms, *Canadian Social Science*. 13 (12) (2017) 65–70. Available at: <http://www.cscanada.net/index.php/css/article/view/10023> (accessed: 20.09.2020). DOI: 10.3968/10023
- [23] **C. Yang**, Chinese Internet language: A sociolinguistic analysis of adaptations of the Chinese writing system, *Language@Internet*. 4 (2) (2007). Available at: <http://www.languageatinternet.org/articles/2007/1142> (accessed: 25.09.2020).
- [24] **Zhonghua Xia**, *A Study of the Contemporary Chinese Popular Language in the Face of a Variety of Media* (Chinese). China Social Sciences Press, 2016.
- [25] **Yuhua Xing, Didi Bai**, Brief Discussion on Teaching Strategy of New Internet Words from Teaching Chinese as a Foreign Language, *Journal of Tianjin Radio & TV University*. 2 (2012) 45–47.

Received 04.11.2020.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / THE AUTHOR

Солянка Екатерина Анатольевна
Solyanko Ekaterina A.
E-mail: ekaterinasolyanko@mail.ru

© Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2020

DOI: 10.18721/JHSS.11408
УДК 81"33

LINGUISTIC CONSTRUCTION OF THE PAST: RHETORIC IN GEOPOLITICAL CONFLICTS OR RHETORIC MAKING CONFLICTS?

V.E. Chernyavskaya¹, E.L. Safronenkova²

¹ Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
St. Petersburg, Russian Federation;

² Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov,
Arkhangelsk, Russian Federation

The paper focuses on the issue of interdependence of ideology and language when representing historical past in political discourse. The past is regarded as an object to be constructed. Linguistic devices are of interest as they construct an evaluative image of the past. We presume that narratives about national history are powerful tools influencing historical understanding and national identity construction. In this study a contribution is made by analyzing specific national historical discourse in the situation of ongoing geopolitical conflict, namely the conflict in the Caucasian region between Armenia and Azerbaijan with regard to the dispute on historical right on the territory of Nagorno-Karabakh. The discourse analytic approach allows to consider texts as parts of social practice. It is applied to a value-based construction of the historical past in texts produced by public figures, including heads of states. The study stresses that through the language of appraisal the past can be presented in a value-based way. Linguistic analysis focuses on evaluative description of the historical past in the frame of certain political interests for the public who are not experts in history.

Keywords: geopolitical conflict, discourse analysis, historical narrative, persuasion, linguistic choice.

Citation: V.E. Chernyavskaya, E.L. Safronenkova, Linguistic construction of the past: Rhetoric in geopolitical conflicts or rhetoric making conflicts?, *Society. Communication. Education*, 11 (4) (2020) 84–93. DOI: 10.18721/JHSS.11408

This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ПРОШЛОГО: РИТОРИКА В ГЕОПОЛИТИЧЕСКОМ КОНФЛИКТЕ ИЛИ РИТОРИКА, СОЗДАЮЩАЯ КОНФЛИКТ?

В.Е. Чернявская¹, Е.Л. Сафроненкова²

¹ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Российская Федерация;

² Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова,
г. Архангельск, Российская Федерация

Проведен анализ лингвистических приёмов и средств оценочного конструирования исторического прошлого в условиях геополитического конфликта. «Политическое присвоение истории» рассмотрено применительно к многолетнему геополитическому конфликту между Арменией и Азербайджаном о территориальной принадлежности Нагорного Карабаха. Показано, что вариативность исторической интерпретации может становиться инструментом конструирования так называемой «национальной истории»: интерпретацией исторического прошлого в связи с государственной политикой. Столкновение различных политических проектов порождает столкновение исторических нарративов и образов прошлого. Представление фактов исто-

рического прошлого неотделимо от оценочного отношения к ним. В статье лингвистическая интерпретация прошлого рассматривается как дополнительный инструмент, не подменяющий специальные методы историографии, но позволяющий квалифицировать текст о прошлом как субъективно-оценочное, политически мотивированное высказывание. Отмечено, что в лингвистическом конструировании прошлого опасно безальтернативное представление позиций для широкой общественности, не обладающей специальными историческими знаниями.

Ключевые слова: геополитический конфликт, дискурсивный анализ, исторический нарратив, речевое воздействие, лингвистические средства, речевое воздействие.

Ссылка при цитировании: Chernyavskaya V.E., Safronenkova E.L. Linguistic construction of the past: Rhetoric in geopolitical conflicts or rhetoric making conflicts? // Society. Communication. Education. 2020. Vol. 11. No. 4. Pp. 84–93. DOI: 10.18721/JHSS.11408

Статья открытого доступа, распространяемая по лицензии CC BY-NC 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Introduction

The research raises the issue of interdependence of ideology and language when representing historical past in the course of political communication. The object of research is value-based construction of the historical past in the political discourse. Thus the present study has two central notions – history and politics.

Politics is normally considered as an institutional discourse, as a type of collective activity in the field of power relations for (re)distribution of the influence in the context of historic opportunities. In the context of the present paper political discourse is understood as a set of all texts topically related with the social field of politics. Political discourse is regarded as a verbal correlate, or that is to say, discourse dimension of the social field of politics in a very broad sense. Diverse visions of the world clash rival in political discourse.

The historical past is a vital resource. Historical past acts as an identity resource for human communities since it requires a value based positioning of “us” and “them”. History is always partial. In this framework we presume that the past does not exist per se, it relies upon memory, witnesses, texts. These sources can be destroyed, counterfeited, manipulated. History is not a mere recording of the past, but rather a dissemination of diverse and often conflicting “stories about the past”. Societies have traumatic events in their history – wars, war crimes, mass killing, rape. Often such events are surrounded with taboos. To make decisions in the present and to make plans for the future, a community must rely on agreement on the interpretation of one’s own past. Official historical narratives are reproduced through films, schoolbooks, political speeches. Various social groups in the society compete for the one and only image of the past.

In this context historical past is beyond the scope of investigation in historiography and becomes a research object in discourse studies, cultural studies, for more detail see [1–6].

Past is an object of construction. In this regard language is discussed as a tool of shaping the idea about reality. The key premises are as follows. Facts, processes and phenomena of reality obtain social meanings only in text structures. Linguistic structures are analyzed as dependent on sociocultural, ethnic, psychological, religious, i.e. in a broader sense on historical factors [7–10]. Discourse approach allows to consider texts as parts of social practice and social events.

The situation of ongoing interstate conflict provides a specific focus in studying of political appropriation of the historical past [11, 12]. As an illustration of such conflict in the 20th century we take the situation in the Caucasian region in relations between Armenia and Azerbaijan. Politically unresolved interstate relations, controversial political issues and latent conflicts between the states of the Caucasian region, active part of the Russian Federation and the USA as subjects of political influence make the situation most illustrative.

Purpose of the Study

The aim of research is to reveal linguistic means which act as a tool of constructing knowledge about the past. The focus is on how language is an ingredient of power processes. Politics deliberately generates discursive practices in which historical past performs political functions. Within this framework linguistic means become an instrument of persuading the addressee to shape, change his values in favour of the addresser rather than a tool of describing reality. Rhetorical devices are of interest as an object of analysis as they construct an evaluative image of the past.

What the present study adds to the existing discussions is a specific angle of a problem. We focus on evaluative “ready-made” description of the past in political discourse for the mass information consumers who are not experts in history. We analyze linguistic means in regard to the question that they are able to intensify and to extend the conflict, to construct the impression about a conflict as about an inevitable one. In this regard this paper aims to answer the following broad question: What methodological problems are centered around “history understanding”? When analyzing the historical description, methodological focus is placed both on value-based and cognitive grounds and on construction of social reality.

Research Methods and Corpus

The present paper presents conclusions of the studies which were started in 2013s in the framework of the research project about construction of the so-called “national historical discourse” in the situation of ongoing geopolitical conflict, namely the conflict in the Caucasian region between Armenia and Azerbaijan. The conflict is also about unresolved dispute on the nationality of the region of Nagorno-Karabakh. It is based on two polar views on the historical past – Armenian and Azerbaijani. There are two completely different descriptions of the past and present. Though changing over decades, they still remain conflicting.

We study texts produced by public figures, including heads of states. These reflect geopolitical situation in the post-Soviet period in the Caucasian region in relations between Armenia and Azerbaijan with regard to the dispute on historical right on the territory of Nagorno-Karabakh. The corpus of investigation includes public speech texts, interviews with the state leaders, key politicians of Armenia and Azerbaijan between 2010 and 2019 posted on the official websites of the head of the countries. Topically these texts are completely or partially address the Nagorno-Karabakh territorial conflict. The study corpus consists of 29 texts by Azerbaijan politicians and 21 of those produced by Armenian political figures.

The methodological framework is found within a discursive and constructivist approaches [13–17]. Analysis was conducted as a pragma-semantic study based on a number of linguistics tools, namely nominations used to denote groups of subjects in terms of ‘us’ – ‘them’ were considered with their evaluative semantics in mind. Linguistic means are regarded as part of communicative strategies unfolding in the text.

Discussion

Past and present as an object of interdisciplinary analyses. The past seems to be one of the vital resources. The past can be seen as a tool of maintaining both national and personal identity. The past acts as an ideological resource. The past is regarded as an object to be constructed. Narratives on national history have been recognized as powerful cultural tools influencing historical understanding and national identity construction. It is studied in terms of collective memory and social representations [13], but also in the extensive studies on history understanding and on the so called “public use of history”, see for example [14, 15, 17]. Historical narratives are reproduced in many public spheres through films, documentaries, textbooks, political speeches and by historians. This means that they are produced and propagated for particular (political, educational, cultural) purposes, and that they are consumed by public. Historical consciousness has a strong impact on the discursive construction of national identities. Historical narratives are discursively constructed and reconstructed, changing and shifting. There is not one historical past. Textual representations cannot be separated from value-based interests.

This means that language is not only and merely used to express meanings. It serves to construct reality and shape understanding of reality. One of the major outcomes of understanding of the linguistic turn in historiography has been a discursive focus in historical texts analysis. The key presumption is that history is a mode of knowing the reality due to the objective facts and its active interpretation.

In historical discourse manifoldness and variety of meanings and instances of appraisal is established at two levels. Firstly, verbalized reality does not seem to be equal to reality itself as a sequence of facts, events, phenomena. The past as an object of cognition does not exist in reality. This is why historical cognition is regarded as reconstruction of new historical knowledge from prior knowledge. Historical past contains only some material, and lays the groundwork for the solution of the problem. Debates on history and its methods continue. However, the boundaries of history, namely of the historical past, historical present and predicted future, is still very much an open topic both in methodology of science and in social practice.

Beliefs about the trustworthiness of past create ‘the image of reality’ or ‘reality effect’ acting as intermediaries between participants of communication and real facts. A certain view of ‘how things happened’ created by linguistic means foregrounds the concept of ‘history regarded as the present’, returns the past in current practice. That is, the communicating past experiences is not driven by the mere transmission of narratives of the past, but also by a situated reconstruction of those experiences in the present, depending on social group goals and pragmatic needs, e.g. the construction of a positive in-group self-representation.

The emphasis on national identity facilitates other constructions than the emphasis on investigating the national past in historical narrative. The identity of nation and national sameness implies that in national terms past and present are the same. We presume that historiography aims at staying clear from reductionist and determinist explanations of connecting past and present. Historical past and present should not be reduced to one another, the past cannot be understood through present frameworks only. Past and present cannot be absolutely differentiated, nor can there be a simple identification between them. This relation should be constructed carefully by letting present questions interact with different alternative sources from the past.

Manifoldness of instances of appraisal and various, alternative images of the past can be built by the author of the text and depend on his religious, ethnic and ideological beliefs. This very aspect is the focus of our analysis.

Constant dynamism of “real/false” concepts, typical of historical narrative is further loaded with persuasion strategies which play a dominant role in politics. It is common practice when a situation for constructing of a specific “political reality” is established in politics. This means that perception of some segment of reality implies value-related attitude to it. Political discourse builds up a specific situation of “political appropriation of history”. Politically charged history cannot be reduced to deliberate distortion of facts. This should be regarded as a multi-level phenomenon which demonstrates that facts derive from their description and appraisal. And description itself is based on ideological intentions of the author. Ideological division into ‘us’ and ‘them’ is of crucial importance for politics that forms the ground for numerous interpretations of reality.

The key statement to be proposed here is as follows: politics deliberately generates and maintains discursive practices in which national, ethnical, cultural or professional issues begin to perform political functions, namely participate in authority matters. Politics refreshes the historical past by transforming history in ideology which in its turn is meant to serve different political projects.

Geopolitical conflict between Armenia and Azerbaijan: Background. The Republic of Armenia is a country in the South Caucasus region, founded in the 4th–2nd centuries BC. It is located in the north of Western Asia, and is landlocked. The country borders with Azerbaijan in the east, Turkey in the west (not having any diplomatic relations), Iran in the south and Georgia in the north. The population of Armenia is approximately 3 million people. About 95 % of Armenians practise Christianity. In 1918 the First Republic of Armenia was declared. In 1920 Armenia was incorporated into the Soviet Union and Armenian Soviet Socialist Republic was established. In 1990 Armenia officially declared its independence.

Nagorno-Karabakh is the region in the eastern part of the Armenian Highland. In fact most of its territory is governed by unrecognized Nagorno-Karabakh Republic. The region is equated with the administrative borders of Azerbaijan Republic.

Territorial dispute between two neighbouring countries of Azerbaijan and Armenia has two dimensions: on the one hand, the issue of legal status of the region of Nagorno-Karabakh affects norms of sovereignty and unviolability of state borders; on the other hand, it deals with the right of the people for self-determination. To resolve the ethnic and political conflict has been quite hard due to the complexity of the dispute itself, its historical roots and hard positions of the parties involved. The ethnic and political conflict has roots dating back well over a century. Due to specific geographical, geostrategic position and resulting in ethnic shifts going back centuries, the region of Nagorno-Karabakh has been the centre of numerous disputes and contradictions between nations and states. Already in the late 7th – early 6th centuries BC lowland and highland parts of the region of Nagorno-Karabakh became the territory of severe political and ethnic changes, force regroupings. In the periods of 1905–1907 and 1918–1920 the region of Nagorno-Karabakh became the arena of bloody Armenian-Azeri conflict twice. During the Soviet rule in 1918 lowland part of the region of Nagorno-Karabakh formed part of Azerbaijan, and it was first the arena of conflicts and later violent armed clashes between the Azeri and Armenians. In 1921 the region of Nagorno-Karabakh became part of the Soviet Socialist Republic of Azerbaijan, and in 1923 autonomous region of the Nagorno-Karabakh was first established which later in 1937 was changed into the Nagorno-Karabakh Autonomous Region (NKAR).

The period when the region of Nagorno-Karabakh was part of the Soviet Socialist Republic of Azerbaijan cannot be regarded as the time of well-being for the prevailing Armenian population. Its isolation from the titular ‘continent’, constant reduction of ethnic Armenians during the period of the USSR break-up/collapse had serious implications. As a result, a number of political and other factors turned the region into the conflict area which later flared into armed clash in 1992–1994s. The territory of Nagorno-Karabakh is internationally recognized as part of Azerbaijan. Nagorno-Karabakh is a breakaway republic.

Mediated by the Russian Federation, Kirghizia and CIS Interstate Parliamentary Assembly, a protocol was signed by Azerbaijan, the Nagorno-Karabakh region and Armenia. According to this protocol, which became known as Bishkek protocol, a ceasefire agreement was reached. In 1992 the Minsk group was established, back then by the Conference for Security and Cooperation in Europe (CSCE), aimed at settlement of the Nagorno-Karabakh conflict led by the USA, the Russian Federation and France.

International and legal aspect of this dispute is coupled with clashing geopolitical interests of different countries in this region.

The authorities of the Republic of Armenia claim on the problem of the Nagorno-Karabakh conflict settlement that key points to be considered are to provide security of the Armenian population in the region and to recognize the territory in the status of the Nagorno-Karabakh Republic. Yerevan believes that Armenian population of the Nagorno-Karabakh region exercised the right of self-determination as one of the principles of international law.

The stance of the unrecognized Nagorno-Karabakh Republic is as follows. To try to persuade international community that the Nagorno-Karabakh Republic was established resulting from age-old persistent and hard struggle of the Armenian population of the region of Nagorno-Karabakh for its ethnic and cultural identity and from exercising its right on self-determination. The authorities of the Nagorno-Karabakh Republic claim that democratic states are to respect the right of the people of the republic on free and democratic choice of their independent future based on the independence referendum which was held on December 10th 1991 in accordance with international law and legislation of the USSR and the Nagorno-Karabakh Republic constitution referendum of 2006.

The conflict is escalated not only as bilateral between Armenia and Azerbaijan, but also as a sphere of clashing interests of three countries: the Russian Federation, the USA and Turkey which to a greater extent rely on their pragmatic goals when trying to settle the Nagorno-Karabakh dispute, see for more details [16, 17].

Involvement into other conflicts on the post-Soviet arena, economical, political and ideological interests of conflicting parties and countries fighting for the control over the Caucasus prevent from peaceful settling of the Nagorno-Karabakh dispute. In September-November 2020 large-scale military operations between Armenia and Azerbaijan resumed and the conflict entered a new phase. As a result Azerbaijan regained control of a larger part of the Nagorno-Karabakh territory¹.

Ethnic and political roots of the conflict are mainly revealed as various political ideologemes. There are polar descriptions of the issue. Being different in various political periods, they appear to remain mutually exclusive. Alternative non coincident images of the past are established. At least two versions of reality descriptions are contrasted: “those events that really took place” and “those events that are thought to have occurred”. In situation like this the role of rhetorical devices, which are used to construct this or that image of the past reality, increases manifold. This problem seems multi-dimensional and multi-level, for more details [17].

Linguistic strategy and devices. By ‘strategy’ we generally mean “a more or less accurate and more or less intentional plan of practices (including discursive practices) adopted to achieve a particular social, political, psychological or linguistic aim. As far as the discursive strategies are concerned, that is to say, systematic ways of using language, we locate them at different levels of linguistic organization and complexity” [19, p. 139].

We can point out typical regular uses of means of value-based constructing of the past as for the situation of the geopolitical conflict.

The macro-strategy used can be called construction of the value-based relation between the past and the present.

This strategy is further developed through the main tactics:

- victimization,
- glorification of us,
- demonization of them,
- phantom menacing.

Instrumentalization of these tactics is based on value-based ‘us’ vs. ‘them’ opposition. The rhetoric of value-based alternative constructing of the past is connected to instrumentalization of the function of the ‘other’.

The role of values is seen as a building block of conflict field and in terms of domination of the axiological position of the author and those supporting him towards that field. All other possible value-based positions, including that of the opposed group, are ignored.

To present the past in a value-related way, frequent use of negative evaluative means can be noticed. These means of appreciation are used for identifying the other’s past, the image of the past not coinciding with officially-recognized narrative.

Let us illustrate the difference in discourse practices of the Armenian-Azeri conflict description by the most representative text exemplars, revealing Armenian (4-5) or Azeri (1-3) viewpoint on the history of the conflict respectively. The texts were derived from official websites of the President of Armenia and the President of Azerbaijan.

*1. Nagorno-Karabakh is **our historical** land... We must bring and are bringing the **historical truth** to the world. No-one doubts that Nagorno-Karabakh has **historically belonged to the Azerbaijani** people. From a legal point of view, Nagorno-Karabakh is an **inalienable part of Azerbaijan**. No country recognizes and I am sure never will recognize the criminal and self-proclaimed regime existing in Nagorno-Karabakh. These factors, **historical facts** and the norms of international law, the decisions and resolutions of international organizations not only strengthen our position... This is suggested by **historical realities**, the legal framework...*

***Armenia has occupied our lands**².*

¹ <https://www.rbc.ru/politics/09/11/2020/5f7067be9a794753f86fb7b5>

² President Aliyev attended iftar ceremony on the occasion of holy month of Ramadan. 06.06.2018.

2. *The occupation of Azerbaijani lands continues. As a result of this occupation, more than a million Azerbaijanis became internally displaced and refugees on their own land. Our cities have been destroyed and people driven out. We were subjected to ethnic cleansing. All this has been proven by facts and materials....*³

3. *Nagorno-Karabakh is our historical and native land, an integral part of Azerbaijan. The Azerbaijani people have lived, created and built on these lands for centuries. Our historical monuments, place names of cities and villages show that these lands belong to the Azerbaijani people. Unfortunately, the aggressor state has destroyed our historical and religious monuments on the occupied lands. ... In 1992, the Armenians perpetrated the Khojaly genocide. As a result of this heinous war crime, more than 600 innocent civilians, including more than 60 children, were brutally murdered. The Khojaly tragedy is officially recognized as an act of genocide by more than 10 countries of the world. During this genocide, more than a thousand people went missing and nothing is known about their fate.*

The Armenia-Azerbaijan Nagorno-Karabakh conflict must be resolved on the basis of the norms and principles of international law. Azerbaijan will never come to terms with this occupation and the territorial integrity of our country must be restored.

*Despite this humanitarian catastrophe, I believe that Azerbaijan managed to achieve very successful development in the years of independence*⁴.

4. *The truth is that Karabakh was never a part of independent Azerbaijan. It was forced into Azerbaijan by a decision of the Soviet Union party authority...I would like to reiterate that Mountainous Karabakh was never a part of independent Azerbaijan: it was annexed to Azerbaijan by a decision of the Soviet Union party body... The people of Karabakh never put up with this decision, and upon the first opportunity, seceded from the Soviet Union fully in line with the laws of the Soviet Union and the applicable international law.*

*The irony is that Azeri propaganda, spending hundreds of millions of dollars, does not miss any opportunity to label Karabakh as an aggressor, despite the fact that the people of Karabakh had to take on arms literally to avoid extermination... The alternative to this settlement is the forcing of the Karabakh people back into Azerbaijan, which will inevitably lead to attempts of new ethnic cleansing of Armenians in Karabakh*⁵.

5. *Azerbaijan's pretensions to Nagorno-Karabakh lack any historical, legal, political and moral grounds. Nagorno-Karabakh has never been a part of independent Azerbaijan*⁶.

So, if we rely on the analysis of the texts undertaken within the framework of the conflict between Armenia and Azerbaijan, it can be noted the following. Both for Azerbaijan and Armenia description of the conflict in the region of Nagorno-Karabakh and attitude to it are based on constructing the image of us as a victim.

In the Azerbaijan social discourse Armenians are regarded as alien and hostile. They have become the image of 'other' nation around which the Azerbaijan people should unite. And vice versa. The "other/wrong" picture of the historical past is negatively assessed. Tokens of negative appreciation are nominations of a group/circle of aliens like *aggressor, the aggressor state*; focusing menace which comes from them expressed by nomination of 'our' country as a victim, the subject of invasion by the 'others' – *ethnic cleansing, genocide*; mutual declaring of illegitimate status of the 'other' nationhood: regularly used linguistic means are *occupation; lack any historical, legal, political grounds, was annexed*.

Axiological aspect plays a major role in conflict description and is assumed as a key premise in linguistic analysis. Thus linguistic choices in history description are determined by axiological evaluation. This implies orientation towards a specific set of national, political, ideological and religious values. Assuming

³ I. Aliyev interviewed by First Deputy Director General of Russian news agency TASS Mikhail Gusman. 05.04. 2018. Available: <https://ru.president.az/>

⁴ Ilham Aliyev attended the opening of the 6th Baku International Humanitarian Forum. Available: <https://en.president.az/articles/30430> 25 October 2018.

⁵ Speech by President S. Sargsyan in the Chatham House British Royal Institute of International Affairs, 10.02.2010. Available: <http://www.president.am/en/statements-and-messages/item/2010/02/10/news-57/>

⁶ President Serzh Sargsyan takes part in opening of 3rd International Forum of MSIIR Alumni 23.10.2015. Available: <http://www.president.am/ru/press-release/item/2015/10/23/President-Serzh-Sargsyan-takes-part-in-Moscow-Internatioan-relation-Institute-third-forum-opening-ceremony/>

that these values are multiple, we can presuppose the conflict of these values, which leads to the conflict of historical reality descriptions. This can be clearly illustrated by the texts provided as typical representatives of a certain discourse practice both in the Armenian and Azeri descriptions of the Nagorno-Karabakh dispute.

Conclusion and Implications

To sum it up, what can linguistic dimension of historical discourse provide us with?

It is able to facilitate understanding and as a result, resolving a number of methodological issues. This kind of analysis is by no means able to substitute analysis undertaken by historians and for historians. This was not our aim to restrict all operations, including manipulation with historical reality only to linguistic ones. However, linguistic analysis can provide a specific perspective of a problem, namely pose a fundamental question on to what extent reality is substituted with its description.

Clash of conflicting narratives itself does not seem to be either the reason for a political dispute or to be reduced to it. A key research question of the present study is as follows: is the conflict of the parties endless or explication of this dispute as a linguistic clash of conflicting axiologies is a matter of concern? Put the question in another way, what makes the conflict continuing and unresolved – unreconciled interests, which should be accepted as a fact of life in the context of neighbouring Christians and Muslims, of great powers? Or is it due to the provocative communicative and speech practice which constantly casts the neighbouring nations in the state of confrontation? What cannot be actually resolved: the conflict itself or the conflict in the dispute description?

The rhetoric of the conflict can be escalated. Linguistic means are able to make and intensify the impression about a conflict as about an ever-lasting and inevitable one. They can also extend the period of conflict. Contrasting historical interpretations cannot lead to distortion of the historical record. Since only historians can judge whether historical facts are distorted. Whereas linguistic analysis is about focusing and making distinct of a different angle – evaluative absolute description of the historical past for the public who are not experts in history. It is the mass information consumer that acts as an addressee to be persuaded. The conflict may remain unresolved when discussions about values and reasons of this conflict are not given. Then the only one, ready-made value-based interpretation of historical events is to replace historical events themselves. Language packing of historical facts is able to manipulate the mass reader's perception. This results in xenophobia, intolerance to everything that is alien. Negative interpretation of the image of the 'other' can generate military conflicts, and this is seen as an extreme form of opposition of national histories.

The research into the rhetoric of the conflict provides important prerequisites for further investigation in peace linguistics [20–22] in its peace-building efforts in the field of rhetoric tools and linguistic choices.

REFERENCES

- [1] **T. Ensink, C. Sauer**, *The Art of Commemoration: Fifty Years after the Warsaw Uprising*, 2003.
- [2] **C. Feldman**, *Narratives of national identity as group narratives: Patterns of interpretive cognition*, *Narrative and Identity*, 2001.
- [3] **H. Welzer**, *Communicative Memory*. *Cultural Memory Studies: An Interdisciplinary Handbook*, 2008, pp. 285–97.
- [4] **J. Wertsch**, *Narratives as cultural tools in socio-cultural analysis: Official history in Soviet and Post-Soviet Russia* *Ethos*. 28 (2000) 511–533.
- [5] **V. Shernyavskaya**, *Diskurs vlasti i vlast diskursa. Problemy rechevogo vozdeystviya [Discourse of Power and Power of Discourse]*. Moscow: Flinta Publ., 2012. (rus)
- [6] **V. Chernyavskaya**, *Historical Past as a Textual Reality: A linguistic approach in historical narrative and its methodological implementation*, *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Philologiya [Tomsk State University Journal of Philology]*. 2016. 3 (2016) 76–87.

- [7] **P. Cap**, ‘We don’t want any immigrants or terrorists here’: The linguistic manufacturing of xenophobia in the post-2015 Poland *Discourse & Society*. 29 (4) (2018) 380–398. DOI: <https://doi.org/10.1177/0957926518754416>
- [8] **A. Sahlane**, Dialectics of argument and rhetoric: Protesting the Iraq War in US–British opinion press *Discourse & Society*. 26 (6) (2015) 754–774 DOI: <https://doi.org/10.1177/0957926515592790>
- [9] **M. Medeiros**, The language of conflict: The relationship between linguistic vitality and conflict intensity *Ethnicities*. 17 (5) (2015) 627–645. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468796815608878>
- [10] **E.N. Molodychenko**, “Us” vs “Them” in Political Discourse: The Instrumental Function of the “Evil Other” in American Presidential Rhetoric, *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya [Tomsk State University Journal of Philology]*. 59 (2019) 67–86. DOI: [10.17223/19986645/59/5](https://doi.org/10.17223/19986645/59/5)
- [11] **D. Canetti, I. Khatib, A. Rubin, C. Wayne**, Framing and fighting: The impact of conflict frames on political attitudes, *Journal of Peace Research*. 1 (2017). DOI: <https://doi.org/10.1177/0022343319826324>
- [12] **K. Schultz**, Mapping interstate territorial conflict: A new data set and applications, *Journal of Conflict Resolution*. 61 (7) (2015) 1565–1590. DOI: <https://doi.org/10.1177/0022002715620470>
- [13] **J. Wertsch**, The narrative organization of collective memory *Ethos*. 36 (2008) 120–135.
- [14] **J. Wertsch**, *Voices of Collective Remembering* Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002.
- [15] **M. Cortini, A. Manuti**, The narrative bias: Political marketing on the World Wide Web, *The Discourse of Europe: Text and Talk in Everyday Life*, 2007, pp. 49–78.
- [16] **M. Mooradian, D. Druckman**, Hurting Stalemate or Mediation? The Conflict over Nagorno-Karabakh, 1990–95 *Journal of Peace Research*. 36 (6) (1999) 709–727. DOI: <https://doi.org/10.1177/002-2343399036006007>
- [17] **S. Radnitz**, Historical narratives and post-conflict reconciliation: An experiment in Azerbaijan, *Conflict Management and Peace Science*. 35 (2) (2015) 154–174. DOI: <https://doi.org/10.1177/07388-94215618514>
- [18] **S. Zolyan**, How not to do things with the word: Barack Obama on the Armenian Genocide, *Russian Journal of Linguistics*. 23 (1) (2019) 62–82.
- [19] **R. Wodak**, *Discourses of silence: Anti-Semitic discourse in post-war Austria*, *Discourse and Silencing*. Amsterdam: John Benjamins (DAPSAC Series), 2003, pp. 179–210.
- [20] **P. Friedrich**, English for peace: Toward a framework of peace sociolinguistics, *World Englishes*. 26 (1) (2007) 72–83.
- [21] **P. Friedrich**, *Language, negotiation, and peace: The use of English in conflict resolution*. London: Continuum, 2007 b.
- [22] **P. Friedrich**, (Ed.). *Nonkilling linguistics: Practical Applications*. Honolulu: Center for Global Nonkilling, 2012.

Received 13.11.2020.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Ensink T., Sauer C.** The art of commemoration: Fifty years after the Warsaw Uprising. 2003.
2. **Feldman C.** Narratives of national identity as group narratives: Patterns of interpretive cognition // *Narrative and Identity*. 2001.
3. **Welzer H.** *Communicative Memory // Cultural Memory Studies: An Interdisciplinary Handbook*. 2008. Pp. 285–97.
4. **Wertsch J.** Narratives as cultural tools in socio-cultural analysis: Official history in Soviet and Post-Soviet Russia *Ethos*. 2000. No. 28. Pp. 511–533.
5. **Чернявская В.Е.** Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. М.: Флинта, 2012.
6. **Чернявская В.Е.** Прошлое как текстовая реальность: методологические возможности лингвистического анализа исторического нарратива // *Вестник Томского гос. ун-та. Филология*. 2016. № 3 (41). С. 76–87.
7. **Cap P.** ‘We don’t want any immigrants or terrorists here’: The linguistic manufacturing of xenophobia in the post-2015 Poland *Discourse & Society*. 2018. No. 29 (4). Pp. 380–398 // URL: <https://doi.org/10.1177/0957926518754416>

8. **Sahlane A.** Dialectics of argument and rhetoric: Protesting the Iraq War in US–British opinion press Discourse & Society. 2015. No. 26 (6). Pp. 754–774 // URL: <https://doi.org/10.1177/0957926515592790>
9. **Medeiros M.** The language of conflict: The relationship between linguistic vitality and conflict intensity Ethnicities. 2015. No. 17 (5). Pp. 627–645 // URL: <https://doi.org/10.1177/1468796815608878>
10. **Молодыхченко Е.Н.** «Свои» и «чужие» в политическом дискурсе: инструментальная функция «чужого» в американской президентской риторике // Вестн. Томского гос. ун-та. Филология. 2019. № 59. С. 67–86. DOI: 10.17223/19986645/59/5
11. **Canetti D., Khatib I., Rubin A., Wayne C.** Framing and fighting: The impact of conflict frames on political attitudes // J. of Peace Research. 2017. 1 // URL: <https://doi.org/10.1177/0022343319826324>
12. **Schultz K.** Mapping interstate territorial conflict: A new data set and applications // J. of Conflict Resolution. 2015. No. 61 (7). Pp. 1565–1590 // URL: <https://doi.org/10.1177/0022002715620470>
13. **Wertsch J.** The narrative organization of collective memory Ethos. 2008. No. 36. Pp. 120–135.
14. **Wertsch J.** Voices of Collective Remembering Cambridge. UK: Cambridge University Press, 2002.
15. **Cortini M., Manuti A.** The narrative bias: Political marketing on the World Wide Web // The Discourse of Europe: Text and Talk in Everyday Life. 2007. Pp. 49–78.
16. **Mooradian M., Druckman D.** Hurting Stalemate or Mediation? The Conflict over Nagorno-Karabakh, 1990-95 // J. of Peace Research. 1999. Vol. 36 (6). Pp. 709–727 // URL: <https://doi.org/10.1177/0022343399036006007>
17. **Radnitz S.** Historical narratives and post-conflict reconciliation: An experiment in Azerbaijan // Conflict Management and Peace Science. 2015. Vol. 35 (2). Pp. 154–174 // URL: <https://doi.org/10.1177/0738894215618514>
18. **Zolyan S.** How not to do things with the word: Barack Obama on the Armenian Genocide // Russian Journal of Linguistics. 2019. Vol. 23 (1). Pp. 62–82.
19. **Wodak R.** Discourses of silence: Anti-Semitic discourse in Post-war Austria // Discourse and Silencing. Amsterdam: John Benjamins (DAPSAC Series). 2003. Pp. 179–210.
20. **Friedrich P.** English for peace: Toward a framework of peace sociolinguistics // World Englishes. 2007 a. Vol. 26 (1). Pp. 72–83.
21. **Friedrich P.** Language, negotiation, and peace: The use of English in conflict resolution. London: Continuum, 2007 b.
22. **Friedrich P.** (Ed.). Nonkilling linguistics: Practical applications. Honolulu: Center for Global Nonkilling, 2012.

Статья поступила в редакцию 13.11.2020.

THE AUTHORS / СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Chernyavskaya Valeria E.
Чернявская Валерия Евгеньевна
E-mail: tcherniavskaia@rambler.ru

Safronenkova Elena L.
Сафроненкова Елена Леонидовна
E-mail: lendar84@rambler.ru

Научное издание

ОБЩЕСТВО. КОММУНИКАЦИЯ. ОБРАЗОВАНИЕ

SOCIETY. COMMUNICATION. EDUCATION

Том 11, № 4, 2020

Учредитель и издатель – Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-52145 от 11 декабря 2012 г.

Редакция журнала

д-р филол. наук, профессор *В.Е. Чернявская* – главный редактор

Г.А. Пышкина – ответственный секретарь

Е.А. Калинина – литературный редактор, корректор

Телефон редакции 7(812)552-62-16

Сайт <http://human.spbstu.ru>

E-mail: ntv-human@spbstu.ru

Компьютерная верстка *А.А. Кононова*

Лицензия ЛР № 020593 от 07 августа 1997 г.

Подписано в печать 31.12.2020. Формат 60×84 1/8.

Санкт-Петербургский политехнический университета Петра Великого
Адрес: 195251, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 29