



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

№ 3 (7) 2024

Язык Коммуникация Общество



Язык. Коммуникация. Общество

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

Языки: русский, английский.
Редакция журнала: 191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, каб. 302.
E-mail: ics_journal@unecon.ru.
Сайт: <https://unecon.ru/nauka/izdaniya/yako>

Редакционная коллегия

Главный редактор:

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

Заместители главного редактора:

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

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

Ответственный секретарь:

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

Язык. Коммуникация. Общество. – 2024. – № 3 (7). – 79 с.

О журнале:

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

Цель журнала:

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

Задачи журнала:

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

© СПбГЭУ, 2024

Language. Communication. Society

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

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

Languages: Russian, English.

Editorial address: 191023, St. Petersburg, Moskatelny lane, 4, office 302.

E-mail: ics_journal@unecon.ru.

Site: <https://unecon.ru/nauka/izdaniya/yako>

The editorial board

Editor-in-Chief:

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

Deputy Editors-in-Chief:

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

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

Executive Secretary:

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

Language. Communication. Society. 2024; 3(7): 79 p. (In Russ.)

About the journal:

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

Purpose of the journal:

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

Mission of the journal:

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

СОДЕРЖАНИЕ

ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ	5
Анастасия Витальевна Жалейко, Никита Игоревич Илюхин. Юридическая терминология на английском и китайском языках: стратегии перевода	5
Максим Владимирович Файбушевский. Проблема многоаспектности в терминографическом ресурсе (на примере полипараметрического многоязычного финансового словаря)	12
Светлана Константиновна Видишева, Татьяна Валерьевна Ситникова, Елена Зигфридовна Шевалдышева. К вопросу о системности компьютерной терминологии	19
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА	27
Ирина Юрьевна Вострикова, Анастасия Александровна Ковалева. Специфика продвижения брендов в цифровых медиа КНР	27
Ирина Юрьевна Рассохина, Елена Александровна Чибисова. Культура управления рисками в коммуникационных проектах	36
Александра Михайловна Горбачева, Валентин Николаевич Степанов. Информационное поле коучинга в русском и англоязычном пространстве	50
ФИЛОСОФИЯ	58
Ольга Дмитриевна Маслобоева. Творчество как национальная стихия: проблема национального самосознания	58
Санжаадорж Молор-Эрдэнэ. Посткоммунистическая Монголия и монгольский Худуунизм	67
Рауль Форне-Бетанкур. Регионы мира и их культурное разнообразие перед лицом «лабиринта одиночества» (на примере латиноамериканского культурного опыта)	71

CONTEXT

LINGUISTICS AND INTERCULTURAL COMMUNICATION	5
Anastasia V. Zhaleiko, Nikita I. Ilyukhin. Chinese and English legal language: translation strategies of legal terms	5
Maxim V. Faiboushevskiy. The problem of multi-aspectiveness in terminographic resources (based on the example of a polyparametric multilingual financial dictionary)	12
Svetlana K. Vidisheva, Tatiana V. Sitnikova, Elena Z. Shevaldysheva. On the systemacy of computer terminology	19
MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM	27
Irina Yu. Vostrikova, Anastasia A. Kovaleva. Specifics of brand promotion in Chinese digital media	27
Irina Yu. Rassokhina, Elena A. Chibisova. Risk management culture in communication projects	36
Aleksandra M. Gorbacheva, Valentin N. Stepanov. Information field of coaching in Russian- and English-speaking space	50
PHILOSOPHY	58
Olga Dm. Masloboeva. Creativity as a national element: the problem of national identity	58
Sanjaadorj Molor-Erdene. Post-communist Mongolia and Mongolian Huduunism	67
Raúl Forne-Betancourt. Regions of the world and their cultural diversity in the face of the "labyrinth of loneliness" (on the example of Latin American cultural experience)	71

ЛИНГВИСТИКА И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

LINGUISTICS AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

Научная статья
УДК 81-26

ЮРИДИЧЕСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ НА АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА

Анастасия Витальевна Жалейко¹, Никита Игоревич Илюхин²

^{1,2} Саратовская государственная юридическая академия, Саратов, Россия

¹ ORCID: 0009-0009-8074-052X, azhaleiko@bk.ru

² AuthorID: 833903, ORCID: 0000-0002-8890-093X, tringla@mail.ru

Аннотация. Современная теория перевода предлагает различные стратегии для работы с юридическими текстами. Однако на практике переводчикам часто приходится сталкиваться с проблемой терминологической вариантности. Это означает, что один и тот же термин может иметь разные значения в разных правовых системах. Чтобы избежать этой трудности, специалист по переводу должен принимать во внимание не только языковые и экстралингвистические факторы, но и особенности культуры и менталитета народа. Особенно это важно, когда речь идёт о двух языках с разными культурными традициями – китайском и английском. Статья посвящена изучению стратегий и принципов перевода юридической лексики с английского языка на китайский язык. Для этого были использованы методы научного описания, сравнительного анализа и обобщения результатов предыдущих исследований по данной теме. Исследование показало, что основная трудность при переводе связана не только с различиями в словообразовании двух языков, которые помимо прочего имеют разную грамматическую и семантическую структуру, но и различиями в культурных, исторических и правовых аспектах. Переводчику необходимо учесть все аспекты, прежде чем начинать работу над текстом. Для точной передачи информации и обозначения того или иного термина, переводчик в сфере юриспруденции должен придерживаться основных принципов перевода, которые помогут сделать текст понятным и воспринимаемым для целевой аудитории. Теоретическая значимость исследования состоит в обобщении и систематизации эмпирических данных, связанных с переводом юридических текстов и терминов с одного языка на другой. Практическая ценность работы заключена в том, что предложенные определения и сведения о трудностях перевода юридической терминологии могут быть полезны в образовательной деятельности в области лингвистики и переводоведения.

Ключевые слова: английский язык, китайский язык, юридическая терминология, переводческая стратегия, принципы перевода, точность, унификация, читабельность, условность.

Original article

CHINESE AND ENGLISH LEGAL LANGUAGE: TRANSLATION STRATEGIES OF LEGAL TERMS

Anastasia V. Zhaleiko¹, Nikita I. Ilyukhin²

^{1,2} Saratov State Academy of Law, Saratov, Russia

¹ ORCID: 0009-0009-8074-052X, azhaleiko@bk.ru

² AuthorID: 833903, ORCID: 0000-0002-8890-093X, tringla@mail.ru

Abstract. Modern translation theory provides various strategies for working with legal texts. However, in reality, translators often have to face the problem of terminology variation. This means that the same term can have different meanings in different legal systems. In order to avoid this difficulty, translation experts must take into account not only linguistic and extralinguistic factors, but also the features of the culture and mentality of the people. This is especially important when it comes to two languages with different cultural backgrounds - Chinese and English. The article explores the strategies and principles for translation of English and Chinese legal terms. The main research methods were scientific description, comparative analysis and generalization of the results of previous research on the topic. The study found that the main difficulty in translation is connected not only with the differences in the word formation of the two languages, which have different grammatical and semantic structures, but also with differences in

cultural, historical and legal aspects. Before working with the text, the translator needs to consider all its aspects. To accurately convey information and denote a particular term, a translator in Law must adhere to the basic principles of translation to help make the text understandable for the target audience. The theoretical significance of the study lies in generalizing and systematizing empirical evidence related to the translation of legal texts and terms from one language to another. The practical significance of the research lies in the fact that the proposed definitions and information about the difficulties of translating legal terminology can be useful in educational activities in the field of linguistic and translation studies..

Keywords: English language, Chinese language, legal terms, translation strategy, principles of translation, accuracy, unification, readability, conventionality.

Введение и постановка проблемы. Правовая система играет важную роль в жизни каждого государства и общества. Она не только регулирует и защищает права и свободы отдельных граждан и государственных органов, но и влияет на установление и развитие дипломатических отношений между странами. Для регулирования этих отношений необходимо учитывать многие факторы, в том числе законодательство всех стран, участвующих в сотрудничестве. В контексте данного сотрудничества возрастает значимость переводчиков, специализирующихся на юридических текстах. Перевод юридических текстов и терминов – сложная задача, требующая высокой точности. Не каждый переводчик, даже имеющий большой опыт работы в этой области, может с ней справиться. Именно поэтому дипломаты, специалисты по международному праву и внешнеэкономической деятельности уделяют особое внимание официальному языку переговоров и договоров.

Юридическая сфера в английском и китайском языках существенно отличается. Это связано с историей развития языка и общества, а также культурными особенностями становления правовой науки в англоязычных странах и Китае. Юридический перевод играет важную роль в формировании и развитии юридической терминологии в китайском правовом обществе. Он также оказывает влияние на процессы формирования законодательства и развития законодательного языка [Galdia, 2023]. Дебора Као (Deborah Cao) подчёркивает, что юридический перевод имеет огромное значение для китайского языка в целом. В своей работе она пишет: «Юридический перевод – это своего рода катализатор, который помогает адаптировать западные законы к китайским реалиям». Также переводчица отмечает, что развитие юридического перевода играет ключевую роль в формировании современного юридического языка и словаря [Cao, 2019].

Методология исследования. Юридический перевод – это перевод текстов, которые относятся к области права и используются для обмена информацией между людьми, владеющими разными языками. Юридический перевод является сложным видом переводческой деятельности, включающей в себя использование языка для специальных целей в контексте права [Cao, 2019: 1]. Каждая страна имеет свою уникальную юридическую терминологию и правовую систему, которую необходимо учитывать при переводе текстов юридического дискурса. Основная сложность перевода юридических терминов и текстов заключается в том, что они всегда связаны с переходом из одной правовой системы в другую. Юридическая терминология – это наиболее информативный пласт лексики языка законодательства, способствующий точному и ясному формулированию правовых предписаний [Лутцева, 2007]. Перевод юридических терминов предполагает не только выражение коннотаций, содержащихся в исходном языке, но и творческую деятельность по преобразованию юридического материала с учетом идеологических и культурных особенностей. Важно также помнить о том, что при переводе нельзя заменять реалии одной страны реалиями другого государства, что также вызывает некоторые затруднения.

Специалисты выделяют несколько ключевых проблем, с которыми сталкиваются переводчики юридических текстов и терминов при переводе с одного языка на другой:

1. Недостаточное внимание к проблеме унификации и стандартизации терминов.
2. Нехватка специалистов с глубокими познаниями в китайском и англо-американском законодательстве.
3. Перевод юридических терминов часто происходит бессистемно, без учета их взаимосвязи и взаимозависимости [Jing, 2022].

Результаты и обсуждение. Для квалифицированного перевода правового текста необходимо постоянно совершенствовать свои знания в области юриспруденции. Такая необходимость обусловлена тем, что значение многих юридических терминов постоянно меняется в связи с изменениями в правовой сфере государства, и с постоянным развитием его национального языка. Особенно важно это для переводчиков, работающих с англо-китайскими текстами, так как при переводе на китайский язык необходимо учитывать не только значение слов, но и их коннотацию, то есть оттенки смысла и то влияние, которые они окажут на текст. Любая небрежность в выборе лексики может ввести в заблуждение целевых читателей и привести к неблагоприятным последствиям, таким как

нарушение прав сторон, срыв подписания контрактов, судебные разбирательства и так далее. Таким образом, для успешного перевода юридических текстов или терминологии необходимо тесное сотрудничество лингвистов и юристов, специализирующихся на определенных отраслях права.

С каждым годом растёт число людей, изучающих китайский язык. Однако даже те, кто владеет им на профессиональном уровне, не всегда способны работать с китайским законодательством без языкового посредника – центрального звена опосредованной двуязычной коммуникации. Это связано не только с особенностями построения китайского предложения, но и с тем, что в китайском языке многие юридические термины появляются благодаря переводам и заимствованиям из других языков, например, из английского.

В связи с этим в юридических текстах данных стран большое количество понятий, которые отсутствуют или отличаются от тех, которые существуют в правовой системе другой лингвокультуры. К примеру, в английском языке лексема *Lawyer* может переводиться как «юрист», то есть тот, кто принимает право на практике в интересах своих клиентов. Второй вариант перевода «адвокат» – более общий термин для специалистов в области права. В китайском языке существует несколько эквивалентов данного понятия: 法学家 (*fǎxuéjiā*) «юрист», 律师 (*lǜshī*) «адвокат», 辩护人 (*biànhùrén*) «защитник на суде». Каждый из предложенных терминов имеет свое обоснование для использования и достижения успеха. Однако процесс изучения этих и многих других терминов ещё не завершён.

Помимо обычного лингвистического соотнесения и поиска эквивалентных лексических единиц, при юридическом переводе на китайский язык важно учитывать особенности китайского языка, характерные для конкретной юридической системы Китайской Народной Республики, которая включает в себя материковый Китай, а также Гонконг, Макао, Тайвань и Сингапур. Например, слово «contract» в материковом Китае переводится как 合同 (*hùitóng*), в Гонконге – как 合約 (*héyuē*), а на Тайване – как 契約 (*qìyuē*). Все эти термины обозначают «договор» в соответствующей юридической терминологии.

Следует отметить, что китайский язык склонен к номинации объектов или явлений через описание их сути посредством иероглифов, что и прослеживается в приведенных нами примерах. Такой процесс называется модуляцией. Модуляция, или смысловое развитие, – это замена слова или словосочетания в исходном языке на слово или выражение в языке перевода, значение которого логически следует из значения исходной единицы [Касенкова, 2000].

Модуляция является крайне распространенным способом словообразования и перевода и прослеживается в большинстве примерах, которые мы будем раскрывать далее. Так, термин 法学家 «юрист» состоит из нескольких иероглифов: первый иероглиф 法 (*fǎ*) означает «закон», второй иероглиф 学 (*xué*) – «изучать», а третий 家 (*jiā*) – суффикс для существительных, обозначающих представителей специальности или профессии. Таким образом, получается, что юрист – это человек, изучающий право.

Рассмотрим более сложный пример: административный арест – 行政拘留 (*xíngzhèng jūliú*). В исходном английском термине слово ‘*administrative*’ имеет значение «административный» или «исполнительный», если речь идёт о власти. Значение данного слова модулируется при переводе на китайский язык, в результате чего образуется слово 行政 (*xíngzhèng*) «администрация». Слово ‘*arrest*’ означает «задержание». В китайском языке для обозначения данного термина используется слово 拘留 (*jūliú*), что переводится как «временное задержание». Данный юридический термин используется для обозначения кратковременного лишения свободы в качестве меры пресечения: 未经起诉或审判的行政拘留 (административное задержание без предъявления обвинения или судебного разбирательства).

Для успешного культурного обмена и академического сотрудничества в области гражданского права Китая перевод должен быть точным и соответствовать оригинальному тексту. Переводчикам не разрешается вносить какие-либо изменения или редактировать структуру юридического текста по своему усмотрению, так как это может привести к серьезным расхождениям с оригиналом [Jing, 2022].

При переводе юридических терминов с китайской спецификой необходимо уделять внимание не только способам словообразования, но и придерживаться следующих принципов перевода:

1. Принцип точности.
2. Принцип читабельности.
3. Принцип условности.

4. Принцип унификации.

Принцип точности. Точность – тождество информации, сообщаемой на разных языках. Согласно «Толковому переводческому словарю» степень точности перевода может варьироваться в зависимости от цели перевода, характера переводимого текста и целевой аудитории [Нелюбин, 2003]. Как видно из определения, принцип точности означает, что содержание текста перевода должно полностью соответствовать содержанию исходного текста. Данный принцип также подразумевает отсутствие в тексте фактических искажений. Перевод юридической терминологии является важным показателем качественного юридического перевода. Он достигается не только благодаря умению пользоваться различными словарями и справочниками, но и умению критически оценивать имеющуюся информацию и делать соответствующие выводы. Приведем несколько примеров:

«Коллективное сельское хозяйство» 农村集体经济组织 (nóngcūn jítǐ jīngjì zǔzhī) – это форма организации сельскохозяйственного труда, при которой производство осуществляется объединением нескольких индивидуальных сельхозпроизводителей. Поскольку значение данного термина соответствует его написанию, мы можем разделить его на четыре ключевых части для поиска подходящих эквивалентов в английском языке. Слово 农村 (nóngcūn) означает «сельский» или «сельскохозяйственный». В английском языке его эквивалентов выступит слово ‘rural’, так как оно имеет общее значение и перевод. Слово 集体 (jítǐ) соответствует английскому слову ‘collective’ – «групповой» или «коллективный». Слова 经济 (jīngjì) и 组织 (zǔzhī) вместе образуют словосочетание «economic organization», которое можно перевести как «экономическая организация» или «хозяйственная организация». Благодаря использованию соответствующих слов для каждой части и комбинированию их в соответствии с английскими правилами построения предложений, окончательный перевод точно передает значение термина – ‘Rural collective economic organization’.

«Генеральный консул» ‘consul-general’ – должностное лицо, возглавляющее генеральное консульство и являющееся консулом самого высокого ранга, служащим в определенном месте. Слово ‘general’ в данном контексте имеет значение «основной» или «генеральный». В китайском языке это слово можно передать с помощью иероглифа 总 (zǒng), который в одном из своих значений «главный» или «центральный». Иероглиф приобретает данное значение только в составе сложного общественно-политического термина, что позволяет нам его использовать в данном примере. Для обозначения слова ‘consul’ в китайском языке можно использовать слова 领 (lǐng) и 事 (shì), которые дословно переводятся как «управлять делами». Однако при объединении двух иероглифов появляется новое значение – «консул», совпадающее с английским вариантом. Таким образом, путем модуляции образуется термин 总领事 (zǒng lǐngshì) точно передающий смысл английского аналога.

Принцип точности также можно увидеть на примере перевода таких терминов, как:

1. ‘State ownership’ на китайский манер переводится как 国家所有权(guójiā suǒyǒuquán) «государственная собственность», где 国家 (guójiā) переводится как «страна, государство», а 所有权 (suǒyǒuquán) – «право собственности».

2. ‘Personality right’ переводится как 人格权 (réngéquán), где 人格 (réngé) переводится как «личность», а в юридическом контексте – «личный», а 权 (quán) – это «право».

3. Термин ‘Criminal responsibility’ на китайский язык можно перевести как 刑事责任 (xíngshì zérèn). Слово 刑事 (xíngshì) переводится как «уголовное дело», в то время как 责任 (zérèn) означает «обязанность» или «ответственность» контексте юридического дискурса.

Принцип читабельности. Придерживаясь данного принципа, переводчику необходимо не только передать смысл исходного текста, но и создать иллюзию оригинальности текста перевода. То есть, целевая аудитория должна воспринять текст так, как будто бы автор исходного текста создал его непосредственно на языке перевода. Чтобы соответствовать этому требованию, переводчикам часто приходится упрощать язык и стиль исходного текста. Они снимают языковые и стилистические приёмы, чтобы текст был понятен и легко воспринимался аудиторией [Масленникова, 2015]. Данный принцип проявляется в случаях, когда, несмотря на точный перевод, целевой аудитории всё равно будет затруднительно понять значение термина из-за его сходства с другим термином. Примером может послужить два неотличимых друг от друга термина: 身体权 (shēntǐquán) и 健康权 (jiànkāngquán). На первый взгляд, резких отличий по значению между словами 身体 (shēntǐ) и 健康 (jiànkāng) нет, так как они оба имеют общее значение «здоровье». Однако при детальном изучении,

можно обнаружить, что термин 身体 (shēntǐ), также обозначает «тело» человека, его физическую оболочку.

Согласно китайскому законодательству:

1. 身体权是指自然人对保持其肢体、器官和其他组织的完整而依法享有的权利 (Право на тело – право физического лица на сохранение целостности тела человека, его конечностей, органов и других тканей).

2. 健康权是指自然人保持其正常的生理和心理的技能状态和社会适应能力的权利 (Право на здоровье – право физических лиц поддерживать свои нормальные физические и психологические функции, а также способность к социальной адаптации).

В соответствии с определениями, представленными в китайском законодательстве, термин 身体权 (shēntǐquán) можно перевести как ‘Right to corporeal integrity’, то есть «право на физическую неприкосновенность». В то время как термин 健康权 (jiànkāngquán) трактуется как «право на здоровье» – ‘Right to health’.

Принцип условности. Условность или же конвенциональность – это установленная по внешнему соглашению, по правилу усвоения связь означающего и означаемого, которая не может быть нарушена [Мочалина, 2008]. Другими словами, это максимальная близость перевода к оригиналу, его способность полноценно заменять исходный текст, сохраняя его смысл и детали, выполнять задачи, ради которых перевод был осуществлен.

Придерживаясь такого принципа, юридический переводчик рассматривает те понятия, которые уже существуют в обоих языках для обозначения того или иного явления. То есть в случае наличия в языке перевода различных переводов термина нет необходимости во вмешательстве и унификации. К примеру, ‘juridical person’ имеет аналог на китайском языке – 法人 (fǎrén), что соответствует термину «юридическое лицо», общепринятому в англо-американском праве. Или слово ‘justice’ в переводе на китайский язык будет представлять собой 法官 (fǎguān), что является общим термином для судей в суде.

Принцип унификации. Унификация – это распространенный способ уменьшить разнообразие за счёт сокращения количества возможных вариантов. Проще говоря, унификация – это вид систематизации, который позволяет привести термины и их обозначения к единому стандарту. Она также помогает распределить предметы и явления в логичной последовательности, создавая понятную и удобную систему для пользования [Пашаева, 2015].

Что касается китайско-английского перевода юридических терминов, то в этом процессе отсутствует единство понятий, что может негативно сказаться на качестве международного общения в рамках китайского законодательства. По большей части это связано с тем, что в китайском языке существует большое количество синонимических пар, которые могут отличаться лишь написанием, при этом их значение будет сохранено. К примеру, английское слово ‘fine’ может быть переведено на китайский язык при помощи целого ряда синонимических выражений, таких как: 罚款, 罚, 惩罚, 处罚. Однако принцип унификации учитывает, что некоторые термины относятся к разным категориям и выполняют две или более функций [Jing, 2022]. В данном случае 罚款, 罚金 являются существительными, которые переводятся как «штраф» или «денежное взыскание». А вот 惩罚 и 处罚 выполняют функцию глаголов и означают «подвергать наказанию, штрафу». Интересно, что само английское слово ‘fine’ также может относиться к разным категориям: оно может являться как существительным, так и глаголом. Поэтому в данном примере принцип унификации соблюдается.

Одно из требований принципа унификации заключается в том, что единый перевод должен быть опубликован и закреплён высшим органом власти или в средствах массовой информации. К примеру, термин ‘Collective ownership’ имеет официальный перевод 集体所有权 (jítǐ suǒyǒuquán), что означает «коллективная собственность». В данном примере, английское слово ‘collective’, как и китайское 集体 (jítǐ) могут относиться как к категории существительного, так и прилагательного. Оба слова имеют значение «коллектив, группа» или «коллективный, групповой». Как и в предыдущем примере, основное значение термина осталось неизменным при переводе с одного языка на другой. Согласно принципу унификации, данный термин официально зафиксирован в законе Китайской Народной Республики «О правах собственности» (中华人民共和国物权法), принятого на пятой сессии Всекитайского собрания Народных Представителей десятого созыва от 16 марта 2007 года [Lue, 2010].

При переводе юридических текстов и терминов важно учитывать не только языковые и внеязыковые факторы, такие как тавтологическая когезия, синтаксические конструкции с однозначным и двусмысленным значением, нейтральный синтаксис без эмоциональной окраски, но и понимать степень юридизации текста и его область применения в правовой сфере. Кроме того, переводчик должен хорошо знать культуру народа, говорящего на языке перевода, понимать особенности менталитета и культуру ценностей. Это необходимо для точного и адекватного перевода юридических текстов. Таким образом, специалист по специальному переводу должен быть не только опытным юристом, но и лингвистом с глубокими знаниями в области истории и языка.

Переводчики юридической терминологии, особенно не имеющие специального образования в области юриспруденции, оказываются в сложной ситуации. Они сталкиваются с тем, что правовые системы Китая и англоговорящих стран существенно различаются, а законы, даже в рамках близких правовых систем, могут интерпретироваться по-разному. Корректный и адекватный юридический перевод не может быть выполнен без использования знаний в области права и действующего законодательства обеих стран.

Выводы и перспективы дальнейшей работы. Юридические тексты должны быть точными и надёжными, так как они предписывают определенную форму действий и устанавливают принципы разрешения споров и конфликтных ситуаций. Чтобы обеспечить ясность и правильное понимание таких текстов, переводчик должен руководствоваться четырьмя принципами юридического перевода, о которых мы писали ранее:

1. Принцип точности гарантирует передачу смысла оригинального текста без искажений.
2. Принцип читабельности означает, что текст должен быть понятен и легко воспринимается.
3. Принцип унификации предполагает, что термины и формулировки должны быть единообразными.
4. Принцип условности обеспечивает максимальное соответствие перевода оригиналу.

Только соблюдая все эти четыре принципа, можно добиться правильного и корректного перевода, а значит и взаимопонимания на мировой арене. Результаты данного исследования могут быть использованы при составлении курсов по переводоведению для студентов юридических вузов, а также в рамках языковых курсов.

Список источников

Касенкова, Т. Н. Речевые стратегии как модуляции перспективы языкового отображения мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2000. 27 с.

Лутцева, М. В. Английская юридическая терминология и способы ее перевода на русский язык // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. № 2-1. С. 110-113.

Масленникова, Е. М. Читабельность и кросс-культурная ассимиляция текста // Вестник Московского института лингвистики. 2015. № 2. С. 74-81.

Мочалина, К. Н. Понятия «Произвольность» и «Условность» в их отношении к понятию «Мотивированность» (на материале идиоматичных единиц английского языка) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2015. №10 (6-1). С. 261-266.

Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь. 3-е изд., перераб. Москва: Флинта: Наука, 2003. 320 с.

Пашиева, Г. Б. Основные принципы и меры унификации терминов // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2015. №2. С. 137-143.

Cao, D. (2019) Dilemmas in Translating Legal Terms between Chinese and English. In: *Legal Translation: Current Issues and Challenges in Research, Methods, and Applications*. Berlin: Frank & Timme, pp. 301-314

Galdia, M. (2023) Problems in English - Chinese and Chinese - English Legal Translation: with a Case Study of Mis-translations. *Comparative Leglinguistics*. 55. 2023, pp. 118 -146

Jing, A. (2022) Translation strategy of legal terms with Chinese characteristics in Civil Code of the People's Republic of China based on Skopos theory. *PLoS ONE* 17(9), pp. 1-14

Lue, YC. (2004) Origin of Habitation and Reference to Legislations Concerned. *Modern Law Science*, 26 (6), pp. 154-160.

References

Cao, D. (2019) Dilemmas in Translating Legal Terms between Chinese and English. *Legal Translation: Current Issues and Challenges in Research, Methods, and Applications*. Berlin, Frank & Timme: 301-314.

Galdia, M. (2023) Problems in English - Chinese and Chinese - English Legal Translation: with a Case Study of Mis-translations. *Comparative Leglinguistics*. 55:118-146.

Jing, A. (2022) Translation strategy of legal terms with Chinese characteristics in Civil Code of the People's Republic of China based on Skopos theory. *PLoS ONE* 17(9): 1-14

Kasenkova, T. N. *Recheyvye strategii kak modulyatsii perspektivy yazykovogo obozrazheniya mira* [Speech strategies as modulations of the perspective of the linguistic representation of the world] : avtoref. dis. ... kand. Filol. nauk : 10.02.19. - Krasnodar. 2000: 27. (In Russ.)

Lue, YC (2004) Origin of Habitation and Reference to Legislations Concerned. *Modern Law Science*. 26 (6): 154-160.

Luttseva, M. V. (2007) *Angliyskaya yuridicheskaya terminologiya i sposoby eye perevoda na russkiy yazyk* [English legal terminology and ways of its translation into Russian language] // *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Linguistics and cross-cultural communication]: 110-113. (In Russ.)

Maslennikova. E. M. (2015) *Chitabelnost i kross-kulturnaya assimilyatsiya teksta* [Readability and cross-cultural text assimilation]. *Vestnik Moskovskogo instituta lingvistiki* [Bulletin of the Moscow Institution of Linguistics], 2: 74-81. (In Russ.)

- Mochalina. K. N. (2015) Ponyatiya «Proizvolnost» i «Uslovnost» v ikh otnoshenii k ponyatiyu «Motivirovannost» (na materiale idiomatichnykh edinits angliyskogo yazyka) [The concepts of “Arbitrariness” and “Convention” and their relation to the concept of “Motivation” (as exemplified in English idioms)]. *Izvestiya Samarского nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk* [Bulletin of the Samara scientific Centre of Russian Academy of Science], 10 (6-1): 261-266. (In Russ.)
- Nelyubin, L. L. (2003) *Tolkovyy perevodovedcheskiy slovar'* [Explanatory Translation dictionary] 3-e izd., pererab. Moscow, Flinta: Nauka: 320. (In Russ.)
- Pashayeva, G. B. (2015) Osnovnyye printsipy i mery unifikatsii terminov [Basic principles and measures for the unification of terms]. *Vestnik LGU im. A.S. Pushkina* [Bulletin of the Pushkin Leningrad State University], 2.: 137-143. (In Russ.)

© Жалейко А.В., Илюхин Н.И., 2024

Информация об авторах:

Анастасия Витальевна Жалейко – ассистент кафедры иностранных языков Саратовской государственной юридической академии, ул. им. Н.Г. Чернышевского, д. 104, Саратов, Россия, 410056.

Никита Игоревич Илюхин – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков Саратовской государственной юридической академии, ул. им. Н.Г. Чернышевского, д. 104, Саратов, Россия, 410056. Автор более 30 научных публикаций. Сфера научных интересов: языкознание, коммуникативное поведение.

Вклад авторов: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 15.06.2024; принята после рецензирования 24.06.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the authors:

Anastasia V. Zhaleiko – Assistant of the Department of Foreign Languages, Saratov State Academy of Law, N.G. Chernyshevsky str., 104, 410056, Saratov, Russia.

Nikita I. Ilyukhin – Cand. of Philology, Assistant Professor of the Department of Foreign Languages, Saratov State Academy of Law, N.G. Chernyshevsky str., 104, 410056, Saratov, Russia. Author of more than 30 scientific publications. Research interests: linguistics, communicative behaviour.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 15.06.2024; adopted after review 24.06.2024; published online 07.10.2024.

Научная статья
УДК 81'33

ПРОБЛЕМА МНОГОАСПЕКТНОСТИ В ТЕРМИНОГРАФИЧЕСКОМ РЕСУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ПОЛИПАРАМЕТРИЧЕСКОГО МНОГОЯЗЫЧНОГО ФИНАНСОВОГО СЛОВАРЯ)

Максим Владимирович Файбушевский

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

AuthorID: 974928, ORCID: 0009-0007-3036-1906, faiboushevski@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена особенностям структуры актуального многоязычного финансового словаря. Особое внимание уделено логике многоаспектности, представляющей основную тенденцией в современной лексикографии и терминографии. Развитие компьютерной лексикографии требует возможного пересмотра некоторых традиционных параметров, характерных для бумажных словарей. Теоретической базой исследования явились труды отечественных и зарубежных ученых в области терминоведения, терминографии и лексикографии. Лексикографирование специальных единиц в работе является необходимым элементом упорядочения знания, а лексикографическая параметризация – способом представления лингвистических и терминологических особенностей терминов и терминологических систем. На примере французской терминосистемы финансов. В работе была представлена лексикографическая модель для французской терминологической системы финансов, являющейся актуальной и для прочих экономических терминосистем. Детально рассмотрены элементы авторской установки, а также структура макро- и микрокомпозиции многоязычного терминологического словаря. Приемы современной лексикографии (в том числе компьютерной лексикографии) позволяют существенно облегчить работу над терминологическим словарем. Стремление к полипараметричности в этом смысле видится закономерным развитием лексикографической деятельности. Данные тенденции расширяют круг пользователей специального лексикографического ресурса, делая его наиболее удобным способом представления знаний.

Ключевые слова: термин, финансовый термин, словарь, терминография, лексикографический аспект, полипараметричность.

Original article

THE PROBLEM OF MULTI-ASPECTIVENESS IN TERMINOGRAPHIC RESOURCES (BASED ON THE EXAMPLE OF A POLYPARAMETRIC MULTILINGUAL FINANCIAL DICTIONARY)

Maxim V. Faiboushevskiy

Saint-Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

AuthorID: 974928, ORCID: 0009-0007-3036-1906, faiboushevski@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the features of the structure of a current multilingual financial dictionary. Particular attention is paid to the logic of multidimensionality, which seems to be the main trend in modern lexicography and terminography. The development of computer lexicography requires a possible revision of some traditional parameters characteristic of paper dictionaries. The theoretical basis of the study was the works of domestic and foreign scientists in the field of terminology, terminography and lexicography. Lexicography of special units in work is a necessary element of organizing knowledge, and lexicographic parameterization is a way of representing the linguistic and terminological features of terms and terminological systems. Using the example of the French term system of finance. The work presented a lexicographic model for the French terminological system of finance, which is also relevant for other economic terminological systems. The elements of the author's attitude are examined in detail, as well as the structure of the macro- and micro-composition of the multilingual terminological dictionary. Techniques of modern lexicography (including computer lexicography) can significantly facilitate the work on a terminological dictionary. The desire for polyparametricity in this sense seems to be a natural development of lexicographic activity. These trends expand the circle of users of a special lexicographic resource, making it the most convenient way of presenting knowledge.

Keywords: term, financial term, dictionary, terminography, lexicographic aspect, polyparametricity.

Введение и постановка проблемы. Появление компьютерной лексикографии расширило возможности словарной работы. Было во многом преодолено важное для большинства лексикографических проектов ограничение объема, актуальное для бумажных словарей. Решение формальных проблем данного рода вызывает необходимость проанализировать и, возможно, пересмотреть логику организации элементов композиции лексикографического ресурса, не имеющего существенных ограничений по объему (и подобных ограничений).

Настоящая статья посвящена структурным особенностям современного специального ресурса на примере многоаспектного финансового словаря – лексикографического источника, представляющего терминологические системы финансовых наук. Данная работа продолжает серию трудов автора по терминоведению и терминографии [Файбушевский, 2012], а также проблемам перевода экономических терминов [Файбушевский, 2011; Руберт, Файбушевский, 2019] и др.

История вопроса. Основы современной отечественной теории терминографии (называемой ранее терминологической или научно-технической лексикографией) были заложены в 80-90-х годах XX века советскими и российскими терминоведами и лексикографами. И в настоящее время остаются актуальными «Проблемы терминологической лексикографии» А. Я. Шайкевича [Шайкевич, 1983], «Основы научно-технической лексикографии» А. С. Герда [Герд, 1986], многократно переиздаваемое учебное пособие «Введение в терминографию» и другие труды по терминоведению и терминографии С. В. Гринев-Гриневиц [Гринев-Гриневиц, 2009] и др., а также работы Ю. Н. Марчука, В. В. Морковкина, В. А. Татарина, З. И. Комаровой. Следует также упомянуть изданные ранее указанного периода работы О. С. Ахмановой, В. Н. Сергеева, Д. С. Лотте [Гринев, Лейчик, 1999: 8-9]. Существенное место терминография занимает в учебниках и прочих трудах по терминоведению, прикладной и компьютерной лингвистике [Марчук, 2007; Николаев и др., 2017] и др.

Задолго до появления теории терминографии выходили в свет специальные словари, первым из которых принято считать двухтомный «Опыт терминологического словаря сельского хозяйства, фабричности, промыслов и быта народного» [Бурнашев, 1843; Бурнашев, 1844]. Отсутствие какой-либо лексикографической теории, увы, характеризует и современную практическую работу по составлению словарей. Немногочисленны терминографические проекты, осуществленные при участии специалистов по терминоведению и лексикографии (исключение составляют, например, [Линберг и др., 1980; Герд, 1993]).

Методика исследования. В рамках терминографии как науки о «проектировании, составлении и использовании словарей специальной лексики» [Гринев-Гриневиц, 2008: 217] обсуждаются такие аспекты, как методическая установка, этапы проектирования, композиция специального словаря и др. Одним из центральных понятий терминографии можно считать заимствованную из лексикографии идею параметризации. В работах по лексикографии и терминографии часто приводится классическое определение лексикографического параметра, сформулированное Ю. Н. Карауловым, которое необходимо процитировать и в настоящем исследовании: «Лексикографическим параметром я называю минимальный объем информации о языке и внеязыковой реальности, который может быть выделен и оформлен традиционными способами и приемами, используемыми при построении словарей, и включен в структуру филологического словаря. Иначе говоря, лексикографический параметр – это единица языковой информации в словарной форме» [цит. по Складневская, 2017: 12].

Принято выделять два элемента композиции (специального) словаря: макро- и микрокомпозиция, называемые, согласно лексикографической логике макро- и микротекста, макроструктурой и микроструктурой. Рассмотрим данные составляющие композиции подробнее: в основе подхода лежит детальная классификация элементов композиции терминологического словаря, разработанная С. В. Гриневым-Гриневиц [Гринев-Гриневиц, 2006: 48; 58-59].

В широком смысле макроструктурой можно назвать общую композицию словаря. А. Я. Шайкевич подчеркивает: «К макроструктуре относят проблемы словника (в частности, отбор слов), определение характера лексических единиц, подлежащих включению в словарь, общей структуры словаря, принципы расположения лексических единиц в словаре» [Шайкевич, 1983: 25]. Речь идет, в частности, о принципе следования словарных статей (алфавитный, тематический и др.; выделяются также подтипы и смешанные варианты), составе вспомогательных разделов словаря, принципах представления словосочетаний, принципах представления многозначных специальных единиц.

Микроструктура – организация словарной статьи. С. В. Гринев-Гриневиц отмечает: «Проблемы микрокомпозиции, то есть определения микроструктуры специального словаря связаны с выбором и организацией лексикографических реквизитов собственно словарной статьи,

совокупность которых представляет собой информацию о включенной в словарь лексике» [Гринев-Гриневич, 2009: 50]. Принято выделять регистрационные, формальные, этимологические, атрибутивные, интерпретационные, ассоциативные, прагматические, иллюстративные и некоторые другие параметры как элементы микрокомпозиции терминологического словаря.

Несмотря на результативные попытки создания лексикографических ресурсов, в которых специальная единица получает подробную характеристику по нескольким параметрам (речь идет в том числе и об экономических словарях [Витман, 2009], [Peyrard, Peyrard, 2011] и др.), терминологические словари – это либо толковые, либо переводные двуязычные, то есть фактически одноаспектные источники.

Необходимость проектирования многоаспектных специальных словарей во многом продиктована наметившемся еще в начале XXI века стремлением к полипараметричности в лексикографии, совершенствованию теоретической базы терминоведения и терминографии, тенденции к междисциплинарности научных знаний. Потребность в полипараметрическом источнике во многом обусловлена и ощутимым расширением круга адресатов словаря: «Работа по созданию словарей, адресованных различным категориям пользователей, выдвинула актуальную задачу составления комплексного словаря, представляющего в особой форме различные, значимые для читателя лексикографические параметры» [Козырев, Черняк, 2015: 224].

Показательно, что для обозначения таких ресурсов используется несколько условно синонимичных терминов:

- Комплексный словарь, то есть источник, предлагающий исчерпывающую характеристику описываемой единицы;
- Полипараметрический ($\neq$ однопараметровый) лексикографический ресурс, содержащий несколько наиболее важных для демонстрируемой вокабулы параметров описания;
- Многоаспектный или разноаспектный ($\neq$ аспектный) источник, отражающий разнообразные аспекты лексикографического описания.

Необходимо подчеркнуть, что сформулированные выше варианты определений могут быть переосмыслены и дополнены. Кроме того, в отношении термина «аспектный» в лексикографии существуют разные дефиниции [Бобунова, 2009: 196]. Стоит также отметить, что идея «комплексного» словаря не подразумевает целевую установку на представление лексикографического портрета, используя весь перечень существующих параметров. З. И. Комарова, приводя ретроспективно общее число выделенных в лексикографии и терминографии параметров (Ю. Н. Караулов – 68, А. С. Герд – более 100 и проч.), говорит лишь о «тенденции нарастания глубины подачи информации в словаре, в том числе терминологическом словаре (ТС): так, если в первых ТС, какими были двуязычные переводные ТС, было всего 2 параметра, то многие современные словари обходятся 10–15 параметрами» [Комарова, 2023: 214]. Разумеется, выбор параметров в каждой конкретной ситуации необходимо обосновывать: как в случае лексикографирования общеупотребительной, так и в отношении специальной лексики.

Реализация идеи полипараметрического терминологического словаря приобретает реальные очертания в использовании возможностей компьютерной лексикографии. Данный вопрос начал активно обсуждаться еще в 80-х годах XX века [Андрюшенко, 1988: 201–224], когда словари в основном издавались в бумажном варианте. Говоря о перспективах лексикографической деятельности, А. С. Герд рассматривал автоматизацию научных работ в филологии как «передачу ЭВМ части трудоемких и длительных во времени работ филолога» особенно подчеркивая, что «автоматизация филологических работ не сводится к автоматизации в лексикографии, но бесспорно, что последняя занимает центральное место в этой проблеме» [Герд, 1988: 225]. Во многом отсутствие ограничений по времени и объему позволяет создать ресурс, отражающий принципиальные особенности лексикографируемой терминологической системы. Однако, помимо сугубо технической составляющей, имеющей отношение к реализации специального источника, электронный лексикографический ресурс (в онлайн или оффлайн формате) оказывается весьма удобным способом представления знаний [Гринев-Гриневич, 2009: 152].

Полученные в ходе анализа результаты исследования. Переходя к логике лексикографического описания совокупностей финансовых терминов, надо обозначить, что исключительно важным в этом смысле является понимание финансов как научной и практической сферы. Финансы имеют разветвленную понятийную систему и сложную дисциплинарную организацию: этой проблеме посвящены многие труды отечественных и зарубежных ученых, исследования по истории финансовой науки [Пушкарева, 2003; Ковалев, 2009; Belze, Spieser, 2007], и др.

Специальные единицы, относящиеся к финансам, маркируют как термины, принадлежащие следующим сферам:

- Публичные финансы (в том числе государственные и муниципальные);
- Корпоративные финансы или финансы предприятий;
- Частные финансы (финансы домохозяйств).

Весьма часто в толковых финансовых словарях французских авторов финансовые термины разделяют по принципу наиболее частого использования в следующих сферах:

- Банковская деятельность;
- Финансы предприятий;
- Монетарная политика;
- Финансовые рынки;
- Международные финансы;
- Общая финансовая теория;
- Страхование и др.

Таким образом, финансовый словарь – это, скорее, не словарь финансовой терминологии, а словарь финансовых терминологий (если игнорировать разделение совокупностей специальной лексики на терминологию и терминосистему) или словарь финансовых терминосистем (если придерживаться терминоведческой теории). Не отрицая наличие (условно) универсальных финансовых терминов, употребляющихся в нескольких сферах, логика разделения финансовых терминов по дисциплинарным направлениям должна быть отражена и в лексикографическом ресурсе.

Охарактеризуем с точки зрения основных элементов авторской установки и композиции полипараметрический словарь финансовых терминологий учитывая, что в источнике будет обязательно представлена пара французский-русский термин (заголовочное слово на французском языке) [Гринев-Гриневиц, 2006: 35; 48; 58-59].

Элементы авторской установки. С точки зрения тематической ориентации данный ресурс проектируется как отраслевой (финансы – раздел экономики), ареальная ориентация: французские термины Франции (за редким исключением – Канады, Бельгии, Швейцарии), в аспекте хронологической ориентации – актуальные финансовые термины. Источник предстает многоязычным (французский, русский языки и английский как язык международного общения, присутствующий в большинстве подобных отечественных и зарубежных ресурсов). Полипараметричность существенно расширяет назначение, данный лексикографический источник может играть роль как переводного, так и справочного, учебного, информационного словаря. С позиций аспектной ориентации, логично сочетание фонетической, орфографической, семантической информации, словарь совмещает и инвентаризационную и нормативную функцию.

Макрокомпозиция. Выбор принципа следования словарных статей всегда вызывает сложности, поскольку, с одной стороны, существует потребность разграничить специальные единицы по тематическому признаку. С другой стороны, традиционный алфавитно-гнездовой принцип облегчает поиск термина и является наиболее удобным для большей части адресатов. Данная проблема решается в электронных словарях, позволяющих по-разному группировать данные и сочетать различные варианты. Важным аспектом, актуальным для многоязычного словаря, является наличие индексов – приложений. В частности, для француско-русско-английского словаря необходимым дополнением могут быть индексы «русско-английский», «англо-французский» (и подобн.) как вспомогательные разделы. Индексы облегчают поиск вариантов перевода и существенно расширяющие «языковой» адрес ресурса.

Понимая, что каждое заголовочное слово (или словосочетание) соответствует определенному понятию специальной области, стоит отдельными статьями выделять словосочетания, а не располагать их в гнезде опорного слова.

Микрокомпозиция. В качестве формальных параметров обоснованно представить основную форму термина на французском языке (графическая информация) с фонетической (транскрипция с ударением), грамматической (часть речи, показателями рода и числа) информацией. Этимологическая информация остается актуальной для заимствованных и интернациональных терминов. Атрибутивные параметры, важные именно для финансовой лексики: тематическая атрибуция (публичные, корпоративные, личные финансы или проч.), ареальная атрибуция (французский язык Франции, Канады, Бельгии и др.), стилистическая атрибуция (термин, профессиональный жаргонизм и проч.). Наличие интерпретационных параметров во многом определяет читательский адрес, например, наличие дефиниции для всех терминов на всех представленных языках. Ассоциативные параметры указывают на парадигматические отношения внутри терминологической системы. Прагматические параметры (хронологический статус, ареальный статус, распространенность, употребительность, нормативный статус) могут также существенно расширить информацию для «профессионалов-предметников» и исследователей.

Иллюстративная информация (вербально и (особенно) графически) для экономических терминосистем в целом ряде случаев, возможно, разъясняет значение понятия лучше, чем, например, традиционная дефиниция (или дополняет (иллюстрирует) ее).

Учитывая вышеперечисленное, изобразим пример словарной статьи (см. табл. 1) многоязычного словаря финансовых терминологий.

Таблица 1 – Пример словарной статьи

Banque n, f, en ligne [bɑ̃k ɑ̃ lijɔ̃]	Онлайн-банк [анл'ай'н б'анк]	Online banking [ɑ:n'lain 'bæŋkɪŋ]
<i>ban.</i> banque utilisant uniquement Internet comme canal de communication [Peyrard, Peyrard, 2011: 28].	<i>б.</i> комплекс средств для управления банковскими счетами через интернет [banki.ru].	<i>b.</i> online banking allows to conduct financial transactions through the Internet [investopedia.com].
<i>hyp.</i> banque directe (en ligne et mobile)	<i>син.</i> интернет-банкинг	<i>syn.</i> online bank, internet banking, virtual banking, web banking, home banking

Составлено автором.

Перспективы дальнейшей исследовательской работы по указанной теме и выводы. Этапы работы над терминологическим словарем сегодня формируют полноценный проект: от технического задания до готового лексикографического продукта. Необходимая цифровизация словарной деятельности в этом смысле требует привлечения различных специалистов: «предметников», программистов и лексикографов. Именно поэтому стоит наиболее детально рассматривать эти этапы, учитывая наличествующие наработки отечественной лексикографии и терминографии.

Таким образом, многоязычный словарь финансовых терминологий – это лексикографический проект, нацеленный на создание уникального в своем роде современного полипараметрического ресурса. Данный опыт проектирования позволит иначе взглянуть на проблемы лексикографирования терминологических систем экономических наук, в том числе финансов.

Список источников

- Андрющенко, В. М. Автоматизация в лексикографии. Современное состояние и новые возможности / В.М. Андрющенко // Советская лексикография: сборник статей / редколл. Ю. Н. Караулов и др. М.: Русский язык, 1988. С. 201–224.
- Бобунова, М. А. Русская лексикография XXI века: Учебное пособие / М. А. Бобунова. М.: Флинта : Наука, 2009. 199 с.
- Бурнашев, В.П. Опыт терминологического словаря сельского хозяйства, фабричности, промыслов и быта народного / В. П. Бурнашев Т. I. СПб.: Типография К. Жернакова, 1843. 487 с.
- Бурнашев, В.П. Опыт терминологического словаря сельского хозяйства, фабричности, промыслов и быта народного / В. П. Бурнашев Т. II. – СПб.: Типография К. Жернакова, 1844. – 415 с.
- Витман, Т. Б. Словарь активной экономической лексики: этимология, актуальные значения, синонимия / Т.Б. Витман. СПб.: СПбГУЭФ, 2009. – 182 с.
- Герд, А. С. Еще раз об автоматизации лексикографических работ /А.С. Герд // Советская лексикография: сборник статей / редколл. Ю.Н. Караулов и др. М.: Русский язык, 1988. С. 225–232.
- Герд, А. С. Основы научно-технической лексикографии (как работать над терминологическим словарем) / А.С. Герд. Л.: ЛГУ, 1986. 72 с.
- Герд, А. С. Толковый словарь по радиоперее: основные термины (с эквивалентами на английском языке) / А.С. Герд. М.: Русский язык, 1993. 357 с.
- Гринева, С. В., Лейчик, В. М. К Истории отечественного терминоведения / С. В. Гринева, В. М. Лейчик // Научно-техническая информация. № 7. М.: ВИНТИ РАН, 1999. С. 1 – 13.
- Гринева-Гринева С. В. Введение в терминографию / С.В. Гринева-Гринева. М.: ЛИБРОКОМ, 2009. 222 с.
- Ковалев, В. В. Очерки по истории финансовой науки / В.В. Ковалев – М.: Проспект, 2009. 496 с.
- Козырев, В. А., Черняк, В.Д. Лексикография русского языка: век нынешний и век минувший: монография / В.А. Козырев, В.Д. Черняк. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2015. 631 с.
- Комарова, З. И. Семантическая структура специального слова и её лексикографическое описание: монография / З. И. Комарова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ФЛИНТА, 2023. 336 с.
- Лейчик, В. М. Терминоведение. Предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. М.: ЛИБРОКОМ, 2019. 248 с.
- Линдберг, Г. У., Герд, А. С., Расс, Т. С. Словарь названий морских промысловых рыб мировой фауны / Г. У. Линдберг, А.С. Герд, Т.С. Расс. Л.: Наука, 1980. 564 с.
- Лотте, Д. С. Как работать над терминологией / Д. С. Лотте. М.: Наука, 1968. 76 с.
- Лотте, Д. С. Некоторые принципиальные вопросы отбора и построения научно-технических терминов / Д. С. Лотте. М.: Л.: Издательство АН СССР, 1941. 25 с.
- Марчук, Ю. Н. Компьютерная лингвистика: Учебное пособие / Ю. Н. Марчук. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. 317 с.
- Николаев, И.С., Митренина, О.В., Ландо, Т.М. и др. Прикладная и компьютерная лингвистика / И.С. Николаев, О. В. Митренина, Т. М. Ландо / Под ред. И. С. Николаева и др. М.: Ленанд, 2017. 320 с.
- Пушкарева, В. М. История мировой и русской науки и политики: монография / В. М. Пушкарева. М.: Финансы и статистика, 2003.

- Руберт, И. Б., Файбушевский, М. В. Концепт и тематические группы: подходы к изучению терминосистем и переводу терминов / И. Б. Руберт, М. В. Файбушевский // Когнитивные исследования языка. № 38. Тамбов: ООО РАЛК, 2019. С. 492–500.
- Склярская, Г. Н. Идея лексикографической параметризации и ее реализация в современном толковом словаре живого русского языка / Г. Н. Склярская // Мир русского слова. 2017. № 1. С. 11–17.
- Файбушевский, М. В. Маркированность финансовой лексики в ведущих отечественных французско-русских и русско-французских словарях экономической и деловой направленности / М. В. Файбушевский // Актуальные проблемы современной лингвистики: сборник статей, посвященных юбилею гуманитарного факультета / под ред. д. ф. л., доц. Е. В. Белоглазовой, к. ф. н., доц. Е. А. Нильсен. Вып. 4. СПб.: СПбГУЭФ, 2012. С. 113–119.
- Файбушевский, М. В. Финансовая терминология: проблемы перевода (на материале отечественных лексикографических ресурсов) / М. В. Файбушевский // Проблемы языка и перевода в трудах молодых ученых: Сборник научных трудов / отв. ред. В. В. Сдобников. Вып. 7. Нижний Новгород: НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2011. С. 315–328.
- Шайкевич, А. Я. Проблемы терминологической лексикографии / А. Я. Шайкевич. М.: ВЦП, 1983. 67 с.
- Peyrard, J., Peyrard, M. (2011) Dictionnaire de finance. 2^e édition. Paris: Vuibert. 306 p.
- Онлайн-словарь банковских терминов. Дата обращения: 15.07.2024. URL: <https://www.banki.ru/>.
- What Is Online Banking? Definition and How It Works. Дата обращения: 15.07.2024. URL: <https://www.investopedia.com/>.
- lodykh uchenykh [Problems of language and translation in the works of young scientists]: 315–328. (In Russ.)
- Gerd, A. S. (1988) Eshche raz ob avtomatizacii leksikograficheskikh rabot [Once again about the automation of lexicographic work]. *Sovetskaya leksikografiya* [Soviet lexicography]: 225–232. (In Russ.)
- Gerd, A. S. (1986) *Osnovy nauchno-tehnicheskoy leksikografii (kak rabotat' nad terminologicheskim slovarom)* [Basics of scientific and technical lexicography (how to work on a terminological dictionary)]: 72. (In Russ.)
- Gerd, A. S. (1993) *Tolkovyj slovar' po radiofizike: osnovnye terminy (s ehkvivalentami na anglijskom azyke)* [Explanatory dictionary of radiophysics: basic terms (with equivalents in English)]: 357. (In Russ.)
- Grinev, S. V., Lejchik, V. M. (1999) K Istorii otechestvennogo terminovedeniya [About the history of Russian terminology]. *Nauchno-tehnicheskaya informaciya* [Scientific and technical information], 7: 1–13. (In Russ.)
- Grinev-Grinevich, S. V. (2009) *Vvedenie v terminografiyu* [Introduction to Terminography]: 222 p.
- Kovalev, V. V. (2009) *Ocherki po istorii finansovoj nauki* [Essays on the history of financial science]: 496 p.
- Kozyrev, V. A., Chernyak, V. D. (2015) *Leksikografiya russkogo yazyka: vek nyneshnij i vek minuvshij* [Lexicography of the Russian language: the present century and the past century]: 631. (In Russ.)
- Komarova, Z. I. (2023) *Semanticheskaya struktura special'nogo slova i ego leksikograficheskoe opisanie* [Semantic structure of a special word and its lexicographic description]: 336. (In Russ.)
- Lejchik, V. M. (2019) *Terminovedeniye. Predmet, metody, struktura* [Terminology. Subject, methods, structure]: 248. (In Russ.)
- Lindberg, G. U., Gerd, A. S., Rass, T. S. (1980) *Slovar' nazvanij morskikh promyslovyykh ryb mirovoj fauny* [Dictionary of names of marine food fish of the world fauna]: 564. (In Russ.)
- Lotte, D. S. (1968) *Kak rabotat' nad terminologiej* [How to work on terminology]: 76. (In Russ.)
- Lotte, D. S. (1941) *Nekotorye principal'nye voprosy otbora i postroeniya nauchno-tehnicheskikh terminov* [Some fundamental issues of selection and construction of scientific and technical terms]: 25. (In Russ.)
- Marchuk, Yu. N. (2007) *Komp'yuternaya lingvistika* [Computational linguistics]: 317. (In Russ.)
- Nikolaev, I. S., Mitrenina, O. V., Lando, T. M. i dr. (2017) *Prikladnaya i komp'yuternaya lingvistika* [Applied and Computational Linguistics]: 320. (In Russ.)
- Onlajn-slovar' bankovskikh terminov [Online dictionary of banking terms]. Date: 15.07.2024. URL: <https://www.banki.ru/>. (In Russ.)
- Peyrard, J., Peyrard, M. (2011) *Dictionnaire de finance* [Dictionary of finance]: 306. (In Franch.)
- Pushkareva, V. M. (2003) *Istoriya mirovoj i russkoj nauki i politiki* [History of world and Russian science and politics]: 337. (In Russ.)
- Rubert, I. B., Fajbushevskij, M. V. (2019) Koncept i tematicheskie grupy: podkhody k izucheniyu terminosistem i perevodu terminov [Concept and thematic groups: approaches to the study of term systems and translation of terms]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka* [Cognitive language research], 38: 492–500. (In Russ.)
- Shajkevich, A. YA. (1983) *Problemy terminologicheskoy leksikografii* [Problems of terminological lexicography]: 67. (In Russ.)
- Sklyarevskaya, G. N. (2017) Ideya leksikograficheskoy parametrizacii i ee realizaciya v sovremennom tolkovom slovare zhivogo russkogo yazyka [The idea of lexicographic parameterization and its implementation in

References

- Andryushchenko, V. M. (1988) Avtomatizaciya v leksikografii [Automation in lexicography. Current state and new opportunities]. *Sovremennoe sostoyanie i novye vozmozhnosti leksikografii* [Automation in lexicography. Current state and new opportunities]. *Sovetskaya leksikografiya* [Soviet lexicography]: 201–224. (In Russ.)
- Bobunova, M. A. (2009) *Russkaya leksikografiya XXI veka* [Russian lexicography of the 21st century]: 199. (In Russ.)
- Burnashev, V. P. (1843) *Opyt terminologicheskogo slovary sel'skogo khozaystva, fabrichnosti, promyslov i byta narodnogo*. T. I. [Experience of a terminological dictionary of agriculture, manufacturing, crafts and folk life]: 487. (In Russ.)
- Burnashev, V. P. (1843) *Opyt terminologicheskogo slovary sel'skogo khozaystva, fabrichnosti, promyslov i byta narodnogo*. T. II. [Experience of a terminological dictionary of agriculture, manufacturing, crafts and folk life]: 415. (In Russ.)
- Fajbushevskij, M. V. (2012) Markirovannost' finansovoj leksiki v vedushchikh otechestvennykh francuzsko-russkikh i russko-francuzskikh slovaryakh ehkonomicheskoy i delovoy napravlenosti [Markedness of financial vocabulary in leading domestic French-Russian and Russian-French dictionaries of economic and business orientation]. *Aktual'nye problemy sovremennoj lingvistiki* [Current problems of modern linguistics]: 113–119. (In Russ.)
- Fajbushevskij, M. V. (2011) Finansovaya terminologiya: problemy perevoda (na materiale otechestvennykh leksikograficheskikh resursov) [Financial terminology: problems of translation (based on domestic lexicographic resources)]. *Problemy yazyka i perevoda v trudakh mo-*

the modern explanatory dictionary of the living Russian language]. *Mir russkogo slova* [*World of the Russian word*], 1: 11–17. (In Russ.)

Vitman, T. B. (2009) *Slovar' aktivnoj ehkonomicheskoy leksiki: ehtimologiya, aktual'nye znacheniya, sinonimiya*

[Dictionary of active economic vocabulary: etymology, current meanings, synonymy]: 182. (In Russ.)

What Is Online Banking? Definition and How It Works. Date: 15.07.2024. URL: <https://www.investopedia.com/>.

© Файбушевский М.В., 2024

Информация об авторе:

Максим Владимирович Файбушевский – кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода Санкт-Петербургского государственного экономического университета, Moskatel'nyj per., d. 4, Санкт-Петербург, Россия, 190005. Автор более 50 научных публикаций. Сфера научных интересов: терминография, терминоведение, профессиональная лингводидактика, фонодидактика, русский язык как иностранный.

Вклад автора: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 06.07.2024; принята после рецензирования 25.07.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the author:

Maxim V. Faiboushevskiy – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of Department of Roman-Germanic Philology and Translation of St. Petersburg State University of Economics, Moskatel'nyj per., 4, Saint Petersburg, Russia, 190005. Author of more than 50 scientific publications. Research interests: terminography, terminology, professional linguodidactics, phonodidactics, Russian as a foreign language.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 06.07.2024; adopted after review 25.07.2024; published online 07.10.2024.

Научная статья
УДК 81

К ВОПРОСУ О СИСТЕМНОСТИ КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Светлана Константиновна Видишева¹, Татьяна Валерьевна Ситникова², Елена Зигфридовна Шевалдышева³

^{1,2} Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

³ Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Минск, Беларусь

¹ AuthorID: 1030041, ORCID: 0000-0002-0627-7284, svevid68@gmail.com

² AuthorID: 1015024, ORCID: 0000-0003-4273-8727, sitnikova77@mail.ru

³ AuthorID: 1030320, ORCID: 0000-0002-4117-5195, elenafranciska124@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена проблеме определения системности компьютерной терминологии. Компьютерная терминология в настоящее время является объектом самого интенсивного лингвистического изучения. Существовавшая вначале как узкоспециальная лексика, связанная с вычислительной техникой и информатикой, за последние годы компьютерная терминология значительно расширилась и активно используется в различных ситуациях коммуникации. Как и любая отраслевая терминология, компьютерная терминология является сложным образованием, упорядоченным в структуру, которая включает подсистемы, выделяемые по разным критериям. Понятие «компьютер» здесь является ядром семантической структуры, в которой термины организованы по тематическому принципу, при этом между терминами существуют семантические связи. В статье терминосистема рассматривается как естественно сложившаяся в процессе становления и развития определенной отрасли знания совокупность терминов, обладающая определенной структурой отношений между ее элементами, взаимосвязь и взаимообусловленность которых является прямым следствием системной организации научного знания. На примере компьютерной терминологии рассматривается проблема многозначности термина, описываются системные семантические отношения между терминами, такие как синонимия и антонимия. Представлены основные семантические категории терминосистемы компьютерной терминологии.

Ключевые слова: терминология, компьютерная терминология, терминосистема, компьютерный термин, системность.

Original article

ON THE SYSTEMACITY OF COMPUTER TERMINOLOGY

Svetlana K. Vidiшева¹, Tatiana V. Sitnikova², Elena Z. Shevaldysheva³

^{1,2} Belarusian State University, Minsk, Belarus

³ Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Belarus

¹ AuthorID: 1030041, ORCID: 0000-0002-0627-7284, svevid68@gmail.com

² AuthorID: 1015024, ORCID: 0000-0003-4273-8727, sitnikova77@mail.ru

³ AuthorID: 1030320, ORCID: 0000-0002-4117-5195, elenafranciska124@gmail.com

Abstract. This article is devoted to the problem of determining the systemacity of computer terminology. Computer terminology is currently the subject of the most intensive linguistic study. Originally existing as a highly specialized vocabulary related to computing and computer science, computer terminology has expanded significantly in recent years and is actively used in various situations of communication. Like any industry terminology, computer terminology is a complex entity organized into a structure that includes subsystems distinguished by different criteria. The concept of "computer" here is the core of the semantic structure in which the terms are organized thematically, while there are semantic links between them. In the given study, the terminological system is considered as a set of terms naturally formed in the process of development of a certain branch of knowledge, having a certain structure of links between its elements, the interrelation and interdependence of which is a direct consequence of the systemic organization of scientific knowledge. On the example of computer terminology, the article examines the problem of the polysemy of a term, describes the semantic relations between terms, such as synonymy and antonymy. The main semantic categories of computer terminology are presented.

Keywords: terminology, computer terminology, system, computer term, systemacity.

Введение. Цифровой мир находится в состоянии постоянной эволюции: тенденции, технологии и корпоративная культура меняются с каждым годом, и вместе с этим происходит эволюционирование компьютерной терминологии, которая активно используется в различных областях деятельности человека. Интерес исследователей вызывают процессы формирования компьютерной терминологической системы как лингвоконцептуальной структуры, структурные, семантические и функциональные особенности аббревиатур, заимствование англоязычных компьютерных терминов и их адаптация к лексическим системам национальных языков. Достижения в области компьютерных технологий не приводят к созданию новых языков, но значительно увеличивают терминологические фонды, которые при дальнейшем развитии обогащают общелитературную лексику в процессе детерминологизации. Объектом исследования в данной статье являются английские и русские терминологические единицы компьютерной области знания. Выбор данной темы обусловлен тем, что активная подвижность и быстрое развитие терминологических систем диктуют необходимость их осмысления и упорядочения.

История вопроса. Прежде всего, изучая те или иные терминосистемы, следует рассматривать основные процессы, влияющие на лексику при образовании терминологического поля [Видишева, 2019]. Терминология является объектом изучения ряда смежных дисциплин и определяется как совокупность терминов в той или иной области знаний или производства. Впервые проблема системности терминологий была рассмотрена Д.С. Лотте, статья которого «Очередные задачи научно-технической терминологии» 1931 года издания считается началом формирования терминоведения как самостоятельного научного направления [Лотте, 1931]. Работы Д.С. Лотте посвящены терминологической стандартизации, терминообразованию, заимствованию терминов из одного языка в другой, построению понятийно-терминологических систем [Лотте, 1961; Лотте 1968]. Впоследствии Б.Н. Головин, В.П. Даниленко, Р.Я. Кобрин, Г.О. Винокур, А.А. Реформатский также внесли значимый вклад в развитие отечественной терминологической школы и терминоведения как науки, изучая проблемы терминологических систем. В различных источниках подчеркивается, что терминология – это не просто набор терминов, а система языковых единиц, обладающая собственными связями и структурами. По мнению Р.Ю. Кобрина, «терминология является системой, но ее системные свойства, в результате деятельности специалиста или терминоведа должны быть явно выражены, т.е. терминология и терминосистема соотносятся как реальный объект и его формализованное описание» [Кобрин, 1981: 8]. По мнению А.А. Реформатского, «терминология – это прежде всего совокупность терминов, служащих выражением системы понятий данной науки, т.е. в ее состав входят определенные языковые знаки, взаимосвязанные между собой в рамках научной области» [Реформатский, 1996: 47]. Многие ученые рассматривают терминологическую систему как нечто закономерно формирующееся в процессе становления и развития соответствующей области знаний и производства. Все термины имеют определенную структуру в отношениях между субъектами, где их взаимосвязанность и интерсубъективность являются прямым результатом системной организации научного знания. В последние два десятилетия появились научные работы, представляющие результаты комплексных исследований компьютерной терминологии в английском [Сытникова, 2010; Хуснуллина, 2012], грузинском [Зауташвили, 2009], испанском [Лобанова, 2009], русском [Юхмина, 2009] языках. Эти исследования показывают, что в рамках компьютерной терминосистемы существуют определенные связи и отношения между составляющими ее единицами.

Методика исследования и полученные результаты. Предметом исследования являются английские и русские терминологические единицы компьютерной области знания. Изначально существовавшая как узкоспециализированная лексика, связанная с компьютерными технологиями и информатикой, в последние годы компьютерная терминология значительно расширила свою сферу применения и активно используется в повседневной речи. С каждым новым усовершенствованием компьютерных технологий обновляется и терминология. В современном русском языке, как отмечает Н.С. Валгина, компьютерная терминология характеризуется широкой и постоянно меняющейся социальной базой, при этом происходит процесс вхождения общих фраз, технических терминов и узких жаргонов в состав нейтральных и общеупотребительных лексических элементов [Валгина, 2003: 93]. Как и другие технические терминосистемы, компьютерная терминология имеет сложную

организацию, ее структура включает подсистемы, образованные согласно различным критериям. В данной работе компьютерная терминосистема рассматривается как совокупность терминологических единиц, которые номинируют понятия компьютерной сферы знания, связанные между собой логическими и семантическими отношениями.

Сематическим ядром системы компьютерной терминологии является понятие «компьютер», подсистемы соответственно формируются по следующим тематическим направлениям:

1. начальные сведения о компьютерах;
2. аппаратное обеспечение;
3. программное обеспечение;
4. программирование;
5. работа с вычислительной системой;
6. компьютерные (информационные) технологии [Комлева, 2006].

Кроме того, можно выделить следующие подгруппы компьютерных терминов: устройство компьютера (input and output devices), программное обеспечение (software), команды (commands), виды компьютеров (PC types), компьютерная безопасность (computer security), Интернет-коммуникация (Internet communications).

Семантика термина в основном определяется логической концептуальной системой соответствующей области. Исходя из семантики основных компонентов, термины компьютерной области разделяются на такие категории, как:

- а) объект/материальное тело (термины, определяющие объекты действительности: *ноутбук, устройство, принтер, клавиатура, монитор*);
- б) качество/свойство (термины, определяющие степень, характерные особенности: *расширение (.doc, .exe, .pdf), спецификация*);
- в) процесс/движение (термины, определяющие процесс, действие, положение: *обработка данных, передача данных, копирование, сжатие, сохранение, загрузка, соединение, сохранение, подключение*);
- г) единицы измерения (термины, определяющие объем: *мегабайт, гигабайт, бит, мегабит*) [Комлева, 2006].

Отдельного внимания в рамках настоящего аналитического обзора требует проблема семантической размытости термина. Данная проблема находится в фокусе внимания отечественных терминоведов на протяжении значительного времени и не теряет актуальности в настоящее время [Головин, Кобрин, 1987; Арнольд, 1991; Гринев, Лейчик, 1999; Лейчик, 2007]. «Граница между терминологической и общеупотребительной лексикой нестабильна и имеет не исторический, а скорее функциональный характер, и постоянно происходит как процесс превращения терминов в общеупотребительные слова вследствие проникновения научных и технических объектов в наш быт, так и использование бытовой лексики для создания и развития терминологий, когда на основе представлений формируются понятия» [Гринев, Лейчик, 1999: 5]. Семантическая размытость термина выражается в его многозначности, а также в том, что термины развивают отношения омонимии, синонимии и антонимии с другими единицами языка.

В компьютерных терминологических системах существует два типа полисемии. Выделяют внутреннее (определяемое областью и условиями его применения) и внешнее (связанное с его значением в других науках и основанное на сходстве событий или явлений, описываемых данным термином) значения термина. Приведем примеры многозначности компьютерных терминов в английском и русском языках. Например, лексическая единица *тег* (tag) имеет три лексико-семантических варианта, самостоятельно функционирующих в компьютерной терминосистеме: 1) метка ключевого слова; 2) элемент языка разметки гипертекстов; 3) информативная метка, которая часто встречается в сети Интернет для удобного поиска различных медиафайлов и информации [Словарь синонимов русского языка]. Лексическая единица *трафик* (traffic) в компьютерной терминосистеме имеет два терминологических значения: 1) информационный поток в коммуникационной системе; 2) объем информации, которую пользователь Интернета получает из сети на свой компьютер и отправляет в сеть [Энциклопедический словарь, 2009]. В нетерминологическом понимании *трафик* имеет следующие значения: 1) движение, перемещение чего-либо куда-либо; 2) интенсивное уличное движение,

плотный автомобильный поток, большая загруженность [RedboxSoft]. В английском языке лексическая единица *mouse* (мышь) совмещает нетерминологическое («животное») и терминологическое («техническое устройство, манипулятор») значения: 1) «an animal like a small rat with a long thin tail / животное, похожее на крысу, небольшого размера с длинным тонким хвостом»; 2) «a small device that is moved by hand across a surface to control the movement of the cursor on a computer screen. It has buttons on it for entering commands / небольшое устройство, которое приводится в движение рукой по гладкой поверхности стола, контролирующее движение курсора на экране компьютера. На устройстве имеются кнопки для ввода команд» [Hornby, 1995]. Следует отметить, что английским компьютерным терминам внешняя многозначность присуща в большей степени, чем русским, так как в русский язык такие лексические единицы заимствуются в роли терминов.

Особенности терминов-синонимов заключаются в том, что они часто совпадают, являются синонимами по смыслу и значению, могут различаться по семантике понятийных терминов и словообразовательных элементов, по функциональным признакам и не вступают в конфликт по аффективной и экспрессивной значимости. Т.В. Михайлова отмечает, что «почти все отечественные и зарубежные языковеды сегодня признают естественность и неизбежность синонимических отношений между терминами как проявление общезыковых процессов» [Михайлова, 2004: 5]. Некоторые ученые под синонимией в терминологическом плане принимают дублетность. По мнению Е.Н. Толикиной, в рамках терминологии мы имеем дело лишь с дублетами. Между дублетами нет эмоционально-экспрессивных, стилистических или оттеночных оппозиций, они могут отличаться лишь этимологией или структурой. При этом автор призывает к устранению дублетов «для упорядочения терминосистем» [Толикина, 1980: 61]. Терминологические дублеты – это те слова или словосочетания, которые наделены терминологической соотнесенностью с соответствующим научным понятием и предметом реальности. Особенность терминов-дублетов заключается в том, что они соотносятся с тем же объектом с общим денотатом без семантических различий.

Понятие «синонимия терминов» используется в компьютерной терминологии, когда существует несколько вариантов термина, входящих в один и тот же глоссарий и уточняющих, детализирующих или разграничивающих понятия, например, в английском языке: *launch, start, download* (начинать что-либо) – в русском языке: *запуск, пуск, старт, загрузка* (начинать что-либо); в английском языке: *refresh, update, upgrade* (обновить что-либо); *hack, crash, crack* (взламывать что-либо). Такие синонимические ряды, включающие несколько терминов, характеризуются относительной открытостью, что свидетельствует о подвижности терминологии. Причинами возникновения синонимии в терминосистеме компьютерных технологий, как полагают многие исследователи, в частности Я. Цегледи, являются:

- 1) варьированность формы термина (*сортировка — сортирование*);
- 2) параллельное употребление старого и нового термина (семантические дублеты) (*винчестер — жесткий диск*);
- 3) сосуществование термина и его аббревиации (вторичного знака терминируемого понятия) (*ЦПУ — центральная процессорная установка / CPU — central processing unit*) [Цегледи, 2003: 190].

Основными факторами, обуславливающими синонимию в компьютерной терминосистеме, являются «непрерывный и динамичный прогресс компьютерных технологий, не характерный для других отраслей; отсутствие устоявшегося термина; языковой вкус эпохи, характеризующийся особым интересом к англоязычным заимствованиям; новизна сферы компьютерных и информационных технологий» [Цегледи, 2003: 192].

Анализируя многочисленные научные источники, посвященные терминологическим исследованиям, можно заметить, что в любой терминологической системе есть лексические единицы, форма и звучание которых соответствуют таковым в других терминологических системах, но значение отличается. Это явление, известное как омонимия, встречается и в компьютерной терминологии. Терминологическая омонимия, как отмечает В.П. Даниленко, значительно отличается от общелитературной омонимии. «Во-первых, терминология использует только одну разновидность омонимии, а именно ту, которая является результатом семантического развития слова, его многозначности. Во-вторых, омонимия по отношению к терминологии может быть охарактеризована как межсистемное явление: либо эти термины разных терминосистем, либо эти термины лексико-

семантического способа образования, ставшие омонимами к породившим их словам общелитературного языка. В пределах одной отраслевой терминологии омонимия указанного типа не развивается» [Даниленко, 1977: 245]. Омонимы, выходящие за рамки своей функции, можно разделить на три основных типа: межтерминотерминные (междисциплинарные, междотраслевые, межнаучные), межсистемные (лексические), внутрисистемные (внутриотраслевые). Междотраслевые омонимы – это термины, которые функционируют одновременно в двух и более терминологических сферах, называя различные понятия, характерные для одной конкретной области знаний, и, таким образом, четко определяя понятие в той терминологической сфере, к которой они принадлежат. Некоторые ученые считают, что в результате омонимии между отраслями значения лексико-семантических вариантов полисемичных терминов расходятся, то есть полисемичные термины проявляют значительную разницу в семантике и становятся омонимами [Виноградов, 1960; Ожегов, 1960]. Такие омонимы в разных отраслях могут одновременно быть названиями двух или более совершенно разных специальных понятий. Например, *архитектура* — в *архитектуре*: это искусство и наука строительства и проектирования зданий либо комплекса сооружений, а также сами объекты, предназначенные для жизни и деятельности человека; в *компьютерной терминологии*: структура компьютера, отвечающая за обработку информации, включая методы обработки данных, а также взаимодействие технических средств и программного обеспечения; *топология* — в *математике*: раздел, который изучает феномен непрерывности, в особенности определенные свойства пространств, которые могут быть неизменными в условиях непрерывных деформаций; в *компьютерной терминологии*: способ подключения и распределения компьютеров и устройств внутри сети, возможные способы соединения сетевых узлов.

В терминологической системе можно встретить антонимы, причем, как полагает Н.С. Никитченко «антонимов-терминов не меньше, чем антонимов-нетерминов» [Никитченко, 1983: 122]. Причины этого в том, что противопоставление понятий — это неотделимая часть научного описания объектов, организующее его начало. «Являясь точками отсчета, противоположные понятия позволяют измерять явления, признаки, качества» [Никитченко, 1983: 122]. Антонимия можно охарактеризовать как «семантическую противопоставленность слов, а антонимы как слова с противоположными значениями» [Головин, Кобрин, 1987: 58]. В качестве предпосылок возникновения антонимии в терминологии В.П. Даниленко отмечает присутствие тех отличий, которые выражаются в диаметрально противоположных понятиях [Даниленко, 1977]. В компьютерной терминологической системе выделяют лексические и словообразовательные виды антонимии. К первому типу можно отнести следующие пары слов: *save* — *delete* (сохранить — удалить); *paste* — *cut* (вставить — вырезать); *install* — *remove* (установить — удалить). К словообразовательным компьютерным терминам-антонимам в русском языке можно отнести единицы, образованные с помощью префиксов *а-*, *анти-*, *без-/ бес-*, с помощью усечения корня слова и добавлением префикса *de-*: *синхронный* — *асинхронный*, *вирус* — *антивирус*, *проводной* — *беспроводной*, *конструктор* — *деструктор*; в английском языке, образованные с помощью аффиксов *а-*, *anti-*, *de-*, *-less*: *encode* — *decode*, *glare* — *antiglare*, *bug* — *debug*, *wire* — *wireless*. Также в английском языке термины-антонимы могут образовываться при помощи предлогов, например, *log in* — *log off* (войти в систему — выйти из системы).

Термины в компьютерных терминологических системах характеризуется мобильностью и динамичностью. Значение термина может быть перенесено в новые ситуации легче, чем, например, значение химического или математического термина. Опираясь на суждение В.В. Налимова, можно считать, что компьютерные термины обладают большим полиморфизмом, чем слова обиходного языка, так как в них вкладывается большее смысловое содержание [Налимов, 1979].

Заключение. В результате проведенного аналитического обзора научных работ в области общего терминоведения и исследований, посвященных рассмотрению русскоязычных и англоязычных компьютерных терминов, можно прийти к заключению, что компьютерная терминология — это терминологическая система, представляющая собой сложное структурное образование, организующее понятия компьютерной области знаний на основе логических и семантических связей. Компьютерная терминология является открытой и динамично развивающейся системой. Динамичность развития данной области знания будет влиять на структурно-семантическую организацию компьютер-

ной терминологии и определять направления ее развития, чем и будет обусловлен дальнейший интерес исследователей к данной специальной терминосистеме.

Список источников

- Валгина, Н. С. Активные процессы в современном русском языке: учеб. пособие для студентов вузов / Н. С. Валгина. Москва: Логос, 2003. 304 с.
- Видишева, С. К. Системность компьютерной терминологии / С. К. Видишева // Иностранные языки: инновации, перспективы исследования и преподавания: материалы II Международной научно-практической конференции, 21–22 марта 2019. Минск: БГУ, 2019. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/218904>. Дата обращения 05.05.2023.
- Виноградов, В. В. Об омонимии и смежных явлениях / В. В. Виноградов // Вопросы языкознания. N 5. 1960. С. 3–17.
- Головин, Б. Н., Кобрин, Р. Ю. Лингвистические основы учения о терминах: учеб. пособие для филол. спец. вузов / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. Москва: Высш. шк., 1987. 104 с.
- Гринев, С. В., Лейчик, В. М. К истории отечественного терминоведения / С. В. Гринев, В. М. Лейчик // НТИ. Сер. 1. Орг. и методика информ. работы. Москва: РАН ВИНТИ, 1999. С. 1–13.
- Даниленко, В. П. Русская терминология / В. П. Даниленко. Москва: Наука, 1977. 245 с.
- Зауташивили, Д. Тенденции заимствования и адаптации компьютерной терминологии [Электронный ресурс] / Д. Зауташивили. Тбилиси: Тбилисский государственный университет имени Иванэ Джавахишвили, 2009. URL: https://www.tsu.ge/data/file_db/disertaciebi/zautashvili.pdf. Дата обращения 05.05.2023.
- Кобрин, Р. Ю. О понятиях «терминология» и «терминологическая система» / Р. Ю. Кобрин // НТИ. Сер. 2. Информационные процессы и системы. 1981. №8. С. 7–10.
- Комлева, И. Л. Принципы формирования русской компьютерной терминологии: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Москва, 2006. 221 с.
- Лейчик, В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. Москва: ЛКИ, 2007. 256 с.
- Лобанова, М. А. Структурно-семантические особенности современной компьютерной терминологии: на материале испанского языка: дисс. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2009. 242 с.
- Лотте Д. С. Как работать над терминологией. Основы и методы / Д. С. Лотте. Nauka, 1968. 76 с.
- Лотте Д. С. Основы построения научно-технической терминологии. Вопросы теории и методики / Д. С. Лотте. М.: Изд-во АН СССР, 1961. 160 с.
- Лотте Д. С. Очередные задачи научно-технической терминологии / Д. С. Лотте. Изв. АН СССР, ООИ, 1931, № 7. С. 883–891.
- Михайлова Т. В. Синонімічні відношення в українській науково-технічній термінології / Т. В. Михайлова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». Львів, 2004. № 503. С. 53–60.
- Налимов, В. В. Вероятностная модель языка. О соотношении естественных и искусственных языков / В. В. Налимов. 2 изд., пераб. и доп. Москва: Наука, 1979. 299 с.
- Никитченко, Н. С. Семантическая продуктивность терминов / Н. С. Никитченко // Новые слова и словари новых слов / отв. ред. Н. З. Котелова. – Л.: Наука, Ленингр. отд-е, 1983. С. 111–117.
- Ожегов, С. И. Выступление на дискуссии по вопросам омонимии // Лексикографический сборник, вып. IV. Москва: Государственное изд-во иностранных и национальных словарей, 1960. С. 69–71.
- Реформатский, А. А. Введение в языковедение / А. А. Реформатский / Под ред. В.А. Виноградова. Москва: Аспект Пресс, 1996. 536 с.
- Словарь синонимов русского языка. URL: <https://sinonim.org/sc/79752/5>. Дата обращения 05.05.2023.
- Сытникова, Т. А. Англоязычная компьютерная техническая терминосистема как объект лингвокогнитивного исследования: дисс. ... канд. филол. наук. Хабаровск, 2010. 221 с.
- Толикина, Е. Н. Некоторые лингвистические проблемы формирования и нормализации терминов и терминосистем / Е. Н. Толикина // Вопросы терминологии и лингвистической статистики. Воронеж, 1980. С. 57.
- Хуснуллина, Ю. А. Структурно-семантическая и функциональная специфика аббревиатур компьютерного дискурса: диссертация ... канд. филол. наук. Москва, 2012. 222 с.
- Цегледы, Я. Факторы, ведущие к возникновению синонимии в терминосистеме компьютерных и информационных технологий / Я. Цегледы // II Международные Бодуэновские чтения: Казанская лингвистическая школа: традиции и современность (Казань, 2003 г.): Труды и материалы. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2003. Т. 1. 192 с.
- Энциклопедический словарь, 2009. URL: <http://niv.ru/doc/dictionary/encyclopedia/fc/slovar-210-57.htm#zag-138003>. Дата обращения 05.05.2023.
- Юхмина, Е. А. Адаптация англоязычных компьютерных терминов к лексической системе русского языка: диссертация ... канд. филол. наук. Челябинск, 2009. 237 с.
- Hornby, A. S. Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford: Oxford University Press, 1995. 1475 с.
- RedboxSoft. URL: <https://redboxsoft.com/dictionary/%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA.html>. Дата обращения 05.05.2023.

References

- Danilenko, V. P. (1977) Russkaya terminologiya [Russian terminology] Moscow, Nauka [Science]: 245. (In Russ.)
- Enciklopedicheskij slovar' [The Encyclopedic Dictionary]. (2009). URL: <http://niv.ru/doc/dictionary/encyclopedia/fc/slovar-210-57.htm#zag-138003>. (accessed 05.05.2023)
- Golovin, B. N., Kobrin R. YU. (1987) *Lingvisticheskie osnovy ucheniya o terminakh: ucheb. posobie dlia filol. spets. vuzov* [Linguistic basis of the doctrine of terms: Textbook for philological faculties of universities]. Moscow, Vysshaja shkola [High School]: 104 (In Russ.)
- Grinev, C. B., Lejchik, V. M. (1999) K istorii otechestvennogo terminovedeniya [Towards a History of Domestic

- Terminology]. *NTI. Organizaciya i metodika informacionnoj raboty* [Organisation and methodology of information work]. Moscow: RAN VINITI: 1: 1-13. ISSN 0548-0019. (In Russ.)
- Hornby, A. S. (1995) *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Oxford: Oxford University Press, 1995: 1475.
- Husnullina, YU. A. (2012) Strukturno-semanticeskaya i funkcional'naya specifika abbreviatur komp'yuternogo diskursa: diss. ... kand. filol. Nauk [Structural, semantic and functional specifics of computer discourse abbreviations]. Moskva: 222. (In Russ.)
- Kobrin, R. YU. (1981) O ponyatiyakh «terminologiya» i «terminologicheskaya sistema» [On the concepts of "terminology" and "terminology system"]. *Informacionnye processy i sistemy* [Information processes and systems]. Moscow: NTI: 2 (8): 7-10. (In Russ.)
- Komleva, I. L. (2006) *Principy formirovaniya russkoj komp'yuternoj terminologii*: Dis. ... kand. filol. Nauk [Principles of formation of Russian computer terminology]: 10.02.01. Moscow: 221. (In Russ.)
- Leychik V. M. (2007) *Termovedenie: predmet, metody, struktury* [Terminology: subject, methods and structure]. Moscow: LKI Publishing House, 256 (In Russ.)
- Lobanova, M. A. (2009) Strukturno-semanticeskie osobennosti sovremennoj komp'yuternoj terminologii: na materiale ispanskogo yazyka [Structural and semantic features of modern computer terminology: based on the material of the Spanish language]: diss. ... kand. filol. nauk. Chelyabinsk: 242. (In Russ.)
- Lotte, D. S. (1931) *Ocherednye zadachi nauchno-tekhnicheskoy terminologii*. [The next tasks of scientific and technical terminology] *Izv. AN SSSR, OON*, 7: 883-891. (In Russ.)
- Lotte, D. S. (1961) *Osnovy postroeniya nauchno-tekhnicheskoy terminologii. Voprosy teorii i metodiki*. [The basics of building scientific and technical terminology. Questions of theory and methodology] Moscow, AN SSSR: 160. (In Russ.)
- Lotte, D. S. (1968) *Kak rabotat' nad terminologiej. Osnovy i metody* [How to work on terminology. Basics and methods]. Moscow, Nauka: 76. (In Russ.)
- Mihajlova T. V. (2004) Sinonimichni vidnoshennya v ukrains'kij nauko-tekhnichnij terminologii [Synonymous relations in Ukrainian scientific and technical terminology]. *Visnik Nacional'nogo universitetu «L'vivska politehnika». Seriya «Problemi ukrains'koi terminologii»* [Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series "Problems of Ukrainian Terminology"]. 503: 53-60. (In Ukrainian)
- Nalimov, V.V. (1979) *Veroyatnostnaya model' yazyka. O sootnoshenii estestvennykh i iskusstvennykh yazykov* [A probabilistic model of language. On the relationship between natural and artificial languages]. Moscow: Science: 299 (In Russ.)
- Nikitchenko, N. S. (1983) Semanticeskaya produktivnost' terminov [The semantic productivity of terms]. *N. Z. Kotelova, N. S. Nikitchenko. Novye slova i slovari novykh slov* [New words and dictionaries of new words]. Leningrad, Nauka [Science]: 111-117. (In Russ.)
- Ozhegov, S. I. (1960) Vystuplenie na diskussii po voprosam omonimii [Speech at a discussion on homonymy] *Leksikograficheskij sbornik* [Lexicographical collection], IV. Moscow.: Gosudarstvennoe izd-vo inostrannyh i nacional'nyh slovarej: 69-71. (In Russ.)
- RedboxSoft. URL: <https://redboxsoft.com/dictionary/%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BA.html>. (accessed 05.05.2023)
- Reformatskij, A.A. (1996) *Vvedenie v yazykovedenie* [Introduction to linguistic studies]. Moscow: Aspekt Press: 536 (In Russ.)
- Slovar' sinonimov russkogo yazyka [Dictionary of synonyms of the Russian language]. URL: <https://sinonim.org/sc/79752/5>. (accessed 05.05.2023)
- Sytnikova, T. A. (2010) *Angloyazychnaya komp'yuternaya tekhnicheskaya terminosistema kak ob'ekt lingvokognitivnogo issledovaniya*: diss. ... kand. filol. nauk [English-language computer technical terminology system as an object of linguistic and cognitive research]. Habarovsk: 221. (In Russ.)
- Tolikina E. N. (1980) Nekotorye lingvisticheskie problemy formirovaniya i normalizacii terminov i terminosistem [Some linguistic problems in the formation and normalisation of terms and term systems]. *Voprosy terminologii i lingvisticheskoy statistiki*. [Terminology and linguistic statistics issues]. Voronezh: 57. (In Russ.)
- Valgina N. S. (2003) *Aktivnye processy v sovremennom russkom yazyke: Uchebnoe posobie dlya studentov vuzov* [Active processes in the modern Russian language: Manual for university students]. Moscow, Logos: 306. (In Russ.)
- Vidisheva, S. K. (2019) Sistemnost' komp'yuternoj terminologii [The consistency of computer terminology] *Inostrannyye yazyki: innovacii, perspektivy issledovaniya i prepodavaniya: materialy II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii* [Foreign Languages: Innovations, Prospects of Research and Teaching: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference]. Minsk, BSU. URL: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/218904>. (accessed 05.05.2023)
- Vinogradov, V. V. (1960) Ob omonimii i smezhnyh yavleniyah [On homonymy and related phenomena]. *Voprosy yazykoznaniiya* [Questions of linguistics], 5.: 3-17. (In Russ.)
- Yuhmina E. A. (2009) *Adaptaciya angloyazychnykh komputernykh te sisteme russkogo yazyka*: diss. ... kand. filol. nauk [Adaptation of English-language computer terms to the lexical system of the Russian language]. Chelyabinsk: 237. (In Russ.)
- Zautashvili, D. (2009) *Tendencii zaimstvovaniya i adaptacii komp'yuternoj terminologii* [Elektronnyj resurs] [Tendencies of borrowings and adaptations of computer terminology [Electronic resource] Tbilisi: Tbilisskij gosudarstvennyj universitet imeni Ivane Dzhavahishvili. Vane Javakhishvili Tbilisi State University. URL: https://www.tsu.ge/data/file_db/disertaciebi/zautashvili.pdf. (accessed 05.05.2023)
- Zcegledi Y. (2003) Faktory, vedushchie k vozniknoveniyu sinonimii v terminosisteme komp'yuternykh i informacionnykh tehnologiy [Factors leading to the emergence of synonymy in the term system of computer and information technologies]. *II Mezhdunarodnye chteniya: Kazanskaya lingvisticheskaya shkola: tradicii i sovremennost'* [II International Baudouin Readings: Kazan Linguistic School: Traditions and Modernity]. Kazan: Publishing house of Kazan University, 1: 192. (In Russ.)

© Видишева С.К., Ситникова Т.В., Шевалдышева Е.З., 2024

Информация об авторах:

Видишева Светлана Константиновна – старший преподаватель кафедры английского языка естественных факультетов ФСК БГУ, пр. Независимости, 4, Минск, Беларусь, 220030. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: методика преподавания иностранных языков в неязыковом вузе, компьютерная терминология.

Ситникова Татьяна Валерьевна – старший преподаватель кафедры английского языка естественных факультетов ФСК БГУ, пр. Независимости, 4, Минск, Беларусь, 220030. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: методика преподавания иностранных языков в неязыковом вузе, дискурс.

Шевалдышева Елена Зигфридовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры Межкультурной профессиональной коммуникации БГУИР, ул. П. Бровки, 6, Минск, Беларусь, 220013. Автор более 120 научных публикаций. Автор более 100 научных публикаций. Сфера научных интересов: методика преподавания иностранных языков в неязыковом вузе, новые технологии в преподавании иностранных языков.

Вклад авторов: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 31.08.2024; принята после рецензирования 20.09.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the authors:

Svetlana K. Vidisheva – Senior Lecturer, Department of English Language for Natural Sciences Faculties, FSC, BSU, Nezavisimosti Ave., 4, Minsk, Belarus, 220030. The author of more than 100 scientific publications. Research interests: methods of teaching of foreign languages in a non-linguistic university, computer terminology.

Tatyana V. Sitnikova – Senior Lecturer, Department of English Language for Natural Sciences Faculties, FSC, BSU, Nezavisimosti Ave., 4, Minsk, Belarus, 220030. The author of more than 100 scientific publications. Research interests: methods of teaching of foreign languages in a non-linguistic university, discourse.

Elena Z. Shevaldysheva – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Intercultural Professional Communication, BSUIR, P. Brovka St., 6, Minsk, Belarus, 220013. The author of more than 120 scientific publications. Research interests: methods of teaching of foreign languages in a non-linguistic university, new technologies in teaching foreign languages.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 31.08.2024; adopted after review 20.09.2024; published online 07.10.2024.

**МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА
MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM**

Научная статья
УДК 659.4:339.9

СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВ В ЦИФРОВЫХ МЕДИА КНР

Ирина Юрьевна Вострикова¹, Анастасия Александровна Ковалева²

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

¹ AuthorID: 369648, ORCID 0009-0003-3018-2175, vostrikova.i@unecon.ru

² AuthorID: 1100082, ORCID 0009-0004-3874-7836, akovaleva0795@gmail.com

Аннотация. Китай активно развивает интернет-инфраструктуру и цифровые технологии. Уникальной особенностью китайского цифрового пространства является то, что, создав «великий китайский файрволл», Китай разработал собственные, чуть ли не более успешные, чем западные аналоги, платформы, которые активно завоевывают мир. Бренды, претендующие на продвижение на рынок КНР, вынуждены адаптироваться под его правила игры, изменяясь под запросы китайского потребителя и коммуникационные возможности китайских цифровых ресурсов. Актуальность темы обуславливается все возрастающей необходимостью отечественных деловых и некоммерческих кругов к продвижению собственных интересов на цифровом пространстве КНР. Очевидно, что применение известных и хорошо зарекомендовавших себя на российских и зарубежных площадках инструментов продвижения будет неадекватно для медиаресурсов Китая. Статья выявляет особые черты цифровой экосистемы КНР, доступной для продвижения брендов, описывает возможности определенных площадок, предлагает кейсы известных международных брендов. Аутентичная медийная среда КНР обусловлена национальной спецификой и включает ряд ключевых аспектов: замещение большинства значимых западных аналогов, актуализированность функций контроля и цензуры, экосистемность национальных платформ, подконтрольная государству монополизация, специфический дизайн, отличающийся от трендов мировых аналогов. В статье представлены кейсы продвижения ведущих брендов электроники и бытовой техники Xiaomi, Huawei, Haier и Midea.

Ключевые слова: бренд, медиа, цифровая экосистема, КНР, продвижение бренда, стратегия коммуникации, национальная специфика, кросс-культурные особенности.

Original article

SPECIFICS OF BRAND PROMOTION IN CHINESE DIGITAL MEDIA

Irina Yu. Vostrikova¹, Anastasia A. Kovaleva²

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

¹ AuthorID: 369648, ORCID 0009-0003-3018-2175, vostrikova.i@unecon.ru

² AuthorID: 1100082, ORCID 0009-0004-3874-7836, akovaleva0795@gmail.com

Abstract. China is very active in development of Internet infrastructure and digital technologies. Despite the Great Chinese Firewall, the uniqueness of Chinese digital space is in its national successful platforms conquering the world. Brands wishing to be promoted at Chinese market need to adopt to its game rules, changing for a Chinese consumer and communication options of Chinese digital resources. The topic is also very up-to-date for Russia as our domestic business and social communities feel the growing demand for promotion of their interests at Chinese digital space. It is evident that well-known and tested tools used for Russian or western platforms will be inadequate for media resources of China. The article features specific traits of the Chinese digital ecosystem used for brand promotion, describes options available at different resources, offers cases of famous international brands. The unique digital media system of China is conditioned by the national specifics and includes a range of important aspects such as substitution of all western analogues, control and censorship, eco-systemic complexity, monopoly controlled by the state and specific design different from global trends. The article exposes the cases of promotion strategies of the leading brands of electronics and household appliances Xiaomi, Huawei, Haier и Midea.

Keywords: brand, media, digital ecosystem, China, brand promotion, communication strategy, national specifics, cross-cultural features.

Развитие интернета в Китае достигло значительных успехов благодаря активной государ-

ственной поддержке и внедрению передовых технологий. По состоянию на сентябрь 2023 года Китай обладает крупнейшей в мире сетью 5G, состоящей из около 3.19 миллионов базовых станций, размер рынка индустриального интернета в стране превысил 1.2 трлн юаней (около 167 миллиардов долларов), а количество подключенных промышленных устройств превысило 89 миллионов [Tech in focus, 2023]. Значение этих достижений также отметил заместитель министра промышленности и информационных технологий Китая, Чжан Юньмин: «Китай имеет крупнейшую в мире сеть мобильного широкополосного и оптоволоконного интернета, что позволило стране достичь и даже превзойти уровень качества сети в развитых странах» [5G, 2022].

Китай активно развивает интернет-инфраструктуру и цифровые технологии, что привело к значительному росту числа пользователей интернета. По данным Китайского центра сетевой информации (CNNIC), на конец 2023 года число интернет-пользователей в Китае достигло 1,09 миллиарда человек (примерно 77,5% населения страны), увеличившись 24,8 миллиона человек по сравнению с предыдущим годом [53 статистический отчет, 2024]. Интернет стал неотъемлемой частью повседневной жизни китайцев, а социальные сети, такие как WeChat, Weibo и Douyin, являются одними из самых популярных платформ, где активные пользователи исчисляются сотнями миллионов.

С развитием интернета в Китае также наблюдается значительный рост использования различных цифровых сервисов: по состоянию на декабрь 2023 года 83,8% от общего населения страны делают онлайн-покупки (около 915 миллионов человек, что на 69,67 миллиона больше, чем в декабре 2022 года), число пользователей онлайн-платежей достигло 954 миллионов (на 42,43 миллиона больше, чем в декабре 2022 года), что составило 87,3% от общего числа пользователей Интернета [53 статистический отчет, 2024].

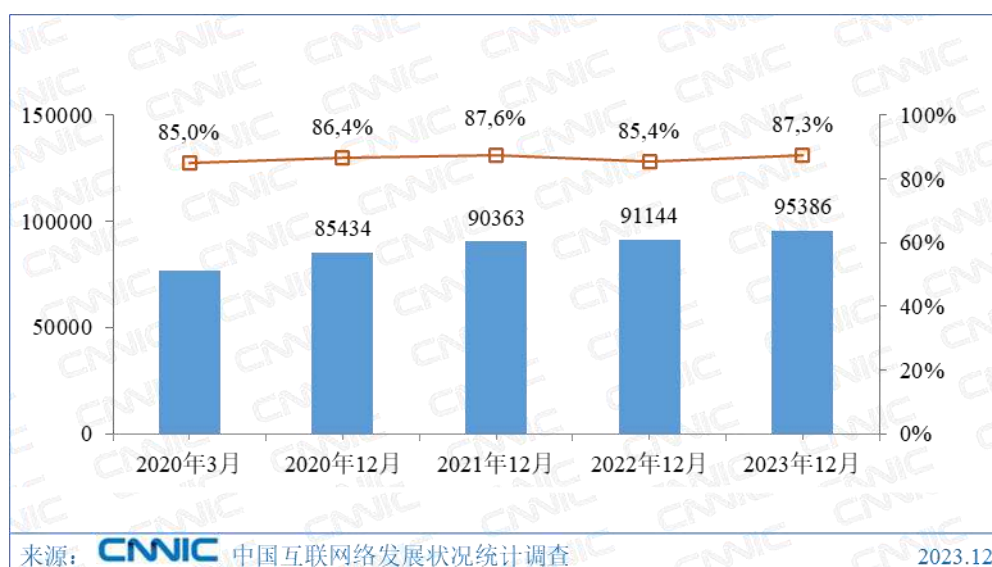


Рисунок 1. Число (10 тыс. чел.) и доля (%) пользователей онлайн-платежей с 2020.3 по 2023.12 (перевод Ковалева А.А.) [53 статистический отчет, 2024].

Уникальной особенностью китайского цифрового пространства является то, что, закрыв международные ресурсы (в основном американского происхождения) и создав знаменитый «великий китайский файрвол», Китай разработал чуть ли не более успешные собственные платформы, которые активно завоевывают мир. Бренды, претендующие на продвижение на рынок КНР, вынуждены адаптироваться под его правила игры, изменяясь под запросы китайского потребителя и коммуникационные возможности китайских цифровых ресурсов.

Методология исследования. Актуальность темы обусловливается все возрастающей необходимостью отечественных деловых и некоммерческих кругов к продвижению собственных интересов на цифровом пространстве КНР. Очевидно, что применение известных и хорошо зарекомендовавших себя на российских и зарубежных площадках инструментов продвижения будет неадекватно для медиаресурсов Китая. Стратегия продвижения бренда на китайских онлайн ресурсах должна включать глубокие знания особенностей деловой культуры и менеджмента в КНР, характеристики различных категорий потребителей, специфику экосистемы цифровых медиа Китая, а также предпочтения рассматриваемого рынка в сфере дизайна, сайтостроения и пр. Таким образом, в статье выявляются особые черты цифровой экосистемы КНР, доступной для продвижения брендов,

описываются возможности выделенных площадок, предлагаются кейсы известных международных брендов. При этом под медиа мы понимаем вслед за Вартановой Е.Л. «один из ключевых институтов современного общества, пространство коммуникации государственных, бизнес и общественных институтов, а также различных сообществ пользователей и отдельных личностей... представляют собой крайне сложное явление, в котором обнаруживается переплетение различных структур, существование неоднородных субъектов, связанных многосторонними и при этом разнонаправленными (взаимо)отношениями» [Вартанова, 2019: 18].

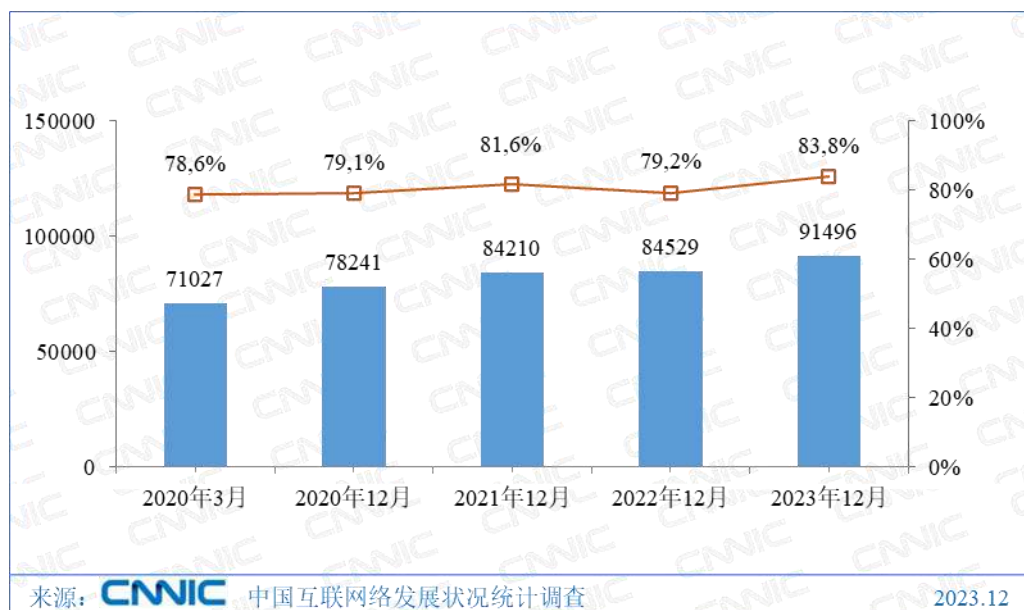


Рисунок 2. Число (10 тыс. чел.) и доля (%) пользователей онлайн-покупок с 2020.3 по 2023.12 (перевод Ковалева А.А.) [53 статистический отчет, 2024].

Результаты и обсуждение. Национальная цифровая медиасистема КНР включает в себя несколько ключевых платформ и сервисов, которые играют важную роль в медийной среде страны. Среди основных – социальные сети WeChat (微信) (многофункциональное приложение, сочетающее функции мессенджера, социальной сети, платежной системы и платформы для публикации контента) и Weibo (微博) (аналог Twitter* (запрещенная в России социальная сеть), используемый для публикации коротких сообщений, новостей и общения), видеоплатформы iQIYI (爱奇艺) (один из крупнейших сервисов потокового видео, предоставляющий фильмы, сериалы, шоу и другие видеоразвлечения) и Youku (优酷) (платформа для потокового видео и онлайн-трансляций, предлагающая широкий ассортимент контента), новостные платформы Toutiao (今日头条) и CGTN (China Global Television Network), поисковая система Baidu (百度) с расширенными функциями поиска и искусственного интеллекта, платформы для мобильных платежей и онлайн-банкинга Alipay (支付宝) и WeChat Pay (微信支付).

В Китае сформирована уникальная медийная среда, обусловленная национальной спецификой и включающая ряд ключевых аспектов.

Прежде всего, она покрывает все возможности современного цифрового пространства, полностью замещая и вымещая западные аналоги. Китайский потребитель пользуется отечественными сервисами не из чистого патриотизма, а из классического эгоистичного потребительского поведения – это удобно, быстро, понятно, близко по культуре. Продвижение брендов возможно на всех видах медиаресурсов, как то:

- Коммерческие предложения на маркетплейсах Tmall, Taobao, Pinduoduo, Aliexpress (аналоги Amazon, Ozon).
- Таргетированная реклама на поисковых системах Baidu (Baidu Ads), Sougou, 360 (аналоги Google, Яндекс).
- Создание специализированных аккаунтов и использование возможностей продвижения в социальных медиа WeChat, Tencent, Weibo, Douyin, Kuaishou, QQ (аналоги WhatsApp, VKontakte, Telegram, Facebook* (запрещенная в России социальная сеть)).

- Публикация креативных видеоматериалов на видеохостингах Aiqiyi, Youku, Tudou (аналоги Youtube, Rutube).
- Размещение информации на информационных порталах Baidu Baike, Zhihu (аналог Wikipedia).
- Возможность проводить коммуникационные кампании и оплачивать покупки в рамках предложений бренда через сервис обмена моментальными сообщениями WeChat.
- Сервисы по интересам – для женщин Little Red Book (косметика, мода, пищевые добавки и пр.), путешественников Mafengwo и пр.
- Новостные информационные порталы как Baijiahao, Tencent Новости, Sohu, Sina, Toutiao, имеющие свою систему таргетинга.

Во-вторых, для китайской онлайн сферы чрезвычайно актуальны вопросы контроля и цензуры. Великий китайский файрвол (Great Firewall или проект «Золотой щит») представляет собой систему фильтрации и блокировки интернет-контента, которая ограничивает доступ к определённым зарубежным сайтам и сервисам. Например, Google, Facebook, Twitter и другие западные платформы заблокированы. Золотой щит включает систему управления безопасностью, информирования о правонарушениях, контроль выхода и ввода, систему мониторинга и управление трафиком [Камалидин кызы, 2021: 792]. Отсутствие западных платформ стимулировало местных разработчиков на создание собственных версий недостающих сервисов. Сейчас мы наблюдаем бум развития китайских цифровых платформ, соцсетей и сервисов. С началом эры распространения интернета в 1994 году принято более 60 нормативных актов, регулирующих отношения в интернете. Система регулирования действий, связанных с обработкой различных видов данных в КНР, включает закон о кибербезопасности (2017 г.), закон о безопасности данных (2021 г.) и закон о защите персональных данных (2022 г.). Закон о кибербезопасности диктует локализацию всех данных на территории КНР.

Третьей важнейшей особенностью цифровых платформ КНР, позволяющей ей стать уникальным явлением современного цифрового мира, является их экосистемность, дающая возможность интегрировать различные функции. Например, WeChat позволяет пользователям не только обмениваться сообщениями, но и совершать платежи, заказывать такси, делать покупки и т.д. В этой экосистеме компании используют официальные аккаунты для прямого общения с потребителями, предоставления информации о продуктах, услуг поддержки и проведения транзакций через WeChat Pay, что существенно упрощает взаимодействие с клиентами и делает его более эффективным. С помощью WeChat компании также могут создавать целевые маркетинговые кампании, используя инструменты таргетинга и аналитики, проводить опросы и анкетирование, а также управлять программами лояльности и акциями.

Четвертая характеристика цифрового медиапространства КНР – это монополизация, одобренная государством. Большинство популярных ресурсов принадлежит корпорациям-гигантам, например, таким как компания Tencent, которой принадлежат WeChat, QQ, Tencent Video, Tencent News, Tencent Music, рекламные возможности в новостной ленте, и ByteDance, владеющий «китайским тиктоком» Douyin, видеоплатформой Xigua, новостными агрегаторами Toutiao и BaBe, социальной сетью Helo

В деловой и научной литературе уже закрепились аббревиатура BAT, описывающая трех монополистов цифрового рынка КНР. BAT-компании – это три ведущих технологических гиганта Китая, которые играют ключевую роль в национальной экономике и стратегии цифрового развития страны, а именно – Baidu, Alibaba и Tencent. Несмотря на значительную конкуренцию в ряде областей, все эти компании в долгосрочной перспективе ориентированы на стратегическое развитие в соответствии с государственными целями и приоритетами Китая, что позволяет им не только укреплять свои позиции на внутреннем рынке, но и расширять влияние на международной арене.

Приложение WeChat, насчитывающее более 1.3 миллиарда активных пользователей в месяц, является ключевой платформой в Китае для различных цифровых услуг и коммуникаций и значительно влияет на экономику компании Tencent, доходы которой в 2023 году составили \$74 миллиардов [Tencent, 2023]. Социальная сеть для микроблоггинга Weibo, насчитывающая 600 миллионов активных пользователей в месяц, принесла Weibo Corporation в 2023 году доход от рекламы в размере \$2.4 миллиарда [Weibo, 2023]. Поисковая система Baidu, обрабатывающая около 1.2 миллиарда запросов в день, а также предоставляющая рекламные и облачные услуги, в 2023 году принесла доходов на сумму \$18 миллиардов [Baidu, 2023].

Последней особенностью, которую мы хотели бы отметить в рамках данной статьи, это специфический национально-ориентированный дизайн и нестандартные формы контента. Китайский дизайн выглядит на взгляд западного потребителя пестрым, перенасыщенным деталями и чересчур ярким. Креативы для социальных сетей наполнены яркими цветами, красными и желтыми элементами, орнаментами в восточном стиле и надписями, анимированными персонажами. Как отмечает

телеграм-канал «Установите мне WeChat», принадлежащий маркетинговому агентству Mates, работающему с продвижением брендов на интернет-пространстве КНР, китайский дизайн крайне разнообразен – от информационного мусора до авангарда. Тем не менее, для западного потребителя много остается недоступным в рамках стереотипов. Так, на платформе Little Red Book можно найти работы современных дизайнеров мирового уровня, которые сотрудничают с известными брендами одежды, украшений, ресторанов. Китайский дизайн является и источников мировых трендов в дизайне, например, стиль «типография» с традиционными китайскими элементами, интегрированными в современные композиции, от китайского дизайнера Can Yang [Установите мне WeChat, 2024]. Примером необычного контента может служить платформа Kuaishou, насчитывающая более 600 млн пользователей и около 15 млн прямых трансляций в день. Соцсеть известна своими микросериалами и продающими стримами для фермеров. Каждая серия интригующих, непредсказуемых по сюжету сериалов длится 3 – 5 минут, а реклама интегрирована настолько органично, что ее можно не отличить от сюжетной линии.

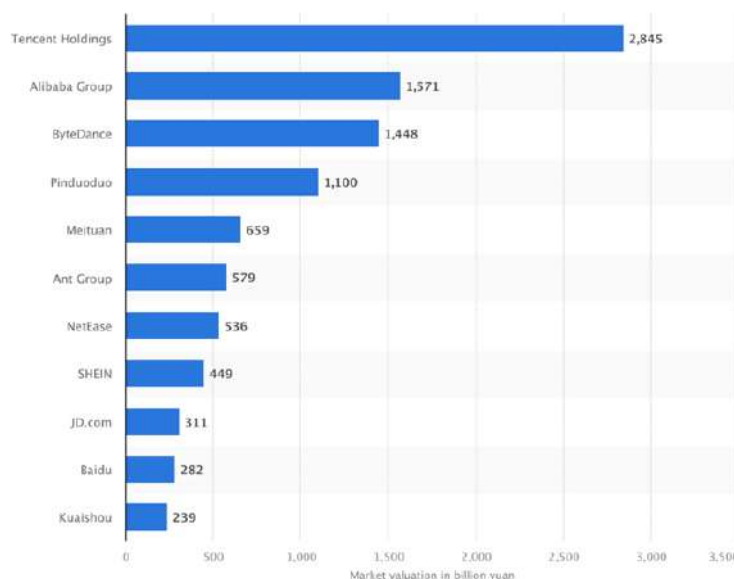


Рисунок 3. Рыночная стоимость ведущих интернет-компаний Китая по состоянию на 2023 год (в миллиардах юаней) [Thomala Lai Lin, 2023].

Рассмотрим стратегию продвижения брендов в цифровых медиа Китая на примере компаний электроники и бытовой техники Xiaomi, Huawei, Haier и Midea. Для компаний данной отрасли в сегменте B2C продвижение бренда критически важно из-за высокой конкуренции и необходимости дифференциации. Сильный бренд помогает выделиться на насыщенном рынке, создавая доверие и эмоциональную связь с потребителями, что ведет к лояльности клиентов, повторным покупкам и рекомендациям (особенно важно для дорогих товаров длительного пользования). В условиях, когда продукты часто имеют схожие технические характеристики, именно брендинг становится ключевым фактором, влияющим на выбор потребителя, а также упрощает вывод новых продуктов и глобальное расширение, снижает затраты на маркетинг и усиливает силу сарафанного радио. Примеры успешных китайских брендов, таких как Huawei и Xiaomi, демонстрируют, как стратегический брендинг может создать конкурентное преимущество и повысить ценность продуктов в глазах потребителей. Эти компании активно инвестируют в развитие бренда, ассоциирующегося с инновациями, качеством и доступностью, что позволяет им успешно конкурировать на международных рынках и удерживать высокие позиции в отрасли.

Несмотря на то что выход китайских компаний на международный рынок и продвижение китайских брендов за рубежом не является предметом данной статьи, необходимо отметить, что ни одна китайская компания не добивалась успеха на зарубежном рынке, не завоевав перед этим внутренний рынок. Компании Huawei, Xiaomi, Haier и Midea начали именно с доминирования на своем внутреннем рынке, что позволило им нарастить производственные мощности, сформировать положительный имидж компании, накопить опыт и ресурсы, необходимые для международной экспансии. Успех на внутреннем рынке создает стабильную финансовую базу для поддержки международных операций и инвестиций в развитие новых технологий и продуктов.

Рассматриваемые в исследовании компании активно используют цифровые средства массовой информации для продвижения бренда и взаимодействия с пользователями, а также взаимодействуют и общаются с потребителями через социальные сети, короткие видеоролики и другие платформы для повышения узнаваемости бренда и привлечения пользователей. Здесь важно подчеркнуть, что подавляющая аудитория этих компаний – китайцы, как внутри страны, так и за рубежом, что создает уникальные особенности продвижения брендов. Компании активно используют китайские приложения, сервисы и платформы, такие как WeChat, Weibo и Douyin (китайский аналог TikTok), которые понятны и привычны китайцам, что позволяет учитывать культурные и языковые особенности для эффективного взаимодействия с аудиторией.

Выбранные нами для анализа китайские компании Xiaomi, Huawei, Haier и Midea активно используют различные маркетинговые стратегии для успешного продвижения своих брендов на внутреннем и международном рынках. Рассмотрим несколько ключевых направлений их деятельности.

1. Использование крупных e-commerce платформ.

Наиболее распространенным каналом продвижения товаров на китайском рынке являются крупные онлайн-платформы, такие как Alibaba (Tmall) и JD.com, предоставляющие доступ к широкой аудитории и позволяющие продавать продукцию как внутри Китая, так и за его пределами. Например, Tmall известен своими мощными инструментами для брендинга и продвижения, в то время как JD.com славится своей логистической сетью и скоростью доставки. У компании Huawei есть официальный флагманский магазин на этих платформах, который помогает поддерживать прямую связь с потребителями. Xiaomi часто проводит эксклюзивные онлайн-распродажи и выпускает ограниченные серии продуктов на этих платформах, Haier использует эти платформы для демонстрации своих инновационных технологий и удобства использования продукции, предлагает специальные скидки и акции, особенно в периоды распродаж, как и компания Midea.

2. Внедрение программ лояльности в WeChat.

Китайские компании предлагают эксклюзивные скидки и акции для подписчиков через WeChat, что не только стимулирует повторные покупки, но и создает тесную связь между брендом и клиентами. Программы лояльности также позволяют собирать данные о предпочтениях покупателей для дальнейшего совершенствования продуктов и услуг. Huawei предоставляет специальные предложения и бонусы для подписчиков, Xiaomi использует WeChat для обратной связи и поддержки клиентов, Haier проводит опросы и собирает отзывы клиентов через WeChat, Midea использует WeChat для проведения конкурсов и розыгрышей, привлекая внимание пользователей.

3. Интеграция с WeChat Pay и Alipay.

Благодаря интеграции с WeChat Pay и Alipay, процесс покупки становится более быстрым и удобным для пользователей. Мини-программы в WeChat, используемые всеми рассматриваемыми нами в данном исследовании компаниями, позволяют пользователям совершать покупки, получать информацию о продуктах и участвовать в акциях, не покидая приложения, что повышает удовлетворенность клиентов и увеличивает продажи.

4. Участие в крупных распродажах.

Китайские компании активно участвуют в масштабных распродажах, таких как День холостяка (11.11) и летние распродажи. Эти мероприятия являются важной частью маркетинговых стратегий и привлекают сотни миллионов покупателей. Согласно данным, размещенным на сайте компании Alibaba, с 20.00 (15.00 мск) 10 ноября по 8.00 (3.00 мск) 11 ноября 2023 года объем продаж на онлайн-платформах в Китае составил 182,917 миллиарда юаней (около 25,1 миллиарда долларов). В топ-3 самых покупаемых категорий товаров вошли бытовая техника, цифровая техника и смартфоны, а также косметика. В связи с этим компании Xiaomi, Huawei, Haier, Midea все организуют специальные акции и кампании в периоды распродаж для увеличения объема продаж и повышения узнаваемости бренда.

5. Сотрудничество с блогерами и лидерами мнений.

Китайские компании сотрудничают с известными блогерами и лидерами мнений на платформах Douyin и Bilibili. Рекламные кампании с участием инфлюенсеров значительно увеличивают охват и вовлеченность аудитории, помогая продвигать продукты на рынке, создавая доверие и интерес к бренду. Xiaomi активно сотрудничает с рядом технологических блогеров и лидеров мнений в Китае, такими как 王自如 (Wang Ziru) и 李大霄 (Li Daxiao), которые часто делают обзоры на новейшие гаджеты компании, включая смартфоны и умные устройства. Huawei часто работает с известными техноблогерами и инфлюенсерами в сфере технологий. Например, популярный блогер 科技美学 (Tech Me) регулярно публикует обзоры на новые устройства Huawei, что помогает компании привлекать внимание целевой аудитории. Midea активно продвигает свои продукты через со-

трудничество с популярными блогерами, такими как 家居达人 (Home Expert) и 科技生活 (Tech Life), которые делают акцент на умные бытовые приборы и решения для улучшения домашнего комфорта. Haier сотрудничает с известным тайваньский музыкантом и актером 刘畊宏 (Will Liu), который стал популярным фитнес-инфлюенсером и регулярно проводит прямые трансляции фитнес и танцевальных тренировок на платформах Xiaohongshu и Douyin [Chinese bloggers, 2023].

6. Контент-маркетинг.

Уделяя большое внимание контент-маркетингу, компании создают статьи, видео и инструкции по использованию продуктов, что помогает привлекать и удерживать внимание пользователей, а также улучшать понимание и восприятие продуктов. В свою очередь, это повышает доверие к бренду и стимулирует продажи. Haier публикует статьи и посты в блогах, посвященные инновациям в сфере бытовой техники, улучшению домашнего комфорта и экологичности продукции. Эти материалы часто размещаются на корпоративном сайте и в популярных онлайн-изданиях. Компания также создает видеоролики, демонстрирующие использование и преимущества их бытовой техники. Huawei использует платформы, такие как Weibo, WeChat и Douyin, для публикации видеобзоров, запусков новых продуктов и рекламных кампаний, проводит прямые трансляции, демонстрируя возможности своих устройств. Midea и Xiaomi создают и распространяют обучающие видео и пошаговые инструкции по использованию продуктов, помогая пользователям максимально эффективно использовать технику. Эти материалы публикуются на YouTube и других видеоплатформах.



Канал WeChat компании Xiaomi: акция «Неделя сервиса в сентябре от Xiaomi: замена батареи телефона»



Канал WeChat компании Haier: в День холостяка все так же «приходим по первому зову» - стандарт качества работы каждого обслуживающего персонала



Канал WeChat компании Huawei: представление новой версии отраслевого ИИ Pangu 5.0



Канал WeChat компании Midea: размер субсидии в рамках акции «меняем старую бытовую технику на новую» составил 8 млрд юаней

Рисунок 4. Примеры постов официальных каналов рассматриваемых компаний на платформе WeChat

При этом каждая из компаний имеет свои уникальные особенности и подходы к продвижению в цифровых медиа в Китае. Так, Xiaomi делает упор на сообщество и краудсорсинг, флэш-распродажи и вирусные кампании. Xiaomi активно вовлекает пользователей через свою платформу *Mi Community*, где пользователи могут общаться, делиться опытом и предлагать идеи для новых продуктов. Это позволяет компании оперативно реагировать на потребности клиентов и интегрировать их предложения в свою продукцию. Xiaomi использует краудсорсинг для разработки новых продуктов, что позволяет создавать востребованные и популярные товары, ежегодно проводит *Mi Fan Festival*, который включает различные конкурсы и игры на WeChat, в том числе фотоконкурсы, где пользователи делятся фотографиями с продуктами Xiaomi и участвуют в розыгрышах, интерактивные викторины, связанные с продукцией Xiaomi, где пользователи могут выиграть призы. В рамках фестиваля пользователи могут также участвовать в лотереях и получать скидки на продукцию. Компания также создала мини-игры внутри WeChat Mini Programs, где пользователи могут

управлять виртуальными персонажами, используя продукты Xiaomi, такие как умные пылесосы или фитнес-браслеты. За достижения в игре пользователи получали баллы, которые можно было обменять на скидки или призы.

Haier использует интерактивные и образовательные кампании, AR-технологии и сотрудничество с лидерами мнений и ключевыми пользователями мнений. Haier запустил AR-игру *"Smart Home Adventure"*, в которой пользователи исследуют виртуальный умный дом Haier, участвуя в виртуальных квестах: пользователи выполняют задания и квесты, связанные с продуктами Haier, собирая виртуальные предметы и получая за это реальные скидки и бонусы. Кроме того, Haier публиковал серии *интерактивных комиксов* на платформе WeChat H5, которые рассказывали о повседневной жизни семьи, использующей продукцию Haier, а пользователи могли взаимодействовать с комиксом, нажимая на различные элементы и узнавая больше о функциях продуктов.

Huawei выделяется глобальным присутствием и локализацией, использованием больших данных и AI, а также онлайн-мероприятиями и трансляциями. Компания организовала AR-игру *Treasure Hunt*, в которой пользователи с помощью своих смартфонов искали виртуальные устройства Huawei в своих городах: те, кто нашел больше всего виртуальных устройств, получали реальные призы, включая смартфоны и аксессуары Huawei. Huawei также использует официальный аккаунт WeChat для проведения *виртуальных презентаций* новых продуктов, в рамках которых пользователи могли участвовать в викторинах и конкурсах, задавать вопросы и получать мгновенные ответы от представителей компании, а также выигрывать призы за активное участие.

Midea активно применяет AR-игры, WeChat Mini Programs и креативные конкурсы. Компания запустила *мини-игру* в WeChat, где пользователи могли управлять виртуальными стиральными машинами, выполняя задачи по стирке и сортировке одежды, за успешное выполнение задач пользователи получали скидки на продукцию Midea. В AR-игре *"Smart Home Explorer"* пользователи могли исследовать виртуальный умный дом Midea, находя и взаимодействуя с различной бытовой техникой: те, кто завершил все задания, получали специальные предложения и бонусы. В рамках кампании *"Midea Moments"* пользователи делились своими историями и фотографиями с продуктами Midea в социальных сетях, используя хэштег #MideaMoments. Лучшие истории и фотографии публиковались на официальной странице Midea, а авторы получали призы.

Выводы и перспективы дальнейшей исследовательской работы. Современная Китайская народная республика – страна, где население составляет 1.4 млрд человек, 40% из которых – средний класс с высоким доходом. Более миллиарда человек пользуется интернетом и, соответственно, отечественными социальными сетями и приложениями. Система цифровых медиа КНР уникальна и опыт ее создания и развития служит ролевой моделью для других государств. Она сочетает национальный принцип, экосистемность, политическую адаптированность, обеспечивает цифровую национальную безопасность, а также высокую коммерциализацию и все лучшие возможности зарубежных аналогов. Бренды имеют разнообразные возможности продвижения и реализации креативных кампаний от классического таргетинга до коллабораций с лидерами мнений. Используя инструменты продвижения китайских ресурсов, бренды одновременно и находятся в национальном контуре, и видимы на международном пространстве, т. к. цифровые площадки КНР вовлекают все больше зарубежных партнеров и пользователей.

Список источников

- Вартанова, Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 18.
- Камалидин кызы, Э., Абдуллина, Г.Р., Абдуллина, Л.Б. Интернет-СМИ Китая: современное состояние // Вестник Башкирского университета, 2021. Т. 26. №3. С. 789 – 795.
- Установите мне WeChat, телеграм-канал Mates Agency, 2024. URL: t.me/mates_agency_bot. Дата обращения: 25.07.2024.
- 53 статистический отчет о развитии интернета в Китае // Китайский информационный центр сети Интернет (CNNIC), 2024. URL: <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>. Дата обращения: 25.07.2024.
- 5G to witness faster steps forward // China Daily, The state council, the People's Republic of China, 2022. URL: https://english.www.gov.cn/statecouncil/ministries/202205/18/content_WS62846440c6d02e533532ad4d.html. Дата обращения: 25.07.2024.
- Baidu, Inc. Annual Report 2023. [Эл. ресурс]. URL: <https://ir.baidu.com/static-files/5692fb22-e554-4760-9a3c-00619f34e120>. Дата обращения: 25.07.2024.
- Chinese Bloggers. China-digital.com. April 28, 2023. URL: <https://china-digital.com/blogs/chinese-bloggers/>. Дата обращения: 25.07.2024.
- Tech in focus to push new industrialization // China Daily, The state council, the People's Republic of China, 2023. URL: https://english.www.gov.cn/news/202311/21/content_WS655c02afc6d0868f4e8e1725.html. Дата обращения: 25.07.2024.
- Tencent Holdings Limited Annual Report 2023. URL: <https://static.www.tencent.com/uploads/2024/04/08/e95c902973fc282be3b3e285c6245281.pdf>. Дата обращения: 25.07.2024.
- Thomala Lai Lin, Most valuable internet companies in China 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/954867/china-leading-internet-companies-based-on-market-value/#:~:text=The%20new%20BATs%20%E2%80%93%20ByteDance%2C%20Alibaba,being%20its%20largest%20revenue%20generator>. Дата обращения: 25.07.2024.

Weibo Corporation Annual Report 2023. URL: <http://ir.weibo.com/static-files/52b1a735-5e44-48fb-b2db-47c94e1f015b>. Дата обращения: 25.07.2024.

References

- Vartanova, E.L. (2019) *Teoriya media: otechestvenniy diskurs* [Media Theory: Domestic Discourse] M.: Fak. Zhurn. MGU; Izd-vo Mosk.un-ta: 18.
- Kamalidin kyzy, E., Abdullina, G.R., Adbullina, L.B. (2021) Internet-SMI Kitaya: sovremennoye sostoyanie [China's Online Media: the current state]. *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of Bashkir University], 26 (3): 789 – 795.
- Ustanovite mne WeChat, telegram-kanal Mates Agency (2024) [Install WeChat for me, the Mates Agency telegram channel]. URL: t.me/mates_agency_bot. Date of application 25.07.2024.
- 53 statisticheskii otchet o razvitiy internet v Kitae (2024) [53 Statistical report on the development of the Internet in China]. [Chinese Internet Information Center (CNNIC). China Internet Network Information Center (CINIC). URL: <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>. Date of application: 25.07.2024.
- 5G to witness faster steps forward (2022). *China Daily, The state council, the People's Republic of China*. URL: <https://english.www.gov.cn/statecouncil/>
- ministries/202205/18/content_WS62846440c6d02e533532ad4d.html. Date of application: 25.07.2024.
- Baidu, Inc. Annual Report 2023. URL: <https://ir.baidu.com/static-files/5692fb22-e554-4760-9a3c-00619f34e120>. Date of application: 25.07.2024.
- Chinese Bloggers. *China-digital.com*. April 28, 2023. URL: <https://china-digital.com/blogs/chinese-bloggers/>. Date of application: 25.07.2024.
- Tech in focus to push new industrialization. *China Daily, The state council, the People's Republic of China*, 2023. URL: https://english.www.gov.cn/news/202311/21/content_WS655c02afc6d0868f4e8e1725.html. Date of application: 25.07.2024.
- Tencent Holdings Limited Annual Report 2023. URL: <https://static.www.tencent.com/uploads/2024/04/08/e95c902973fc282be3b3e285c6245281.pdf>. Date of application: 25.07.2024.
- Thomala Lai Lin, Most valuable internet companies in China 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/954867/china-leading-internet-companies-based-on-market-value/#:~:text=The%20new%20BATs%20%E2%80%93%20ByteDance%2C%20Alibaba,being%20its%20largest%20revenue%20generator>. Date of application: 25.07.2024.
- Weibo Corporation Annual Report 2023. URL: <http://ir.weibo.com/static-files/52b1a735-5e44-48fb-b2db-47c94e1f015b>. Date of application: 25.07.2024.

© Вострикова И.Ю., Ковалева А.А., 2024

Информация об авторах

Ирина Юрьевна Вострикова – кандидат филологических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, директор Центра изучения Китая и стран Азиатско-Тихоокеанского региона, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, Россия, 191023. Количество публикаций - 31. Сфера научных интересов: медиадискурс, продвижение брендов, связи с общественностью, межкультурная коммуникация, международный маркетинг.

Анастасия Александровна Ковалева – ассистент кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами, заместитель директора Центра изучения Китая и стран Азиатско-Тихоокеанского региона, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, Россия, 191023. Количество публикаций - 16. Сфера научных интересов: экономика Китая, российско-китайское экономическое сотрудничество, международная экономика, инвестиционная политика.

Вклад авторов: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 30.07.2024; принята после рецензирования 10.09.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the author.

Irina Yu. Vostrikova – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Communication Technologies and PR, Director of Center for China and APR Studies, Saint Petersburg State University of Economics, Griboedov canal emb., 30-32, St. Petersburg, Russia, 191023. Author of 31 publication. Research interests: media discourse, brands promotion, public relations, intercultural communication, international marketing.

Anastasia A. Kovaleva – Assistant, Department of Economics and Management of Enterprises and Industrial Complexes, Deputy director of Center for China and APR Studies, Saint Petersburg State University of Economics, Griboedov canal emb., 30-32, St. Petersburg, Russia, 191023. Author of 16 publications. Research interests: China economy, Russian-Chinese economic cooperation, international economics, investment policies

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 30.07.2024; adopted after review 10.09.2024; published online 07.10.2024.

Научная статья
УДК 316.77; 659.4

КУЛЬТУРА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ

Ирина Юрьевна Рассохина¹, Елена Александровна Чибисова²

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

¹ AuthorID: 419015, ORCID: 0009-0002-1199-7734, irassokhina@mail.ru

² AuthorID: 539765, ORCID: 0009-0009-0486-5419, _chibisova_@mail.ru

Аннотация. В статье актуализируется подход к управлению коммуникационными проектами в контексте «культуры управления рисками». Культура управления рисками – это комплекс норм и ценностей, разделяемый всеми участниками команды проекта, подразумевающий принятие парадигмы непредсказуемости, рисковости социальной среды в ходе создания и реализации коммуникационных проектов и отношение к рисковому событию не только с позиции негативной оценки, но поиска потенциала развития. Такой подход влияет на формирование новой управленческой культуры рефлексивного типа в условиях вызовов VUCA- и BANI-мира. Исследование строится на системном подходе и рассмотрении риска в контексте концепций VUCA-и BANI-мира с учетом специфики реализации коммуникационных проектов. Реализация исследовательских задач была достигнута за счет применения методов анализа документов, вторичного анализа, сравнительного анализа и классификации. Результаты. Проведен теоретический анализ понятия и типологии рисков в проектном менеджменте, показана специфика рисков в профессиональных коммуникациях, процесс управления риском в проекте, методы оценки и анализа проектных рисков, сформулирована управленческая культура риска и выделены ключевые навыки, востребованные агентом этой культуры. Уровень развития культуры риска в проектном управлении еще находится на стадии становления и требует дальнейшего совершенствования.

Ключевые слова: риск, управление рисками, культура риска, VUCA-мир, BANI-мир, управление проектами, коммуникационный проект.

Original article

RISK MANAGEMENT CULTURE IN COMMUNICATION PROJECTS

Irina Yu. Rassokhina¹, Elena A. Chibisova²

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

¹ AuthorID: 419015, ORCID: 0009-0002-1199-7734, irassokhina@mail.ru

² AuthorID: 539765, ORCID: 0009-0009-0486-5419, _chibisova_@mail.ru

Abstract. The article updates the approach to managing communication projects in the context of a "risk management culture". The culture of risk management is a set of norms and values shared by all members of the project team, implying the adoption of a paradigm of unpredictability, riskiness of the social environment during the creation and implementation of communication projects and an attitude to a risky event not only from the perspective of a negative assessment, but also a search for development potential. This approach influences the formation of a new reflexive management culture in the context of the challenges of the VUCA and BANI world. The study is based on a systematic approach and consideration of risk in the context of the concepts of the VUCA and BANI world, taking into account the specifics of the implementation of communication projects. The implementation of research tasks was achieved through the use of methods of document analysis, secondary analysis, comparative analysis and classification. A theoretical analysis of the concept and typology of risks in the project management is carried out.

Keywords: risk, risk management, risk culture, VUCA-the world, BANI-the world, project management, communication project.

Постановка проблемы и история вопроса. Отношение к риску как социальному феномену в настоящее время значительно изменилось. Концептуализация риска прошла путь от понимания риска как побочного продукта деятельности к концепции «общества риска», где риск становится самым продуктом общества: общество регулярно производит риски. Создание и управление рисками становится деятельностью по демаркации границ социальной безопасности и локусом социальных изменений. Исследуется феномен рисковости социальной среды, отношение к риску в разных

типах социальных систем, возможности прогнозирования и профилактики разных типов риска для создания условий управляемости системы.

Социально-психологическое восприятие риска находится в постоянной дихотомии от риска – потенциальной опасности к риску – потенциальной возможности. Негативное содержание концепта риска доминирует в различных подходах становления понятия, поскольку связан с естественным стремлением человека к безопасности и самосохранению. Концепт риска-опасности предполагает создание условий безопасной среды функционирования системы. В то время как риск-возможность допускает риск как условие, которое можно использовать для создания таких изменений, которые наилучшим образом скажутся на системе. Понятие риска является междисциплинарным и рассматривается как общенаучная категория, сегодня не существует единого научного понимания риска, каждая область знаний привносит в данное понятие свои контексты. Тем не менее можно определить общие сущностные черты: случайность события (как результат неопределенности); альтернативность (возможность разных решений или исходов, иногда, взаимоисключающих); аналитичность (можно предположить вероятность наступления и степень влияния); неоднозначность (вероятны как негативные эффекты (убытки, потери), так и положительные (дополнительный доход, новые возможности)) [Грачев, Гундорова, 2020: 17].

О. Н. Яницкий выделяет два основных подхода к исследованию риска как социального феномена: реалистический и социокультурный [Яницкий, 2003: 3-4]. Реалистический подход основывается на идее рационального познания мира, возможности объективного изучения, прогнозирования и математического расчета рисков и его последствий (практикуется инженерными науками, экономикой, статистикой, психологией, эпидемиологией и другими). Риск здесь понимается как «продукт вероятности возникновения опасности и серьезности (масштаба) ее последствий» [Яницкий, 2003: 3].

Социокультурный подход исходит из того, что даже объективный анализ риска всегда осуществляется людьми субъективно в разных социальных, культурных и политических контекстах, что значительно меняет оценку. Этот подход формируется на базе философии, социологии, культурной антропологии и прочих и включает три течения: культурно-символическую теорию (М. Дуглас), теорию «общества риска» (У. Бек, Э. Гидденс, Н. Луман), и теорию «калькулятивной рациональности» (М. Фуко) (см. Таблицу 1).

Таблица 1 - Подходы к исследованию риска

Подходы	Авторы	Основные идеи
1. Реалистический подход (экономика, психология, теория игр, статистика и др.)		
1.1. Прогностические подходы	Д. Бернулли, Ф. Найт, Д. Кейнс, Дж. Нейман и О. Morgenstern, Г. Марковец	Исходная идея: риск – потенциальный вред. Д. Бернулли: использование закона больших чисел; потенциальная полезность рисков. Ф. Найт: необходимо разделять риск (можно рассчитать) и неопределенность (невозможно просчитать). Д. Кейнс: ввел понятие «издержки риска» – объем средств, включаемых в затраты в виде страховки. Г. Марковец: ввел понятие диверсификация рисков.
1.2. Поведенческая экономика / «Теория перспектив»	А. Тверски, Д. Канеман	Потребители осуществляют выбор между несколькими исходами при известных вероятностях каждого из них. Каждый из исходов характеризуется субъективной ценностью для человека со знаком плюс или минус. Люди принимают решения на основе различных эвристик, когнитивных ошибок, поэтому не всегда такой выбор является оптимальным.
2. Социокультурный подход (философия, социология, культурная антропология и др.)		
2.1. Теория «общества риска»	Э. Гидденс, Н. Луман, У. Бек	При переходе к обществу постмодерна происходят макросоциальные изменения как результат производства рисков. Это последствия разрушения традиционных ценностей и норм.
2.2. «Калькулятивная рациональность»	М. Фуко	Сущность риска – это конструкт общественного дискурса, существующих стратегий, практик и институций. Рисковость среды создает специфические нормы коллективного поведения, которые могут быть использованы для самоорганизации ситуациях риска.

Продолжение таблицы 1

Подходы	Авторы	Основные идеи
2.3. Культурно-символическая теория	М. Дуглас (M. Douglas), А. Вильдавский (A. Wildavsky)	В основе – взаимоотношения «Личности» и «Другого». Риск – коллективный конструкт. Есть взаимосвязь между социальной структурой и символическими системами. Существует «этнографический терроризм» национальных и религиозных меньшинств, который заставляет совершать опасные выборы на уровне государства, создавая экологический риск размера катастроф, а не решая действительно важные вопросы.

Составлено по: [Яницкий, 2003; Гидденс, 2011; Бек, 2000; Луман, 1994; Грачев, Гундорова, 2020; Douglas M., Wildavsky A., 1982].

В социокультурном подходе авторы говорят об иррациональности общества, обосновывают «нормальность» риска. Подчеркивается, что природа риска всегда социальна, так как связана с деятельностью людей. По выражению Никласа Лумана, «оценка риска и готовность принять риск – это проблема не только ментальная [psychische], но, прежде всего, социальная. Поведение в этих случаях соответствует либо ожиданиям релевантных референтных групп, либо социализации...» [Луман, 1994: 136].

О. Н. Яницкий отмечает два фактора, которые влияют на социальную природу риска: «средовой» и «интеграционный»: «Первый из них гласит, что социальные факты порождаются не только социальными, но и природными и – шире – средовыми фактами. Поэтому нет более разделения на природу и общество, есть их симбиоз, социализированная природа. Согласно второму, человеческий социум стал «малым» и взаимопроникаемым: территориальное или социальное дистанцирование более не является средством защиты от риска» [Яницкий, 2003: 6].

Средовой фактор У. Бек показывает через связь общества и природы: «наша эпоха – конец противопоставления общества и природы. Нет природы вне общества, как и нет общества вне природы. В конце двадцатого века природа *есть* общество, а оно – также природа» [Бек, 2000: 81]. Ульрих Бек отмечает, что на смену индустриальному обществу пришло общество риска, которое производит риски [Бек, 2000: 9]. То есть в ходе модернизации общества воздействие человека на природу становится таким существенным, что риски приобретают глобальный наднациональный, надклассовый характер, в первую очередь экологические, но и другие типы рисков – «*нужда иерархична, смог демократичен*» [Бек, 2000: 33]. Так, создание новых технологий ведет к появлению новых типов риска. Социальный контекст общества риска показывает, как социальная среда реагирует на появление технологических рисков генерацией социальных, политических и других гуманитарных рисков, многократно умножая риски.

Резюмируя подходы к исследованию риска, О. Н. Яницкий также выделяет умеренную и радикальную позиции: умеренная – «риск есть объективно существующая опасность, которая всегда опосредуется социальными и культурными стереотипами и процессами»; радикальная – «риск как таковой не существует, есть лишь восприятие риска, которое всегда будет продуктом исторически, политически и социально обусловленного взгляда на мир» [Яницкий, 2003: 6].

Таким образом, понятие риска содержит потенциальную угрозу, потенциальную пользу, также важно отметить, что в понятии сегодня ключевым является наличие потенциала изменений.

Методология и источники. Методологической основой исследования является системный, социокультурный и поведенческий подходы к анализу рисков в рамках проектной деятельности. Предметом нашего исследования является культура управления риском коммуникационного проекта. Цель исследования – формирование основных составляющих культуры управления рисками в коммуникационной проектной деятельности. В качестве основных методов исследования мы используем анализ документов, вторичный анализ, сравнительный анализ и метод классификации.

В основе методологического конструкта как основы формирования риск-мышления мы обращаемся к концепциям VUCA-мира и ее более радикальной версии – BANI-мира – моделей картины мира, последовательно развернувшихся на фоне 4 промышленной революции как результат повсеместной цифровизации, что полярно изменило культуру управления в организациях и отношении к риску. С 1985 года, после Холодной войны, формируется идея VUCA-мира, экономисты Уоррен Беннис и Берт Нанус определили его через такие черты, как: *volatility* – нестабильность; *uncertainty* – неопределенность; *complexity* – сложность; *ambiguity* – неоднозначность. В условиях крайней изменчивости сложно делать прогнозы, совершать долгосрочное планирование, необходимо вырабатывать готовность к постоянным изменениям, быстро адаптироваться и выстраивать свой мир заново.

во [Голубев, 2023; Хасанов, 2023; Шакирова и др., 2022; Юрченко, 2023].

Глобальные изменения, пандемия COVID-19, климатические катаклизмы побудили пересмотреть ментальную модель. В 2016 году американский футуролог Джамаис Кашио предложил концепт BANI-мира: (*brittle* – хрупкость, *anxiety* – тревожность (беспокойность), *non-linearity* – нелинейность, *incomprehensibility* – непостижимость) [Голубев, 2023; Хасанов, 2023; Шакирова и др., 2022; Юрченко, 2023]. Модель BANI подчеркивает, что в современных условиях системам приходится действовать в ситуации хаоса и принципиальной непостижимости, а традиционные действия, основанные на устойчивости и сложности терпят неудачу. Монокультурные системы обречены на гибель, при этом все системы связаны между собой, гибель одной системы в глобальном мире приводит к каскадным кризисам в других. По мнению Джамаиса Кашио, BANI может стать линзой для понимания как действовать в таком сложном мире: «хрупкости может противостоять устойчивость и расслабленность, тревоге – сочувствие и внимательность, нелинейности – контекст и гибкость, непостижимости – прозрачность и интуиция» [Юрченко, 2023: 137].

В рамках данных моделей необходимо выстраивать риск-культуру проектного менеджмента, когда перестраивается система мышления всех участников деятельности на основе нового риск-мышления, где риск понимается как неотъемлемая составляющая любой проектной деятельности, источник и результат потенциальных потерь и приобретений, необходимое условие для социальных изменений. Проектная деятельность ориентирована на создание нового в условиях ограничения временных сроков, а также финансовых и других ресурсов. Проектное управление в сфере коммуникаций имеет свою специфику:

- ориентация на коммуникационные потребности целевой аудитории, как, правило, массовой;
- значительная сегментация аудитории по разным признакам (социально-демографическим, психографическим, экономическим, политическим, культурным, религиозным и другим), а значит, требуется учет иногда самых противоречивых, если не конфликтных интересов;
- помимо основных целей PR и бизнеса любой коммуникационный проект направлен на улучшение имиджа и репутации организации – базисного субъекта PR;
- поскольку коммуникационная модель с массовой аудиторией всегда асимметрична, то построение коммуникации между институциональным субъектом и аудиторией всегда имеет значительные коммуникационные шумы (помехи) и осложняется наличием коммуникационных барьеров (языковых, этнических, социальных, политических, гендерных и т.п. препятствий, затрудняющих коммуникацию);
- ключевыми продуктами коммуникационных проектов являются разного рода тексты и взаимодействия, и для того, чтобы коммуникация была эффективна, целевая аудитория должна корректно понять ключевое сообщение, изменить свои убеждения в заданном направлении и выполнить целевые действия, следовательно, в рамках коммуникации важное значение приобретает процедура понимания и этические ориентиры;
- высокое значение приобретает креативная составляющая, необходимая для привлечения внимания и повышения уровня запоминаемости организованной коммуникации, при этом важно, чтобы креативность не навредила ключевому сообщению и не увела внимание от основного содержания, удерживаясь в морально-этических рамках;
- важную роль приобретает, таким образом, рефлексивная составляющая, которая направлена на выявление всех факторов, как положительных, так и отрицательных для повышения эффективности коммуникации и дальнейшего масштабирования проекта.
- важным является этический анализ последствий коммуникационного проекта при разработке концепции проекта и соблюдения принципа «не навреди»;
- высокая готовность реагирования на рискованные ситуации самого разного порядка (от технических – отключение света, например, до серьезных конфликтов).

Таким образом, говоря о социальных коммуникациях мы подчеркиваем повышенную ситуацию неопределенности реализации и развития коммуникационных проектов, требующих навыка быстрого реагирования на возникшие рискованные ситуации.

Результаты и обсуждение. Управление рисками проекта представляет собой деятельность, направленную на оптимизацию взаимодействия проекта с внешней средой в целях минимизации отклонений проекта от ранее поставленных целей.

Риск – это потенциальная возможность наступления события, являющегося причиной воздействия на проект, приводящего к отклонениям от ранее поставленных целей, принятых решений. Риски возникают на границе проекта с внешней средой. Факторы риска всегда располагаются за рамками проекта, даже если само рисковое событие проявляется внутри проекта. Не существует безрисковых проектов, но риск – это динамическая характеристика, относится к управляемым пара-

метрам, а значит, на риски необходимо оказывать воздействие для снижения их разрушающего влияния. Чтобы риски оказались в поле управленческого воздействия их необходимо рационализировать: идентифицировать факторы, оценить вероятность наступления и степень разрушительности просчитать возможные последствия. Таким образом, мы выявляем приемлемые и неприемлемые риски. В случае «приемлемых» рисков необходимо разработать антирисковые меры. А в случае неприемлемых – следует внести изменения в проект.

Различают также стартовые риски – это риски, заложенные в самой идее проекта или продукта; и финальные риски – итоговые риски, которые в ходе проектной деятельности не смогут быть компенсированы, даже если будут предприняты антирисковые меры.

Классификация рисков может отличаться в зависимости от подходов, сферы реализации, масштаба и других особенностей проектов. Наиболее распространенные классификационные группы рисков собраны в таблице 2.

Таблица 2 - Классификация рисков

Классификационные группы	Типы риска
По источникам, факторам или причинам (природе) опасности / ущерба	
Природные (стихийные и природные бедствия)	Геологические, метеорологические и т.д.
Антропогенные (связанные с деятельностью человека)	<i>Социальные</i> , связанные с отношениями Межличностные / Внутригрупповые / Межгрупповые
	<i>Экономические: коммерческие</i> (зависят от решений менеджеров) / <i>рыночные</i> (не зависят от решений менеджеров)
	<i>Политические или экономико-политические:</i> Риски, связанные с налогообложением / Риски государственного регулирования / Правовые риски
	<i>Техногенные</i> связанные с последствиями функционирования технических систем и / или их нарушениями (промышленные, энергетические, транспортные и т.д.)
Комбинированные	Природно-антропогенные / Антропогенно-природные / Природно-техногенные и т.д.
По месту появления	
Внешние факторы	Определяются внешними обстоятельствами (например, появление у конкурентов более эффективной технологии)
Внутренние факторы	Риски, на которые может повлиять менеджмент фирмы (например, ошибки в стратегическом или тактическом менеджменте, конфликты между членами команды / между отделами)
Информационные факторы	Информация, используемая при управлении, не соответствует действительности
По объектам уязвимости к опасности	
Социально-политические (общественные отношения)	Индивидуальные / Коллективные / Общесоциальные Внутриполитические / Внешнеполитические / Общеполитические
Экологические , (состояние окружающей среды)	Индивидуальные / Видовые (родовые и т.д.) / Экосистемные
Экономические	Связаны: с собственностью (имуществом); с доходами; с персоналом; с ответственностью
По критерию характера влияния на различные объекты	<i>Общие риски</i> (риски, влияющие на различные объекты, вызывающие отрицательные последствия разной природы) <i>Частные риски</i> (риски, затрагивающие отдельный объект или лицо)
По масштабам / уровням опасности / последствий	
По географическому охвату	Локальные / Региональные / Общенациональные / Глобальные
По степени опасности / последствий	Незначительные (пренебрежимые) / Существенные / Значительные
По масштабу или уровню реализации в социально-экономической системе	Риски, возникающие на уровне экономической системы страны Риски, возникающие на уровне административно-хозяйственных и региональных образований Риски, возникающие на уровне отдельного хозяйствующего объекта (фирмы) Риски, возникающие на уровне структурных подразделений Риски, возникающие на уровне отдельного рабочего места
По уровню ответственности	Проектные риски и / или риски подразделения / Риски фирмы (предприятия) / Отраслевые риски / Общеэкономические риски / Глобальные риски

Продолжение таблицы 2

По зависимости от временного фактора	
Степень учета временного фактора (в течение какого периода действует риск)	Бессрочные Срочные (долгосрочные и краткосрочные)
Зависимость риска от времени	Статические риски, (риски, которые не зависят от времени) Динамические риски, (риски, изменяющиеся во времени, например, рост риска аварии при увеличении износа оборудования)
Продолжительность выявления и ликвидации отрицательных последствий	Краткосрочные Долгосрочные Среднесрочные
По типичности или регулярности реализации риска	
Насколько типичен и регулярен риск для данного объекта и / или ситуации	<i>Фундаментальные риски</i> (регулярные риски, внутренне присущие данному объекту и / или ситуации, а также основанные на природных или социальных закономерностях)
	<i>Спорадические или сезонные риски</i> (нерегулярные риски, вызываемые исключительно редкими событиями и форсмажором, риски, реализующийся с очень низкой вероятностью)
По характеристике последствий реализации риска	
Чистый риск (все исходы связаны с негативными последствиями или нулевым эффектом)	Торговые / Производственные / Имущественные / Транспортные / Политические (региональный, национальный, международный) / Экологические
Спекулятивный риск (риск, исходы которого связаны как с отрицательными, так и с положительными последствиями)	Биржевые Предпринимательские Инновационные
В зависимости от того, кто может пострадать от реализации риска	Односторонние Двусторонние Многосторонние
По характеристике взаимодействия с другими рисками	
Степень распространенности данного риска	<i>Массовые риски</i> , характерные для большого числа объектов <i>Уникальные риски</i> , встречающиеся только у отдельных объектов
По критерию возможности индуцирования последовательной цепочки рисков	<i>Первичные риски</i> (риски, непосредственно связанные с неблагоприятным исходным событием) <i>Вторичные риски</i> (последствия первичных рисков) <i>Третичные риски...</i>
По степени диверсификации (распределения риска)	<i>Диверсифицируемые</i> <i>Недиверсифицируемые</i>
По характеристике величины (размера) риска	
Частота возникновения ущерба	<i>Редкие риски</i> (малая вероятность наступления ущерба) <i>Риски средней частоты</i> (средняя вероятность наступления) <i>Частые риски</i> (высокая вероятность наступления ущерба)
Размер (тяжесть) ущерба / последствий	<i>Малые риски</i> (максимальный ущерб невелик) <i>Средние риски</i> , (максимальный ущерб средний) <i>Высокие риски</i> (большой максимальный ущерб) <i>Катастрофические риски</i> (исключительно большой ущерб)
Степень приемлемости величины риска	Неприемлемые / Приемлемые с существенными ограничениями / Приемлемые без заметных ограничений
По возможности свободы выбора	
Возможно ли отказаться от риска?	<i>Добровольные</i> <i>Вынужденные</i> (в том числе профессиональные)
По характеристике степени измеримости и прогнозируемости риска	
Возможно ли оценить и спрогнозировать риск, доступна ли необходимая информация?	<i>Предсказуемые (прогнозируемые) риски</i> , (можно предвидеть исходя из экономической теории или хозяйственной практики, но невозможно предсказать момент их проявления) <i>Непредсказуемые (непрогнозируемые) риски</i> (о которых пока ничего не известно, поэтому невозможно оценить их влияние на степень и размер риска)

Составлено авторами по [Быков, 2006; Барчуков, Соколов, 2015]

Пандемия 2020 года глобально актуализировала технологический риск, который запустил сеть изменений и в социальной и политической сферах, кардинально изменилась система управления с точки зрения ИТ-управления – многие компании перешли в онлайн и гибридные формы.

Д. М. Шакирова и ее коллеги, обращают внимание, что «удаленное управление сотрудниками приводит к операционным рискам: повышается риск «человеческого фактора» (возможность принятия человеком ошибочных или алогичных решений вследствие сказывающегося стресса, усталости, невнимательности и прочее) или возникновения сбоя в процессе» [Шакирова и др., 2022: 398]. По мнению авторов, также «переход на удаленное управление компанией отягощается риском кибербезопасности и репутационным рискам» [Там же].

Исследование А. Э. Хасанова показывает взаимосвязь политических вызовов, глобальных социальных изменений, которые влияют на отечественное предпринимательство. В таблице 3 видно, что сначала внешние кризисы крайне отрицательно сказываются на деловой активности, а затем предпринимательство адаптируется, и внешние, даже крайне негативные факторы (такие, как санкции, например) уже не оказывают такого сильного влияния.

Таблица 3 - Выдержки из обзора влияния VUCA-факторов на российское предпринимательство в 2015-2022 гг.

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Общая предпринимательская активность, %	8,6	11,3	10,9	10,4	14,4	13,1	11,6	10,7
Индекс делового климата, пунктов	41,7	44,2	46,9	46,7	48,1	45,2	46,5	46,0
Уровень предпринимательской уверенности (Росстат), %	-6,4	-5,5	-4,5	-4,3	-6,9	-10,7	-11,6	-13,3
Ключевые VUCA-факторы, влияющие на предпринимательский сектор, в % ($\neq 100\%$)								
Нетарифные ограничения по экспорту продукции	11,5	16,5	14,9	17,7	20,1	25,2	33,7	49,3
Заморозка совместных инвестиционных проектов	...	11,5	14,8	16,9	25,3	...	20,8	35,7
Репутационные (торговые) риски сотрудничества с российским бизнесом	...	...	4,4	11,6	12,2	10,7	13,3	22,9

Источник [Хасанов, 2023: 423].

Несмотря на то что российский бизнес адаптируется к чрезвычайным VUCA-факторам, оценка делового климата в среднем оценивается как негативная, демонстрируется снижение предпринимательской уверенности (сравните: -13,3% в 2022 и -6,4% в 2015). Заметно растут репутационные риски.

В реализации коммуникационных проектов наряду с рисками отрасли и предпринимательскими рисками, выявляются специфические риски, связанные с организацией коммуникации. В условиях высокой конкуренции даже самый полезный продукт может не найти своего потребителя из-за ошибок в коммуникационной политике. Для информирования общественности о новых продуктах и услугах необходимо коммуникационное продвижение, таким образом, создание коммуникационных проектов сопровождает практически любой продукт народного хозяйства, особенно, новый. Происходит значительное количественное наращивание производства информации. Ключевой риск для бизнеса, в этом смысле, остаться незаметным, проиграть в конкурентной борьбе. Большое значение приобретает двунаправленный процесс производства и потребления информации: с одной стороны, важно качество производства информационного продукта, с другой – рост медиакомпетентности аудитории. По словам А. Д. Кривоносова, «сегодняшнее общество находится в процессе все углубляющейся медиатизации... Деконструкцию медиатекста как продукт медиаграмотности и медиакомпетентности мы можем рассматривать как технологию поддержания и конструирования медиабезопасности конкретного индивида» [Кривоносов, 2023: 115].

Сама отрасль профессиональных коммуникаций в России, также как и российское предпринимательство сегодня тоже переживает воздействие негативных VUCA-факторов и постепенно адаптируется. Исследовательский Центр АКАР в октябре 2023 года провел электронный анкетный опрос коммуникационных агентств (156 человек) и показал, какие трудности переживает отрасль.

Результаты показали, что уход глобальных компаний по-разному отразился на работе агентств: 35% ответов – никак не отразилось на деятельности; 32% – привело к положительным изменениям; 33% – отрицательно отразилось на деятельности, при этом, отметили, такие основные проблемы: технические (61%); продуктовые (46%); кадровые (25%); юридические (18%) и другие (7%). Распределение ответов на вопрос «Какие технологические направления на ваш взгляд являются наиболее актуальными для рынка на 2023-25гг?» следующее: управление данными (60%); управление размещением рекламы (52%); верификация рекламы (46%); e-commerce (46%); создание и оптимизация контента (43%); управление закупкой / продажей инвентаря (39%); ux (16%); development and hardware (развитие и разработка продукта) – 14%; другое (ритейл медиа, качественный диджитал инвентарь) – 3% [Состояние рынка AdTech, 2023].

Л. В. Бура и В. В. Селиванов делят коммуникативные риски в PR-деятельности на организационные, собственно коммуникативные и риски, связанные с неправильным составлением текстов документов [Бура, Селиванов, 2022: 85]. Кроме выделенных типов риска необходимо выделить репутационные риски, поскольку любой тип риска имеет потенциал стать репутационным, именно эти типа риска становятся основными в фокусе внимания всех коммуникационных проектов и бизнес-проектов вообще и ключевым образом могут сказаться на успешности проекта (см. рис. 1).

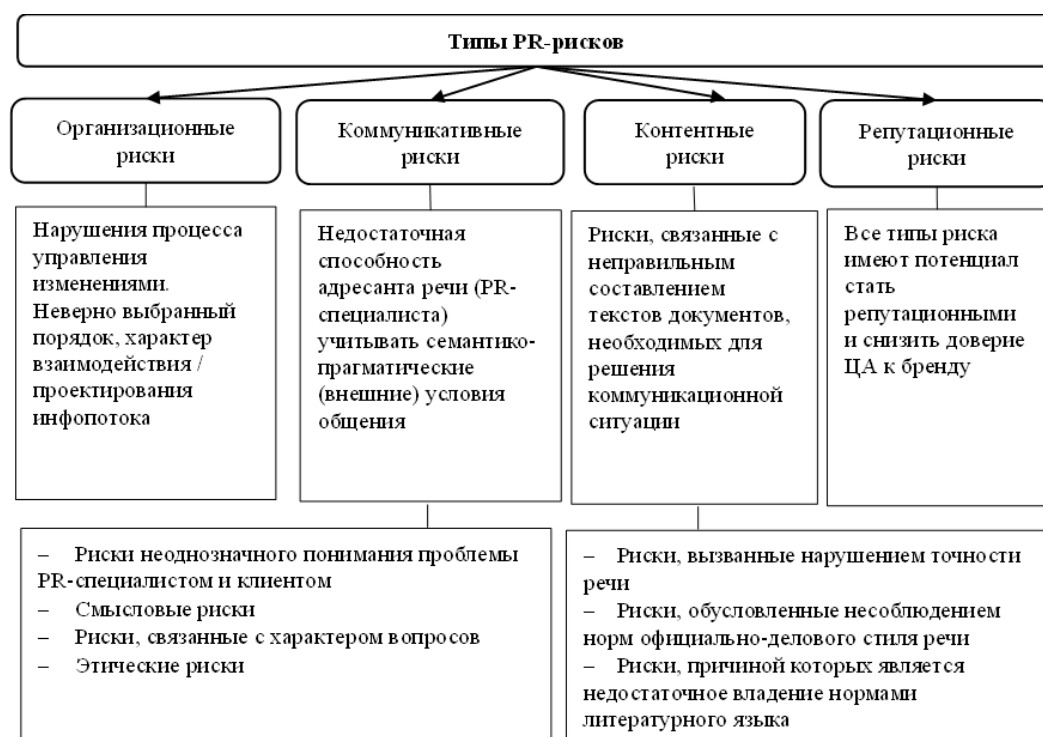


Рисунок 1. Типы PR-рисков (составлено по [Бура, Селиванов, 2022: 85-86])

В работе С. М. Емельянова выделены такие специфические черты рисков в области профессиональных коммуникаций: «риски связаны с потерями в сфере публичного капитала и носят нематериальный характер (потеря имиджа, репутации, доверия и т.д.); риски не поддаются математическому анализу; оценка рисков базируется на знаниях, опыте, интуиции субъектов PR-деятельности; критерии оценки рисков преимущественно носят субъективный характер и не могут быть выражены в конкретных количественных показателях (для них характерны такие оценки как высокий, средний и низкий уровень риска); косвенным образом сказываются на результатах деятельности базисного субъекта PR» [Емельянов, 2022: 36-37].

Процесс управления рисками в условиях проектного менеджмента должен сопровождать весь процесс управления проектом. В случае, если выявляются риски высокого уровня влияния на результаты, рекомендуют отказываться от проекта или перестроить проект. Чем раньше выявятся угрозы проекту, тем меньше финансовых потерь понесет проект. В фазе планирования или разработки проекта управление рисками проводится выявление факторов риска, их анализ и количественная оценка, построение управляющих моделей, таких, как рисковый план (или риск-план), матрица рисков / дерево рисков и дерево решений.

Рисковый план пишется на основе анализа воздействия различных факторов внешней и внутренней среды на процесс проектирования и продуктовый результат и соответствует процессу управ-

ления рисками. Так, процесс управления рисками и структура рискового плана может включать пять этапов:

1. *Идентификация рисков*: выделить возможное рисковое событие по всем этапам декомпозиции работ. По каждому пункту задается вопрос: что может пойти не так, какие могут быть помехи? Необходимо определить рисковое событие не абстрактно, а конкретно (например, неверно указать «партнеры», необходимо конкретизировать, что произойдет: «партнеры задержат отправку оборудования»).

2. *Оценка рисков (качественная и количественная)*: провести взвешивание рисковых событий по параметрам: вероятность (высокая / низкая) и влияние (большое / ничтожное) и составить матрицу рисков (см. Рисунок 1).

3. *Определение уровня приемлемости рисков*.

4. *Планирование мер реагирования / уменьшение рисков*: запланировать мероприятия, позволяющие снизить выявленные риски и повысить устойчивость проекта.

5. *Контроль и мониторинг рисков*: мероприятия по отслеживанию возникновения запланированных и незапланированных рисков, контролю за их снижением или нейтрализацией, внесение изменений в проект по мере изменения ситуации [Рассохина, Чибисова, 2023: 68-69].

Для визуализации возможных типов рисков можно составить карту риска в виде дашборда для того, чтобы наглядно оценить концентрацию разных типов риска. В основе картирования рисков лежит два критерия: вероятность наступления риска и влияние риска на проект. Данная карта удобна для построения более простой классификации в небольших проектах или для первого этапа аналитики рисков проекта (см. Рисунок 2).

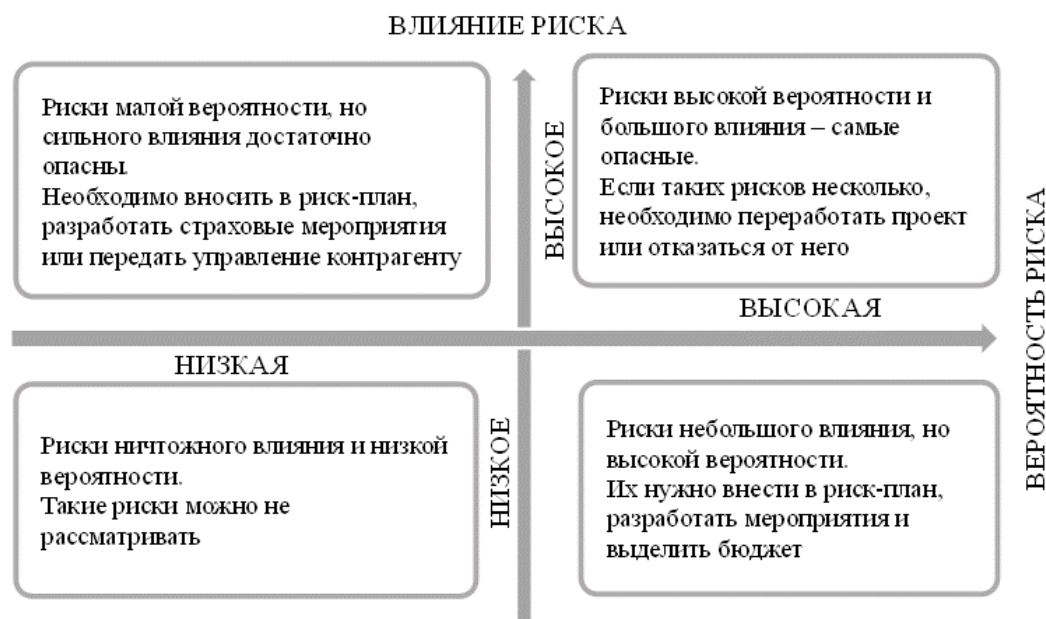


Рисунок 2. Карта рисков [Рассохина, Чибисова, 2023: 69]

Для крупных проектов разрабатывают более детальную классификацию и по вероятности наступления рисков, и по уровню их влияния на цели проекта [Рассохина И. Ю., Чибисова Е. А. 2023: 70].

Матрица рисков может иметь различные вариации в зависимости от фокуса на качественные или количественные параметры риска. Для оценки рисков применяют, как правило, три вида шкал: качественную, балльную и количественную. Табличное их представление также называют матрицами риска.

Качественная оценка риска осуществляется на основе дифференцирования критериев вероятности наступления и влияния рисков на проект по трем степеням: высокая, средняя, низкая. Так, в итоге, и сами риски можно разложить по степени сложности: высокий, средний, низкий. Критерий оценки вероятности наступления риска предполагает такие характеристики:

- высокая – высокая вероятность наступления риска;
- средняя – риск существует;
- низкая – вероятно, риска нет.

Критерий степени эффекта влияния риска на проект показывает, какие последствия могут быть, если риск превратится в проблему:

- высокое влияние – проблема может свернуть проект или существенно исказить его результаты;
- среднее влияние – событие может заметно повлиять на проект, но это воздействие можно нейтрализовать;
- слабое влияние – проблема может оказать воздействие, но не приведет к срыву проекта (см. Таблицу 4).

Таблица 4 - Качественная оценка уровня риска

Вероятность наступления риска		Влияние риска		
		Слабое (низкое)	Среднее	Высокое
Низкая		Низкий	Низкий	Средний
Средняя		Низкий	Средний	Высокий
Высокая		Средний	Высокий	Высокий

Источник: [Рассохина, Чибисова, 2023: 70]

Балльная оценка уровня риска направлена на оценивание в баллах, для более корректного сравнения разных типов риска. Такую шкалу удобно использовать при экспертной оценке методом Дельфи, когда эксперты или члены команды независимо друг от друга сначала оценивают все выявленные риски по балльной шкале, а потом сравнивают полученные результаты и уже коллегиально анализируют те виды рисков, которые получили наибольшее расхождение по баллам. Каждый из критериев анализа риска (вероятность и влияние) дифференцируется по 5 уровням, на пересечении уровня каждого критерия необходимо произвести умножение уровней, чтобы получить оценку степени риска. Так в зеленое поле, то есть низкую степень риска попадают баллы от 1 до 4; в среднюю степень (желтое поле) – от 5 до 9; и высокую степень риска (красное поле) – от 12 до 25 баллов (см. Таблицу 5).

Таблица 5 - Балльная оценка уровня риска

Вероятность	Влияние				
5	5	10	15	20	25
4	4	8	12	16	20
3	3	6	9	12	15
2	2	4	6	8	10
1	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5

Источник: [Рассохина, Чибисова, 2023: 70]

Количественная оценка проводится в форме оценки стоимости ущерба в денежных единицах, при этом величина стоимости по шкалам зависит от уровня организации и типа проекта. Результаты сводятся к той же шкале, которую получили при оценке рисков по 5-балльной системе [Рассохина, Чибисова, 2023: 70].

Риск-анализ стоит проводить еще на аналитическом этапе, на этапе планирования разрабатывается риск-план, а на этапе реализации проводятся антирисковые мероприятия. В ходе всего проекта проводится мониторинг.

Наиболее распространенные методы снижения рисков можно объединить в 4 группы:

1. Уклонение / избегание (исключение, отклонение или отказ от участия).
2. Снижение / сокращение (оптимизация).
3. Передача / распределение (передача рисков – аутсорсинг или страхование).
4. Принятие / сохранение (принятие и внесение в бюджет; создание резервов – временных и финансовых; предоставление гарантий или залогов) [Инновационная экономика, 2019: 167].

Реализация мероприятий по снижению рисков проводится по мере необходимости на этапе реализации проекта. Тем не менее, работа по выявлению, оценке и анализу рисков должна продолжаться в ходе всего проекта, так как окружающая среда проекта динамическая составляющая: сегодняшние факторы стабильности могут стать источниками неопределенности и рисков в будущем. Для систематизации данных по рискам проекта и антирисковым мероприятиям можно заполнить таблицу 6.

Таблица 6 - Идентификация рисков, возможный ущерб и процедуры риск-менеджмента

Идентификация риска			Возможный ущерб (с учетом вероятности его наступления)	Процедуры риск-менеджмента
Функциональная область проекта	Наименование риска	Причина его возникновения		
...	...	...	...	...

Источник: [Инновационная экономика, 2019: 167]

Риски в коммуникационных проектах могут иметь разную предметную направленность, начиная от организационных, финансовых, заканчивая репутационными. Репутационный риск – риск публичного распространения нежелательной для компании информации о ее деятельности, и появление, в связи с этим, негативных ее оценок. Бизнес-риски и репутационные риски не одно и то же, но одни могут стать источником других. Нарушение внутренних норм и правил (бизнес-риск) превращается в репутационный риск, если становится достоянием гласности. Некоторые нормативные проявления культуры организации могут негативно восприниматься отдельными группами общественности и тоже провоцировать репутационные риски. Кроме этого, публичные негативные оценки могут даваться на основе ложной или искаженной информации, что также является фактором репутационных рисков, хотя и не связано с бизнес-процессами.

Важной составляющей коммуникационной деятельности является особый фокус на мониторинг рисковых сообщений в медиапространстве. Для медиамониторинга можно применять отечественный сервис «СКАН-Интерфакс», в котором есть специальный сервис «Оценка деловой репутации». Сервис агрегирует более 60 тысяч источников, в число которых входят самые влиятельные информагентства, газеты, сайты, блоги, региональные СМИ, платные издания и закрытые ленты, доступные только по подписке. Новости сканируются по 65 риск-факторам и формируют потенциально проблемные темы: экономические и уголовные преступления, судебные разбирательства и следственные действия, банковское мошенничество, несоблюдение деловой этики, трудовые конфликты, претензии потребителей, попадание под санкции, ухудшение финансового состояния, потенциальное банкротство, информационная безопасность и др. По каждому физическому или юридическому лицу в сервисе доступен архив публикаций за последние 5 лет [«СПАРК-Интерфакс», 2022].

Выявление медиарисков позволяет оперативно проводить коммуникационное реагирование и корректировать проектную деятельность, что является условием оптимизации проекта и поддержания репутации организации на заданном уровне.

Отношение к рискам в концепции VUCA и BANI-мира: прогнозирование всевозможных сценариев развития событий, идентификация и оценка вероятных отрицательных результатов, попытки избежать кризисных ситуаций или нивелирования их последствий. Необходимо применение модельного риска, требующего изменения или полного перестроения устоявшихся моделей [Шакирова и др., 2022: 397]. Формирование риск-ориентированной культуры основывается на принятии важности выявления и анализа рисков, их принятия и готовности действовать в изменяющихся условиях. Принятие ценности риска лежит в области рефлексивных практик для поиска точек бифуркации и возможности использовать их для будущего роста, выявлять тренды и форсайтить возможности.

Исследование «Обзор глобальных рисков 2022 года» получило такие результаты анкетного опроса руководителей организаций о развитии сильной культуры управления рисками в организациях: 70% – уделяют приоритетное внимание разнообразию в группах по управлению рисками; 56% – инвестируют в культуру управления рисками и учитывают поведенческие риски в своих организациях; 47% – очень уверены в способности своей структуры рисков создать более ориентированную на риски культуру, которая может выявить как положительные, так и отрицательные стороны риска; 39% – принимают более эффективные решения и достигают устойчивых результатов, консультируясь с экспертами по управлению рисками на ранних стадиях процесса; 22% – осознают выгоды от определения или изменения склонности к риску и пороговых значений риска [The Global Risks Report, 2023].

Таким образом, можно говорить о формировании культуры управления рисками как комплексе норм и ценностей, разделяемый всеми участниками команды проекта, подразумевающий принятие парадигмы непредсказуемости, рисковости социальной среды в ходе создания и реализации коммуникационных проектов и отношение к рисковому событию не только с позиции негативной оценки, но поиска потенциала развития.

Л. В. Рожкова, О. В. Сальникова дают такое определение культуре управления рисками – «степень осознания потребности управления рисками, основанную на ценностях, знаниях, убеждениях, осмыслении риска со стороны руководства, трудовых коллективов, топ-менеджмента и выстраивание на этой основе деятельности и системы принятия управленческих решений с учетом оптимального соотношения возможностей, рисков, ущерба» [Рожкова, Сальникова, 2023: 202]. Авторы рассматривают А-В-С модель формирования культуры, которую ввел Институт риск-менеджмента. В ее основе три компонента: А – принципы (позиция людей по отношению к риску, которая определяется осознанием риска); В – «риск-поведение»: открытые, «наблюдаемые» действия по отношению к риску: риск-процессы, риск-коммуникации, принятие решений; С – сама культура управления рисками [Рожкова, Сальникова, 2023: 204].

В условиях крайней нестабильности и непредсказуемости смещаются фокусы на формирование нового мышления и поведение, важными качествами являются: готовность быть гибким, искать новые решения, уметь отказываться от привычных действий; креативность, которая поможет находить нестандартные решения для нового типа задач; умение сочетать работу и личные интересы, снижая стресс; эмпатия – внимание к чувствам других и своим, умение контролировать эмоции; навык приоритизации; критическое мышление, навык оценки достоверности информации; принятие парадигмы Lifelong learning – обучение на протяжении всей жизни, вместо накопительного типа обучения. В управлении сложными системами особое значение приобретает формирование корпоративной культуры, которую разделяют все сотрудники

Заключение. Управление рисками в ходе коммуникационного проектирования направлено, в первую очередь, на достижение эффективных результатов проекта и понимания целевой аудиторией ключевого сообщения, снижение факторов неопределенности во всех видах проектной деятельности, что ведет к экономии ресурсов, повышению эффективности деятельности, установлению более прозрачных и доверительных отношений со всеми участниками проекта, росту деловой репутации.

В условиях крайних изменений среды и высокого уровня напряженности адаптирующим фактором становится формирование культуры управления рисками, основанном на практике осознания риска и действия комплекса норм и ценностей, в основе которых отношение к рисковому событию не только с позиции угроз, но возможности потенциала развития.

Таким образом, можно говорить о необходимости развития риск-ориентированного мышления в управлении коммуникационными проектами, в основе которого лежит готовность к появлению рисков, их принятию и готовность к изменениям. Уровень развития культуры риска в проектном управлении еще находится на стадии становления и требует дальнейшего совершенствования.

Список источников

- Барчуков, А. В., Соколов, Д. В. Многозадачная классификация рисков // Вестник СИБИТа. 2015. №3 (15). С. 17-26.
- Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну / Пер. с нем. В. Седелника и Н. Федоровой; Послел. А. Филиппова. Москва: Прогресс-Традиция, 2000. 384 с.
- Бура, Л. В., Селиванов, В. В. Особенности изучения коммуникационных рисков и PR-деятельности в виртуальном медийном пространстве в процессе преподавания дисциплины «Управление изменениями» // Проблемы современного педагогического образования. 2022. №77-1. С. 84-87.
- Быков, А. А., Порфирьев, Б. Н. Об анализе риска, концепциях и классификации рисков // Проблемы анализа риска. 2006. №4. С. 319-337.
- Гидденс, Э. Последствия современности / Пер. с англ. Г. К. Ольховикова; Д. А. Кибальчича; вступ. статья Т. А. Дмитриева. Москва: Праксис, 2011. 352 с.
- Голубев, А. С. Динамика моделей управления в языках SPOD-мира и VUCA-мира // Ноосферные исследования. 2023. Вып. 2. С. 101-108.
- Грачев, С. А., Гундорова, М. А. Оценка и управление рисками: учеб. пособие; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. Изд. 2-е., испр. и доп. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2020. 287 с.
- Емельянов, С. М. Стратегические аспекты риск-менеджмента в связях с общественностью // Российская школа связей с общественностью. 2021. №22. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-aspekty-risk-menedzhmenta-v-svyazyah-s-obschestvennostyu> (дата обращения: 16.10.2023).
- Инновационная экономика и технологическое предпринимательство: учебное пособие для студента / Отв. ред.: Д. Ю. Матвиенко. Санкт-Петербург.: Университет ИТМО, 2019. С. 167.
- Кривоносов, А. Д. Медиабезопасность в эпоху глобальных изменений // Гуманитарная безопасность как фактор стабильного развития общества: Сборник научных статей Международной научно-практической конференции в рамках международного научно-образовательного форума. Псков, 2023. С. 115-123.
- Луман, Н. Понятие риска // THESIS. 1994. № 5. С. 135-160.
- Рассохина, И. Ю., Чибисова, Е. А. Управление коммуникационными проектами: учебное пособие. Санкт-Петербург.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. 127 с.
- Рожкова, Л. В., Сальникова, О. В. Формирование и развитие культуры управления рисками компании // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Общественные науки. 2016. №4 (40). С. 200-211. DOI: 10.21685/2072-3016-2016-4-21
- Состояние рынка AdTech в России 2023 / Исследовательский Центр АКАР / АРИП / РАМУ. Москва. Октябрь 2023. URL: https://www.akarussia.ru/files/docs/research/AKAR23_AdTech.pdf (дата обращения: 12.07.2024)
- «СПАРК-Интерфакс» запустил новый сервис «Оценка деловой репутации» // Интерфакс: информационная

- группа. 2022. URL: <https://group.interfax.ru/interfax/about/news/spark-interfaks-zapustil-novyy-servis-otsenka-delovoy-reputatsii-/#> (дата публикации: 24.03.2022)
- Хасанов, А. Э. VUCA- и BANI-мир – новая реальность для российского предпринимательства // Московский экономический журнал. 2023. №4. С. 419-433.
- Шакирова, Д. М., Репина, Э. Ю., Хазисин, А. А., Срурова, А. Т., Акбатырова, Н. А. Методы управления рисками в современных условиях VUCA-мира // Московский экономический журнал. 2022. №6. С. 394-406.
- Юрченко, Н. И. Обзор статьи Jamais Cascio «Facing the age of chaos» // Новые психологические исследования. 2023. Т. 3. №4. С. 131-139. DOI: 10.51217/npsyresearch_2023_03_04_08
- Яницкий, О. Н. Социология риска: ключевые идеи // Мир России. Социология. Этнология. 2003. №1. С. 3-35.
- Douglas, M., Wildavsky, A. Risk and Culture. An Essay on the Selection of Technical and Environmental Dangers. Berkley and Los Angeles: Univ. of California Press, 1982., 224 p.
- The Global Risks Report 2023 18th Edition INSIGHT REPORT. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf (дата обращения: 10.10.2023).
- ## References
- Barchukov, A. V., Sokolov, D. V. (2015) Mnogozadachnaya klassifikatsiya riskov [Multitasking risk classification]. *Vestnik SIBITa* [Bulletin of SIBITa]. 3 (15): 17-26. (In Russ.)
- Bek, U. (2000) Obshchestvo riska. Na puti k drugomu modern [Risk society. On the way to another modern] / Per. s nem. V. Sedel'nika i N. Fedorovoj; Poslesl. A. Filippova. Moscow, Progress-Tradiciya: 384. (In Russ.)
- Bura, L. V., Selivanov, V. V. (2022) Osobennosti izucheniya kommunikatsionnykh riskov i PR-deyatelnosti v virtual'nom medijnom prostranstve v processe prepodavaniya discipliny «Upravlenie izmeneniyami» [Features of studying communication risks and PR activities in the virtual media space in the process of teaching the discipline "Change Management"]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Problems of modern pedagogical education]. 77-1: 84-87. (In Russ.)
- Bykov, A. A., Porfir'ev, B. N. (2006) Ob analize riska, koncepciyah i klassifikatsii riskov [On risk analysis, concepts and risk classification]. *Problemy analiza riska* [Problems of risk analysis]. 4: 319-337. (In Russ.)
- Douglas, M., Wildavsky, A. (1982) *Risk and Culture*. An Essay on the Selection of Technical and Environmental Dangers. Berkley and Los Angeles, Univ. of California Press: 224.
- Emel'yanov, S. M. (2021) Strategicheskie aspekty risk-menedzhmenta v svyazyah s obshchestvennost'yu [Strategic aspects of risk management in public relations]. *Rossiyskaya shkola svyazey s obshchestvennost'yu* [Russian School of Public Relations]. 22, date of the application 16.10.2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-aspekty-risk-menedzhmenta-v-svyazyah-s-obshchestvennost'yu>. (In Russ.)
- Giddens, E. (2011) *Posledstviya sovremennosti* [The consequences of modernity] / Per. s angl. G. K. Ol'hovikova; D. A. Kibal'chicha; vstup. stat'ya T. A. Dmitrieva. Moscow, Praksis: 352. (In Russ.)
- Golubev, A. S. (2023) Dinamika modelej upravleniya v yazykah SPOD-mira i VUCA-mira [Dynamics of management models in the SPOD-world and VUCA-world languages]. *Noosfernye issledovaniya* [Noospheric research]. 2: 101-108. (In Russ.)
- Grachev, S. A., Gundorova, M. A. (2020) *Ocenka i upravlenie riskami* [Risk assessment and management]: ucheb. posobie; Vladim. gos. un-t im. A. G. i N. G. Stoletovyh. Izd. 2-e., ispr. i dop. Vladimir: Izd-vo VIGU: 287. (In Russ.)
- Hasanov, A. E. (2023) VUCA- i BANI-mir – novaya real'nost' dlya rossijskogo predprinimatel'stva [VUCA- and BANI-the world is a new reality for Russian entrepreneurship] *Moskovskij ekonomicheskij zhurnal* [Moscow Economic Journal]. 4: 419-433. (In Russ.)
- Innovacionnaya ekonomika i tekhnologicheskoe predprinimatel'stvo* [Innovative economics and technological entrepreneurship] (2019): uchebnoe posobie dlya studenta / Otv. red.: D. Yu. Matvienko. Saint Petersburg, Universitet ITMO: 167. (In Russ.)
- Krivososov, A. D. (2023) Mediabezopasnost' v epohu global'nykh izmenenij [Media security in the era of global change]. *Gumanitarnaya bezopasnost' kak faktor stabil'nogo razvitiya obshchestva* [Humanitarian security as a factor of stable development of society]: Sbornik nauchnykh statej Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii v ramkah mezhdunarodnogo nauchno-obrazovatel'nogo foruma. Pskov: 115-123. (In Russ.)
- Luman, N. (1994) Ponyatie riska [The concept of risk]. *THE-SIS* [THESIS]. 5: 135-160. (In Russ.)
- Rassohina, I. Yu., Chibisova, E. A. (2023) *Upravlenie kommunikatsionnymi proektami* [Communication project management]: uchebnoe posobie. Saint Petersburg, Izd-vo SPbGEU: 127. (In Russ.)
- Rozhkova, L. V., Sal'nikova, O. V. (2016) Formirovanie i razvitiye kul'tury upravleniya riskami kompanii [Formation and development of the company's risk management culture]. *Izvestiya VUZov. Povolzhskij region. Obshchestvennye nauki* [Izvestiya VUZov. The Volga region. Social Sciences]. 4 (40): 200-211. DOI: 10.21685/2072-3016-2016-4-21. (In Russ.)
- Shakirova, D. M., Repina, E. Yu., Hazishin, A. A., Srurova, A. T., Akбатырова, N. A. (2022) Metody upravleniya riskami v sovremennykh usloviyakh VUCA-mira [Risk management methods in modern conditions of the VUCA world]. *Moskovskij ekonomicheskij zhurnal* [Moscow Economic Journal]. 6: 394-406. (In Russ.)
- Sostoyaniye rynka AdTech v Rossii 2023* [The state of the AdTech market in Russia 2023] (2023) / Issledovatel'skij Centr AKAR / ARIR / RAMU. Moskva. Oktyabr', date of the application 12.07.2024. URL: https://www.akarussia.ru/files/docs/research/AKAR23_AdTech.pdf. (In Russ.)
- «SPARK-Interfaks» zapustil novyy servis «Ocenka delovoy reputatsii» [SPARK-Interfax has launched a new service "Business Reputation Assessment"] (2022). Interfaks: informatsionnaya gruppa [Interfax: information group], date of the application 24.03.2022. URL: <https://group.interfax.ru/interfax/about/news/spark-interfaks-zapustil-novyy-servis-otsenka-delovoy-reputatsii-/#> (In Russ.)
- The Global Risks Report 2023* (2023). 18th Edition INSIGHT REPORT, date of the application 10.10.2023. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf
- Yanickij, O. N. (2003) Sociologiya riska: klyuchevye idei [Sociology of risk: key ideas]. *Mir Rossii. Sociologiya. Etnologiya* [The world of Russia. Sociology. Ethnology]. 1: 3-35. (In Russ.)
- Yurchenko, N. I. (2023) Obzor stat'i Jamais Cascio «Facing the age of chaos» [Review of the article by Jamais Cascio "Facing the age of chaos"]. *Novye psichologicheskie issledovaniya* [New psychological research]. 3/ 4: 131-139. DOI: 10.51217/npsyresearch_2023_03_04_08. (In Russ.)

Информация об авторах:

Рассохина Ирина Юрьевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Область научных интересов: управление проектами, гибкие технологии в профессиональной проектной коммуникационной деятельности, дизайн-мышление в профессиональной проектной коммуникационной деятельности, цифровые технологии в брендинге. Общее количество публикаций – 72. Контактные данные: 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, nab. Griboyedov Canal, 30-32).

Чибисова Елена Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Область научных интересов: связи с общественностью в бизнесе и политике, стратегические коммуникативные технологии, методы оценки эффективности коммуникаций, психосемантические исследования в PR, брендинге и рекламе. Общее количество публикаций – 59. Контактные данные: 191023, Россия, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова, д. 30-32 (Russia, St. Petersburg, nab. Griboyedov Canal, 30-32).

Вклад авторов: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 27.07.2024; принята после рецензирования 28.08.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the authors:

Irina Yu. Rassokhina – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Communication Technologies and Public Relations, St. Petersburg State University of Economics. Research interests: project management, flexible technologies in professional project communication activities, design thinking in professional project communication activities, digital technologies in branding. There are 72 publications in total. Contact information: St. Petersburg, nab., 191023, Russia. Griboyedov Canal, 30-32.

Elena A. Chibisova – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Communication Technologies and Public Relations, St. Petersburg State University of Economics. Research interests: public relations in business and politics, strategic communication technologies, methods of evaluating the effectiveness of communications, psychosemantic research in PR, branding and advertising. There are 59 publications in total. Contact information: 191023, Russia, St. Petersburg, nab. Griboyedov Canal, 30-32.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 27.07.2024; adopted after review 28.08.2024; published online 07.10.2024.

Научная статья
УДК 316.774

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ КОУЧИНГА В РУССКОМ И АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Александра Михайловна Горбачева¹, Валентин Николаевич Степанов²

¹ Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, Ярославль, Россия

² Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ), Ярославль, Россия

¹ AuthorID: 1249479, ORCID 0009-0002-1523-0987, solo_82@inbox.ru

² AuthorID: 137597, ORCID 0000-0001-8198-2517, stepanov@mubint.ru

Аннотация. В статье выявлены и охарактеризованы компоненты информационного поля помогающей профессии коучинг в русско- и англоязычном пространстве. В частности, представлены ядерные определения, составляющие поле коучинг-дискурса, рассмотрена целе-ролевая структура взаимодействия в альянсе «коуч-клиент», этика и ценности, предметные сферы научных интересов, кратко перечислены амбассадоры, ассоциации и федерации, журналы, платформы, клубы и блоги. Для проведения исследования были задействованы метод сплошной выборки, сравнительный метод и контент-анализ. Информационное поле коучинга в России и за рубежом (в англоязычном пространстве) можно охарактеризовать как постоянно растущее благодаря тому, что коучинг проходит стадию активной институционализации и стандартизации. Структура информационного пространства коучинга в России и за рубежом представлена серией нормативных документов, системой определений и понятий коучинга, научными трудами в различных предметных сферах (педагогика и образование; бизнес и менеджмент; психология и медицина; лингвистика и др.), этически-ценностной системой ориентиров, комплексом социальных институтов коучинга (федерации и ассоциации, платформы и клубы и др.). Информационное пространство коучинга отражено на сайтах, в блогах и журналах, а также представлено амбассадорами, которые активно развивают данное направление, делая его все более профессионально-ориентированным и стандартизированным. В последние годы информационное пространство коучинга отражает тенденцию ко все большей институционализации, переходу из помогающей технологии в профессию, закрепленную в Профессиональном стандарте и квалификациях, в отмежевании профессии от смежных помогающих дисциплин, обращении ряда ученых к предметной сфере коучинга.

Ключевые слова: информационное поле, коучинг, коуч-беседа, нормативные документы, этика и ценности, журналы, научная рефлексия.

Original article

INFORMATION FIELD OF COACHING IN RUSSIAN- AND ENGLISH-SPEAKING SPACE

Aleksandra M. Gorbacheva¹, Valentin N. Stepanov²

¹ Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky, Yaroslavl, Russia

² Yaroslavl International University of Business and New Technologies (MUBiNT), Yaroslavl, Russia

¹ AuthorID: 1249479, ORCID 0009-0002-1523-0987, solo_82@inbox.ru

² AuthorID: 137597, ORCID 0000-0001-8198-2517, stepanov@mubint.ru

Abstract. The article identifies and characterizes the components of the information field of the helping profession of coaching in the Russian- and English-speaking space. In particular, it presents the core definitions that make up the field of coaching discourse, examines the goal-role structure of interaction in the "coach-client" alliance, Ethics and values, subject areas of scientific interests, briefly lists ambassadors, associations and federations, magazines, platforms, clubs and blogs. The study used the continuous sampling method, comparative method and content analysis. The information field of coaching in Russia and abroad (in the English-speaking space) can be characterized as constantly growing due to the fact that coaching is going through a stage of active institutionalization and standardization. The structure of the information space of coaching in Russia and abroad is represented by a series of regulatory documents, a system of definitions and concepts of coaching, scientific works in various subject areas (pedagogy and education; business and management; psychology and medicine; linguistics, etc.), an ethical and value system of guidelines, a complex of social institutions of coaching (federations and associations, platforms and

clubs, etc.). The information space of coaching is reflected on websites, blogs and magazines, and is also represented by ambassadors who are actively developing this area, making it increasingly professionally oriented and standardized. In recent years, the information space of coaching has reflected a trend towards increasing institutionalization, the transition from a helping technology to a profession enshrined in the Professional Standard and qualifications, in dissociating the profession from related helping disciplines, and a number of scientists turning to the subject area of coaching.

Keywords: information field, coaching, coaching conversation, regulatory documents, ethics and values, journals, scientific reflection.

Введение и постановка проблемы. Коучинг как предметная сфера привлекает внимание ученых начиная с 1980х годов за рубежом и с 2000х в России. На сегодняшний день коучинг проходит стадию активной институционализации: от этапа самоорганизующейся нерегулируемой деятельности – к появлению школ обучения, союзов и ассоциаций; к стандартизации и появлению коучинга в сфере вузовских дисциплин; к утверждению профессионального стандарта и квалификационным системам оценки компетенций коучей.

Растущий практический интерес к коучингу и при этом отсутствие системного осмысления данной предметной сферы в российской науке обуславливает актуальность настоящего исследования. Цель статьи – охарактеризовать информационное поле помогающей профессии коучинг в русско- и англоязычном пространстве, а именно: представить определения коучинга, целе-ролевую структуру коучингового взаимодействия, систему этических и ценностных ориентиров, предметные сферы научной рефлексии коучинга, перечень амбассадоров, ассоциаций и федераций коучинга, коучинговые журналы, платформы и блоги.

Методика исследования. При отборе и организации материала данной статьи были задействованы методы сплошной выборки, сравнительный метод, контент-анализ. В ходе исследования сперва было выделено 8 подгрупп поиска по тематикам: определения коучинга, целе-ролевая структура, предметные сферы научной рефлексии, нормативные документы, этика и ценности, амбассадоры, ассоциации и федерации, органы массовой коммуникации. Затем для каждой подгруппы был осуществлен сравнительный поиск и отбор валидной и актуальной информации, а затем ее организация в итоговый корпус. Именно данные подгруппы охарактеризованы как компоненты информационного поля коучинга.

Результаты исследования представлены по каждой из восьми подгрупп информационного поля коучинга.

1. Определения коучинга

В научно-популярной литературе существует большое количество определений коучинга, например:

«Коучинг – это высвобождение потенциала человека для максимизации его результата» (Дж. Уитмор). «Коучинг – искусство сопровождения для улучшения качества деятельности, обучения и развития других» (М. Нинан, С. Палмер). «Коучинг – непрекращающийся цикл наблюдения и обратной связи» (Джойс, Шауэрс). «Коучинг – это сотрудничество коуча и коучи (клиента) в процессе постановки и достижения целей клиента» (Н. В. Антонова). Авторское определение и расшифровка процесса коучинга представлены в статье [Горбачева, 2022].

В данном исследовании остановимся на научном определении коучинга от Э. Гранта: «Коучинг – это сфокусированный на решении, ориентированный на результат систематический процесс, в ходе которого коуч способствует усовершенствованию жизненного опыта и результативности клиента в различных сферах и содействует самонаучению и личностному росту клиента» [Grant, 2001: 20] (перевод определения наш – Авт.).

Также в научный оборот введены [Горбачева, 2024а] понятия *коучинг-дискурс*, *коучинговый диалог*, *коуч-беседа*, *коуч-интервью*, *коучинговый контракт*.

Коучинг-дискурс сравнительно новое понятие как в англо-, так и в русскоязычном пространстве. Под коучинг-дискурсом понимается: 1) совокупность диалогов коуча и клиента (широкая рамка), 2) отдельное коммуникативное событие (узкая рамка: коуч-беседа или коуч-интервью). Коучинг-дискурс (в первом значении) с позиций социолингвистического подхода характеризуется как разновидность делового институционального дискурса с элементами персонального дискурса.

Участниками коучинг-дискурса являются коуч – человек, проводящий коучинг (агент), клиент (коучи) – человек или команда/группа, с которыми проводится коучинг (клиент), заказчик, переводчик, администратор коуча (последние три пункта опциональны).

Коучинговый диалог – речевое взаимодействие между коучем и клиентом (коучи), выраженное либо в жанре коуч-беседы, либо в жанре коуч-интервью. *Коуч-беседа (коуч-сессия)* – диалог между коучем и клиентом (коучи), цель которого произвести желаемое изменение в клиенте в рам-

ках *одного* диалога. *Коуч-интервью* (установочное, контрактное, сверочное, финальное) – диалог между коучем и коучи, цель которого определить (сверить или подытожить) желаемое долгосрочное изменение (цель) клиента, которое он намерен достичь через систему коуч-бесед.

Коучинговый контракт – юридически или неформально заключенное соглашение между коучем и коучи, в котором зафиксировано желаемое долгосрочное изменение (цель) клиента, достижению которой служит система коуч-бесед и коуч-интервью.

2. Цели и роли в коучинге

Цель коучинга – в рамках протокола коуч-беседы произвести изменение, значимое для клиента, которое обеспечит ему продвижение к цели (заложенной в коучинг-контракте). Это может быть изменение на уровне действий, состояний, стратегий поведения, принятых решений, убеждений, ценностей – то есть т.к. «внутреннее» изменение личности, которое повлечет за собой внешние изменения в его мире, образе жизни и т.п. Локальные цели коммуникантов: цель клиента – найти оптимальное решение своей ситуации; цель коуча – обеспечить процесс и пространство нахождения данного решения (в рамках коуч-беседы и/или коучингового контракта в целом).

Ролевая структура представлена альянсом «коуч-клиент», в которой ответственность распределена следующим образом: а) клиент отвечает за привнесенное в беседу содержание, за разработку своего решения и шагов и за внедрение разработок в жизнь за пределами коуч-беседы; б) коуч отвечает за обеспечение процесса коучинга и соблюдение структуры коучингового диалога. Роль коуча обозначена специальным понятием «коуч-позиция», включающим такие компоненты значения, как: безоценочность, недирективность, доверие, эмпатию, нейтральность. Поскольку в данном исследовании за основу принят подход так называемого «недирективного, сопровождающего коучинга», в котором коуч не дает советов и рекомендаций и не выступает в роли эксперта, то отношения «коуч-клиент» могут быть определены как «равноправные партнеры по диалогу» (Равенство определяется в Этическом кодексе ICF как «Ситуация, в которой все люди испытывают ощущение включенности, доступ к ресурсам и возможностям, независимо от расы, этноса, национального происхождения, цвета, пола, сексуальной ориентации, гендерной идентичности, возраста, религии, миграционного статуса, ментальных или физических ограничений и других аспектов персональных различий»). Коуч выступает как фасилитатор, который задает вопросы, суммирует сказанное, возвращает наблюдения клиенту, но не знает «истины», готового решения и не подводит клиента к заранее продуманному ответу. Коммуникативные намерения коуча: обеспечить пространство доверия и безопасности; обеспечить пространство креативного исследования; отзеркалить клиенту его внутренние (мыслительные, эмоциональные) и внешние (речевые, невербальные, поведенческие) процессы для того, чтобы клиент нашел желаемое интенциональное состояние (достиг цели коуч-беседы).

3. Предметные сферы научной рефлексии коучинга

В статье [Горбачева, 2024б] был проанализирован корпус научных публикаций о коучинге и русском и англоязычном пространстве. В ходе анализа обнаружилось, что основная масса исследований выполнены в таких предметных сферах, как: образование и педагогика, бизнес и менеджмент, психология и медицина, лингвистика.

В русскоязычных публикациях по образованию и педагогике выделены следующие ракурсы исследования коучинга: 1) коучинг в парадигме концепции непрерывного совместного развития с акцентом на диалогичность процесса (Измагурова В. Л.); 2) использование коучингового подхода в педагогике (Евдокимова Е. Г., Кириллова А. И., Корчагина О. В., Куренкова Е. В.); 3) коучинг как инновационный подход к совершенствованию коммуникативных умений студентов (Мельниченко С. Г., Тепляковская А. Н., Шабанов А. Г.); 4) педагогический коучинг в системе сопровождения личностного саморазвития будущих педагогов (Байкова О. А., Сучкова Л. А.); 5) коучинг как форма взаимообучения педагогов, вокальный коучинг для студентов-музыкантов (Бао Н., Макарова Э. П., Яковлева Е. Н.); 6) коучинг и менторинг в образовании (Адельбаева Н., Габдрахманова Ш., Подгорска-Янчик Д.); 7) коучинг в армейской среде (Искаков Е. М.); 8) коучинг для расширения профессиональной функциональности концертмейстера (Яблонская В. С.); 9) изучение иностранных языков (Куприна Т. В.) и др.

В англоязычных публикациях в области образования и педагогике акценты в исследованиях распределяются несколько иначе: 1) инструкторский коучинг в образовательной системе и анализ коуч-бесед в инструкторском подходе (Haneda M. A., Hunt C., Heineke S., Robertson D. A., Sherman V., Teemant A.); 2) последствия само-ассессмента компетенций VET-учителей (Diggelen M. R.); 3) отношения между эффективностью, практикой и результатами инструкторского коучинга (Mc Crairie M.); 4) коучинговый метод как эпистемологический инструмент (Hall E. Lofthouse R.); 5) роль коучинга для повышения результативности научных исследований в сфере высшего образования (Geber H.); 6) контент-ориентированные коучинговые практики для поддержки обучения учителей (Cobb P., Gibbons L.); 7) нейролингвистический коучинг в изучении иностранных языков (Paling R.);

8) влияние когнитивного коучинга на результативность учителя (Parker S.); 9) кейс-стади о коучинге учителей (Denessen E., Winman S.); 10) диалог и идентичность в профессиональном развитии учителя (Crafton L., Keiser E.); 11) когнитивный коучинг в школе (Costa A. L., Garmston L. J.); 12) способы балансирования между недирективными и директивными отношениями «коуч-учитель» (Ippolito J.); 13) передача знаний и роль коучинга в этом процессе (Joyce B., Showers B.); 14) антирасистский коучинг и педагогика в системе K-12 (Laird S.); 15) инструкторский коучинг и интерпретативный феноменологический анализ (Fougere D. M. E.); 16) бихевиоральный коучинг для учителей (Swanson M.); 17) влияние коучинговой лидерской программы на степень вовлечения учителей (Shutler Z. E.); 18) системный обзор педагогической литературы о коучинге (254 академических труда за 1984-2009гг) (Cornette J., Knight J.).

В русскоязычном корпусе публикаций в предметной сфере бизнеса и менеджмента представлен следующий круг тем: 1) личностное и профессиональное развитие руководителей, менеджеров, организаций, формирование компетентностных систем (Ашурбеков Р. А., Коковин А. Ф., Машницкая Г. В., Сычева Э. В. и др.); 2) коучинг в развитии управленческих кадров, повышение самооценки и эмоциональной компетентности сотрудников (Ненашев Д.В., Ли Линьсу, Симонова Л.Н., Сухинин М. С., Ястреб О. В.); 3) интеграция коучинга в профессиональную действительность (Рожкова А. В. и др.); 4) производительность труда и коучинг (Денисова И. В., Кротенко Т. Ю.); 5) коучинг как метод недирективного управления в государственных организациях (Костюк И. В.); 6) коучинг как инструмент развития молодых специалистов в организации (Амирова Л. А., Трушакова Н. Ю.); 7) роль коучинга в совершенствовании нематериальной мотивации с сотрудников (Буралкиева Б. Б., Дырка С., Туркулец Н. А.); 8) коуч-технология как способ обеспечения конкурентоспособности (Вылегжанина А. О.); 9) формирование механизмов управления социальной адаптацией населения к изменениям рынка труда (Капица С. И.); 10) организация систем внутреннего контроля в условиях управленческого консалтинга (Растамханова Л. Н.) и др.

Англоязычные публикации в бизнесе и менеджменте посвящены 1) коучингу руководителей и лидеров (Boyce A. et al, Flaherty S. M. B., Graf E.-M., Kilburg R., Michael A. D., Mosteo L. P., Simpson J., Travis M., Vans Ch. M.); 2) моделям коучинга в бизнесе (Black H. T., Crompton B., Michael B. S.); 3) коучингу на рабочем месте (Fournies, Hannah C., Hudson F.); 4) разработке подходов командного коучинга (Clutterbuck D., Hogg M.); 5) вкладу бизнес-коучинга в развитие малого и среднего предпринимательства (Crompton B.); 6) разработке методологии критического инцидента и основанной на ней модели коучинга (Marshall M.); 7) сравнению результатов тренинга и коучинга в организациях, разработке коучинговых программ (Baban A., David O. A., Nona C., Ratiu L.); 8) мета-анализу ценностей в коучинге руководителей (Talati D. B. Z. & Burt D.); 9) коучингу и духовным ценностям на работе (Griffits A.); 10) связи коучинга в организациях и психологии (Bashkirova T., Cox E.); 11) измеримости коучинга (Laske O., Lawrence P, Whyte A.).

Русскоязычные публикации по психологии коучинга посвящены 1) сущностным связям психологии и коучинга, 2) психологическим и психотерапевтическим инструментам и теоретическим моделям в коучинге (Антонова Н. В., Башкирова Т., Боброва А. А., Виноградова Е. Л., Ежиков А., Есаулов В. И., Ковпак Д., Маричева М. А., Шибашова О. С.); 3) перспективам развития коучинга с точки зрения психологии и психоанализа (Россохин А. В., Улановский А. М.); 4) повышению самооэффективности личности с помощью тренинга и коучинга (Гордиенко Г. С.); 5) измерениям эффективности коучинга (Антонова Н. В.).

Англоязычные публикации по психологии рассматривают 1) психологические направления коучинга (Bachkirova T., Clutterbuck D., Cox E.); 2) теоретические психологические модели коучинга – когнитивную, когнитивно-бихевиоральную, позитивно-гуманистическую и др. (Bachkirova T., Dryden W., Gloucestershire L., Grant A. M., Green L. S., Karsa D., Laske O., Le Blanc B. D., Linder-Pelz S., Lawrence P., Neenan M., Palmer S., Pavlock K., Peel D., Pinkavova E., Spada M. M., Theboom T., Worgan T.); 3) понятие «психология коучинга» (Anjos M. H., Carvalho M., Grant A. M., Matos M. G., Palmer S., Passmore J., Whybrow A.); 4) психологические аспекты и технологии в коучинговой практике (Butler G., Hope T., Moen F., Topp E. M.); 5) коучинг в спортивной психологии (Gallwey T., Whitmore); 6) влияние коучинга на убеждения и поведение человека (Longhurst L., Curtis D. F., Kelly L. L.); 7) связь коучинга и потока (Csikszentmihalyi M., Wesson K. J.) и др.

Авторы лингвистических исследований коучинга за рубежом рассматривают следующие темы: 1) коучинг как диалог (Armstrong H., de Haan E., Konat B. & Juszczak A., Lynden J. & Avery R., Stalinski Sh.); 2) дискурсивные практики и коучинг-дискурс (Arielle B., Graf E.-M., Haneda M. A., Heineke S., Hunt C., Rettinger S., Sator M., Sherman B., Shultz F., Spranz-Fogasy T., Teemant A., Wall McL H.); 3) прагма- и социолингвистические аспекты речевого поведения участников коуч-бесед (Behn-Taran A., Graf E.-M.); 4) речевые стратегии и тактики в коуч-беседах (Arielle B., Bock K., Fleischhacker M., Ford-Connors E., Frahm T., Muntigl P., Paratore. J. R., Robertson D. A., Wood C.); 5)

лингвистические модели коуч-бесед: (Graf E.-M., Theeboom T.) 6) системный обзор лингвистической литературы о коучинге за 2000-2024 г.г (Graf E.-M.). Среди русскоязычных публикаций обнаружена статья (Асадуллаевой А. В. Рыкуновой И. В.), в которой рассматривается концепт «Коучинг» в русском и англоязычном пространстве. Не встретилось ни одной диссертации, посвященной исследованию лингвистических аспектов коучинга или речевым характеристикам коуч-бесед.

4. Нормативные документы

Еще недавно в России коучи могли руководствоваться лишь международными системами компетенций в коучинге, такими как 8 компетенций Международной Федерации коучинга ICF [ICF Core Competencies, 2024] или EMCC [Competencies – EMCC, 2024].

При этом институционализация коучинга в России постепенно дала свои плоды в виде фиксации профессии коуч в Профессиональном стандарте №197н от 04.04.2022г. «Консультант в области управления персоналом» [Приказ «Об утверждении», 2022]. В частности, внутри стандарта представлены трудовые функции: 3.1. (одно из наименований профессии – «Коуч физических лиц»), 3.2. («Коуч руководителей подразделений») и 3.4. («Коуч по стратегическому управлению персоналом»).

На основании указанного Профстандарта экспертной группой были разработаны профессиональные квалификации «коуч» («коуч по вопросам карьеры и профессионального развития сотрудников», «бизнес-коуч», «коуч бизнес команд» и «коуч для руководителей высшего звена»), которые 23.05.2024 года были приняты на основании приказа Национального агентства развития квалификаций (НАРК) №66/24 и размещены в госреестре Независимой оценки квалификаций (НОК) [Профессиональные квалификации, 2024].

Стоит также отметить, что некоторые из Федераций и ассоциаций коучинга в РФ (см. ниже) также разработали свои системы компетенций коучинга.

5. Этика и ценности коучинга

Этика коучинга, как правило, отражается в Этических кодексах, разработанных Федерациями и ассоциациями, а также частными школами обучения коучингу. В России: [Комиссия по этике], [Этика], [Этический кодекс] и другие. За рубежом: [ICF Code of Ethics], [Ethics] и другие.

Как правило, общими положениями этических кодексов являются положения об ответственности профессионала перед клиентами, практикой, профессией, обществом в целом. Зачастую главными этическими принципами являются принцип ответственности, конфиденциальности, компетентности, конфликта интересов, качественного оказания услуг, этического влияния на клиента, профессию и общество и другие. Для профессионального сообщества этические кодексы коучинга оказываются теми рабочими регулирующими документами, благодаря которым возможно разрешать спорные ситуации, обращаться в комитеты по этике, анализировать этическое поведение коучей в России и за рубежом.

Ценности коучинга также зафиксированы в Этических кодексах коучинга: партнерство, профессионализм, равенство, целостность, сотрудничество, уважение, поддержка, честность, компетентность, ответственность, качество, мораль.

6. Амбассадоры коучинга

В англоязычном пространстве вклад в развитие коучинга внесли: Т. Голви, М. Дауни, Т. Леонард, С. Палмер, Э. Грант, М. Аткинсон, Дж. Найт, М. Бэт О'Нил, С. Бэтли, Д. Грин, Д. Клаттербак, Дж. Уитворт, Г. Кимси-Хауз, М. Рейнольдс, Ф. Сандал, Д. Харрис, Дж. Стар, З. Тодорович, Е. Кокс, Д. Дрейк, Дж. Роуэн, К. Кауфман, Т. Ньютон, Б. Гримли, Г. Ли, Х. Уильямс, Н. Эджерстон, С. Джоузеф, П. Блакерт, Э. Шпинелли, А. Силер, Б. Шанен-Моран, Е.-М. Граф, П. Хокинс, Дж. Стоукс, М. Канавах, Р. Ладыженски, Б. Хазен, Дж. Эбботт, Б. Гарви, Э. Бакли, Д. Лейн, С. Канио, Дж. Катценбах, Дж. Лири-Джойс, М. Лейблинг, Р. Пэйлинг, Дж. Салливан, Дж. Рэз и др.

Российская культура коучинга начала формироваться в 2000х гг. благодаря С. Ю. Чумаковой, российскому пионеру коучинга в РФ. Амбассадорами коучинга в России является большое количество членов профессионального сообщества коучей: коучи, менторы, супервизоры, переводчики, волонтеры, организаторы мероприятий, создатели обучающих школ и федераций коучинга. Вклад в развитие научно-популярной литературы по коучингу в России внесли следующие авторы, практики и исследователи коучинга: Антонова Н. В., Башкирова Т., Вагин И. О., Зайцева В. В., Казинцева Л. В., Кроль Л., Манухина Н. М., Мелия М., Огнев А. С., Плигин А. А., Попова Н. Ю., Савкин А. Д., Сизова Н. А., Целютина Т. В., Шекшня С. В. и др. Ассоциация русскоязычных коучей и Федерация профессиональных коучей и наставников выпустили сборники научных трудов по коучингу по итогам научно-практических конференций (см. ниже ссылки на главные сайты).

7. Ассоциации и Федерации коучинга

В России организованы: Федерация профессиональных коучей и наставников ФПКН

[Федерация], Национальная федерация менторов и коучей НФМК [Национальная федерация], Ассоциация русскоязычных коучей АРК [Ассоциация], Межрегиональная ассоциация коучей МАК [Межрегиональная ассоциация] и др. За рубежом, если исходить из обзора [Обзор федераций, 2021], более десяти Федераций и Ассоциаций коучинга. Также интересны такие ресурсы, как платформы для коучей, например [Платформа], клубы коучей, например, GalaLetas Club [Клуб коучей], «Свободное плавание» [Коуч-клуб], Центральный дом коучинга и наставничества [Центральный дом] и др.

8. Органы массовой коммуникации: журналы, сайты, блоги

Журналы коучинга в РФ: «Коучинг в организации» [Журнал], за рубежом: ТОП-15 коучинговых журналов на английском языке [Top 15], а также [Coach Magazine], Coaching: an International Journal of Theory, Research and Practice [Coaching], International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring [International Journal] и др.

Направления дальнейшего исследования. Перспективным направлением дальнейших научных изысканий является сопоставительное диахроническое исследование корпуса данных о коучинге, полученного на сегодняшний день, и обновленного через несколько лет. Вполне вероятно, произойдет расширение компонентов информационного поля, появление большего количества институтов коучинга и включение его в уже существующие. Кроме того, интересным видится сопоставление т.н. «внутреннего» (в профессиональной среде) и «внешнего» (общества в целом) осмысления помогающей технологии / профессии коуч, поскольку на данном этапе информационное поле направлено на сугубо профессиональные группы и отражает информацию, нужную тем, кто целенаправленно интересуется ей. На сегодняшний день фактически без внимания остается формирование информационного поля для непрофессионалов, согласованного с профессиональным (исключение составляют интервью с профессионалами, статьи и некоторые популярные книги).

Заключение. Структура информационного пространства коучинга в России и за рубежом представлена: серией нормативных документов, системой определений и понятий коучинга, научными трудами в различных предметных сферах (педагогика и образование; бизнес и менеджмент; психология и медицина; лингвистика и др.), этически-ценностной системой ориентиров, комплексом социальных институтов коучинга (федерации и ассоциации, платформы и клубы и др.). Информационное пространство коучинга отражено на сайтах, в блогах и журналах, а также представлено амбассадорами, которые активно развивают данное направление, делая его все более профессионально-ориентированным и стандартизированным. В последние годы информационное пространство коучинга отражает тенденцию ко все большей институционализации, переходу из помогающей технологии в профессию, закрепленную в Профессиональном стандарте и квалификациях, в отмежевании профессии от смежных помогающих дисциплин, обращении ряда ученых к предметной сфере коучинга

Список источников

- Ассоциация русскоязычных коучей. Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://coach-rus.org>.
- Горбачева, А. М. Коучинг как метод поддержки клиентов / А. М. Горбачева // Сайт ООО «Всемирная Академия Коучинга». Дата размещения 26.08.2022. Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://wacicf.ru/news/kouching-kak-metod-podderzhki-klientov/>
- Горбачева, А. М. Систематизация элементов коучинг-дискурса: социо- и прагматический подходы / А. М. Горбачева // Коучинг и наставничество: теория и практика: материалы I Всерос. науч.-практич. конф. / редкол.: Л. Е. Адамова [и др.]. Чебоксары: Среда, 2024. С. 104-112.
- Горбачева, А. М., Степанов В. Н. Междисциплинарная природа и поливекторный характер научной рефлексии коучинга. / А. М. Горбачева, В. Н. Степанов // Организационная психолингвистика. 2024. № 2 (26). С. 44-59.
- Журнал «Коучинг в организациях» // Сайт «VK.COM». Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://vk.com/coachinorg>.
- Клуб коучей «GalaLetas». Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://galaletas.club>.
- Комиссия по этике профессионального коуча и наставника ФПКИИ. // Сайт Федерации профессиональных коучей и наставников. Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://procoach.ru/komissiya-po-etike-professionalnogo-koucha-i-nastavnika-fpkin-new/>.
- Коуч-клуб «Свободное Плавание». Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://club-coach.com>.
- Межрегиональная ассоциация коучей и психологов. Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://iac-psychologies.tilda.ws>.
- Национальная федерация коучей и менторов. Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://coachmentor.ru>.
- Обзор федераций, сообществ для коучей // Сайт «Платформы для коучей Coaching Hub». Дата размещения 01.03.2021. Дата обращения 15.09.2024г. URL: <https://coachinghub.ru/wp-content/uploads/2021/03/obzor-federacij-soobshhestv-dlya-kouchej.pdf>.
- Платформа для коучей Coaching Hub. Дата обращения 15.09.2024г. URL: <https://coachinghub.ru>.
- ПРИКАЗ «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по управлению персоналом» // Сайт Совета по профессиональным квалификациям в области управления персоналом. Дата размещения 09.03.2022. Дата обращения 15.09.2024г. URL: http://sovethr.ru/wp-content/uploads/2022/04/Приказ-Минтруда_ПС_УП.pdf
- Профессиональные квалификации. // Сайт Реестра сведений о проведении независимой оценки квалификации. Дата обращения 15.09.2024г. URL: <https://nok-nark.ru/pk/list/>.
- Федерация профессиональных коучей и наставников. Дата обращения 15.09.2024г. URL: <https://procoach.ru>.

Центральный дом коучинга и наставничества. Дата обращения 15.09.2024г. URL: <https://domcoach.ru>.

Этика. // Сайт «Национальной федерации профессиональных коучей и менторов». Дата обращения 15.09.2024г. URL: <https://coachmentor.ru/etika/>.

Этический кодекс // Сайт «Ассоциации русскоязычных коучей». Дата обращения 15.09.2024г. URL: <https://coach-rus.org/eticheskij-kodeks/>.

Coach Magazine Global. Дата обращения 16.09.2024г. URL: <https://thecoachmagazine.com>.

Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice, Volume 17, Issue 2 (2024). 16.09.2024г. URL: <https://www.tandfonline.com/toc/rcoa20/current>.

Competences – EMCC Global // Сайт EMCC. Дата обращения 14.09.2024г. URL: <https://www.emccglobal.org/leadership-development/competences/>

Ethics // «EMCC-Global». Дата обращения 16.09.2024г. URL: <https://www.emccglobal.org/leadership-development/ethics/>.

Grant A. M. Towards the Psychology of Coaching: Thesis. – Sydney, 2001. – p. 338.

ICF Code of Ethics. // International Coaching Federation. Дата обращения 16.09.2024г. URL: <https://coachingfederation.org/ethics/code-of-ethics>.

ICF Core Competencies // International Coaching Federation. Дата обращения 16.09.2024г. URL: <https://coachingfederation.org/credentials-and-standards/core-competencies>.

International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring. Дата обращения 16.09.2024г. URL: <https://radar.brookes.ac.uk/radar/items/b6bb9783-f20a-44f6-9e07-f9bdf4437eb1/1/>.

Top 15 Coaching Magazines in 2024. // «FeedSpot». Дата размещения 09.09.2024. Дата обращения 16.09.2024г. URL: https://magazines.feedspot.com/coaching_magazines/.

References

Assotsiatsiya russkoyazychnykh kouchey [Association of Russian-Speaking Coaches]. Date of the Application 14.09.2024g. URL: <https://coach-rus.org>.

Gorbacheva A. M. *Kouching kak metod podderzhki kliyentov* [Coaching as a Method of Supporting Clients]. Sayt OOO «Vsemirnaya Akademiya Kouchinga». Date of the Publication 26.08.2022. Date of the Application 14.09.2024. URL: <https://wacif.ru/news/kouching-kak-metod-podderzhki-klientov/>

Gorbacheva, A. M. (2024) Sistematizatsiya elementov kouching-diskursa: sotsio- i pragmalingvisticheskiy podkhody. [Systematization of Coaching-Discourse Elements: Socio- and Pragmalinguistic Approaches]. *Kouching i nastavnichestvo: teoriya i praktika: materialy I Vseros. nauch.-praktich. konf. / redkol.: L. E. Adamova [i dr.].* Cheboksary, Sreda»: 104-112.

Gorbacheva, A. M., Stepanov V. N. (2024) Mezhdistsiplinarnaya priroda i polivektornyy kharakter nauchnoy refleksii kouchinga. [Interdisciplinary Nature and Polyvector Character of Scientific Reflection on Coaching]. *Organizatsionnaya psikhologingvistika*, 2 (26): 44-59.

Zhurnal «Kouching v organizatsiyakh» [“Coaching in Organizations” Journal]. *VK.COM*. Date of the Application 14.09.2024. URL: <https://vk.com/coachinorg>.

Klub kouchey «GalaLetas» [“GalaLetas” Coaching Club]. Date of the Application 14.09.2024. URL: <https://galaletas.club>.

Komissiya po etike professional'nogo koucha i nastavnika FPKIN [Ethical Commission for Professional Coaches and Mentors FPKIN]. Federatsii professional'nykh kouchey i nastavnikov. Date of the Application 14.09.2024. URL:

<https://procoach.ru/komissiya-po-etike-professionalnogo-koucha-i-nastavnika-fpkin-new/>.

Kouch-klub «Svobodnoye Plavaniye [“Free Swim Coaching Club”]. Date of the Application 14.09.2024. URL: <https://club-coach.com>.

Mezhregional'naya assotsiatsiya kouchey i psikhologov [Interregional Association of Coaches and Psychologists]. Date of the Application 14.09.2024. URL: <https://iac-psychologies.tilda.ws>.

Natsional'naya federatsiya kouchey i mentorov [National Federation of Mentors and Coaches]. Date of the Application 14.09.2024. URL: <https://coachmentor.ru>.

Obzor federatsiy, soobshchestv dlya kouchey [Review of Federations and Communities for Coaches]. *Platformy dlya kouchey Coaching Hub*. Date of the Publication 01.03.2021. Date of the Application 14.09.2024. URL: <https://coachinghub.ru/wp-content/uploads/2021/03/obzor-federatsiy-soobshchestv-dlya-kouchey.pdf>.

Platforma dlya kouchey Coaching Hub [Coaching Platform “Coaching Hub”]. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://coachinghub.ru>.

PRIKAZ «Ob utverzhdenii professional'nogo standarta «Spetsialist po upravleniyu personalom» [The Order of the Ministry of Labor]. *Soyt Soveta po professional'nykh kvalifikatsiyam v oblasti upravleniya personalom*. Data razmeshcheniya 09.03.2022. Date of the Application 15.09.2024. URL: http://sovethr.ru/wp-content/uploads/2022/04/Приказ-Минтруда_ПС_УП.pdf

Professional'nyye kvalifikatsii. [Professional Qualifications]. *Soyt Reyestra svedeniy o provedenii nezavisimoy otsenki kvalifikatsii*. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://nok-nark.ru/pk/list/>.

Federatsiya professional'nykh kouchey i nastavnikov [Federation of Professional Coaches and Mentors]. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://procoach.ru>.

Tsentrall'nyy dom kouchinga i nastavnichestva [Central House of Coaching and Mentoring]. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://domcoach.ru>.

Etika. [Ethical Standards]. *Soyt Natsional'noy federatsii professional'nykh kouchey i mentorov*. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://coachmentor.ru/etika/>.

Eticheskii kodeks. [Ethical Code]. *Soyt Assotsiatsii russkoyazychnykh kouchey*. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://coach-rus.org/eticheskij-kodeks/>.

Coach Magazine Global. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://thecoachmagazine.com>.

Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice, Volume 17, Issue 2 (2024). Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://www.tandfonline.com/toc/rcoa20/current>.

Competences – EMCC Global. *EMCC*. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://www.emccglobal.org/leadership-development/competences/>

Ethics. *EMCC-Global*. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://www.emccglobal.org/leadership-development/ethics/>.

Grant A. M. (2001) Towards the Psychology of Coaching: Thesis. Sydney:338.

ICF Code of Ethics. *International Coaching Federation*. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://coachingfederation.org/ethics/code-of-ethics>.

ICF Core Competencies *International Coaching Federation*. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://coachingfederation.org/credentials-and-standards/core-competencies>.

International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring. Date of the Application 15.09.2024. URL: <https://radar.brookes.ac.uk/radar/items/b6bb9783-f20a-44f6-9e07-f9bdf4437eb1/1/>.

Top 15 Coaching Magazines in 2024. *FeedSpot*. Date of the Publication 09.09.2024. Date of the Application 15.09.2024. URL: https://magazines.feedspot.com/coaching_magazines/.

© Горбачева А.М., Степанов В.Н., 2024

Информация об авторах:

Александра Михайловна Горбачева – руководитель ООО «Всемирная Академия коучинга», 121099, ул. Новый Арбат, д. 25, ком. 9, г. Москва, Россия, коуч РСС ICF. Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, ул. Республиканская, 108, Ярославль, 150000, Россия, соискатель. Сфера научных интересов: генристика, диалогическая лингвистика, психолингвистика, прагматическая лингвистика, дискурсология, риторика, коучинг.

Степанов Валентин Николаевич – доктор филологических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, проректор по управлению знаниями, вице-президент, заведующий кафедрой массовой коммуникации, Международная академия бизнеса и новых технологий МУБиНТ), 150003, ул. Советская, 80, Ярославль, Россия. Автор более 300 публикаций. Сфера научных интересов: PR, лингвистика, филология, культурология.

Вклад авторов: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 15.08.2024; принята после рецензирования 02.09.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the author:

Aleksandra M. Gorbacheva – Head of LTD «Vsemirnaya Akademiya kouchinga», 121099, Novyy Arbat, d. 25, kom. 9, Moskva, Russia, coach PCC ICF. Aspirant, Yaroslavl State Pedagogical University named by K. D. Ushinskiy», 15000, Respublikanskaya str, 108/1, Yaroslavl, Russia. Research interests: genre studies, dialogical linguistics, psycholinguistics, pragmalinguistics, discourse studies, pethorics, coaching.

Valentin N. Stepanov – Doctor of Philological Sciences, Professor, Vice-Rector, Vice-President, Head of Department of Mass Communications, Yaroslavl International University of Business and New Technologies (MUBiNT), Sovetskaya street, 80, Yaroslavl, 150003, Russia. Research interests: PR, linguistics, philology, studies of culture.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 15.08.2024; adopted after review 02.09.2024; published online 07.10.2024.

ФИЛОСОФИЯ
PHILOSOPHY

Научная статья
УДК 101.123

**ТВОРЧЕСТВО КАК НАЦИОНАЛЬНАЯ СТИХИЯ:
ПРОБЛЕМА НАЦИОНАЛЬНОГО САМОСОЗНАНИЯ**

Ольга Дмитриевна Маслобоева

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

AuthorID: 108315, ORCID: 0000-0001-7547-3900, masloboeva.o@inbox.ru

Аннотация. В статье представлен обзор десятилетнего опыта исследования национальной стихии творческого процесса и состоявшейся с 27 июня по 1 июля на базе кафедры общественных наук Гуманитарного факультета Санкт-Петербургского государственного экономического университета X Международной научной конференции «Творчество как национальная стихия: проблема добра и зла». Раскрывается история становления и осуществления данного научного проекта. Акцентируются своеобразные итоги десятилетнего пути, что нашло отражение в тематической направленности работы юбилейной конференции и содержании заслушанных докладов. В обзоре обосновывается, что реализация мировоззренческой функции философии способствует развитию самосознания любой национальной культуры и, тем самым, обеспечивает ее субъектность. Значимость проблемы субъектности разных стран существенно усугубляется в современной исторической ситуации. Участники конференции, анализирующие феномен творчества и его национальные особенности в различных аспектах, выражали свое понимание того, как стихия национального творчества определяет ход истории. В межкультурном диалоге, особенно на юбилейной конференции, высвечивалось осознание, что посредством творческой активности, реализуемой в координатах добра и зла в отдельно взятых странах, мы все творим общую историю.

Ключевые слова: международная научная конференция, творчество, национальная стихия, добро и зло, межкультурный диалог, самосознание, субъектность, история человечества.

Original article

**CREATIVITY AS A NATIONAL ELEMENT:
THE PROBLEM OF NATIONAL IDENTITY**

Olga Dm. Masloboeva

Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia

AuthorID: 108315, ORCID: 0000-0001-7547-3900, masloboeva.o@inbox.ru

Abstract. The article presents an overview of ten years of experience in the study of the national element of the creative process and of the X International Scientific Conference "Creativity as a national element: the problem of good and Evil", held from June 27 to July 1 at the Department of Social Sciences of the Faculty of Humanities of St. Petersburg State University of Economics. The history of the formation and implementation of this scientific project is revealed. The peculiar results of the ten-year journey are emphasized, which is reflected in the thematic focus of the anniversary conference and the content of the reports heard. The review substantiates that the realization of the philosophical function of philosophy contributes to the development of self-awareness of any national culture and, thereby, ensures its subjectivity. The importance of the problem of subjectivity of different countries is significantly aggravated in the modern historical situation. The participants of the conference, analyzing the phenomenon of creativity and its national characteristics in various aspects, expressed their understanding of how the element of national creativity determines the course of history. The intercultural dialogue, especially at the anniversary conference, highlighted the realization that through creative activity, realized in the coordinates of good and evil in individual countries, we all create a common history.

Keywords: international scientific conference, creativity, national element, good and evil, intercultural dialogue, self-awareness, subjectivity, history of mankind.

Философия как элемент культуры возникает в ответ на мировоззренческую потребность в смысле жизни. Вопреки знаменитой «пирамиды» А. Маслоу можно утверждать, что именно данная

потребность является базовой для человека, поскольку удовлетворение физиологических потребностей для вида *Homo Sapiens* дает энергию жизни, если в ней, как минимум, *ощущается* наличие некоего смысла. Философия же призвана этот смысл рефлексировать, делать его осознанным. Для человека как социального субъекта ниже его достоинства участвовать в том, в чем он не видит никакого смысла, причем лично для себя, даже если это мать Тереза. Целенаправленность удовлетворения мировоззренческой потребности посредством философской рефлексии заключается в выработке и перманентном развитии самосознания социального субъекта как стержня его мировоззрения. Не случайно общепризнанной концепцией смысла человеческой истории стала теория «осевого времени» К. Ясперса. Отталкиваясь от поразившего его факта, что практически одновременно и не зависимо друг от друга в трех центрах человеческой культуры: в Древней Индии, в Древнем Китае и в Древней Греции, - «впервые появились философы» [Ясперс, 1994: 34], Ясперс обосновывает, что именно «тогда произошел самый резкий поворот в истории. Появился человек такого типа, какой сохранился и по сей день. Это время мы будем вкратце называть осевым временем. ... Новое, возникшее в эту эпоху в трех упомянутых культурах сводится к тому, что человек осознает бытие в целом, самого себя и свои границы... Осознавая свои границы, он ставит перед собой высшие цели, познает абсолютность в глубинах самосознания и в ясности трансцендентного мира. Все это происходит посредством рефлексии. Сознание осознавало сознание, мышление делало своим объектом мышление. ... В эту эпоху были разработаны основные категории, которыми мы мыслим по сей день» [Ясперс, 1994: 32-33].

Ядро самосознания, рефлекслируемое философией, формирует аксиология, давая ответ на вопрос: во имя чего, во имя каких ценностей и идеалов я готов прожить эту жизнь, несмотря на все ее сложности и беды? Ответ на этот вопрос, осознанный или на уровне бессознательного, продуцирует самую мощную глубинную энергию активности социального субъекта, которая так или иначе приобретает творческий характер, поскольку человек в отличие от братьев наших меньших не может только адаптироваться к окружающей среде, он адаптирует ее под свои потребности, тем самым качественно изменяя. Однако обладание свободой воли обуславливает амбивалентность творческой активности социального субъекта. Когда человек злоупотребляет атрибутом свободы, впадая в произвол, он демонстрирует зло-творчество, разрушающее, прежде всего, его самого. Коренная причина такого печального хода событий в незрелости и, соответственно, в неадекватности самосознания социального субъекта, в его неспособности дать отрефлексированный ответ на вопрос: а во имя чего я все это творю?

Исходя из сформулированной таким образом концептуальной платформы было инициировано проведение первой конференции по проблемам творчества в любой национальной культуре. При этом своеобразной точкой бифуркации, под импрессионизмом которой в июне 2015 года состоялась данная конференция, стали роковые события на украинском Майдане 2014 г., что нашло отражение в самом названии конференции: «Творчество как национальная стихия: опыт России и Украины». Конференция проводилась на базе кафедры философии СПбГЭУ. В диалоге с украинскими коллегами мы исследовали сам феномен творчества в основных философских его измерениях: онтологическом, историко-философском, культурологическом, эстетическом, нравственно-этическом и философско-историческом. Были затронуты вопросы исследования творчества во время войны, в контексте современных глобализационных процессов, различия архетипов Украины и России, тайны субъективного фактора исторического творчества [Аляев (ред.), 2015]. Сопредседатель оргкомитета этой первой конференции – д. филос. н., профессор Полтавского национального технического университета Г.Е. Аляев написал обзор прошедшей конференции, который был опубликован в журнале «Вопросы философии» [Аляев, 2016]. Общение во время конференции явно продемонстрировало потребность в подобном дискурсе.

Год спустя состоялась вторая конференция «Творчество как национальная стихия. Смысл творчества: инновации и DASEIN» [Аляев (ред.), 2016], давшая импульс традиции регулярных интеллектуальных встреч по проблемам национальной стихии творчества. При этом конференция переросла рамки российско-украинского диалога, приобретая все более масштабно международный характер. На каждый следующий год по предложению участников конференции уточнялся конкретный аспект проблематики национальной стихии творчества, которым, однако, большинство докладчиков не ограничивались. В 2017 г. была проведена конференция «Национальная стихия творчества: время и трансгрессия» [Аляев (ред.), 2017], в 2018 г. – «Творчество как национальная стихия: медиа и социальная активность» [Аляев (ред.), 2018], в 2019 г. – «Творчество как национальная стихия: общее и особенное в современном социокультурном пространстве» [Аляев (ред.), 2019], в 2020 г. – «Творчество как национальная стихия: роль индивидуальности в творческом контексте XXI века» [Аляев (ред.), 2021], в 2021 г. – «Творчество как национальная стихия: диалог культур в современном поликультурном мире» [Аляев (ред.), 2022]. Начиная с 2022 г. в связи с конкретно-

историческим обострением потребности в зрелом аксиологическом ядре национального самосознания, тематика конференции сосредоточена на проблеме добра и зла в контексте творческой активности социального субъекта [Маслобоева (ред.), 2023; Глаголев (ред.), 2024]. На протяжении этого периода в ведущих журналах в области философии неоднократно публиковались обзоры наших конференций [Маслобоева, Пигров и др., 2018; Вдовиченко, Маслобоева и др., 2018; Ищенко, Маслобоева, 2019; Глаголев, Маслобоева и др., 2020; Бирич, Маслобоева и др., 2020].

Проводимая ежегодно работа на самих конференциях, в процессе их подготовки и публикации материалов проведенных форумов – все это позволило продуктивно анализировать многочисленные аспекты творческой стихии в современном мире. Основные из них: амбивалентность творчества в современном мире; насколько допустим концепт «зло-творчество»; роль национального самосознания в контексте стихии национального творчества; зависит ли нравственно-этическая характеристика творческого процесса от уровня его массовости; причины порождения нацизма в контексте национальной стихии историко-творческого процесса и обретения им статуса государственной политики; возможные способы борьбы с нацизмом; диалогический потенциал национальных культур в творческом его выявлении: искусство, мораль, религия, политика и право, наука и сфера образования; суверенное творчество национальных культур, государств, цивилизаций: возможно ли оно в условиях глобального мира; диалог поколений как условие творческого развития культурно-национальных традиций.

Десятая, юбилейная, конференция, состоявшаяся с 27 июня по 1 июля этого года и проведенная на базе кафедры общественных наук Гуманитарного факультета Санкт-Петербургского государственного, с помощью ректората приобрела особенно масштабный международный характер, объединив специалистов из 13 стран: Австрии, Венгрии, Германии, Индии, Ирана, Китая, Кубы, Кыргызстана, Молдовы, Монголии, Сербии, Чехии, а также из 13 университетских центров России. Из Москвы были представители 10 университетов и Института Философии РАН. Важно также, что в междисциплинарном дискурсе на конференции участвовали, наряду с исследователями, имеющими ученые степени, аспиранты, магистранты, бакалавры. Как представляется, обсуждение проблем творческой активности в контексте динамики национального самосознания с соучастием молодежи принципиально важно для здорового развития общества и благодатной перспективы его будущего. Юбилейная конференция была посвящена 300-летию Иммануила Канта (1724 - 1804); 225-летию Александра Сергеевича Пушкина (1799 — 1837); 150-летию Николая Александровича Бердяева (1874 — 1948); 135-летию Мартина Хайдеггера (1889 — 1976). И это не поминальник, а повод актуализировать потенциал философско-интеллектуальной мудрости этих выдающихся классиков мировой и отечественной культуры. Кантовский переворот прогностически рефлексивно проложил теоретико-методологический фундамент трансформации традиционной культуры в индустриальную, которая детерминирует принципиальное возрастание мощности человеческой деятельности в его взаимодействии с окружающим миром. Основоположник немецкой классической философии в трех «Критиках» разработал концепцию, раскрывающую закономерные причинно-следственные связи теоретико-познавательной, нравственно-этической и художественно-эстетической активности индивидуального сознания как на личностном, так и национальном уровнях. В своей завершающей философской работе «Антропология с прагматической точки зрения» Кант зачинает современную философскую антропологию, которая в отличие от конкретно научной, отвечающей на вопрос: что «делает из человека *природа*», призвана просвещать человека относительно того, «что *он*, как свободно действующее существо, делает или может и должен делать из себя сам» [Кант, 1966: 351]. В этой же работе Кант обрисовал сравнение характеров европейских народов, отметив, что русский характер еще не сформировался [Кант, 1966: 562-572], что коррелируется с идеей исторической молодости русской культуры, обосновываемой отечественными и некоторыми западными мыслителями. Творчество А.С. Пушкина и М. Хайдеггера, при всем различии хронотопа их жизнедеятельности, объединяет осознание онтологической значимости роли языка в жизни человека. Но если Хайдеггер разработал концепцию, в соответствии с которой «язык есть дом бытия. В жилище языка обитает человек» [Хайдеггер, 1993: 192]. Пушкин же выступил творцом «дома бытия» зрелой русской культуры, начиная с ее «золотого века», т.е. творцом современного литературного русского языка. А.Н. Бердяев является одним из наиболее глубоких авторов в рефлексии «смысла творчества» [Бердяев, 1989 -1] на основе раскрытия «философии свободы» [Бердяев, 1989 -2]. Потенциал духовно-интеллектуального наследия этих юбиляров – выдержавшая проверку временем мудрость рефлексии социального опыта, столь значимого для созидательной творческой активности человека. Многие из докладчиков конференции в постановке актуальных проблем обращались к идеям этих корифеев.

Программа конференции состояла из шести панельных дискуссий: первая - «Диалог культур в творческом контексте»; вторая – «Аксиология творческого процесса»; третья и четвертая –

«Феномен творчества в философской рефлексии: классика и современность»; пятая и шестая – «Эстетические и этические аспекты творческого процесса».

В рамках первой панельной дискуссии обсуждались доклады представителей иранской, индийской, немецкой, монгольской, китайской и отечественной культуры, в которых так или иначе анализировалась степень развитости национального самосознания, включая компаративистский подход. Аббас Бахшандех Бали – доцент кафедры философии и исламского богословия Университета Мазандарана познакомил аудиторию с учением философской школы Муллы Садры, в котором содержится глубокое понимание феномена смерти как начала творчества, чуждого злу. Субрата Митра, почетный профессор кафедры политологии Института Южной Азии Гейдельбергского университета в своем докладе «Индия: в поисках нации за пределами добра и зла» раскрыл систему религиозных и политических противоречий, которые приходится разрешать современному индийскому обществу на пути к внутреннему единству в процессе самоидентификации.

Хауке Ритц, доктор философии, содиректор Лаборатории европейской демократии, член-учредитель Евразийского общества (Германия) в своем докладе «Траектория развития европейской культуры в связи с проблемой добра и зла», опираясь на западно-европейскую философскую мысль XX века, обосновал то, что постмодернизм окончательно похоронил буржуазную Европу, выросшую на христианских ценностях. Проводя параллель с немецким фашизмом, Хауке Ритц (соавтором книги [Геро, 2024], в которой обосновано, что **Европа «потеряла себя»** [Геро, 2024: 117] **и ей необходима «новая форма европейской государственности», которую «следует осмыслить заново, чтобы у Европы был какой-то другой шанс, кроме превращения в американизированный обрубок»** [Геро, 2024: 118]) рассматривает постмодернизм как разновидность политической религии, которая насаждает ценности языческой культуры, способствуя тем самым регрессу ценностных ориентиров общества.

Если проблема современных западноевропейских стран в утрате субъектности и по этой причине нарастает угроза деградации национального самосознания, то для отдельных стран глобального юга проблема заключается в незрелости самосознания, что нашло отражение в докладе доктора философии LMU (Мюнхен, Германия), доктора технических наук NU (Дрезден, Германия) Санжаадоржа Молор-Эрдэнэ, который является основателем Философской академии Молор-Эрдэнэ в Улан-Баторе, Монголия. В своем докладе «Посткоммунистическая Монголия и монгольский худуунизм» Санжаадорж Молор-Эрдэнэ проанализировал непростые зигзаги истории своей страны, которая из кочевой первобытности шагнула в социализм, который стал **«золотой эрой Монголии»**, а затем в результате распада Советского Союза пережила «травму» дикой вестернизацией. Все эти зигзаги были результатом внешнего влияния. С. Молор-Эрдэне констатирует, что в прошлом у Монголии не было нации и философии и что она только теперь она начинает осваивать философию.

В докладах Дай Чуан - кандидата культурологии, старшего преподавателя Хуацяоского университета «Творчество в развитии современной китайской эстетики: Восток и Запад» и Чэнь Ли - магистра Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета им. С. М. Кирова «Творческий потенциал Лу Сюня в интеллектуальном развитии китайского общества» была рассмотрена специфика китайской ментальности с использованием сравнения с западной. Специфику нашего отечественного менталитета в сравнении с западным проанализировал Большаков В. И., д. филос. н., профессор РГУ нефти и газа (НИУ) им. И. М. Губкина в докладе «Время и свобода творчества в парадигме западной и русской философской мысли».

Вторую панельную дискуссию, посвященную аксиологии творческого процесса, открыл Вольфганг Васичек, эссеист, поэт, руководитель Ассоциации культурных мероприятий и международного диалога «Consideratio» из Австрии, который в своем выступлении на тему «Эстезис непостижимого либо на пути к прекрасному и возвышенному» заострил проблему альтернативности аксиологического измерения творческого процесса. Раскрытию атрибутивно извечной тяги человека к совершенству как истоку его творческой активности посвятила свой доклад «Становление творческого сознания человека и присвоения духовных ценностей культуры» д. филос. н., проф. Московского городского педагогического университета Бирич И.А. Анализ «потенциала злотворимости» применительно к мировоззренческим установкам, доминирующим в миропонимании тех или иных культур, был представлен в докладе «Гений vs злодейство или все же совместимость?» д. филос. н., ведущего научного сотрудника сектора философских проблем творчества Института философии Российской академии наук Бесковой И.А. Целостность и внутреннее единство ценностям и идеалам, мотивирующим активность человека, придает смысловой контекст. В докладе «Творчество и судьба России» к. филос. н., доцента кафедры общественных наук СПбГЭУ Ермилова К.А. был рассмотрен вопрос о соотношении творчества и смысловой заданности исторического бытия России в контексте философского наследия Н. А. Бердяева, В. В. Розанова, В. Ф. Эрнэ.

Особый интерес представляют проблемы ценностей и идеалов в процессах творчества в сфе-

ре экономики. Актуальные аспекты данной проблематики были проанализированы в следующих докладах: д. э. н., профессора кафедры управления социально-экономическими системами Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики Литая Е. Я. «Этико-эстетические аспекты предпринимательского творчества»; д. э. н., профессора, зав. кафедрой ОЭТ и ИЭМ СПбГЭУ Миропольского Д. Ю. «Производство и потребление как отчуждённое творчество»; аспиранта Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики Оськина О. Д. «Проблема оценки творчества в современных инновационных проектах».

Аксиологическое измерение творческого процесса было рассмотрено также с таких разнообразных точек зрения, как: формирование творческого потенциала в процессе обучения – в докладе мл. н. с. СПб научно-исследовательского института лесного хозяйства Сорока А. О. «Изучение естественно-научных дисциплин как одна из основ формирования духовно-нравственного облика человека»; развитие музейного дела – в докладе к. ф. н., доцента Московского Политехнического университета Якушкиной Н. В. «Музейная пушкиниана: Захарово-Москва-Петербург-Михайловское»; объективация метафизических ценностей в архитектуре – в докладе студентов Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета им. С. М. Кирова Лихолетова А. Д. и Ностаева Ц. О. «Аксиологические ценности католичества и православия на примере деревянных церквей»; постижение взаимосвязи посюстороннего и потустороннего миров – в докладе к. м. н., свободного исследователя из Москвы Заболоцкой И. К. «Жизнь, смерть и гениальность».

Особый интерес вызвал доклад кубинского философа, профессора, директора института ISIS в Айхштетте и Международной школы межкультурной философии, Рауля Форнет-Бетанкур, который открыл малознакомый нам изнутри мир жизнотворчества латиноамериканских стран, находящихся под непосредственным прессингом гегемонистской западной цивилизации. Содержание данного доклада отражено в статье, публикуемой в данном номере нашего журнала.

Третья и четвертая панельные дискуссии были посвящены рассмотрению феномена творчества в философской рефлексии, как классической, так и современной. Этот раздел работы конференции является фундаментальным, поскольку продуктивное творчество невозможно без усвоения проверенного временем идейного опыта. Открыла эту страницу конференции Богдана Кольевич Гриффит, профессор, ст. н. с. Института политических исследований в Белграде, Президент парламентского комитета по образованию и науке Сербии, которая в своем докладе «Радикальное зло в XXI веке: переосмысление наследия Х. Арендт и И. Канта» актуализировала концепцию основоположника немецкой классической философии в условиях попыток неолиберального Запада деконструировать любую инаковость в национальной стихии творчества. Значимость учения И. Канта – юбилера этого года – была исследована в ряде докладов: к. филос. н., независимого исследователя из Чехии, Бройера Генриха «"Коперниканский переворот" Иммануила Канта: вещь в себе(ноумен) как основание человеческого творчества и свободы»; кандидата культурологии, профессора Московского государственного института культуры Докучаева А. В. «От "вечного мира" И. Канта к "Истреблению сущего" М. Хайдеггера: осмысления современных конфликтов»; к. филос. н., научного сотрудника Российского технологического университета МИРЭА Морозова М. Ю. «К теоретико-методическим основаниям разумности творческого процесса: от И. Канта до Э. Ильенкова».

Творческому наследию другого юбилера этого года – А. С. Пушкина – посвятили свои доклады д. филос. н., профессор Московского городского педагогического университета Мапельман В. М. «Язык и творчество: А. С. Пушкин и М. Хайдеггер» и ассистент кафедры общественных наук СПбГЭУ Черных А. А. «"Борис Годунов" А.С. Пушкина как отражение трагизма истории».

Традиционно, как и на всех предыдущих конференциях, в докладах уделялось существенное внимание идеям Н. А. Бердяева как, пожалуй, наиболее глубокого исследователя феноменов творчества и свободы, выступающей атрибутивной характеристикой творческой активности социального субъекта. В этот раз актуализация наследия Н. А. Бердяева была реализована в следующих докладах: к. филос. н., преп. Тараклийского государственного университета им. Григория Цамблака Республики Молдова Батыр Т. Б. «О Богооставленности, Богооправдании и экзистенциальной диалектике божественного и человеческого в философии Н. А. Бердяева»; к. филос. н., доцента кафедры истории и философии Московского государственного института культуры Валова А. В. «Понятия "Богочеловечное" и "бесчеловечное" Н. А. Бердяева в контексте современности»; ст. преп. кафедры экономики, управления и права Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева (г. Чебоксары) Антюшева И. И. «Философия творчества Н. А. Бердяева и современное общество: проблемы совместимости»; к. филос. н., доцента кафедры общественных наук СПбГЭУ Панфиловой М. И. «Символика дня и ночи в творчестве Н. А. Бердяева»; д. филос. н. профессор кафедры общей философии Казанского федерального университета Сайкиной Г. К. «Концептуализация призвания философской антропологии и творческой метафизической сущности человека в учениях И. Канта, М. Шелера, М. Хайдеггера и Н. А. Бердяева»; д. филос. н., доцента ка-

федры теоретической и социальной философии философского факультета Саратовского национального исследовательского государственного Университета им. Н.Г. Чернышевского - Дуплинской Ю. М. «Парадоксальность творческого дара: феномен “расплаты за гениальность”»; юриста частной практики из Москвы Кучина А. В. «Насколько допустим концепт “зло-творчество”».

Также по сложившейся традиции на конференции были представлены доклады, в которых анализировалось наследие отечественного органицизма и космизма – направление, эволюция которого способствовала осознанию проективной формы творческого процесса: д. филос. н., профессора Балтийского федерального университета им. И. Канта - Корнилова С. В. «Понятие творчества в системе идеал-реализма Н. О. Лосского»; д. филос. н., профессора кафедры философии и теологии Белгородского государственного национального исследовательского университета Мотовниковой Е. Н. «Вопрос о природе зла в контексте творческого гения: размышления Н. Н. Страхова»; д. филос. н., профессора Санкт-Петербургского политехнического университета им. Петра Великого - Серковой В. А. «Проблема зла в философии В. Соловьева, П. Флоренского, И. Ильина»; к. филос. н., доцента кафедры общественных наук СПбГЭУ Маслбоевой О. Д. «Межкультурный диалог в контексте органически космического мировоззрения и перспективы будущего человеческой цивилизации»; д. филос. н., профессора Московского физико-технического института (НИУ) Куракиной О. Д. «Первоосновы национального творчества в борьбе за экзистенцию державного самосознания»; к. филос. н., заведующего отделом Государственного музея истории космонавтики им. К. Э. Циолковского в Калуге - Алексеевой В. И. «К типологии творчества в философском течении русского космизма». Творческий потенциал идей философии космизма позволяет им проникать в различные национальные контексты культуры. Ст. преподаватель кафедры романо-германской филологии и перевода СПбГЭУ Подоляк-Рунова Е. О. проанализировала подобный аспект в своем докладе «Об экспрессии как космическом феномене по материалам статей Х. Ортеги-и-Гассета».

Пятая и шестая панельная дискуссия, посвященная эстетическим и этическим аспектам творческого процесса, позволила обсудить в нравственном ключе проблемы творческой активности, прежде всего, в области искусства, а также в иных сферах жизнедеятельности. Особенности авторского подчёрка в сфере высокого и прикладного искусства оказались в центре внимания в следующих докладах: к. филос. н., доцента Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета им. С. М. Кирова - Тукаевой Р. А. «Творческий путь великого скульптора Микеланджело Буонарроти»; к. филос. н., доцента Уфимского государственного нефтяного технического университета Виноградовой Н. В. «Язык С.М. Эйзенштейна: диалектика и символизм»; д. филос. н., профессора кафедры философии, культурологии и социологии Оренбургского государственного университета Коломиец Г. Г. «Творческая идея в саморефлексии гения русской культуры Георгия Свиридова»; к. философ. н., доцента кафедры культурологии, музеологии и искусствоведения Самарского государственного института культуры Петинной М. А. «Музыка и время в диалоге культур»; к. физ.-мат. н., доцента Государственного университета аэрокосмического приборостроения Шифрина Б. Ф. «Модусы проективного сознания (к вопросу о кинематографе воображения)»; научного сотрудника Института истории им. Ш. Марджани АН Республики Татарстан Гатины-Шафиковой Д. Ф. «Диалог поколений на примере частных инициатив: опыт создания реплик женского костюма казанских татар»; студента факультета художественного и музыкального образования, Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева - Иванова Р. О. «Феномен амбивалентности в контексте современного визуального искусства»; студента СПбГЭУ Павлова К. О. «Амбивалентность как феномен художественного эксперимента в творчестве музыкальной группы “4 позиции Бруно”».

Не меньшее внимание было уделено конкретным вопросам в широком поле творческой активности, связанной с научно-технологическим развитием общества, в следующих докладах: д. философ. н., к. технич. н., ст. н. с., профессора Академии гражданской защиты МЧС России им. генерал-лейтенанта Д. И. Михайлика - Твердынина Н. М. «От амбивалентности творчества в современном мире к поливалентной одновременности различных творческих процессов»; д. филос. н., профессора РГУ им. А.Н. Косыгина - Мещериной Е. Г. «Этические проблемы российского образования в трудах Н. И. Пирогова»; к. филос. н., доцента кафедры теории культуры этики и эстетики Южного федерального университета Ростова-на-Дону Мурадян О. А. «Значимость “человеческого” творчества в эпоху искусственного интеллекта: этический аспект»; к. филос. н., доцента Мытищинского филиала Московского государственного университета им. Н. Э. Баумана - Фалько В. И. и аспиранта Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова - Фалько Е. А. «Диалог и творчество в журналистике и медиасфере: история и современность»; д. биол. н., доктора теологии, директора Фонда «Конкордия» Савича И. М. «К некоторым аспектам гармонии окружающего мира»; аспиранта СПбЛТУ им. С. М. Кирова - Пичугина Ю. П. «Философские аспекты концепции устойчивого развития»; аспиранта СПбЛТУ им. С. М. Кирова - Налетова П. А. «Некоторые творческие аспекты фун-

даментального изучения ели европейской и ели сибирской»; аспиранта СПбЛТУ им. С. М. Кирова - Новикова Я. А. «Аксиологический подход к оценке влияния воздействия человеческой деятельности на популяцию тетерева»; ведущего программиста ООО «БФТ-Эксперт» - Феофанова С. В. «Фактор отклонения от линии "добро-зло" в социально-философской фантастике».

Насыщенность программы юбилейной конференции призвана внести весомый вклад в осмысление национальной стихии творчества и способствовать развитию самосознания социального субъекта. Онтологическая природа естественного языка и концепция информационного поля Вселенной приносят уверенность, что проводимые нами конференции – это не простое сотрясение воздуха, а наш способ благотворного влияния на это информационное поле. Богатство идей, представленных в докладах, находит отражение в готовящемся к печати сборнике научных статей по итогам юбилейной конференции. Перевод докладов зарубежных участников публикуется в электронной печати в журнале «Язык. Коммуникация. Общество», начиная с данного номера. Они представляют особый интерес как панорама современного состояния национального самосознания, детерминирующего уровень плодотворности национальной стихии творчества.

Список источников

- Аляев, Г. Е. Петербургская конференция о творчестве: взгляд из Полтавы / Г. Е. Аляев // Вопросы философии. 2016. № 3. С. 207-211.
- Бердяев, Н. А. Смысл творчества / Н. А. Бердяев // Бердяев Н.А. Философия свободы. Смысл творчества. М., 1989. С. 251 – 580.
- Бердяев, Н.А. Философия свободы / Н. А. Бердяев // Бердяев Н.А. Философия свободы. Смысл творчества. М., 1989. С. 9 – 250.
- Бирич, И. А., Маслбобоева, О. Д., Тукаева, Р. А. Творчество как национальная стихия: общее и особенное в современном социокультурном пространстве. V международная научная конференция / И. А. Бирич, О. Д. Маслбобоева, Р. А. Тукаева // Философские науки. 2020. Т. 63. № 6. С. 146-159.
- Вдовиченко, А. В., Маслбобоева, О. Д., Маслова, А. В., Твердынин, Н. М. Национальная стихия творчества: время и трансгрессия / А. В. Вдовиченко, О. Д. Маслбобоева, А. В. Маслова, Н. М. Твердынин // Философские науки. 2018. № 3. С. 133-145.
- Геро, У., Ритц, Х. Эндшпиль Европа. Почему потерпел неудачу политический проект Европа и как начать снова о нем мечтать / У. Геро, Х. Ритц/ Пер. с немецкого О.В. Никифорова при участии В. Фоменко. Ер.: Fortis Press; М.: Гнозис, 2024. 160 с.
- Глаголев, В. С., Маслбобоева, О. Д., Панфилова, М. И., Пигров, К. С. Радости сизифа: героический энтузиазм в стихии медиа (обзор международной научной конференции) / В. С. Глаголев, О. Д. Маслбобоева, М. И. Панфилова, Пигров К. С. // Вопросы философии. 2020. № 1. С. 201-205.
- Ищенко, Е. Н., Маслбобоева, О. Д. Творчество как национальная стихия: медиа и социальная активность: IV международная научная конференция. Санкт-Петербург, 2-4 июля 2018 г. / Е. Н.Ищенко, О. Д. Маслбобоева // Философские науки. 2019. Т. 62. № 4. С. 148 -159.
- Кант, И. Антропология с прагматической точки зрения / И. Кант // Кант И. Соч. в 6 тт. Т. 6. М., 1966. С. 349 – 588.
- Маслбобоева, О. Д., Пигров, К. С., Силантьева, М. В., Трофимова, Е. А. Национальная стихия творчества: время и трансгрессия (обзор международной научной конференции) / О. Д. Маслбобоева, К. С. Пигров, М. В. Силантьева, Е. А. Трофимова // Вопросы философии. 2018. № 3. С. 211-215.
- Национальная стихия творчества: время и трансгрессия: сборник статей / под ред. Г. Е. Аляева, О. Д. Маслбобоевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. 410 с.
- Творчество как национальная стихия: опыт России и Украины: сборник статей / под ред. Г. Е. Аляева, О. Д.

- Маслбобоевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 240 с.
- Творчество как национальная стихия. Смысл творчества: инновации и DASEIN: сборник статей / под ред. Г. Е. Аляева, О. Д. Маслбобоевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 336 с.
- Творчество как национальная стихия: медиа и социальная активность: сборник статей / под ред. Г. Е. Аляева, О. Д. Маслбобоевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. 446 с.
- Творчество как национальная стихия: общее и особенное в современном социокультурном пространстве: сборник статей / под ред. Г. Е. Аляева, О. Д. Маслбобоевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. 342 с.
- Творчество как национальная стихия: роль индивидуальности а творческом контексте XXI века: сборник статей / под ред. Г. Е. Аляева, О. Д. Маслбобоевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2021. 291 с.
- Творчество как национальная стихия: диалог культур в современном поликультурном мире: сборник статей / под ред. Г. Е. Аляева, О. Д. Маслбобоевой. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2022. 142 с.
- Творчество как национальная стихия: проблема добра и зла: сборник статей / под ред. О. Д. Маслбобоевой, И.А. Сафронова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. 154 с.
- Творчество как национальная стихия: проблема добра и зла: сборник статей / под ред. В. С. Глаголева, О. Д. Маслбобоевой, А. А. Черных. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2024. 185 с.
- Ясперс, К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс. М.: Республика, 1994. 527 с.

References

- Alyayev, G. E. (2016) Peterburgskaya konferentsiya o tvorchestve: vzglyad iz Poltav [St. Petersburg Conference on Creativity: a view from Poltava]. *Voprosy filosofii* [Questions of philosophy], 3: 207-211. (In Russ.)
- Berdyayev, N. A. (1989) Smysl tvorchestva [The meaning of creativity]. *Berdyayev N. A. Filosofiya svobody* [The philosophy of freedom]. Moscow, Pravda: 251 – 580. (In Russ.)
- Berdyayev, N. A. (1989) Filosofiya svobody [The philosophy of freedom]. *Berdyayev N.A. Filosofiya svobody* [The philosophy of freedom]. Moscow, Pravda: 9 – 250. (In Russ.)
- Birich, I. A., Masloboyeva, O. D., Tukayeva, R. A. (2020) Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: obshcheye i osobennoye v sovremennom sotsiokul'turnom prostranstve. V mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya ["Creativity as a national element: common and special in the modern socio-cultural space". V International Scientific Conference]. *Filosofskie nauki* [Philosophical sciences], 63 (6): 146-159. (In Russ.)

- Gero, U., Ritts, KH. (2024) *Endshpil' Yevropa. Pochemu poterpel neudachu politicheskiiy proyekt Yevropa i kak nachat' snova o nem mechtat'* [Endgame Europe. Why the political project Europe failed and how to start dreaming about it again] / Perevod s nemetskogo O. V. Nikiforova pri uchastii V. Fomenko. Yer.: Fortis Press; Moscow, Gnozis: 160. (In Russ.)
- Glagolev, V. S., Masloboeva, O. D., Panfilova, M. I., Pigrov, K. S. (2020) *Radosti sizifa: geroicheskiy entuziazm v stikhii media (obzor mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii)* [The Joys of Sisyphus: Heroic Enthusiasm in the element of Media (review of the international scientific conference)]. *Voprosy filosofii* [Questions of philosophy], (1): 201-205. (In Russ.)
- Ishchenko, Ye. N., Masloboeva, O. D. (2019) "Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: media i sotsial'naya aktivnost". IV mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya. Sankt-Peterburg, 2-4 iyulya 2018 g. ["Creativity as a national element: media and social activity". IV International Scientific Conference. St. Petersburg, July 2-4, 2018]. *Filosofskiy nauki* [Philosophical sciences], 62 (4): 148-159. (In Russ.)
- Kant, I. (1966) *Antropologiya s pragmaticheskoy tochki zreniya* [Anthropology from a pragmatic point of view]. *Kant I. Soch. v 6 tt. T. 6.* Moscow, Mysl': 349 – 588. (In Russ.)
- Masloboeva, O. D., Pigrov, K. S., Silant'yeva, M. V., Trofimova, Ye. A. (2018) *Natsional'naya stikhiya tvorchestva: vremya i transgressiya (obzor mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii)* [The national element of creativity: time and transgression (review of the international scientific conference)]. *Voprosy filosofii* [Questions of philosophy], 3: 211-215. (In Russ.)
- Natsional'naya stikhiya tvorchestva: vremya i transgressiya: sbornik statey* [The national element of creativity: time and transgression: collection of articles] / pod red. G. E., Alyayeva, O. D., Masloboevoy. (2017) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 410 s. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: opyt Rossii i Ukrainy: sbornik statey* [Creativity as a national element: the experience of Russia and Ukraine: a collection of articles] / pod red. G. E., Alyayeva, O. D. Masloboevoy. (2015) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 240. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya. Smysl tvorchestva: innovatsii i DASEIN: sbornik statey* [Creativity as a national element. The meaning of creativity: innovation and DASEIN: a collection of articles] / pod red. G. E., Alyayeva, O. D., Masloboevoy. (2016) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 336. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: media i sotsial'naya aktivnost': sbornik statey* [Creativity as a national element: media and social activity: collection of articles] / pod red. G. E. Alyayeva, O. D. Masloboevoy. (2018) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 446. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: obshcheye i osobnoye v sovremennom sotsiokul'turnom prostranstve: sbornik statey* [Creativity as a national element: common and special in the modern socio-cultural space: collection of articles] / pod red. G. E. Alyayeva, O. D. Masloboevoy. (2019) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 342. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: rol' individual'nosti a tvorchestvom kontekste XXI veka: sbornik statey* [Creativity as a national element: the role of individuality in the creative context of the XXI century: collection of articles] / pod red. G. E., Alyayeva, O. D. Masloboevoy. (2021) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 291. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: dialog kul'tur v sovremennom polikul'turnom mire: sbornik statey* [Creativity as a national element: the dialogue of cultures in the modern multicultural world: collection of articles] / pod red. G. E. Alyayeva, O. D. Masloboevoy. (2022) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 142 s. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: problema dobra i zla: sbornik statey* [Creativity as a national element: the problem of good and evil: a collection of articles] / pod red. O. D. Masloboevoy, I. A. Safronova. (2023) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 154. (In Russ.)
- Tvorchestvo kak natsional'naya stikhiya: problema dobra i zla: sbornik statey* [Creativity as a national element: the problem of good and evil: a collection of articles] / pod red. V. S., Glagoleva, O. D. Masloboevoy, A. A. Chernykh. (2024) SPb.: Izd-vo SPBG·EU: 185. (In Russ.)
- Vdovichenko, A. V., Masloboeva, O. D., Maslova, A. V., Tverdnyin, N. M. (2018) *Natsional'naya stikhiya tvorchestva: vremya i transgressiya* [The national element of creativity: time and transgression]. *Filosofskiy nauki* [Philosophical sciences], 3: 133-145. (In Russ.)
- Yaspers, K. (1994) *Smysl i naznacheniy istorii* [The meaning and purpose of the story]. Moscow, Respublika: 527. (In Russ.)

© Маслوبةва О.Д., 2024

Информация об авторе:

Ольга Дмитриевна Маслوبةва – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры общественных наук Санкт-Петербургского государственного экономического университета, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, Россия, 191023. Автор более 160 научных публикаций. Сфера научных интересов: история русской философии, история российского органицизма и русского космизма, история и философия науки, методология науки и ее специфика в социально-экономическом познании.

Вклад автора: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 25.08.2024; принята после рецензирования 15.09.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the author:

Olga Dm. Masloboeva – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Sciences of St. Petersburg State University of Economics, . Griboyedov Canal, 30-32, St. Petersburg, Russia, 191023. Author of more than 160 scientific publications. Research interests: history of Russian philosophy, history of Russian organicism and Russian cosmism, history and philosophy of science, methodology of science and its specificity in socio-economic cognition.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 25.08.2024; adopted after review 15.09.2024; published online 07.10.2024.

Научная статья
УДК 140

ПОСТКОММУНИСТИЧЕСКАЯ МОНГОЛИЯ И МОНГОЛЬСКИЙ ХУДУУНИЗМ

Санжаадорж Молор-Эрдэнэ

Академия философии Молор-Эрдене, Улан-Батор, Монголия
molorerdenelecture@gmail.com

Аннотация. В статье представлен текст доклада доктора философии, основателя Академии философии в Улан-Баторе Санжаадорж Молор-Эрдэнэ 27 июня 2024 года на X Международной научной конференции «Творчество как национальная стихия: проблема добра и зла» в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете. В докладе проанализированы зигзаги истории монгольского этноса и государственности, со всей остротой поставлена проблема формирования национального самосознания. Автор обосновывает необходимость разработки концепта «худуунизм» в контексте накопленного социального опыта самой Монголии и сопряженных с ее историей народов. Данный концепт, по убеждению современного монгольского мыслителя, посредством философской рефлексии призван способствовать самоидентификации монгольского народа и обретению его субъектности в процессе исторического развития человечества.

Ключевые слова: посткоммунистическая Монголия, социализм, шоковая терапия, две монгольские травмы, философия, манихеизм, худуунизм.

Original article

POST-COMMUNIST MONGOLIA AND MONGOLIAN HUDUUNISM

Sanjaadorj Molor-Erdene

Molor-Erden Academy of Philosophy, Ulaanbaatar, Mongolia
molorerdenelecture@gmail.com

Abstract. The article presents the text of the report of the Doctor of Philosophy, founder of the Academy of Philosophy in Ulaanbaatar Sanjaadorj Molor-Erdene, which was presented on June 27 2024 at the X International Scientific Conference "Creativity as a national element: the problem of good and evil" at St. Petersburg State University of Economics. The report analyzes the zigzags of the history of the Mongolian ethnic group and statehood, and the problem of the formation of national identity is posed with all acuteness. The author substantiates the need to develop the concept of "Khuduunism" in the context of the accumulated social experience of Mongolia itself and the peoples associated with its history. According to the Mongolian modern thinker, this concept, through philosophical reflection, is intended to promote the self-identification of the Mongolian people and the acquisition of their subjectivity in the process of historical development of mankind.

Keywords: post-communist Mongolia, socialism, shock therapy, two Mongolian traumas, philosophy, manichaeism, Huduunism.

Вступление. В прошлом веке Монголия прошла через шоковую терапию – от нomaдизма до социализма и обратно. В этой статье я хочу обсудить три вопроса. Во-первых, почему переход от традиционно кочевой жизни к социалистической невозможен. Я называю это *проваленным превосходством*. Во-вторых, как кочевники-социалисты пришли к нomaдизму после перестройки. Это был вовсе не экзистенциализм. Я имею в виду, что нomaдизм *существовал намного раньше*. В-третьих, как шоковая терапия травмировала кочевников-социалистов и уничтожила новорожденную современную жизнь кочевников. После перестройки кочевники стали очень суеверными. Это означает *потерянный нигилизм*. Если есть нигилизм, то есть и критические интеллектуалы. Но в Монголии нет интеллектуальных рассуждений.

1. От нomaдизма к социализму. Монголия никогда не была коммунистической или социалистической страной. Никто никогда не был коммунистом или социалистом.

Факт в том, что Советский Союз и Китай построили сегодняшнюю Монголию. Кочевники не могут понять социализм, потому что не было никого, кто изучал теорию социализма и писал книги. Книги не издавались, и кочевники были безграмотными. С другой стороны, из-за того, что социализм пришел в СССР, появились массовые социалистические теории и движения. Французские, немецкие и даже русские социалисты имели книги, газеты, журналы, движения и т.д.

В начале 20-ого века в 1921 году была основана Монголия, новое государство в мировой истории. В то время не было школ, больниц, городов, и даже конституции. Социализм был золотой эрой Монголии. Кочевникам из юрт дали марксизм и ленинизм. Кочевникам дали государство и столицу Улан-Батор (по-русски Красный Герой).

Множество юных кочевников и их дети переехали в Улан-Батор. Это был переход от кочевнических юрт к квартирам с коммунальными удобствами: с кухней и ванной, с холодной и горячей водой. Советы построили электростанции, канализации, инфраструктуру для отопления. И теперь тёмные и холодные зимы больше не были проблемой. Множество советских граждан помогали юным монголам и работали в основном бесплатно и из моральных убеждений.

Монгольский социализм дал много. Социализм был высшим искусством. Всё должно быть прекрасным, эстетичным. Граждане социалистической страны должны быть эстетичными и этичными. В один день кочевники стали выглядеть хорошо одетыми и очень эстетичными.

Такие страны Восточной Европы, как Польша, Югославия, Венгрия, Чехословакия, Болгария, Румыния и даже Куба, помогли молодому государству Монголии в науке, образовании, промышленном оборудовании. Тысячи юных монголов, сыновья и дочери кочевников, внезапно получили возможность путешествовать в Москву, Ленинград, Берлин, Прагу, Будапешт, Варшаву, Гавану для обучения.

2. Шоковая терапия. Перестройка и падение Берлинской стены остановили развитие социализма в Монголии. Социалистическая эстетика и этика прекратили свое существование в этой новой стране, которая продолжала развиваться. Теперь процесс модернизации остановился, и должна была начаться свое существование демократии. Введению демократии предшествовала шоковая терапия капиталистической доктриной.

Почему *шоковая терапия*? Это деструктивное действие против публичной жизни. Так называемая социалистическая собственность - от детских садов до отелей и промышленных зон с предприятиями по производству животноводческой и коммерческой продукции - вся экономическая и социальная система скатилась вниз по накатанной. Кинотеатры, цирки и молодёжные театры были приватизированы. В наши дни в этих ранее общественных зданиях размещаются банки и фондовые биржи. Это шоковая терапия со всей очевидностью наблюдается в столице Улан-Батор.

В отдалённых районах все агрокультурные средства и инфраструктура, вся животноводческая и пищепроизводительная продукция были приватизированы. Тракторы и комбайны были проданы Китаю в качестве металлолома. Приватизация в Монголии означает скупку и дальнейшую продажу, превращение государственных услуг, инструментов и собственности в частные деньги. И после получения больших денег Вы покупаете членство в парламенте, чтобы получить правовой иммунитет. Чистая математика.

Из-за разрушения производства и сельского хозяйства единственными способами зарабатывать деньги были скупка земель и добыча меди, золота, угля. Продажа лицензий на добычу полезных ископаемых - самый большой бизнес в сегодняшней Монголии. Большие капиталистические шахтёрские компании, ориентированные на прибыль, внедрились в Монголию. Сейчас здесь много иностранных владельцев земельных участков и горнодобывающих предприятий.

Времена экономической шоковой терапии имеют долгоиграющие социальные последствия. Это негативное влияние, распространяющееся на общественную и, в особенности, на семейную жизнь. Статистика разводов росла и растёт в геометрической прогрессии. Также многие родители бросили своих детей, чтобы работать за границей. Сегодня в Южной Корее проживает самая большая монгольская диаспора ради законной и незаконной работы. Шоковая терапия повысила преступность в Монголии и родила совсем новый тип людей: олигархов.

Сегодня Запад называет Монголию единственной демократической страной в Азии. Что ж, после того через что прошла эта страна, я не желаю ни одной азиатской стране пройти через такую же шоковую терапию. Она уничтожает образование, культуру, духовность и социальную справедливость.

3. Две монгольские травмы. Теперь встаёт исторический вопрос: в каком направлении двигаться? В прошлом у Монголии не было ни истории, ни нации, ни философии. Социалистическая модернизация остановилась. Человеческие отношения были жестоко уничтожены в результате вестернизации и демократизации Монголии. Монголия прошла этап самодостаточности, когда она стала очень мощной сельскохозяйственной страной, а теперь превратилась в страну-потребителя западной продукции, выпускаемой фабриками на Востоке. От кочевничества Монголия пришла к капитализму, пройдя через неудачную попытку построить социализм.

История Монголии тесно связана с манихеизмом. Эта персидская религия унифицировала три крупные мировые религии. Манихеизм был основной религией Уйгурского каганата. Все архео-

логические находки в Монголии связаны с Уйгурийской эрой. В отличие от наших ближайших соседей России и Китая, у Монголии не было *собственного пути становления цивилизации*.

Официальные отчёты о первом путешествии Николая Пржевальского в Центральную Азию с 1870 по 1873 год принесли ему мировую известность. Великий Пржевальский был шокирован тем, как так называемый монгольский народ шёл ко дну. Не было ни одного города, ни одной деревни, ни одного дворца, ни духа, ни религии. Только ложный тибетский буддизм.

После перестройки у Монголии возникли две проблемы. Во-первых, Монголия объявила себя независимой. Мы хотели быть как Сингапур или азиатские страны – «тигры», но это осталось только в наших мечтах. Утопическая экономика свободного рынка была всего лишь пропагандой. После приватизации мы отдали всё наше промышленное оборудование в руки олигархов, которые стали новыми богатыми и политически влиятельными семьями.

После перестройки у нас осталась большая травма. У нас есть две проблемы: собственной идеологии и идентичности. Мы хотим постичь историю, которая хотя бы прояснит наше происхождение. Но мы не смогли найти нашу историю в прошлом. Нам было интереснее искать легенды, рассказы и мифы.

Восточно-Европейские страны, так называемые постсоциалистические государства, уже теоретически обсудили и пропустили через себя свою социалистическую эру. Трансформация в этих странах, может быть, и закончилась. Но я занимаю скептическую позицию по этому вопросу.

Цель моего философского анализа заключается в том, чтобы понять, что привнесла эра социализма в страну кочевников: как воплощался социализм в Монголии, какие при этом были допущены злоупотребления; насколько социализм жив в этой стране сегодня; и почему после перестройки не было пути назад. Кочевничество тогда уже закончилось. Но оно вернулось в качестве *худуунизма*.

4. Моя работа. Почему я присутствую на этой конференции? Потому что каждая страна в мире заслуживает иметь свою философию. Точно так же, как и Монголия. Мы только-только начали задаваться вопросами: что такое страна, штат, общество, кем и чем является гражданин?

Свое творчество я расцениваю как чисто гуманистическое. Я - общественный мыслитель в Монголии, пишу книги в качестве философа и читающий публичные лекции, но не в академическом ключе, а в формате непосредственного общения с аудиторией. Я основал собственную философскую академию, где начал работать с конкретными концептами.

Я начал с перевода монографии Мартина Хайдеггера «Бытие и время» с немецкого на монгольский. Я хотел начать с «бытия».

Затем я перевёл «Иметь или быть?» Эриха Фромма, так как в монгольском нет слова «иметь». Затем я перевёл «Бытие и ничто» Сартра. Я хотел начать философию в Монголии не только с анализа концептов «бытие» и «ничто», поскольку в противовес этому, благодаря буддизму, в Монголии существует концепт «пустоты».

«Бытие» - фундаментальный концепт философии, в особенности в таких её аспектах, как экзистенциализм и онтология. Как существовать? Зачем я существую в этом мире? Монгольское слово «баих» является эквивалентом слову «бытие».

Для меня было большим сюрпризом и открытием то, что монгольский язык – это не просто язык кочевников, но и очень богатый набор разных языков: персидского, турецкого, маньчжурского, китайского, санскрита, тибетского и т.д. Монгольский язык был очень обогащён языками торговцев Великого шёлкового пути. Сама по себе Монголия – это интересное смешение западных этносов и маньчжуров с Востока.

В настоящее время я больше пишу и преподаю восточную философию: зороастризм, учение персидского философа Мани, китайскую и индийскую философию. При этом особое внимание уделяется таким среднеазиатским философам, как Аль Фараби, Ибн Сина, Алишер Навои, Юсуф Баласагуни и т.д.

Монголия только начинает осваивать философию, как это делали Персия, Китай, Индия или Греция 3000 лет назад.

5. Монгольская философия – худуунизм. Как у философа, у меня ещё много работы, которую предстоит выполнить. Когда наступают плохие времена, у религии и философии начинается Золотая эпоха.

Что такое монгольский *худуунизм*? «Худу» с монгольского не так просто перевести, можно сказать, что это слово непереводимо на другие языки. Это означает место, где кочевники пасут свой скот. Но также это слово обозначает что-то дикое и небезопасное, иногда синонимичное «плохому». С помощью этой теории под названием «Худуунизм» я работаю над исследованием происхождения монголов или даже Монголии.

Между монголами и Монголией большая разница. Говоря о монголах, мы говорим о леген-

дах и сказаниях, или даже о мифах. Говоря о монголах, мы говорим о людях. Существуют разные кочевники и кочевые племена Центральной Азии. Но Монголия - это страна. Народ Монголии - это граждане конституционной страны.

Монголы сегодня не кочевники, и мы больше не кочевой народ. Если вы отправитесь в Монголию и захотите посмотреть на сегодняшних кочевников, вы найдёте людей, сидящих в своих юртах и смотрящих южнокорейские драмы на своих телевизорах или у себя в телефонах, а также детей, танцующих под корейский поп, так называемый Кей-поп.

Я работаю над вопросами: «Что такое Монголия?» «Какой может быть философия в Монголии?» «Кто такие монголы?», «И что вообще обозначает слово «Монгол»?

Я думаю, что если мы ищем истоки культуры монголов, то мы должны искать между религией уйгуров, манихейством и свидетельствами русского исследователя Н.М. Пржевальского. Соответственно, где-то между Великим шёлковым путём и маньчжурским ханом Канси.

© Санжаадорж Молор-Эрдэнэ, 2024

Информация об авторе:

Санжаадорж Молор-Эрдэнэ - монгольский философ, писатель, лектор и общественный деятель; является основателем Академии философии Молор-Эрдэнэ в Монголии; автор 20 книг и переводчик более 10 книг. Монгол улс, Улаанбаатар хот, Чингэлтэй дүүрэг, 5-р хороо, Нарны титэм - 2 тоот (Солнечная корона-№ 2, район Чингелтей, Улан-Батор, Монголия).

Вклад автора: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 28.08.2024; принята после рецензирования 20.09.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the author:

Sanjaadorj Molor-Erdene - Mongolian philosopher, writer, lecturer and social activist; is the founder of the Molor-Erdene Academy of Philosophy in Mongolia; author of 20 books and translator of more than 10 books. Mongol uls, Ulaanbaatar hot, Chingeltei дүүрэг, 5-r khoroo, Narny titem - 2 toot (Solar Crown-№2, Chingeltei district, Ulaanbaatar, Mongolia).

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 28.08.2024; adopted after review 20.09.2024; published online 07.10.2024.

Перевод выполнил *Ворончихин Иван Дмитриевич* - студент бакалавриата: «Лингвистика: Перевод и переводоведение в сфере экономики и финансов», 2 курс, Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Научная статья
УДК 130.3

РЕГИОНЫ МИРА И ИХ КУЛЬТУРНОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ПЕРЕД ЛИЦОМ «ЛАБИРИНТА ОДИНОЧЕСТВА» (НА ПРИМЕРЕ ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОГО КУЛЬТУРНОГО ОПЫТА)

Рауль Форне-Бетанкур

Университет Бремена и Рейнско-Вестфальского технического университета Аахена, Германия
ORCID: 0009-0001-0819-8002, raul.fornet-betancourt@t-online.de

Аннотация. Регионы мира с их культурами и традициями – это места назначения, то есть места, в которых люди оседают, обретая место жительства и свой дом. Таким образом, люди имеют свой «дом» во многих местах, и поэтому его можно обживать и населять, как «общий дом», как предлагает Папа Франциск в своей энциклике *Laudato Si'*. Но так случилось, что сегодня «общий дом», который по своей истине является миром, оказался в клетке, потому что на него набросили сети, структуры и механические устройства «цивилизации богатства и капитала», лишив его широты и свободы развертывания, которые дают ему его регионы вместе с его разнообразием, и сузив его горизонт до линии боготворимого цивилизационного прогресса цивилизации-гегемона. Столкнувшись с этой ситуацией, которая обостряет давнюю проблему в истории культуры Латинской Америки, Доминго Фаустино Сармьенто был неправ, когда говорил для своего времени и будущего, что борьба идет между цивилизацией и варварством и что Хосе Марти был прав, утверждая, что нет борьбы между цивилизацией и варварством. Вслед за Хосе Марти приводятся в них аргументы в пользу идеи, что не «природа», которая переводится как регионы мира и их «особые элементы», а «ложная эрудиция», которая в настоящее время сгущается в «цивилизации капитала», сегодня порождающей культурное одиночество и тем самым ставящей регионы мира перед вызовом «лабиринта одиночества», который, как показал Октавио Пас ставит перед «региональными» народами и их культурами, как латиноамериканскими, так и многими другими народами мира, драматический вопрос о том, как выйти из своего одиночества и принять участие в универсальном общении человечества, не потеряв себя, не отринув себя и не исчезнув как таковое. В статье делается попытка объяснить и прояснить заявленную связь между цивилизацией и одиночеством, сосредоточившись на последствиях цивилизационного одиночества для жизни и формирования жизненного ареала в регионах мира. Затем последует второй пункт с некоторыми размышлениями о том, что делать перед лицом «лабиринта одиночества».

Ключевые слова: цивилизация-гегемон, Октавио Пас, Фаустино Сармьенто, Хосе Марти, цивилизационные регионы мира, лабиринт одиночества, ложная эрудиция, жизненный ареал, органическая универсальность.

Original article

REGIONS OF THE WORLD AND THEIR CULTURAL DIVERSITY IN THE FACE OF THE "LABYRINTH OF LONELINESS" (ON THE EXAMPLE OF LATIN AMERICAN CULTURAL EXPERIENCE)

Raúl Fornet-Betancourt

RWTH Aachen University, Aachen, Germany

ORCID: 0009-0001-0819-8002, raul.fornet-betancourt@t-online.de

Abstract. The regions of the world, with their cultures and traditions, are destinations, that is, places where people settle down, finding their place of residence and their home. Thus, people have their 'home' in many places, and so it can be inhabited and populated as a 'common home,' as Pope Francis suggests in his encyclical *Laudato Si'*. But it so happens that today the 'common house', which in its truth is peace, is caged because the networks, structures and mechanical devices of the 'civilisation of wealth and capital' have been thrown over it, depriving it of the breadth and freedom of deployment that its regions give it, together with its diversity, and narrowing its horizon to the line of the idolised civilisational progress of the hegemonic civilisation. Faced with this situation, which I believe exacerbates a long-standing problem in the cultural history of Latin America, and it is this history that I will use as the background for my presentation today, I think that Domingo Faustino Sarmiento was wrong when he said for his time and the future that the struggle is between 'civilisation and barbarism', and that José Martí was right when he said: 'There

is no struggle between civilisation and barbarism as there is between false erudition and nature.' Therefore, which I will outline in the next section, following José Martí, I will try to argue in it for the idea that it is not 'nature', which I translate here as the regions of the world and their 'special elements', but 'false erudition', which is currently condensed in the aforementioned 'civilisation of capital', which is now generating cultural loneliness and thus confronting the regions of the world with the challenge of the 'labyrinth of loneliness', which, as Octavio Paz has masterfully shown in his essay of the same name, poses to the 'regional' peoples and their cultures, both Latin American and many other peoples of the world, the dramatic question of how to emerge from their loneliness and participate in the universal communion of humanity without losing themselves, denying themselves or disappearing as such. I will try to explain and clarify the stated connection between civilisation and loneliness, focusing on the consequences of civilisational loneliness for life and life-area formation in regions of the world. This will be followed by the second paragraph with some reflections on what to do in the face of the 'labyrinth of loneliness'.

Keywords: hegemonic civilization, Octavio Paz, Faustino Sarmiento, Jose Marti, civilizational regions of the world, labyrinth of loneliness, false erudition, living area, organic universality.

Современная доминирующая цивилизация порождает культурное одиночество. И я обратился к этой форме одиночества, потому что она является релевантной формой в контексте темы данного размышления. Хотя на первый взгляд это может показаться несколько удивительным: современная доминирующая цивилизация порождает множество форм одиночества как на личностном, так и на коллективном уровне, и делает это не вопреки своим сложным и систематическим стратегиям постоянного подключения, а именно благодаря определенной структурной динамике, которая позволяет людям присутствовать, «быть в курсе» новинок цивилизации. Давайте подумаем, например, об одиночестве индивида в толпе или одиночестве групп, связанных только устройствами или сменой образов. Но не эти формы одиночества представляют здесь интерес. В контексте данного размышления релевантность – это именно то, что я назвал культурным одиночеством. И если быть еще более точным, что только одно из его измерений представляет для меня особый интерес. Потому что культурное одиночество, производимое цивилизацией – гегемоном, разворачивается, так сказать, в двух направлениях [Cf. Georg Simmel, 1908: 56]

Первое из них, которое я назову направлением *ad intra*, поскольку оно указывает на контур механистического центра, порождает культурное одиночество, выражающееся, если назвать только те формы, которые кажутся мне наиболее фундаментальными, в чувстве открытости, невооруженности, отсутствия ориентиров или отсутствия связей, которые связывают человека с небом и землей, как отмечал, в частности, Карл Ясперс [Cf. Karl Jaspers, 1933: 5]. Это культурное одиночество разобщенности как с трансцендентным, так и с космосом и обществом. Более того, это культурное одиночество человека, чье «я» больше не является даже его собственным «я», поскольку его внутренняя сущность занята объектами, приложениями и механическими функциями, которые заслоняют и приглушают душу и мир [José Martí, 1975: 131].

Второе направление я назову *ad extra*, поскольку оно описывает движение одиночеств, вызванное или спровоцированное в других культурных сферах влиянием на них экспансии гегемонистской цивилизации, или ее глобализации, если предпочесть этот модный ныне термин. В нашем контексте, очевидно, именно это измерение культурного одиночества, порожденной «цивилизацией капитала» с ее гегемонией, представляет для нас сегодня наибольший интерес. Поэтому несколько слов о нем, чтобы пояснить следующее.

Во-первых: это не столько одиночество тех, кто был лишен своих корней, сколько другое одиночество тех, кто ощущает себя лишним и поверхностным, то есть культурное одиночество тех, кто, хотя и имеет свой собственный мир, язык, традиции и т. п., чувствует, что их жизненные места и их души, если снова воспользоваться метафорой Хосе Марти, сковывают «тяжелые оковы» [José Martí, 1975: 375] новых завоевателей мира, вводя имперский порядок, который резко прерывает естественное течение реального смысла и видение будущего их регионов.

Во-вторых, именно одиночество маргинализации на собственной земле превращает места, где люди находят свой дом и место жительства, в «залы ожидания» для «перемещенных» мужчин и женщин, с тревогой ожидающих прибытия объявленного поезда, который обещает доставить их в центр мира и истории.

В-третьих: это одиночество, как следствие вышесказанного, тех мест, которые остались наедине со своими надеждами, потому что они были заняты обещаниями и ожиданиями прогресса и развития, которые пришли из «другого мира». Другими словами, это одиночество мест, которые лишились поддержки, потому что вытеснение или смена ожиданий всегда разрушает мир и жизнь в культурной сфере.

В-четвертых: это, в продолжение вышесказанного, одиночество мест, чье время, медленное, плотное и органичное, было прервано временем без ритуала и исторической памяти, то есть тем измеренным, рассчитанным и запрограммированным временем, которое гегемонистская цивилизация порождает и представляет как необходимость для проекта глобального планирования человеческой жизни и сосуществования. Время, в котором нет души мира и которое по этой причине не приносит и не позволяет нам надеяться ни на что иное, кроме того, что было предусмотрено в его планировании.

В-пятых: это одиночество, в которое впадают регионы мира, когда, несмотря на все сказанное выше, и происхождение, и будущее проецирование их идентичности представляются им сомнительными, и они живут в парализующей тревоге от вопроса о том, кто они на самом деле, о семейном древе, к которому они принадлежат, или о чувстве места, которое мир находит в них. Это, можно сказать и так, одиночество регионов мира, чьи культуры передают отрыв от жизненного центра, который колеблется между тем, чтобы оставаться местом сосредоточения, или уйти, убежать из этого места, и начать путь без возврата. Одиночество, как следствие, обусловлено расщеплением бытия между утверждением себя и соглашательством [Jorge Mañach, 1970].

Но что делать в такой ситуации?

Как найти правильный выход из «лабиринта одиночества»?

Какой же путь мы можем выбрать, чтобы преодолеть культурное одиночество, которое приводит к сомнению в своей идентичности в этой ситуации растерянности по поводу принадлежности к миру?

Прав ли человек, вставший на путь провинциального упрямства и пытающийся вернуться к истокам и тем самым уточнить культурную принадлежность?

Или лучше пойти по пути забвения, бегства к порядку, который, как известно, не является собственным, но обещает определенную интеграцию в мир и, следовательно, чувство принадлежности?

Я не верю, что какой-либо из этих двух путей поможет найти выход из «лабиринта одиночества», в котором сегодня оказались культуры всех регионов мира.

Прав ли человек, вставший на путь провинциального упрямства и пытающийся вернуться к истокам и тем самым уточнить культурную принадлежность?

Или лучше пойти по пути забвения, бегства к порядку, который, как известно, не является собственным, но обещает определенную интеграцию в мир и, следовательно, чувство принадлежности?

Я не верю, что какой-либо из этих двух путей поможет найти выход из «лабиринта одиночества», в котором сегодня оказались культуры регионов мира.

Если мы посмотрим на латиноамериканскую культурную и интеллектуальную историю, то увидим, что она предложила путь диалектического отношения к ситуации одиночества, которая кажется нам цербером, поскольку стремится к включению во всеобщее, которое, именно потому, что оно понимается как органическое включение, а не как навязанная ассимиляция, имеет своим условием заботу о себе и своих корнях.

Я имею в виду этот другой путь, который мы можем видеть в общих чертах на примере лишь четырех репрезентативных примеров латиноамериканской традиции.

- Хосе Марти, который, отвергая провинциальное упрямство «тщеславного деревенского жителя, считающего, что весь мир - его деревня» [José Martí, "Наша Америка": 15], тем не менее, поставил этот принцип жизни и действия в качестве путеводной нити для истинного развития идентичности нашей Америки: «Пусть весь мир будет привит к нашим республикам, но ствол должен быть именно нашей республики» [José Martí, 18].

- Альфонсо Рейес, который в 1936 году в рамках национальной встречи интеллектуалов, посвященной культурным отношениям между Европой и Латинской Америкой, напомнил своим европейским собеседникам, включая таких философов, как Жак Маритен, о следующем: «Существуют столкновения кровей, проблемы скрещивания, усилия по адаптации и поглощению... Трудлюбивое сердце Америки постепенно смешивает эту разнородную субстанцию, и сегодня уже есть характерное американское человечество, есть американский дух... Для этой прекрасной гармонии, которую я предвижу, американский интеллект предоставляет уникальную возможность, потому что наш менталитет, так глубоко укоренившийся в наших землях... по природе своей интернационалистский».

И завершает он свою речь этим решительным утверждением, подтверждающим его убежденность в необходимости синтеза локального и универсального: «И сейчас я говорю перед этим судом международных мыслителей, слушающих меня: мы признаем завоеванное нами право на всеобщее гражданство. Мы достигли совершеннолетия. Скоро вы привыкнете рассчитывать на нас» [Alfonso Reyes, 1960: 83, 87, 90]

- Октавио Пас, который интерпретирует культурное одиночество мексиканца в терминах, которые вполне можно считать одинаково верными для чувства одиночества других латиноамериканских народов. Мексиканский поэт пишет об этом так: «Одиночество и общность, мексиканскость и универсальность по-прежнему являются крайностями, которые поглощают мексиканца. Условия этого конфликта населяют не только нашу интимную жизнь и определяют наше част-

ное поведение, наши отношения с другими людьми, но и лежат в основе всех наших политических, художественных и социальных попыток. Жизнь мексиканца – это постоянное разрывание между двумя крайностями, когда это не является неустойчивым и болезненным равновесием» [Octavio Paz, 148.].

Именно поэтому Октавио Пас предлагает противостоять этому напряжению, то есть не замыкаться в одиночестве, а открываться из него для общения с другими. По его словам, «в конце концов мы одни. Как и все люди. Как и они, мы живем в мире насилия, притворства и одиночества: закрытого одиночества, которое, если защищает нас, то и угнетает нас, и которое, когда скрывает нас, то уродует и калечит нас. Если мы сорвем эти маски, если мы откроемся, если, коротко говоря, посмотрим себе в лицо, мы начнем жить и мыслить по-настоящему. Нас ждут нагота и беспомощность. Там, под открытым солнцем, нас также ждет трансценденция: руки одиноких других» [Octavio Paz, 174].

- Леопольдо Зеа, столкнувшись с разделением на «регионалистскую» и «универсалистскую» [Cf. Francisco Miró Quesada, 1974: 12 и след.] группы, из-за которого латиноамериканская философия оказалась перед дилеммой, вызванной характерной чертой культурного одиночества Латинской Америки, предложил проект «философии истории американской истории» [Leopoldo Zea, 1957: 24-37], который должен показать, что это разделение на региональное и универсальное бесплодно, поскольку даже в философии универсальность не имеет корней. Это, как гласит девиз Леопольдо Зеа, она должна найти свое отражение в своей контекстуальности: «Философствовать к универсальности через глубокое» [Leopoldo Zea, 1998].

Эти примеры показывают, что, как я уже говорил, в интеллектуальной истории Латинской Америки существовала приверженность универсальности как пути, который обещает народам континента выход из «лабиринта одиночества». Подобные примеры, о которых можно упомянуть вскользь, несомненно, можно найти и в истории европейской философии, как в ее западной, так и в восточной традициях. Вспомните, например, так называемых «романтических» философов, таких как Гердер или философию поэтического разума Марии Замбрано, или таких философов, как В. С. Соловьев, Н. А. Бердяев, или экуменический гуманизм польского философа Адама Шаффа.

Но нельзя не заметить, что в этом ряду приведенных примеров присутствует приверженность универсальности, которую я назвал органической, поскольку она понимается как событие, которое происходит с народами и которое происходит с ними в соответствии с ритмом естественного роста, что означает медленный и терпеливый путь. В таком понимании универсальность – это событие, и, если говорить еще более строго, хорошее событие.

Поэтому это универсальность, которую нельзя создать или запрограммировать. Декретированные универсальности всегда гегемоничны, а гегемония всегда несет с собой одиночество, угнетение и изоляцию.

Следовательно, мы считаем, что с этой концепцией единства человечества, которое постепенно происходит через процесс открытия и возвращения в коммуникации между народами мира, латиноамериканская интеллектуальная история предлагает нам, по сути, хорошую подсказку для ответа на вопрос, который мы задаем во втором пункте, о том, как найти выход из «лабиринта одиночества».

И все же, если мы решили идти по этому пути сегодня, мы должны быть всегда бдительны на этом пути. Как и другие благородные идеи, идеал или ценность универсальности также может подвергаться манипуляциям, инструментализации и извращениям. Более того, он даже может, как в случае с абстрактной универсальностью, на которой зиждется буржуазный гуманизм, оказаться не более чем мифом, созданным на благо части человечества, в данном случае белой, образованной и более маскулинной части, а не благом для всего человечества [Cf. Jean-Paul Sartre, 1962: 14].

Одним словом, под лозунгом универсальности может скрываться ловушка. Вот почему я говорил, что на ее пути мы должны быть бдительны и на каждом шагу критически исследовать, что от нас требуется, когда нас призывают быть универсальными, космополитичными, гражданами мира и т. д.

И эта позиция бдительности на пути к универсальному кажется мне сегодня более важной и решительной, чем когда-либо, потому что те «гиганты», против которых предостерегал Хосе Марти, потому что «они носят семь языков в своих сапогах» и «могут надеть на нас свой сапог» [José Martí, «Наша Америка»: 15], претерпели с развитием и монополией новых технологий, среди прочих факторов, метаморфозу, которая позволяет им усиливать свое стремление к гегемонии и контролю над миром до крайностей, не подозреваемых в предыдущие эпохи.

Итак: ищем выход из «лабиринта одиночества» через лабиринт универсальности? Да, безусловно, да. Но проходить этот путь необходимо в состоянии постоянной бдительности. Что для меня означает, по сути, две вещи.

Во-первых, важно пройти путь к универсальности, зная, что мы не просто оставляем позади, как одноразовый багаж, наши уникальные воспоминания, но что они идут с нами и продолжают питать нас на протяжении всего пути. Поэтому они сопровождают нас и как граница, которая именно потому, что очерчивает «предел» того, что мы есть, представляет собой на этом пути сферу повествования, поддерживающую наше слово при встрече с другими людьми, которые проходят мимо нас.

Во-вторых, отсюда следует, что на пути к универсальному мы должны чередовать ходьбу с отдыхом, чтобы остановиться и подумать, а также - почему бы и нет - остановить течение жизни или, говоря точнее, прервать пир, который сегодня связывает жизнь именно с идеологией прогресса, а значит, и с механизмами ускорения ритма жизни. Здесь не предлагается «перестать жить», а предлагается позволить жизни быть как происходящему, позволить ей резонировать в нас и наших жизненных мирах, которые не зря называются так, и мы можем, прислушиваясь к ее резонансу на пути наших биографий и культур, понять, не подарила ли она нам уже, посреди стольких ран, неизвестные слова, составляющие «разбитый кувшин» [Cf. Octavio Paz, 1981: 255-259]. Это также дар мест, которые приглашают нас остаться и заботятся о нас, как места, дающие корни миру, чтобы он мог продолжать расти в своих глубинах.

Эти два момента кажутся мне важными для того, чтобы дать понять, что не все можно решить, найдя выход из «лабиринта одиночества».

Ведь знать, как не заблудиться на пути к выходу, так же важно, как и знать, как это сделать.

И именно для того, чтобы, скажем так, быть начеку во время путешествия, и существует «правило дорожного движения».

Опираясь на наследие некоторых латиноамериканских мыслителей, в предыдущих строках я доказывал необходимость органической универсальности как способа, позволяющего культурному разнообразию не засохнуть и не погибнуть в «лабиринте одиночества», в котором его пытаются заключить современная гегемонистская цивилизация.

Не желая противоречить этой перспективе или дистанцироваться от того, что было сказано выше, я все же хотел бы завершить эти размышления постановкой вопроса, который, как мне кажется, поможет нам в задаче прояснения и определения горизонта, в свете которого региональные культуры человечества должны понимать отношения между собой.

Вопрос заключается в следующем.

Во времена, когда всепоглощающая экспансия "цивилизации капитала" намеренно ведет к трансформации процессов универсализации в стратегии глобализации единой модели развития и соответствующих ей привычек жизни, в такие времена действительно уместно задаться вопросом, существуют ли еще основные исторические условия для того, чтобы культуры регионов мира ориентировались на горизонт органической универсальности, о которой мечтали наши самые дальновидные латиноамериканские мыслители, или же им лучше предпочесть заново установить свои отношения с миром на основе обновленных отношений с собой, то есть опробовать педагогические стратегии глобализации, чтобы возродить осознание своих корней и, исходя из восстановленного намерения, которое дает им эта встреча с корнями, затем вместе с другими искать истинную широту и глубину мира. Иными словами, стремиться к самореализации, а не просто к расширению пространства.

Я оставляю этот вопрос как предложение для дальнейшего углубления темы этих размышлений, а также как указание на то, что, когда речь идет об осмыслении времени, в котором мы видим и живем, всегда следует помнить, что мы имеем дело не с концепциями, какими бы благородными они ни были, а с определением задач, которые ставит перед нами это время.

References

- Papa Francesco (2015). *Laudato si'.* Sobre el cuidado de la casa común. Roma.
- Ignacio Ellacuría. (2000) Utopía y profetismo desde América Latina. Un ensayo concreto desde América Latina. *Escritos teológicos*, II. San Salvador, UCA Editores :233-293.
- Domingo Faustino Sarmiento (1993). *Facundo, o Civilización y Barbarie*. Caraca, Biblioteca Ayacucho..
- José Martí (1975). Nuestra América. *Obras Completas*, 6, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales: 17.
- Cf. Octavio Paz (1986). *El laberinto de la soledad*. México, Fondo de Cultura Económica..
- Cf. Georg Simmel (1908). Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. *Soziologie*, Berlin, Dunker & Humblot:56.
- Cf. Karl Jaspers (1933) *Die geistige Situation der Zeit*. Berlin, Walter de Gruyter: 5.
- José Martí (1975) El poeta Walt Whitman. *Obras Completas*, 13. La Habana, Editorial de Ciencias Sociales: 131
- Ver sobre esto las reflexiones de Jorge Mañach acerca de la función de las fronteras culturales en su obra: Teoría de la frontera* (1970). San Juan, Editorial Universitaria, Universidad de Puerto Rico.

- Alfonso Reyes. (1960) Notas sobre la inteligencia americana. *Obras Completas*, XI. México, Fondo de Cultura Económica: 83, 87, 90.
- Cf. Francisco Miró Quesada. (1974) *Despertar y proyecto del filosofar latinoamericano*. México, Fondo de Cultura Económica: 12.
- Leopoldo Zea, América en la historia, Ediciones de la Revista de Occidente, Madrid 1957; ver también Enrique Dussel, "El proyecto de una filosofía de la historia latinoamericana de Leopoldo Zea", en Raúl Fornet-Betancourt (Ed.), Para Leopoldo Zea, Verlag des Augustinus Buchhandlung, Aachen 1992, páginas 24-37.
- Cf. Leopoldo Zea, *Filosofar: A lo universal por lo profundo*, Fundación Universidad Central, Bogotá 1998
- Cf. Jean-Paul Sartre (1962). Presentación de Los Tiempos Modernos. *¿Qué es la literatura?* Buenos Aires, , Editorial Losada:14.
- Cf. Octavio Paz (1981). El cántaro roto. *Poemas* (1935-1975). Barcelona, Seix Barral : 255-259.

Информация об авторе:

Рауль Форнет-Бетанкур – латиноамериканский философ. После революции в возрасте пятнадцати лет покинул родину. Получив степень бакалавра в Пуэрто-Рико, отправился в Испанию, где в университете Саламанки защитил диссертацию по философии и литературе [Fornet-Betancourt, 1978]. С 1972 живет в Германии, где защитил диссертацию по лингвистической философии. Работал директором департамента Латинской Америки в католическом институте Миссио (Missio) в Аахене. Став профессором, преподавал в университетах Аахена и Бремена, в качестве приглашенного профессора читал лекции в Папском университете Мексики, в бразильском Университете Унисинос.

Вклад автора: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта.

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

Поступила 30.08.2024; принята после рецензирования 25.09.2024; опубликована онлайн 07.10.2024.

Information about the author:

Raúl Fornet-Betancourt – Latin American philosopher. After the revolution, at the age of fifteen, he left his homeland. After receiving his bachelor's degree in Puerto Rico, he went to Spain, where he defended his dissertation on philosophy and literature at the University of Salamanca [Fornet-Betancourt, 1978]. Since 1972 he has lived in Germany, where he defended his dissertation on linguistic philosophy. He worked as director of the Latin American department at the Catholic Institute of Missio in Aachen. Having become a professor, he taught at the universities of Aachen and Bremen, and lectured as a visiting professor at the Pontifical University of Mexico and at the Brazilian Unisinos University.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version.

No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 30.08.2024; adopted after review 25.09.2024; published online 07.10.2024.

Перевод выполнила *Я. Д. Кирилловская* - студент Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Электронный научный журнал «Язык. Коммуникация. Общество» Санкт-Петербургского государственного экономического университета приглашает к сотрудничеству авторов научных работ – преподавателей вузов, исследователей, молодых ученых в области лингвистики, медиакommunikаций и журналистики, философии.

Присланные авторами статьи проходят обязательное двойное слепое рецензирование. Материалы аспирантов принимаются при наличии рекомендации научного руководителя.

Для публикации материалов в ЭНЖ «Язык. Коммуникация. Общество» авторам необходимо направить на электронный адрес журнала оформленные по требованиям тексты научных статей.

Правила оформления и образец статьи размещены на официальном сайте СПбГЭУ в разделе Электронный научный журнал «Язык. Коммуникация. Общество». Прямая ссылка на раздел: <https://unecon.ru/nauka/izdaniya/yako>

Редакция оставляет за собой право не рассматривать рукописи, оформленные не в соответствии с указанными требованиями.

Журнал выходит 4 раза в год. Сроки приема статей: № 1 – до 01 января, № 2 – до 1 апреля, № 3 – до 1 июня, № 4 – до 1 ноября. Сроки приема статей могут быть сокращены при досрочном достижении предельного объема номера журнала!

Контактная информация:

Почтовый адрес: 191023, г. Санкт-Петербург,
Москательный пер., д. 4.

E-mail: lcs_journal@unecon.ru

AUTHOR INFORMATION

Digital scientific journal «Language. Communication. Society» of St. Petersburg State University of Economics invites authors of scientific works – university professors, researchers, young scientists in the field of linguistics, media communications and journalism, philosophy.

Articles submitted by authors are subject to mandatory double-blind review. Materials of postgraduate students are accepted if they are recommended by their supervisor.

For publication of materials in DSJ «Language. Communication. Society» authors should send to the electronic address of the journal the texts of scientific articles formatted according to the requirements.

The rules of design and a sample article are available on the official website of SPbSEU in the section Digital scientific journal «Language. Communication. Society». Direct link to the section: **<https://unecon.ru/nauka/izdaniya/yako>**

The Editorial Board reserves the right not to consider manuscripts that are not in accordance with these requirements.

The journal is published 4 times a year. Deadlines for acceptance of articles: No. 1 – till 01 January, No. 2 – till 1 April, No. 3 – till 1 June, No. 4 – till 1 November. The deadlines for acceptance of articles can be reduced in case of early achievement of the limit volume of the journal issue!

Contact information:

Address: 191023, St. Petersburg,
Moskatelny per. 4.

E-mail: lcs_journal@unecon.ru

Научное издание

Электронный научный журнал
«ЯЗЫК. КОММУНИКАЦИЯ. ОБЩЕСТВО»

2024. Выпуск 3

Усл. печ. л. 19,4.

191023, Санкт-Петербург,
наб. канала Грибоедова, д. 30-32, лит. А.