



# КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА В ГЛОБАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

DOI 10.20339/AM.09-17.101

**О.Ю. Корниенко,**  
канд. филол. наук, доц.  
Факультет глобальных процессов  
Московского государственного университета  
имени М.В. Ломоносова  
e-mail: lin\_expr@mail.ru

## КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ: традиционный и современный подходы

*Рассмотрена взаимосвязь между традиционным и современным типами культурной идентичности в западном обществе в условиях глобализации. На основе анализа имеющихся подходов рассматриваются изменения в культурной идентичности, которые находят свое выражение в языке. Основой для анализа послужила современная лексика, которая отражает особенности этнической и национальной идентичности в американском обществе. В работе особое внимание уделяется новой форме идентичности – глобальной идентичности и ее основным проявлениям в виде космополитизма, идентичности по интересам, соответствия обществу потребления и функционированию в интернет-сетях.*

**Ключевые слова:** традиционная идентичность, глобальная идентичность, глобализация образования, общество потребления, конкретизация/ генерализация значения, аббревиация.

## CULTURAL LANGUAGE IDENTITY: traditional and modern approaches

**O.Yu. Kornienko** is Cand.Sci. (Philology), doc. at Faculty of Global Processes of Lomonosov Moscow State University

*Examined is interconnection between traditional and modern types of cultural identity in Western societies in the context of globalization. On the basis of the analysis of approaches to analyzed are changes as to cultural identity, that are being explicit in the language. The base of the analysis is modern vocabulary, reflecting peculiarities in ethnic and national identities in American society. Besides, in the article special attention is paid to new form of identity, namely, to global identity and basic demonstrations of such, i.e. cosmopolitanism, identity of interest, correspondence to the society of consumption and functioning in Internet communication network.*

**Key words:** traditional identity, global identity, globalization of education, consumption society, concretization/ generalization of meaning, abbreviation.

Существуют два основных подхода к идентичности в современном мире – традиционный и современный<sup>1</sup>. Последний появился под влиянием глобализации, которая затронула все стороны жизни людей: от потребления и ведения хозяйства до участия в социально-политической жизни страны. Многие ученые считают, что идентичность претерпела коренные изменения именно в эпоху глобализации.

### Глобализация и проблема идентичности

Традиционная идентичность часто отождествляется с культурной идентичностью, которая определяется как «принадлежность к определенной региональной или этнической группе»<sup>2</sup>. Идентичность – то, как человек себя осознает в окру-

жении других людей (the world of others). С этой точки зрения, процесс идентификации или самосознания включает множество идентичностей: по возрасту, национальности, профессии, социальному положению, религии, полу.

Сегодня традиционная идентичность кардинально меняется под влиянием глобализации. Формы традиционной идентичности можно найти лишь в небольших замкнутых сообществах, и данное направление является уже темой исследований для этнографов и антропологов. Они определяют идентичность как унаследованный от предыдущих поколений образ жизни и восприятия своего бытия<sup>3</sup>.

Западные ученые с негодованием отмечают, что в таких сообществах «личностная идентичность» принижена, т.к. в традиционных обществах его члены просто играют свою социальную или четко-заданную гендерную роль. Особенное замешательство у исследователей вызывает то, что при вопросах о желаниях, чувствах, восприятии счастья

<sup>1</sup> Identities, Traditional. In: Encyclopedia of Global Studies, vol. 2: Helmut K. Anheier, Mark Jurgensmeyer, Los Angeles/ London/ New Delhi/ Singapore/ Washington: SAGA, 2012, pp. 850–858.

<sup>2</sup> Ibid., p. 850.

<sup>3</sup> Ibid., p. 851.

и удовлетворения члены таких сообществ никак не могут понять смысла вопросов.

Значительный акцент на индивидуальное осознание без привязки к национальной идентичности характеризует современную идентичность, которая появилась благодаря глобализации. Во-первых, кардинально изменилась структура получения знаний, которые ранее передавались устно из поколения в поколение и охватывали множество сторон жизнедеятельности. Современные поколения знают четко и практически применяют лишь узкоспециализированный сегмент знаний, который передается в архивированной, письменно-фиксированной форме, а всю дополнительную информацию, не подкрепленную практикой, могут в любой момент получить в интернет-пространстве.

Во-вторых, в традиционных обществах все знания были осмыслены и вписывались в четкую мозаику жизни сообщества, в современной же реальности информация поступает потоком, который очень трудно распределить, переосмыслить и встроить в мозаику многогранного мира. Изменилась сама природа знаний, которые можно получать дистанционно, использовать только короткое время, все время менять род занятий, нигде не осмысливая своей ячейки в жизни общества и смысла жизни своего сообщества.

Ранее образование означало получение и фундаментальное преобразование знаний в понимание мира. Сегодня образование становится сферой услуг, а это означает, что нужны кратковременные навыки, которые на следующем этапе развития технологий будут забыты и возникнет потребность в новых навыках. Ранее знания были ценны сами по себе, сегодня же нужно только то, что можно продать.

В 1990-е гг. для большинства населения были непонятны требования западных компаний в отношении лицензированных сертификатов на каждую новую версию EXCEL или бухгалтерские программы. Нормальным делом было использование новых версий на базе старых знаний, которые давали возможность быстрой адаптации к дополнениям. Однако сегодня западная практика уже прочно вошла и в нашу жизнь, когда каждый старается получить как можно больше сертификатов на будущее, на всякий случай. Кроме того, система образования становится своего рода «международной образовательной корпорацией», которая предлагает услуги безотносительно страны. Поэтому мы сегодня можем констатировать изменение самой природы знаний, что оказывает огромное влияние на идентичность.

Традиционная идентичность – та, где *stasis* (стабильное состояние) [4], а не постоянные изменения являются естественным состоянием вещей. Таким по имеющейся сегодня информации было состояние общества в Риме, Греции, Китае, Индии и многих других странах в древности. С течением времени традиционная идентичность древности изменилась по нескольким причинам.

1. Появились новые глобальные религии (буддизм, христианство, позднее ислам), которые постепенно общество стало воспринимать как свою традицию.

2. Появились крупные угрозы в результате колонизации мира западными странами во время первой волны глобализации в XVI в., что привело к уничтожению некоторых традиционных идентичностей и стиранию других.

3. Человечество перешло к новому экономическому укладу, в результате чего те страны, которые первыми оказались у всемирной «кормушки», стали быстро разрушать традиционные общества и идентичности, хозяйственный уклад которых становился сырьевым придатком для европейских фабрик<sup>4</sup>.

Кроме того, идентичность стала базироваться на территориально-правовом статусе. Это началось около 200 лет назад с французской революции, а сегодня наиболее ярко представлено в США, где национальная идентичность определяется по месту рождения. Главными компонентами закрепления новой идентичности стали государственные школы, церемонии, язык передачи информации, система инфраструктуры, национальные карты, которые закрепляли идентичность в определенных территориальных рамках, единая структура хозяйственно-бюджетной деятельности.

Следующий этап, который далее стал разрушать традиционную идентичность, начался около 50-ти лет назад, когда активно стали развиваться средства коммуникации и транспорт, международные объединения всех типов. Все это привело к глобализации мира и в значительной степени унификации национальных культур, а значит, к уничтожению или нивелированию традиционных идентичностей.

В результате сейчас во всех уголках мира люди потребляют одни и те же товары и услуги. Как известно, сейчас активно растет этно-туризм, когда западные туристы жаждут национального колорита и едут за впечатлениями в Африку. А африканцы после ритуальных представлений щеголяют в одежде NIKE с мобильными телефонами, всячески демонстрируя свою приверженность современному миру. Большая часть человечества погружена в глобальный контекст, в котором чувствует свою затерянность. Немцы из западных земель Германии отправляются в восточные области, где еще сохранился немецкий дух, т.к. ГДР гораздо позже встроилась в глобальный контекст. Жажда возврата в уютную идентичность всё больше ощущается в мире, где многие жаждут возврата к традиционной идентичности.

## Идентичность и реалии современного мира

Новые условия привели к новому, современному пониманию идентичности, которые А. Гидденс определил следующим образом: «Идентичность – это то, как индивид воспринимает себя в условиях мира других людей» [2]. Данное определение по-новому трактует роль «идентичности» в современном мире, где основной акцент перенесен на индивидуальную уникальность<sup>5</sup>, а индивид играет в обществе множество ролей (*I am a woman/ French/ doctor/ mother/ European/ Christian/ blogger/ football fan/ bisexual/ global citizen* и др.). С учетом последних реалий наиболее стабильными остались лишь культурно-лингвистическая и расовая идентичности.

Большие изменения претерпели многие виды традиционной (культурной) идентичности. Ранее гендерная

<sup>4</sup> Traditional Identities and cultural evolution//Encyclopedia of Global Studies, vol. 2: Helmut K. Anghier, Mark Jurgensmeyer, Los Angeles/London/ New Delhi/ Singapore/ Washington: SAGA, 2012, p. 852.

<sup>5</sup> Traditional Identities and cultural evolution//Encyclopedia of Global Studies, vol. 2: Helmut K. Anghier, Mark Jurgensmeyer, Los Angeles/ London/ New Delhi/ Singapore/ Washington: SAGA, 2012, p. 854.

идентичность соответствовала четкому осознанию себя как принадлежащему/ принадлежащей к мужскому или женскому полу. Сегодня можно в эту группу включить секс-меньшинства, ЛГБТ-сообщества. Появилось новое восприятие себя у молодежи в противопоставлении взрослым. Это новое восприятие привело к появлению идентичности молодежных субкультур hip-hop, mango, Pokémon и др. Более того, по мнению американского ученого С. Халла [3], «традиционная культурная идентичность сегодня – это те аспекты нашей идентичности, которые проявляются благодаря нашей принадлежности к определенной конкретной этнической (национальной), расовой, лингвистической, религиозной, и в первую очередь национальной культуре».

В русле этого подхода выделяются три формы культурной идентичности: этническая, национальная и глобальная. Это означает, что даже традиционная идентичность сегодня трансформируется. Так, этническая идентичность подразумевает, что данная идентичность отличает определенных индивидов от других – соседей, других граждан одной страны. К примеру, в США бытуют различные определения «американец»: Hispanic American, Chinese American и др. Национальная идентичность означает юридический статус принадлежности к гражданству определенной страны.

Глобальная идентичность – новая форма культурной идентичности, которая включает множество факторов: космополитизм + принадлежность к обществу потребления + социальные сети + профессиональная идентичность<sup>6</sup>. Налицо факт, когда в некоторых западных обществах даже традиционная культурная идентичность становится все более раздробленной под влиянием глобализации. И главными факторами, влияющими на идентичность, становятся такие характеристики глобализации, как социальное интернет-пространство и общество потребления, которые замещают традиционные ценности в обществе.

Другая важная черта современного мира, которая влияет на идентичность, это экономика и технологии капитализма. Сам глубинный характер капитализма, двигателя современного прогресса, претерпел кардинальные изменения. В тот период, когда К. Маркс писал «Капитал», капитализм затрагивал отношения производства. Капитализм США в начале и середине XX в., когда двигателем были производство и потребление по типу тех, что выстроил Г. Форд, являли собой общество «производства и потребления». Современный капитализм базируется лишь на потреблении, поскольку в конце XX в. потребление заменило производство как доминанту капитализма.

Это стало, по мнению Г. Ритцера, своего рода новой идентичностью<sup>7</sup>. Какого рода идентичностью можно судить по общепринятым словам, описывающим суть данного явления: *homogenization, americanization of the world, cocolonization, infogeddon, pharmageddon, moneygeddon* и др. По мнению Ритцера, глобализация потребления подорвала реальную местную экономику, и теперь местное производ-

ство повсеместно уступает «глобальному, универсальному и эрзацу» – такому, как сети МакДоналдс, Старбакс и др. Местная экономика заменяется на глобально «непонятно что». Это оказывает не меньшее влияние на культурную идентичность, нежели вышеперечисленные факторы.

В ситуации подверженности массе воздействий люди сами пытаются найти «свою нишу», и это ведет к тому, что мы начинаем выбирать свою идентичность. У молодежи данные метания часто приводят к трагическим результатам, как например, при выборе сообществ террористов или при попадании в сети кураторов групп смерти в соцсетях. Молодежь самостоятельно пытается найти то окружение, в котором ей в условиях глобализации будет комфортно, где она не будет чувствовать себя потерянной. Когда молодые люди выбирают свой круг близких по духу людей, они часто ориентируются на такие признаки, как стиль одежды, сленг, участие в флеш-мобах, посещение одних и тех же блогов. Все это помогает чувствовать себя в «команде», едином коллективе.

Некоторые новые, современные типы идентификации в российской традиции называются идентичностью субкультур [1]. Так, во многих работах термин «подростковая идентичность» имеет совершенно то же значение, что и «подростковая субкультура».

Все изменения социально-культурного плана находят выражение в языке. Так, каждое сообщество, каждая субкультура стараются иметь отличительные черты от других, которые обязательно включают своеобразный сленг, внешние атрибуты, которые часто также важны, как и сущность данной идентичности.

Когда мы, например, говорим про американскую национальную идентичность на современном этапе ее развития, то ее характерными чертами являются огромное количество сокращений, выступающих как внешние маркеры того темпа жизни, который в данном обществе задан. Это относится как к официальной сфере, когда на каждой странице встречается множество сокращений, малоизвестных широкому читателю организаций (например, OSS – Office of strategic service, OWI – Office of wartime information, USIA – United States Information Agency).

Данное явление охватывает не только официальный язык, но и все виды жаргонов и сленгов, которые хотя и скрывать максимум в кратчайшем тексте. Например, в языке любителей компьютерных игр Counter-Strike мы встречаем множество сокращений: gl hf: – Good luck, have fun (Удачи, получайте удовольствие), K/D – Kill/ Death Ratio (рейтинг игрока, который считается по формуле: количество убийств, деленное на количество смертей).

Среди средств, которые активно используются для Twitter, смс-сообщений, некоторых e-mail переписок, практически каждая единица представляет из себя сокращенную форму в основном по типу аббревиации – сокращения, изложения слов начальными буквами. Активно используются следующие аббревиатуры: TTML (talk to me later – поговори позднее), WBU (what about you? – как ты?), TBH (to be honest – честно говоря), AIYC (as if you care – как будто это тебя волнует), ICYMI (in case you missed it – на случай, если ты это пропустил).

Кроме того, в языке активно используются словарные единицы типа thing, stuff, goods, man, guy, deal, good, bad

<sup>6</sup> Identities, Traditional//Encyclopedia of Global Studies, vol. 2: Helmut K. Anhier, Mark Jurgensmeyer, Los Angeles/ London/ New Delhi/ Singapore/ Washington: SAGA, 2012, p. 856.

<sup>7</sup> Ritzer G. The globalization of nothing 2. Thousand Oaks, CA: PineForge, 2007.

и др. Фразы с таковыми можно найти в политических новостях, как, например, у Трампа I think, I would have a very, very good relationship with Putin, and I think, I would have a good relationship with Russia, или Having a good relationship with Russia is a good thing, not a bad thing, а еще Трамп добавил: Only 'stupid' people, or fools, would think it is bad!

Такие фразы можно встретить в речи бизнесменов и простых людей, поскольку английский язык в целом, с одной стороны, генерализируется (слова приобретают очень широкое значение), а с другой стороны – конкретизируется. Благодаря конкретизации появляется масса слов в потоке устной и письменной речи, которые имеют очень узкое значение: to develop a film (проявить пленку), development (изобретение), framerate (количество кадров в компьютерной игре, которые позволяют играть эффективно), lag (задержка действий из-за плохого интернет-соединения), to loan (брать кредит, в то время как давать кредит – to credit). Это лишь небольшой пласт языковых изменений, которые сегодня характеризуют культурно-языковую идентичность американцев.

Наряду с этим наглядны и особенности этнической идентичности тех наций, которые в больших количествах населяют территорию США. Одним из самых ярких примеров является Spanglish – креольский язык<sup>8</sup>, активно используемый в южных штатах США. Основные отличия лежат в сфере лексики: to park – parquear (estacionar), to check – chequear (verificar), car – carro (coche), lunch – lonche (almuerzo), to write – rayar (escribir), bike – baka (bicicleta). В примерах даны английские слова и их варианты на креольском языке и те формы, которые приняты в испанском языке. Кроме того, при построении предложений в Spanglish мы наблюдаем характерные для испанского языка конструкции придаточных предложений вместо неличных оборотов, которые сейчас очень любит английский язык.

На сегодняшний день мы можем найти примеры признаков глобальной идентичности, которая базируется на космополитизме, принадлежности к обществу потребления, активному использованию социальных сетей и профессиональной идентичности. Так, сообщества компьютерщиков являются в основном космополитическими. Примером могут служить талантливые представители Силиконовой аллеи, а также основатели других социальных сетей, имеющих многомиллионную аудиторию. Среди таковых, например:

- ◆ сеть Авааз – социальная платформа, продвигающая действия по защите экологии, прав человека, решения религиозных конфликтов с аудиторией 40,3 млн. человек в 141-й стране;
- ◆ сеть Facebook, работающая в 134-х странах, имеющая аудиторию в 50 млн человек;
- ◆ сеть Instagram, которая профилируется на выкладывании пользователем фотографий и имеет аудиторию более 200 млн человек;
- ◆ сеть Google+ – сервис с аудиторией более 540 млн человек, которая действует и как браузер и частично как социальная сеть.

Излишне говорить, что все социальные сети – яркие представители общества потребления, поскольку активно продвигают рекламу, внедряют маркетинговые разработки, осуществляют поддержку для онлайн сервисов и многое

другое. Кроме того, сама организация интернет-сообществ способствует объединению людей по профессиональной идентичности, и для этого существуют блоги и блогеры.

К примеру, в США есть следующие самые популярные направления, в которых активно участвуют представители всех стран:

- ◆ Matt Drudge – для тех, кто интересуется американской политикой;
- ◆ Diablo Cody – для любителей психологии секса;
- ◆ Markos Moulitsas Zúniga часто под ником Kos – для приверженцев либеральных ценностей;
- ◆ John Aravosis – для бесед о тонкостях юридических проблем;
- ◆ Tucker Max – для обсуждения алкоголя и любовных походов;
- ◆ Kristína Farkašová – для любителей грубоватого юмора;
- ◆ Kaijin, который специализируется на новых музыкальных направлениях и др.

Сама культура блогерства предполагает возможность участия как специалистов, так и полных профанов. При этом каждый известный блогер пытается найти свой неповторимый шрифт и стиль. Их стиль речи, выкладываемые видео и заметки становятся для некоторых слоев населения «иконой стиля» и создают личный «бренд»<sup>9</sup>.

Но еще больший ореол знаменитости придает данному феномену то, что глобальные социальные блоги перерастают в очень успешные бизнесы благодаря исключительно выразительной речи, посвященной, скажем, истории виноделия и группам по интересам (клуб любителей виски, красного вина и др.). Так, Гари Вайнерчук создал свой бренд оптовой торговли и крупное маркетинговое агентство. Рэнд Фишкин – блогер без образования, что, однако, это не помешало ему выработать свой коммерческий стиль консультирования для малого бизнеса по всему миру: его поисковик-оптимизатор стал глобальным и предоставляет курсы по обучению оптимизации в интернет-пространстве. Это глобальный интернет-бизнес узкой направленности, но пригодный для всех стран имел коммерческий успех, поскольку, стартовав с нуля в 2004 г., в 2012 г. Рэнд уже получил аудиторию в 20 миллионов.

## Заключение

На основании исследования подходов к идентичности в современном мире по сравнению с традиционной культурной идентичностью можно сделать выводы, что налицо:

- ◆ тренд на дробление традиционных форм и появление новых типов идентификации, причиной чему обычно служит глобализация образования;
- ◆ распространение социальных сетей;
- ◆ новый характер экономических отношений;
- ◆ навязанное общество потребления и культ американского стиля жизни с акцентом на индивидуализм.

При этом культурная идентичность западного общества сейчас предстает в трех ипостасях: национальной, этнической и глобальной идентичности.

<sup>8</sup> URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/23531>

<sup>9</sup> Например, GaryVaynerchuk.com; SEOmoz.org; SmartPassiveIncome.com и др.

**Литература / References**

1. Бурченкова Л.Ш. Субкультуры как новая форма идентификации с точки зрения субъект-объектного подхода // Молодой ученый. – 2016. – № 7. – С. 316-320.

Burchenkova, L.Sh. Sub-cultures as new form of identification from the point of view of subject oriented approach. *Young scientist*. 2016, no. 7, pp. 316-320.

**Интернет источники / Internet sources**

1. Словари и энциклопедии на Академике. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/23531>

2. Блог Гари Вайнерчука. URL: <http://GaryVaynerchuk.com>

2. Giddens, A. *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age* Stanford, CA: Stanford University Press, 1991, p. 34.

3. Hall, S., Du Guy, E. *Questions of cultural identity*, L: SAGE, 1996; Hall, S.; *The question of cultural identity. Modernity and its future*. Cambridge UK: Open University, 1992, pp. 272–326.

4. Mathews, G. *Global culture/ individual identity. Searching for home in the cultural supermarket*. London: Routledge, 2001.

3. Блог Рэнда Фишкин. URL: <http://SEOmoz.org>

4. Блог Грера Хикмана. URL: <http://SmartPassiveIncome.com>

**В.В. Мадоян,**

д-р филол. наук, проф.

**С.З. Шейранян,**

канд. пед. наук, научный сотрудник

Российско-армянский (славянский) университет,

Республика Армения

e-mail: [UMEC1@rambler.ru](mailto:UMEC1@rambler.ru)

DOI 10.20339/AM.09-17.105

## КОНФЛИКТ ИДЕОЛОГИЙ И ЯЗЫКОВАЯ ПОЛИТИКА (НА ПРИМЕРЕ АРМЯНСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)<sup>1</sup>

*Исследована тема конфликта идеологий и языковой политики. На конкретном примере армянского и русского языков рассматриваются актуальные вопросы языковой политики с точки зрения прав и свобод человека и диалектики развития языков на современном этапе. На уровне прав человека оцениваются перспективы языков национальных меньшинств, а на уровне развития формулируются принципы и методы совершенствования языка путем государственного регулирования. Авторы выдвигают новые положения и формулируют новые понятия, в т.ч. понятия «качество языка» и его отдельных компонентов.*

**Ключевые слова:** языковая политика, идеология, государственный язык, язык национальных меньшинств, государственное регулирование языка, качество языка.

## CONFLICT OF IDEOLOGIES AND LANGUAGE POLICY (EXAMPLE OF ARMENIAN AND RUSSIAN LANGUAGES)

**V.V. Madoyan** is Dr.Sci. (Philology), prof.; and **S.Z. Sheyranyan** is Cand.Sci. (Pedagogy), researcher at Russian-Armenian (Slavic) University, Republic of Armenia

*Researched is the theme of conflict of ideologies and language policy. Based of concrete example of Armenian and Russian languages, discussed are current questions of language policy from point of view of rights and freedoms of personality and dialectics of development of languages at present stage. At the level of rights of personality, evaluated are prospects of languages of national minorities, and at the level of development formulated are principles and methods of perfection of language by state regulation. The authors put forward new ideas and formulate new concepts, including concepts of “quality of language” and its separate components.*

**Key words:** language policy, state language, language of national minorities, state regulation of language, quality of language.

**Противоречия «языкового права»**

Конфликт идеологий в культуре нашей речи — это конфликт старого и нового мировоззрений. Старое мышление связано с национализмом, новое — с необходимостью соблюдения прав человека.

Коллапс СССР, по предложенному нами сценарию, должен был обеспечить демократическое сообщество юридически равноправных людей без идеологических конфликтов, одним из ключевых факторов которого является языковая политика. Демократическая форма прав-

ления прежде всего обеспечивает права и свободы личности, а стало быть, и его право на пользование своим языком вне зависимости от государственного. Однако республики постсоветского пространства, «вырвавшиеся из тисков интернационализма», сразу же принялись решать свои узкие национальные проблемы, т.к. конфликт идеологий постоянно обостряется.

<sup>1</sup> Исследование выполнено в Российско-Армянском (славянском) университете (РАУ, г. Ереван, Республика Армения) за счет средств, выделенных в рамках субсидии МОН РФ на финансирование научно-исследовательской деятельности РАУ.