

Рустен в 2021 году провел показ коллекции осень – зима на крыле самолета в авиационном ангаре аэропорта Шарль де Голль. На этом показе зрителю была продемонстрирована новая идея имиджа Balmain – эскапизм. В эпоху постгламура путешествия приравнивают к побегу от реальности. Фантазии на тему мобильности, готовности отправиться в далекое путешествие, которое может привести к чему-нибудь совсем неизвестному, привели дизайнера к идее придать вещам оттенок формы военно-воздушных сил.

ДНК бренда Balmain можно определить как «путешествие». Но это путешествие современного человека. У Дома Louis Vuitton путешествие тоже включено в ДНК бренда, но у Balmain это путешествие эпохи постглянца, оно лишено люксовости и гламура.

Таким образом, в эпоху постглянца и «новой роскоши» происходит трансформация презентации имиджа модного бренда в коммуникационных и медиапродуктах. Имидж эпохи постгламура должен вписываться в новую парадигму маркетинга, которую можно определить как

эмпирический маркетинг.

Литература

1. Гапутина В.А. Современный русский медиадискурс моды: институциональность vs персональность (на материале гляцевых журналов) / В.А. Гапутина // Гуманитарные технологии в современном мире. Материалы VI Международной научно-практической конференции. – Калининград: Изд-во Западного филиала РАНХиГС, 2018. – С. 47-48.

2. Киуру К.В., Васильева Е.Н. Бренд в эпоху постглянца: трансформация марочного капитала. Брендинг как коммуникативная технология XXI века : материалы VIII Международной научно-практической конференции 1-2 марта 2022 г. Санкт-Петербург / под ред. А.Д. Кривоносова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2022. – С. 145-147.

3. Киуру К.В. Глянцевый журнал о моде в эпоху постлюкса: дискурсивные трансформации / К.В. Киуру, В.А. Исакова В.А. // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2019. – № 4 (34). – С. 122-126.

ЛИНГВОБЕЗОПАСНОСТЬ: РАДИКАЛЬНЫЙ ФЕМИННЫЙ И МАСКУЛЬНЫЙ МЕДИАДИСКУРС

Малыгина Л.Е., Павлова Е.С. (г. Москва, Россия)

Аннотация. Работа посвящена рассмотрению влияния радикального гендерного медиадискурса и его субстанциональных ценностных установок на пользователей социальных сетей. Обозначены причины радикализации феминного и маскулинного медиадискурса. В каждом медиадискурсе представлена аксиологическая матрица доверия, с помощью которой удерживается аудитория и вовлекаются новые пользователи. По результатам исследования обозначена норма современной мужественности и женственности, формирующаяся в новых медиа, кристаллизовавшаяся в образах «цифрового мужика-тролля» и «новой амазонки».

Abstract. The work is devoted to the consideration of the influence of radical gender media discourse and its substantive values on users of social networks. The reasons for the radicalization of the feminine and masculine media discourse are outlined. In each media discourse, an axiological trust matrix is presented, with the help of which the audience is retained and new users are involved. According to the results of the research, the norm of modern masculinity and femininity is indicated, which is being formed in new media, crystallized in the images of the “digital troll man” and the “new Amazonics”.

Ключевые слова: лингвобезопасность, радикальные феминистки, радикальные сексисты, маскулины, медиадискурс.

Key words: linguistic security, radical feminists, radical sexists, masculines, media discourse.

В российском сегменте Интернета активно исследуются радикальные проявления, угрожающие национальной безопасности. Наибольшее внимание уделено анализу политических и религиозных форм радикализма таких, как квазиисламский экстремизм, шовинизм, сепаратизм и пр., также подробно рассматриваются радикальные проявления протестных движений. Между тем в последнее время все большую популярность набирают интернет-сообщества, напол-

ненные гендерным радикализмом. Участники подобных групп открыто проявляют ненависть к определенным группам людей. Ненависть – это основообразующее начало, стержень и смысл их существования. На первом плане у них интенсивное желание поражения противника в правах и самоутверждение посредством этого.

Сегодня эссенциалистский взгляд на гендер, как характеристика, заложенная природой и не подлежащая изменениям, уступил место теории

социального конструирования, где процессы трансформации гендерной сферы оказываются вполне управляемыми. Специфичность понятия гендер в общественном сознании связан с подвижностью понятий «мужское» и «женское»: они имеют существенные различия в культурах, эволюционируют вместе с социумом. Были времена тургеневских барышень, дворян-нигилистов мужика и бабы, позже товарищ-женщина и товарищ-мужчина пришли на смену. Сейчас время, когда российский медиадискурс пополнился новыми социальными статусами, которыми люди маркируют себя, сексист, феминистка. Мы поговорим именно о радикальных проявлениях в медиадискурсе, группах ненависти, объединяющиеся на основе сильнейшей профильной эмоции против своих гендерных оппонентов.

В России за последние два-три года сложился масштабный радикальный феминистский и сексистский дискурсы в цифровой среде, вовлекающий в коммуникацию все большее число адресатов и социальных акторов. Десятки групп насчитывается в социальной сети ВКонтакте, общее число участников до полумиллиона человек. Все коммуникативные стратегии этих дискурсов практикоориентированы и используются как мобилизационные.

Благодаря конструированием искусственных мифологем относительно мужских и женских моделей поведения у современной молодежи формируются новые представления о женственности и мужественности, рассмотрим их.

Радикальные маскулисты

Некоторые исследователи стали все больше отмечать нетерпимость в западноевропейском дискурсе к такому естественному и знаковому для сильной половины человечества феномену, как мужественность. Если раньше мужественность была эталоном воспитания, то сегодня «она должна реагировать на делегитимацию самой себя», постоянно испытывая нападки, культивируя человечество без мужественности, общество среднего пола.

С одной стороны, жесткие рамки мужской гендерной роли в российских реалиях настолько определены, что требуют от мужчины на протяжении чуть ли не всей жизни постоянного подтверждения мужественности, которая в основе своей определяется через властвование, доминирование и отрицание женственности. С другой стороны, компьютеризация, в частности геймерство, сильно ударившие по мужественности, широко распространённые именно в мужской среде, сформировали потребность ощутить себя в качестве победителя и героя в цифровой реальности [Зимбардо Ф., Коломбе Н., 2017]. Неким ответом одновременно на западноевропейскую политкорректность и

российский социокультурный запрос и вызовы времени стала активизация радикальных сексистов в российской цифровой среде. Десятки сообществ в сети ВКонтакте, содержащие от шуточного троллинга до пропаганды национал-патриархата, травли и угроз женщинам. Некоторые такие сообщества, например, «Мужское государство» признаны экстремистскими, запрещены в России, но это не мешает им продолжать существовать в новых группах просто с новыми названиями. Архетипически создатели данных групп апеллируют к образу русского «мужика», он подается как норма современной мужественности российского мужчины, и создается современный «цифровой мужик-тролль».

Исследования психологического портрета тролля показали, что подобное деструктивное поведение может проявляться вне зависимости от возраста и гендерных различий, но чаще всего интернет-агрессия исходит именно от мужчин в молодом возрасте. Кроме того, доказана связь антисоциального поведения с чертами личности, входящими в «темную триаду»: нарциссизмом (страстной фиксацией на себе), макиавеллизмом (получением удовольствия от манипулирования чьим-либо поведением) и психопатией (отсутствием эмпатии). Однако самым значимым предиктором проявления троллинга является садизм. Как и садисты, тролли беспощадны, эмоционально жестоки и получают удовольствие от боли и дискомфорта других людей [March E., 2019, с.133].

Перейдем к рассмотрению **радикальных феминисток или, как они себя еще называют, радфемок**. Нужно различать либеральный феминизм и радикальный. Либеральный феминизмом, заключается в одинаковом проявлении уважения к человеку независимо от его пола, а также от того, посвящает он себя работе или семье.

Идеология радикального феминизма стремится не столько развалить традиционный гендерный порядок, сколько поменять позиции, встав на место мужчин, оставив ту же самую иерархию. Радфемки активно внедряют новый женский облик агрессивной альфа-самка, уничтожая образ женщины нежной и дающей жизнь.

Так, организаторы групп в социальных сетях создают определенную матрицу доверия, исключая резкие аксиологические противоречия между вновь создаваемым мифом и этнокультурными архетипами россиян. Эта «новая амазонка» сформирована по маскулинному типу: она воинственна и самодостаточна и опирается с одной стороны, на архетип сказочной властительницы бабы Яги, которая вершит судьбы по своему усмотрению, с другой стороны – на архетип русской бабы, которая не нуждается в мужчине-

помощнике [Шабурова О., 2002, с.533].

В лексиконе радикального феминизма «освобождение женщины» означает, что особенно опасно, также частичный или полный отказ от традиционных и стесняющих, по их мнению, ролей «жены», «матери», «хозяйки дома». Вот некоторые из феминистических высказываний: «Брак – это институт, возникший из практики насилия. Поначалу насилие имело форму похищения, а затем превратился в брак через пленение. «Семья в привычном понимании этого слова должна быть уничтожена. Семья поддерживает угнетение, разделяя людей на малые изолированные группы, которые не в силах объединиться и отстаивать общие интересы». «Сегодня технически возможно зачатие без помощи самцов...так же, как возможно рожать только самок...Самец – это ошибка природы». «Свободу для женщин не завоевать, пока существует брак» [Порошенко О.Ю., Харисова Т.А., 2014].

Возможная привлекательность нового образа женщины своей самодостаточностью опасна, так как ведет к хроническому неврозу, а в итоге, к полному одиночеству. Некоторые исследователи отмечают, что феминистические практики обретают настолько открыто человеконенавистнические формы, что вполне сопоставимы в этом отношении с практикой нацизма.

Разрушение укорененных стереотипов гендерного поведения чревато потерей этнокультурной самоидентификации человека и разбалансировкой его психосоциальных констант, что в итоге способно стать скрытой угрозой для национальной безопасности страны.

Литература

1. Балакришнан Г. Роль насилия в истории

// Прогнозис. 2008. – № 1 (13). – С. 92-123.

2. Вульф Н. Миф о красоте. Стереотипы против женщин. – М., 2020. – 576 с.

3. Жирнова Э. Н. Феминизм как часть медиакультуры // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2018. – № 27. – С. 9–16.

4. Зимбардо Ф., Коломбе Н. Мужчина в отрыве: игры, порно и потеря идентичности. – М., 2017. – 344 с.

5. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М., 2001.

6. Карасик В.И. Псевдоаргументация: некоторые виды речевых манипуляций // Речевое общение и аргументация. – СПб.: Экополис и культура, 1993. – С. 30–38.

7. Клушина Н.И. Медиастилистика. – М.: Флинта, 2021. – 184 с.

8. Клушина Н. И. Введение в интернет-стилистику: учебник / Н. И. Клушина, А. В. Николаева. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 240 с.

9. Порошенко О.Ю., Харисова Т.А. Ускользающая женственность, или Eat your make-up: критика радикального феминизма // Глобализация и национальная самобытность. Форум языков. – Казань, 2014. [Электронный ресурс]. URL: <http://globkazan.narod.ru/2004/a15.htm> (дата обращения: 10.04.2022).

10. Шабурова О. Мужик не суетится, или Пиво с характером / О. Шабурова // О мужественности. – М.: Новое литературное обозрение, 2002. – С. 532-555.

11. March E. Psychopathy, Sadism, Empathy, and the Motivation to Cause Harm: New Evidence Confirms Malevolent Nature of the Internet Troll // Personality and Individual Differences. – 2019. – Vol. 141. – P. 133-137.

ЦЕННОСТНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕРМИНЫ В НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Романова Т.В. (г. Нижний Новгород, Россия)

Публикация подготовлена в ходе проведения исследования (№ 22-00-008) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2022 г.

Аннотация. Статья подготовлена в ходе работы над исследовательским проектом учебного словаря-справочника терминов когнитивной лингвистики. Проект реализует задачу сбора, обработки речевого материала для учебного словаря-справочника терминов, используемых в когнитивной науке, в том числе в когнитивной лингвистике.

Abstract. The article was prepared during the work on the research project of the educational cognitive linguistics terms dictionary. The project implements the task of collecting and analyzing speech material for the educational terms dictionary used in cognitive science, including cognitive linguistics.

Ключевые слова: термин, ценность, научная коммуникация.

Keyword: term, value, scientific communication.