

Багиян А. Ю. Концептуальное воплощение ценностей и антиценностей в научно-популярном дискурсе сферы информационных технологий как способ актуализации профессиональной аксиологической картины мира / А. Ю. Багиян, А. Р. Аракелова // Научный диалог. — 2019. — № 10. — С. 61—78. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-61-78.

Bagiyan, A. Yu., Arakelova, A. R. (2019). Conceptual Embodiment of Values and Antivalues in the Popular Scientific Discourse in the Field of Information Technology as a Way of Actualization the Professional Axiological Picture of the World. *Nauchnyi dialog*, 10: 61-78. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-61-78. (In Russ.).



УДК 811.111'42:004+81'276.6:62+001.4

DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-61-78

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ И АНТИЦЕННОСТЕЙ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ДИСКУРСЕ СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК СПОСОБ АКТУАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АКСИОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТИНЫ МИРА¹

© **Багиян Александр Юрьевич (2019)**, orcid.org/0000-0002-3455-0516, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и профессиональной коммуникации, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет» (Пятигорск, Россия), alexander.0506@mail.ru.

© **Аракелова Амалия Робертовна (2019)**, orcid.org/0000-0003-2514-6535, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка и профессиональной коммуникации, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет» (Пятигорск, Россия), amaliia.arakelova@gmail.com.

Статья посвящена современному англоязычному письменному научно-популярному дискурсу сферы информационных технологий. Под ним понимается совокупность текстов в научно-популярных и публицистических источниках, предметом рассмотрения в которых являются информационные технологии. Данный дискурс исследуется в аспекте его аксиологической нагруженности и профессиональной обусловленности. Прово-

1 Исследование выполнено в рамках научного проекта «Концептуальное лингвопроектирование профессиональной идентичности в инновационной экономике: лингвокогнитивное, социо-лексикографическое и прагма-аксиологическое моделирование русскогоязычного и западноевропейского научно-популярного дискурса» по гранту Президента Российской Федерации (№ МК-6895.2018.6; руководитель — А. Ю. Багиян).

дится лингвоаксиологический, прагмакогнитивный и социокультурологический анализ текстов из ведущих англоязычных журналов и газет, материалы которых включают в себя статьи, посвященные информационным технологиям и рассчитанные на широкого читателя-непрофессионала. Поднимается вопрос о взаимосвязи профессиональной картины мира, языка и воплощающихся с его помощью ценностных и антиценностных концептов. Устанавливается дискурсивно-прагматическая оппозиция данных сущностей. Уделяется внимание определению языковых структур и средств, при помощи которых вербализуются аксиологические концепты, а также предлагается систематизация идентифицированных концептов. Актуальность исследования обусловлена как проникновением технологий во все сферы жизни и обусловленными этим особенностями современной коммуникации, так и потенциалом письменного научно-популярного дискурса для оказания речевого воздействия на адресатов текстов. Новизна исследования видится в восполнении теоретического вакуума в области анализа важнейших ориентиров, специфичных для определенного профессионального сообщества, и способов лингвистической актуализации данных ориентиров в текстах об информационных технологиях.

Ключевые слова: антиценность; дискурс-анализ; дискурс информационных технологий; концепт; ценность.

1. Введение

Феномен информационных технологий (далее также — ИТ) изменил культуру многих стран, предоставив людям, помимо прочего, возможность творить, учиться, распространять информацию, говорить и быть услышанными. На сегодняшний день ИТ являются мощным инструментом аудиовизуального выражения, позволяющим миллионам людей интегрироваться в мировой социум, а также продвигать ту или иную повестку.

В связи с беспрецедентностью феномена ИТ в его современном виде, стремительными темпами роста и социальноэкономическими факторами, которые данный феномен порождает, все более возрастает ценность научного знания при попытках интерпретации процессов, связанных с эксплуатацией технологий. Их влияние на жизнь современного общества и, соответственно, важная роль в социуме диктуют необходимость всестороннего теоретического и практического анализа происходящего в сфере ИТ, в том числе и в области коммуникации. В связи с этим информационные технологии, как никакая другая сфера современной жизни, требуют изучения в междисциплинарном ключе.

Необходимо отметить, что, несмотря на все возрастающее количество научных исследований, равно как и количество текстов устного и письменного модусов, посвященных ИТ, интерес лингвистики к научно-популярному дискурсу, затрагивающему, в частности, данный феномен, только формируется. Представляется, что цифровая коммуникативная сфера заслуживает внимания в силу трансформирующего потенциала, которым обладают ИТ на сегодняшний день, а также благодаря их повсеместности и инструментальной власти. Более того, на сегодняшний день не проводи-

лось исследований, посвященных выявлению лингвистической специфики ценностно-нагруженной коммуникации об ИТ, ученые не предпринимали попыток исследовать специфику намеренной и ненамеренной интеграции ценностей в письменную профессиональную коммуникацию, организованную для обсуждения данного феномена.

В связи с актуальностью темы и лакуной в знаниях об информационно-компьютерном типе коммуникации представляется необходимым провести комплексное исследование, которое бы восполнило имеющийся пробел и позволило авторам статьи получить данные об аксиологической системе, воплощающейся в современном письменном тематически ограниченном научно-популярном дискурсе, формируемом профессионалами: журналистами, ведущими телепередач, влиятельными фигурами в Интернет-сфере и другими личностями и сообществами, вовлеченными в создание текстов об ИТ на профессиональном уровне. Задачами данного исследования, таким образом, являются:

- отбор материала исследования — фрагментов научно-популярного дискурса, посвященного ИТ;
- проведение лингвоаксиологического и дискурсивного анализа англоязычных текстов об ИТ;
- выявление способов вербализации ценностных и антиценностных концептов в текстах об ИТ;
- определение коммуникативной интенции адресанта и прагматической функции ценности / антиценности;
- категоризация и объединение ценностей и антиценностей в систему на основе семантических черт выявленных концептов.

Материалом исследования явились англоязычные тексты о специфике использования информационных технологий, адресованные подготовленной и неподготовленной аудитории, общим объемом 40 единиц, что составляет 205 344 печатных знака, размещенные с 2016 по 2019 годы в интернет-источниках, в том числе журналах и газетах, имеющих онлайн-версию [Computerworld; Forbes; NBC News; The New York Times; The Guardian; TechCrunch; The Washington Post; Wired].

2. Информационные технологии как дискурсообразующий фактор

Информационные технологии в лингвистической перспективе. В связи с неоспоримой актуальностью информационных технологий как феномена, преобразующего современный мир, все большее количество исследований посвящено изучению каждого из аспектов существования и функционирования данного явления. Так, представляется возможным

выделить несколько направлений научного поиска, среди которых доминируют исследования, посвященные непосредственно технологической стороне информационных технологий, способам их работы и тенденциям развития [Артюшенко и др., 2015; Hajli et al., 2014; Mao et al., 2016]; социокультурному аспекту эксплуатации ИТ [Новикова, 2009; Alhabash et al., 2017; Allcott et al., 2017; Batrinca et al., 2014]; информационным технологиям как коммуникативному феномену [Руженцева, 2016; Рыльщикова, Худяков, 2013; Baumöl et al., 2016]. В рамках последнего направления большое внимание уделяется выявлению особенностей коммуникации в информационно-компьютерном пространстве, рассматриваются ее формы и модели, определяются гендерно-обусловленные черты общения, анализируются способы создания того или иного вербального контента.

Однако научный поиск в рамках коммуникативного направления представляется особенно важным не только потому, что информационные технологии предоставили людям большое разнообразие способов общения, но и потому, что собственно образ информационных технологий, общее понимание того, что собой представляют технологии хранения, обработки и распространения данных, создаются посредством совокупной устной и письменной коммуникации, развертывающейся вокруг данного феномена. Иными словами, то, как и что говорят о технологиях, оказывает влияние на способы интерпретации ИТ обществом, в особенности если речь идет о профессиональной коммуникации, при этом направленной на непрофессионала.

Среди многообразия жанров, в рамках которых осуществляется коммуникация «профессионал-обыватель», или «агент-клиент» [Ширяева, 2013, с. 785], одним из наиболее распространенных и эффективных является жанр аналитической статьи, написанной в научно-популярном или публицистическом стиле. В настоящее время можно констатировать, что ИТ привлекают все большее внимание средств массовой информации, которые вербализуют наиболее интересные концепции, лежащие в основе успешного взаимодействия человека и технологий, а также комментируют проблемы и актуальные вопросы, связанные с их эксплуатацией. При этом многообразие англоязычных текстов об информационных технологиях, направленных на адресата-непрофессионала, в совокупности с экстралингвистическими факторами образуют сложную коммуникативную сферу — англоязычный научно-популярный дискурс, посвященный ИТ, представленный в публицистических газетах и журналах. Данный дискурс обладает определенными чертами, среди которых можно назвать фактор

адресата, то есть направленность текста научной тематики на непрофессионала; предопределенность семантики научно-популярного текста в зависимости от сферы познания, то есть сферы ИТ; четкая прагматическая установка, направленная на адресата [Степанова, 2019]; аксиологическая нагруженность (актуализация ценностных и антиценностных концептов через язык). При этом изученные нами тексты находятся на стыке научно-популярного подстиля научного стиля и аналитического подстиля публицистики, поскольку обладают типичными для обоих типов текстов стилевыми чертами (массовый адресат, функции информирования широкого круга читателей и воздействия на него, экспрессивность и доступность изложения) и, как следствие, языковыми особенностями (избегание узкоспециальных терминов или их разъяснение, использование средств выразительности и др.). Кроме того, они извлечены из не только из научно-популярных источников (например, Computerworld), но и из новостных газет и журналов (например, The New York Times).

Профессиональные ценностные доминанты. Важным для данного исследования также является факт зависимости профессиональной деятельности представителей определенных институтов и профессиональных сфер от ряда факторов, среди которых культурный, социальный, индивидуально-психологический, экономический и др. При этом способы бытия и восприятия окружающего мира представителями любого института зависят от сложной системы ориентиров — их ценностной картины мира. Данные положения справедливы и для профессионального сообщества, обзоревающего информационные технологии в средствах массовой информации в формате письменных текстов на английском языке. Было установлено, что аксиологические доминанты, репрезентируемые в текстах различными языковыми средствами, могут служить одной из нескольких возможных целей адресанта, среди которых информирование, наставление и оценка. В первом случае тексты выполняют просветительно-развлекательную и информирующую функции: профессиональное знание журналиста, специализирующегося на ИТ, передаются упрощенно с языковой точки зрения, чтобы научный материал был доступен для восприятия непрофессионалом и при этом вызывал у него интерес. Еще одним назначением текстов отобранного корпуса наряду с обзором технологий, сервисов или тенденций является предоставление практических советов или пошаговых инструкций непрофессионалу по использованию тех или иных технологий. Наконец, к интенциям адресанта также относится оценочно-аналитический обзор того или иного устройства, технологии, сервиса с целью повышения осведомленности адресата

о товарах и услугах в сфере ИТ. В отличие от информирующего текста оценочно-аналитический обзор, как правило, включает в себя большое количество фактических данных: технические характеристики устройства или сервиса, сравнительно-сопоставительный анализ устройств, оценку соответствия цены и качества и т. д. Необходимо отметить, что нами также были обнаружены и проанализированы тексты, которые выполняют более чем одну функцию, что, по нашему мнению, свидетельствует о стремлении профессионалов (журналистов) привлечь как можно большую аудиторию и повысить количество прочтений текстов.

Представляется, что большая доля прагматической и дискурсивной интерпретации материалов об ИТ должна приходиться не только на оценку общих черт таких текстов, но и на наиболее значимые сущности текстов, то есть ценности.

Проведенный аналитический обзор имеющихся научных работ, посвященных изучению ценностей как предмета лингвистических исследований, позволяет выделить ряд направлений научного поиска, среди которых для настоящей статьи актуальны следующие:

— лингво-культурологическое направление, целью которого является установление взаимосвязи ценностных систем и культурно-обусловленной коммуникации [Афанасьева, 2012; Вара, 2013; Вебер, 1990; Ерофеева, 2009; Клинова, 2009; Rokeach, 1973 и др.];

— дискурсивное направление, в фокусе которого находится рассмотрение ценностных доминант в различных типах дискурса [Болотова, 2011; Буряковская, 2014; Григорьева, 2007; Трипольская, 1999 и др.];

— лингвокогнитивное направление, обращенное на изучение языковых способов воплощения ментальных сущностей, в основе которого лежат такие понятия, как «концепт», «концептуализация», «аксиосфера» [Карасик, 2002; Серебrenникова, 2006; Pawlowski, 1989; Wierzbicka, 1997].

Несмотря на все возрастающее внимание лингвистики к аксиологически нагруженной коммуникации, научно-популярный дискурс сферы информационных технологий по-прежнему мало изучен в данном аспекте, что составляет мотивацию для научного поиска в рамках лингвистики и смежных с ней наук с целью не только более тщательного осмысления способов объективации аксиологических концептов через язык, но и установления способов трансформации профессиональных ценностей в категорию «общепринятых», анализа процессов интеграции аксиологических установок в ценностные системы как профессионалов, так и непрофессионалов, исследования взаимосвязи ценностей и способов поведения, мышления и моделей коммуникации.

3. Лингвоаксиологические и дискурсивные методы изучения англоязычного научно-популярного дискурса в сфере ИТ

В ходе исследования мы применяли подходы и методы, традиционно используемые в процессе изучения языка. Так как данная работа посвящена определенному типу дискурса (научно-популярному дискурсу сферы ИТ), авторы обращались к методу дискурс-анализа, нацеленного не только на собственно язык, но и на контекст, в рамках которого разворачивается коммуникация, на социальные практики, на факторы идеологии и социальной власти, влияющие на организацию взаимодействий между людьми [Fairclough, 1995]. Представляется справедливым утверждение, что информационные технологии оказывают воздействие на язык общения и в то же время сами претерпевают изменения в условиях применения ИТ.

В силу того, что многие тексты в отобранном корпусе, помимо непосредственного обзора технологий, дают также комментарии относительно социальных, политических и экономических аспектов жизни современного западного общества, представляется важным рассматривать более широкий социокультурный контекст, учитывать экстралингвистические факторы.

Лингвоаксиологический и прагмакогнитивный подходы к изучению письменного модуса научно-популярного дискурса в сфере ИТ позволили исследовать доминантные концепты, находящие языковое воплощение в текстах о данном феномене. Вслед за В. И. Карасиком [Карасик, 2002] и Е. Ф. Серебренниковой [Серебренникова, 2011] мы рассматриваем ценности и антиценности как явления когнитивно-языкового порядка. Процессы концептуализации и вербализации являются взаимосвязанными, в связи с чем лингвокультурные концепты, которые воплощают представления о ценностях и антиценностях, отражают способы мышления и восприятия мира адресантом.

Несмотря на то, что лексические средства являются не единственным способом вербализации ценностных и антиценностных концептов, они обычно используются наиболее активно и эффективно. Опираясь на частоту вербализации тех или иных понятий, сущностей или явлений, а также анализируя контексты на наличие оценочной лексики, авторы делали вывод об объективности той или иной аксиологической сущности в тексте об ИТ. Алгоритм определения доминантной леммы вербализованного концепта выглядел следующим образом:

- а) идентификация наиболее часто используемых лексических единиц для передачи идеи или понятия в тексте;
- б) проведение дефиниционного и семантического анализа для выявления сходств и отличий между синонимичными лексемами при помощи

толковых англоязычных словарей. Лексема с наиболее полным и точным семантическим наполнением определялась в качестве доминантной, в то время как прочие лексические единицы объединялись в лексико-семантическую группу вербализованного концепта.

4. Ценностная сфера англоязычного научно-популярного дискурса, посвященного ИТ

Благодаря проведенному лингвоаксиологическому, дискурсивному и прагмакогнитивному анализу корпуса текстов об информационных технологиях авторам статьи удалось не только установить наличие и способы вербализации в текстах аксиологически-нагруженных концептов, но и интерпретировать полученные данные с учетом особенностей функционирования конкретного профессионального сообщества.

Выяснено, что научно-популярные тексты не только выполняют информационно-просветительскую функцию, но и служат инструментом актуализации и распространения определенных профессионально значимых смыслов, получающих воплощение посредством различных лингвистических средств, эксплицитно и имплицитно. Адресант текста, будучи представителем профессионального сообщества, выстраивает коммуникацию через призму собственного профессионального сознания и на основе определенного опыта работы с технологиями, выражая и распространяя тем самым определенные установки, рекомендации, советы и оценки.

В результате проведенного анализа был сделан вывод об аксиологической системе, которая в текстах научно-популярного дискурса сферы ИТ представлена двумя типами аксиологических сущностей: (1) концептами, которые отражают важнейшие ориентиры адресантов текстов, или ценностными концептами; (2) концептами с негативной семантикой и отличным от ценностных концептов прагмакогнитивным наполнением, или антиценностными концептами. Более того, необходимо отметить наличие взаимосвязи между ценностными и антиценностными концептами в текстах изученных статей. Было установлено, что большинство ценностных концептов может быть рассмотрено и противопоставлено определенным диаметрально противоположным сущностям, в основе оппозиции которых находятся профессионально, социально и технологически обусловленные факторы.

В результате ряда аналитических процедур, таких как проведение контекстуального и семантического анализа, определение лингвистических и экстралингвистических особенностей вербализации представлений, нами были выявлены следующие ценностные и антиценностные концепты

в текстовых фрагментах, составляющих письменный научно-популярный дискурс, посвященный ИТ (табл. 1):

Таблица 1

Аксиологические концепты научно-популярно дискурса ИТ

Ценностные коцепты	Антиценностные концепты
CAREER (КАРЬЕРА)	—
CONNECTION (СВЯЗЬ)	FRAGMENTATION (РАЗОБЩЕННОСТЬ)
DATA (ДАННЫЕ)	DATA INTERCEPTION (ПЕРЕХВАТ ДАННЫХ)
DOMINATION (ДОМИНИРОВАНИЕ)	RISK (РИСК)
ENTERTAINMENT (РАЗВЛЕЧЕНИЕ)	ADDICTION (ПРИСТРАСТИЕ)
EVOLUTION (РАЗВИТИЕ)	MANIPULATION (МАНИПУЛЯЦИЯ)
FAME (СЛАВА)	—
FEEDBACK (ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ)	BACKLASH (НЕГАТИВНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ)
INFLUENCE (ВЛИЯНИЕ)	CENSORSHIP (ЦЕНЗУРА)
MONEY (ДЕНЬГИ)	GREED (КОРЫСТЬ)
PRIVACY (ПРИВАТНОСТЬ)	TRACKING (ОТСЛЕЖИВАНИЕ)
SECURITY (БЕЗОПАСНОСТЬ)	DATA INTERCEPTION (ПЕРЕХВАТ)

Из приведенной таблицы видно, что в то время, как большая часть аксиологических концептов образует пару, некоторые ценностные концепты не имеют вербализованной семантической оппозиции в текстах корпуса. В отличие от ценностных концептов, воплощенные в языковой форме антиценности актуализируют негативный опыт, опасения и проблемы, с которыми сталкиваются пользователи, представленные в данном случае профессиональным сообществом. Более того, антиценности проявляются в текстах с меньшей частотностью. Возможным объяснением данной тенденции может служить следующее: адресанты дискурса вербализуют антиценности не с целью их популяризации, распространения или интеграции в картину мира адресата — главенствующей интенцией авторов текстов в таком случае является повышение уровня осведомленности адресата относительно определенных явлений профессиональной действительности, а также критика и актуализация отрицательного отношения субъекта к объекту.

Рассмотрим подробнее особенности вербализации ценностного и антиценностного концептов в рамках единого контекстуального пространства в следующем фрагменте дискурса:

Most of the traffic on the web is encrypted. And more websites are adopting basic encryption measures every day. That means that, in theory, eavesdroppers have a hard time seeing whom you're writing to on Gmail or what you're looking up on Wikipedia.

But there's a catch. Big sites like Google and Facebook can see what links you click from their services, and use tracking cookies to follow you around the web. Various tools can help you block this type of tracking, but another big window into your browsing habits remains. Your broadband provider or someone who has hijacked your internet connection could still see what sites you're visiting [Finley, 2018].

(Большая часть трафика в сети зашифрована. И все большее количество веб-сайтов ежедневно принимают основные меры по шифрованию данных. Это значит, что, теоретически, тот, кто хочет вас «подслушать», столкнется с трудностями при попытке увидеть, кому вы пишете в почте Гугл или что вы смотрите на Википедии.

Но здесь есть подвох. Большие сайты, такие как Гугл и Фейсбук, могут видеть, по каким ссылкам вы переходите через их сервисы, и используют файлы cookie, при помощи которых они отслеживают все ваши передвижения по сети. Существуют различные инструменты, которые могут помочь вам заблокировать подобное отслеживание, однако есть еще одно большое окно, через которое видны ваши онлайн-привычки. Ваш интернет-провайдер или человек, подключившийся к вашей сети, по-прежнему может знать о сайтах, которые вы посещаете) (здесь и далее перевод наш. — А. Б., А. А.).

Приведенный пример является одним из наиболее показательных контекстов, в которых адресант преобразует профессиональные знания в общедоступные, направленные на непрофессионала: автор не только использует технические термины *encrypted* (зашифрованный) и *cookies*, но и дает пояснение, что эти термины значат и каковы будут последствия новых мер безопасности: *That means that, in theory, eavesdroppers have a hard time seeing whom you're writing to on Gmail or what you're looking up on Wikipedia* (Различные организации и отдельные личности будут сталкиваться с большим количеством препятствий при попытках пересечения данных и слежки за пользователями). Более того, адресант информирует о потенциальных угрозах, которые так и не были ликвидированы, а именно о возможности вмешательства со стороны провайдера интернет-связи:

Your broadband provider or someone who has hijacked your internet connection could still see what sites you're visiting (Ваш интернет-провайдер или человек, подключившийся к вашей сети, по-прежнему может знать о сайтах, которые вы посещаете). Доступная форма изложения информации позволяет наибольшему количеству читателей понять проблему, которая поднимается в статье, и, более того, скорректировать своё поведение онлайн с учетом нового знания о способах слежки.

Однако профессиональное знание актуализируется в тексте не только посредством интерпретации и упрощения формы подачи информации адресантом, но и посредством вербализации двух концептов, находящихся в отношениях оппозиции: PRIVACY (ПРИВАТНОСТЬ) и TRACKING (ОТСЛЕЖИВАНИЕ). Необходимо отметить, что первый из выявленных концептов вербализуется не через доминантную лексику *privacy* (приватность), но через другие лексические единицы, которые составляют лексико-семантическую группу данного концепта: *encrypted* (зашифрованный), *basic encryption measures* (основные меры по шифрованию), *block tracking* (заблокировать отслеживание). Однако ценность закрытости данных и действий в сети для каждого пользователя становится очевидной в большей степени благодаря вербализации антиценности при помощи лексем *tracking cookies* (файлы для отслеживания), *hijacked your internet connection* (подключились к вашей сети), *see* (видеть), *follow you around* (следить за вами), а также слова *eavesdroppers* (те, кто хочет вас подслушать), которое в данном контексте имеет негативную коннотацию. Из подобной оппозиции следует, что, как и в реальной жизни, пользователям информационных технологий важно иметь личное пространство, свободу передвижений и действий в сети Интернет — права, которые сегодня нарушаются. В случае если адресат не придавал значения аспекту частной жизни в цифровом пространстве, то после ознакомления с приведенным текстом увеличится шанс того, что негативная оценка отслеживания, которую выражает адресант, поднимет уровень осведомленности пользователя и обратит внимание на ценность свободы действий в онлайн-форме. Представляется, что адресат также будет более склонен использовать термины, упомянутые в тексте статьи, в непрофессиональной коммуникации, касающейся ИТ.

Таким образом, ценностная картина мира профессионала, выступающего участником научно-популярного дискурса сферы ИТ, включает ряд ценностей, которые определяются нами как значимые ориентиры, служащие регулятором профессиональной деятельности, отношений (в том числе адресант — адресат), поведенческих и коммуникативных моделей. Роль аксиологических концептов, воплощающихся в текстах, чрезвычайно

велика, поскольку именно данные сущности отражают профессионально обусловленное миропонимание авторов текстов, равно как и оказывают влияние на адресата. Ценностные и антиценностные концепты при декодировании адресантом формируют образ информационных технологий, указывают на то, как ИТ функционируют, развиваются и меняют окружающую действительность.

5. Заключение

Итак, проникновение профессиональных ценностей в общечеловеческую дискурсивную практику — это факт действительности, а постоянный рост популярности информационных технологий как способ самовыражения, достижения успеха, информирования общества — это мощный стимул формирования не только поведенческих, но и ценностно-коммуникативных моделей. В связи с данными факторами проведенное исследование, обращенное к изучению ценностей в лингвистическом аспекте и установлению основных ценностных тенденций профессиональной сферы, связанной с информационными технологиями, в аксиологическом аспекте, — это аналитическая процедура, которая способствовала расширению имеющихся научных знаний об одной из наиболее динамично развивающихся и влиятельных сфер деятельности человека.

Обращение к ценностной сфере научно-популярного дискурса, посвященного использованию информационных технологий, позволило выявить лингвоаксиологические и прагмакогнитивные характеристики одной из наиболее быстро развивающихся сфер взаимодействия людей — коммуникации, организованной обсуждениями сферы ИТ. К ним относятся специфические для англоязычного дискурса ИТ прагматические интенции адресантов текстов, направленность на человека, не обладающего специальным знанием, погруженность в культурный и социальный контекст, языковое воплощение ценностных и антиценностных сущностей. Перечисленные характеристики были выявлены в результате анализа англоязычных статей об ИТ, опубликованных в электронных версиях журналов и газет в сети Интернет. Представляется, что адресант-непрофессионал обращается к подобным текстам для получения определенной картины того, как развиваются современные информационные технологии, как они взаимодействуют с другими системами, в том числе социальными. При этом в результате ознакомления с текстами об ИТ, составленными профессионалами, адресатом могут усваиваться определенные мнения, модели поведения, способы мышления и т. д.

В результате проведенного исследования авторам удалось смоделировать систему ценностной сферы изучаемого дискурса, в которую вхо-

дят аксиологические концепты: 12 концептов, воплощающих ценности, и 9 концептов, воплощающих антиценности. При этом анализ показал, что большая часть ценностей и антиценностей состоит в отношениях оппозиции. Были определены способы лексико-семантической объективации выявленных аксиологических сущностей: каждый концепт актуализируется посредством определенной лексико-семантической группы, в которую входит доминантная лексема, называющая концепт в языке, и другие лексические единицы, семантически связанные с сущностью концепта.

Необходимо отметить, что полученные выводы сделаны на основе анализа англоязычного научно-популярного дискурса сферы информационных технологий и справедливы только для западной лингвокультуры. Несмотря на наличие британских источников языкового материала, в подавляющем большинстве случаев в работе использовались американские источники. Подобный выбор в рамках данного исследования обусловлен активной вовлеченностью западного технологического и массмедийного сообщества в процесс разработки, постоянного развития и обсуждения информационных технологий. По нашему мнению, результаты исследования в аксиологическом аспекте будут варьироваться в зависимости от лингвокультуры, но предположительно иметь ряд общих ценностей в силу процессов глобализации и повсеместной компьютеризации. Сопоставительный анализ аксиосфер различных языков и культур относится к перспективам проведенного исследования. Полученные данные о вербализованных аксиологических концептах могут быть использованы в теоретических междисциплинарных научных проектах, а также послужить основой разработки поисковых систем, нацеленных на семантико-ориентированный поиск.

Источники

1. *Computerworld* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.computerworld.com>.
2. *Finley K.* New Encryption Service Adds Privacy Protection for Web Browsing [Electronic resource] / K. Finley // *Wired.com*. 2018. — Access mode : <https://www.wired.com/story/new-encryption-service-adds-privacy-protection-for-web-browsing/>.
3. *Forbes* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.forbes.com>.
4. *NBC News* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.nbcnews.com>.
5. *TechCrunch* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.techcrunch.com>.
6. *The Guardian* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.theguardian.com>.
7. *The New York Times* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.nytimes.com>.
8. *The Washington Post* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.washingtonpost.com>.
9. *Wired* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.wired.com>.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Артюшенко В. М.* Информационные технологии и управляющие системы : монография / В. М. Артюшенко. — Москва : Научный консультант, 2015. — 184 с.
2. *Афанасьева О. Ю.* Метод лингвокультурного моделирования аксиосферы этноспецифического дискурса / О. Ю. Афанасьева // Филология и искусствоведение. Вестник Челябинского государственного педагогического университета. — 2012. — № 12. — С. 168—175.
3. *Болотова Ю. С.* Аксиологический аспект дискурса моды / Ю. С. Болотова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия : Лингвистика. — 2011. — № 4. — С. 16—22.
4. *Буряковская В. А.* Коммуникативные характеристики массовой культуры в медийном дискурсе (на материале русского и английского языков) : монография / В. А. Буряковская ; Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т. — Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2014. — 228 с.
5. *Вара Н. Г.* Модусы ценностной концептуализации в английском рекламном дискурсе / Н. Г. Вара // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. — 2013. — № 2 (18). — С. 110—114.
6. *Вебер М.* Избранные произведения / М. Вебер. — Москва : Прогресс, 1990. — 808 с.
7. *Григорьева В. С.* Дискурс как элемент коммуникативного процесса : прагмалингвистический и когнитивный аспекты : монография / В. С. Григорьева. — Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. — 288 с.
8. *Ерофеева И. В.* Аксиосфера современных СМИ : специфика и компоненты конструирования / И. В. Ерофеева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. — 2009. — Выпуск 8. — С. 132—140.
9. *Карасик В. И.* Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 331 с.
10. *Клинкова А. А.* Вербализация американских ценностей в дискурсе масс-медиа о Японии (на материале периодической печати США) : автореферат диссертации ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / А. А. Клинкова. — Иркутск, 2009. — 19 с.
11. *Новикова И. И.* Роль и место средств массовой информации в развитии информационного общества / И. И. Новикова // Власть. — 2009. — № 8. — С. 36—39.
12. *Руженцева Т. С.* Профессиональный дискурс специалиста по информационным технологиям как основной механизм передачи информации / Т. С. Руженцева // Гуманитарное образование в экономическом вузе : Материалы IV Международной научно-практической заочной интернет-конференции. — Москва : Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, 2016. — С. 354—359.
13. *Рыльщикова Л. М.* Информационные технологии в научно-фантастическом дискурсе / Л. М. Рыльщикова, К. В. Худяков // Lingua mobilis. — 2013. — № 6 (45). — С. 5—10.
14. *Серебренникова Е. Ф.* Аспекты аксиологического лингвистического анализа / Е. Ф. Серебренникова // Лингвистика и аксиология : этносемиотрия ценностных смыслов : коллективная монография / отв. ред. Л. Г. Викулова. — Москва : ТЕЗАУРУС, 2011. — С. 7—27.
15. *Степанова Е. С.* Лингвокогнитивные особенности научно-популярного медицинского дискурса / Е. С. Степанова // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). — Самарский государственный медицинский университет, 2019. — № 4 (201). — С. 95—99.

16. Трипольская Т. А. Эмотивно-оценочный дискурс : когнитивный и прагматический аспекты / Т. А. Трипольская. — Новосибирск : Изд-во НГПУ, 1999. — 170 с.
17. Ширяева Т. А. Институциональность как важнейший дискурсообразующий фактор / Т. А. Ширяева // Человек. Язык. Культура : сборник научных статей, посвященный 60-летию юбилею проф. В. И. Карасика. — Киев : Изд. дом Д. Бурого, 2013. — Ч. 1. — С. 780—790.
18. Alhabash S. A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? / S. Alhabash, M. Ma // *Social Media + Society*. — 2017. — Pp. 1—13.
19. Allcott H. Social Media and Fake News in the 2016 Election / H. Allcott, M. Gentzkow // *Journal of Economic Perspectives*. — 2017. — № 31 (2). — Pp. 211—236.
20. Batrinca B. Social media analytics : A survey of techniques, tools and platforms / B. Batrinca, P. Treleaven // *AI & SOCIETY*. — 2015. — № 30. — Pp. 89—116.
21. Baumöl U. Dynamics of customer interaction on social media platforms / U. Baumöl, L. Hollebeek, R. Jung // *Electronic Markets*. — 2016. — № 26. — Pp. 199—202.
22. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis* (1st edition) / N. Fairclough. — London : Longman, 1995. — 265 p.
23. Hajli N. Exploring the Security of Information Sharing on Social Networking Sites : The Role of Perceived Control of Information / N. Hajli, X. Lin // *Journal of Business Ethics*. — 2016. — № 133 (1). — Pp. 111—123.
24. Mao H. Information technology resource, knowledge management capability, and competitive advantage : The moderating role of resource commitment / H. Mao, S. Liu, J. Zhang, Z. Deng // *International Journal of Information Management*. — 2016. — № 36. — Pp. 1062—1074.
25. Pawlowski T. *Aesthetic Values* / T. Pawlowski. — Dordrecht, Boston, London : Kluwer Academic Publishers, 1989. — 138 p.
26. Rockeach M. *The Nature of Human Values* / M. Rockeach. — New York : The Free Press, 1973. — 438 p.
27. Wierzbicka A. I. *Introduction* / A. Wierzbicka // *Understanding Cultures through their Key Words : English, Russian, Polish, German, Japanese*. — New York : Oxford University Press, 1997. — 317 p.

CONCEPTUAL EMBODIMENT OF VALUES AND ANTIVALUES IN THE POPULAR SCIENTIFIC DISCOURSE IN THE FIELD OF INFORMATION TECHNOLOGY AS A WAY OF ACTUALIZATION THE PROFESSIONAL AXIOLOGICAL PICTURE OF THE WORLD¹

© Alexander Yu. Bagiyani (2019), orcid.org/0000-0002-3455-0516, PhD in Philology, Associate Professor, Department of English Language and Professional Communication, Associate

1 The study was carried out as part of the scientific project “Conceptual linguistic design of professional identity in an innovative economy: linguistic-cognitive, social lexicographic, and pragmaxiological modeling of Russian-speaking and Western European popular science discourse” under the President of the Russian Federation grant (No. MK-6895.2018.6; leader - A. Yu. Bagiyani).

Professor, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Pyatigorsk State University” (Pyatigorsk, Russia), alexander.0506@mail.ru.

© **Amalia R. Arakelova (2019)**, orcid.org/0000-0003-2514-6535, PhD in Philology, Associate Professor, Department of English Language and Professional Communication, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Pyatigorsk State University” (Pyatigorsk, Russia), amaliia.arakelova@gmail.com.

The article is devoted to the modern English-language written popular scientific discourse in the field of information technology. It is understood as a combination of texts in popular science and journalistic sources, the subject of consideration of which is information technology. This discourse is investigated in the aspect of its axiological loading and professional conditioning. A linguo-axiological, pragmacognitive and socioculturological analysis of texts from leading English-language magazines and newspapers is carried out, the materials of which include articles on information technology and aimed at a general reader. The question is raised about the relationship between the professional picture of the world, language and the value and antivalue concepts embodied with it. The discursive-pragmatic opposition of these entities is established. Attention is paid to the definition of language structures and means by which axiological concepts are verbalized, and the systematization of identified concepts is proposed. The relevance of the study is due to both the penetration of technology into all spheres of life and the features of modern communication caused by this, as well as the potential of a written popular scientific discourse to exert a speech effect on the recipients of texts. The novelty of the study is seen in filling the theoretical vacuum in the field of analysis of the most important focuses specific to a particular professional community, and ways of linguistic actualization of these focuses in texts on information technology.

Key words: antivalue; discourse analysis; discourse of information technology; concept; value.

MATERIAL RESOURCES

Computerworld. Available at: <https://www.computerworld.com>.

Finley, K. (2018). New Encryption Service Adds Privacy Protection for Web Browsing. In: *Wired.com*. Available at: <https://www.wired.com/story/new-encryption-service-adds-privacy-protection-for-web-browsing/>.

Forbes. Available at: <https://www.forbes.com>.

NBC News. Available at: <https://www.nbcnews.com>.

TechCrunch. Available at: <https://www.techcrunch.com>.

The Guardian. Available at: <https://www.theguardian.com>.

The New York Times. Available at: <https://www.nytimes.com>.

The Washington Post. Available at: <https://www.washingtonpost.com>.

Wired. Available at: <https://www.wired.com>.

REFERENCES

- Afanasyeva, O. Yu. (2012). Metod lingvokulturnogo modelirovaniya aksiosfery etnospetsificheskogo diskursa. *Filologiya i iskusstvovedeniye. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 12: 168—175.
- Alhabash, S., Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? In: *Social Media + Society*. 1—13.

- Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 211—236.
- Artyushenko, V. M. (2015). *Informatsionnyye tekhnologii i upravlyayushchiye sistemy*. Moskva: Nauchnyy konsultant. (In Russ.).
- Batrinca, B., Treleven, P. (2015). Social media analytics: A survey of techniques, tools and platforms. *AI & SOCIETY*, 30: 89—116.
- Baumöl, U., Hollebeek, L., Jung, R. (2016). Dynamics of customer interaction on social media platforms. *Electronic Markets*, 26: 199—202.
- Bolotova, Yu. S. (2011). Aksiologicheskiy aspekt diskursa mody. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika*, 4: 16—22. (In Russ.).
- Buryakovskaya, V. A. (2014). *Kommunikativnyye kharakteristiki massovoy kultury v mediynom diskurse (na materiale russkogo i anglyiskogo yazykov): monografiya*. Volgograd: Izd-vo VGSPU «Peremena». (In Russ.).
- Erofeyeva, I. V. (2009). Aksiosfera sovremennykh SMI: spetsifika i komponenty konstruirovaniya. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*. 8 (8): 132—140. (In Russ.).
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. (1st edition). London: Longman.
- Grigoryeva, V. S. (2007). *Diskurs kak element kommunikativnogo protsessa: pragmalingvisticheskiy i kognitivnyy aspekty: monografiya*. Tambov: Izd-vo Tamb. gos. tekhn. un-ta. (In Russ.).
- Hajli, N., Lin, X. (2016). Exploring the Security of Information Sharing on Social Networking Sites: The Role of Perceived Control of Information. *Journal of Business Ethics*, 133 (1): 111—123.
- Karasik, V. I. (2002). *Yazykovoy krug: lichnost', kontsepty, diskurs*. Volgograd: Peremena. (In Russ.).
- Klinkova, A. A. (2009). *Verbalizatsiya amerikanskikh tsennostey v diskurse mass-media o Yaponii (na materiale periodicheskoy pechati SShA): avtoreferat dissertatsii ... kandidata filologicheskikh nauk*. Irkutsk. (In Russ.).
- Mao, H., Liu, S., Zhang, J., Deng, Z. (2016). Information technology resource, knowledge management capability, and competitive advantage: The moderating role of resource commitment. *International Journal of Information Management*, 36: 1062—1074.
- Novikova, I. I. (2009). Rol' i mesto sredstv massovoy informatsii v razvitii informatsionnogo obshchestva. *Vlast'*, 8: 36—39. (In Russ.).
- Pawlowski, T. (1989). *Aesthetic Values*. Dordrecht, Boston: Kluwer Academic Publishers. London.
- Rockeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.
- Ruzhentseva, T. S. (2016). Professionalnyy diskurs spetsialista po informatsionnym tekhnologiyam kak osnovnoy mekhanizm peredachi informatsii. In: *Gumanitarnoye obrazovaniye v ekonomicheskom vuze: materialy IV Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy zaochnoy internet-konferentsii*. Moskva: Rossiyskiy ekonomicheskii universitet imeni G. V. Plekhanova. 354—359. (In Russ.).
- Rylshchikova, L. M., Khudyakov, K. V. (2013). Informatsionnyye tekhnologii v nauchno-fantasticheskom diskurse. *Lingua mobilis*, 6 (45): 5—10. (In Russ.).
- Serebrennikova, E. F. (2011). Aspekty aksiologicheskogo lingvisticheskogo analiza. In: *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnykh smyslov*. Moskva: TEZAURUS. 7—27. (In Russ.).

- Shiryayeva, T. A. (2013). Institutionalnost' kak vazhneyshiy diskursoobrazuyushchiy faktor. In: *Chelovek. Yazyk. Kultura: sbornik nauchnykh statey, posvyashchennyy 60-letnemu yubileyu prof. V. I. Karasika, 1*. Kiyev: Izd. dom D. Burago. 780—790.
- Stepanova, E. S. (2019). Lingvokognitivnyye osobennosti nauchno-populyarnogo meditsinskogo diskursa. *Vestnik TGPU (TSPU Bulletin)*, 4 (201): 95—99. (In Russ.).
- Tripolskaya, T. A. (1999). *Emotivno-otsenochnyy diskurs: kognitivnyy i pragmaticeskij*. Novosibirsk: Izd-vo NGPU. (In Russ.).
- Vara, N. G. (2013). Modusy tsennostnoy kontseptualizatsii v angliyskom reklamnom diskurse. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Yazykoznaniye*, 2 (18): 110—114. (In Russ.).
- Veber, M. (1990). *Izbrannyye proizvedeniya*. Moskva: Progress. (In Russ.).
- Wierzbicka, A. I. (1997). Introduction. In: *Understanding Cultures through their Key Words: English, Russian, Polish, German, Japanese*. New York: Oxford University Press.