

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ВЯ
_____ Чистова Е.В.
« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ В ЯПОНСКОМ
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

Выпускник

А.А. Александрова

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц. каф. ВЯ
А.В. Козачина

Нормоконтролер

А.П. Мутасова

Красноярск 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФЕНОМЕНА КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ.....	7
1.1. Эволюция термина «дискурс» в рамках гуманитарного знания.....	7
1.2. Критический дискурс-анализ как актуальное направление современной дискурсивной лингвистики: метод критического дискурс-анализа Н. Фэйрклафа.....	13
1.3. «Культура отмены» как новый объект лингвистических исследований..	19
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	25
ГЛАВА 2. СРЕДСТВА И СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ.....	27
2.1. Характеристика исследовательского корпуса работы	27
2.2. Критический дискурс-анализ постов и комментариев культуры отмены на основе модели Н. Фэйрклафа.....	31
2.2.1. Анализ текстового уровня	31
2.2.1.1. Графический уровень вербализации культуры отмены	31
2.2.1.2. Фонетический уровень вербализации культуры отмены	35
2.2.1.3. Морфологический уровень вербализации культуры отмены .	38
2.2.1.4. Лексический уровень вербализации культуры отмены.....	43
2.2.1.5. Синтаксический уровень вербализации культуры отмены.....	47
2.2.2. Анализ дискурсивной практики	49
2.2.3. Анализ социальной практики	61
2.3. Интерпретация результатов исследования	68
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	76
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	79
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ.....	86

ВВЕДЕНИЕ

С развитием интернет-коммуникации наблюдается заметное увеличение числа актов публичной критики и бойкотирования медийных личностей или брендов за непопулярные действия и/или высказывания. Данное явление получило название «культура отмены» и уже нашло свое отражение во многих лингвокультурах.

Воздействующая сила глобального интернет-дискурса формирует необходимость проявления толерантности в отношении чужого образа жизни, поведения, обычаев, религиозных чувств и искоренения любых зачатков нетерпимости вплоть до изоляции отдельных социальных акторов. Таким образом, «культура отмены» выступает не только медиаинструментом влияния на внутренний мир участника интернет-дискурса, но и средством формирования социальных практик как глобального, так и отдельного лингвокультурного сообщества.

Актуальность исследования обусловлена тем, что оно вносит вклад в изучение дискурсивной реализации культуры отмены – явления, выступающего в роли регулятора социальных процессов, способного как формировать новые общественные ценности, так и исключать те, что являются неприемлемыми в дискурсе.

Объектом настоящего исследования выступает интернет-дискурс, а **предметом** – специфика реализации феномена культуры отмены в японском интернет-дискурсе.

Целью исследования является описание способов вербализации и дискурсивной репрезентации феномена культуры отмены (на примере японского интернет-дискурса).

Для реализации цели были поставлены следующие **задачи**:

1) изучить эволюцию термина «дискурс» в парадигме современного гуманитарного знания;

2) рассмотреть существующие направления критического дискурс-анализа и обосновать выбор метода исследования;

3) проанализировать феномен культуры отмены на стыке социологии и лингвистики;

4) при помощи модели Н. Фэйрклафа выявить и описать способы реализации феномена культуры отмены в рамках трех измерений: текст, дискурсивная практика, социальная практика;

5) на основе полученных результатов смоделировать процесс реализации культуры отмены в интернет-дискурсе.

Материалом исследования послужили 70 постов из социальной сети Twitter и платформы Change.org, а также 30 комментариев к ним. В работе использованы также материалы японских новостных интернет-изданий Yahoo! Japan, The Asahi Shimbun Globe+, Asahi, Business Insider, HUFFPOST, CYZO WOMAN, High-Brands и Note.

При написании теоретической части были использованы следующие **методы**: сравнительно-сопоставительный, описательный, анализ, синтез, обобщение. В основу практической части легли фонетический, семантический, контекстологический и этимологический анализ, критический дискурс-анализ, а также элементы лингвокультурологического и мультимодального анализа.

Основная **теоретико-методологическая база** данного исследования была построена на работах по изучению дискурса (Э. Бенвенист, 1974; А.Ж. Греймас, Ж. Курте, 1983; М. Фуко, 1996; М. Пешё, 1999; З.С. Харрис, 1952; Т. ван Дейк, 2000; М.М. Бахтин, 1972, 1979; В.З. Демьянков, 1982; Н.Д. Арутюнова, 1990; Б.М. Гаспаров, 1996; В.И. Карасик, 2016; Е.С. Кубрякова, 2000; А.А. Кибрик, 1992, 2003), критического дискурс-анализа (Т. ван Дейк, 1998; Р. Водак, 1999; Н. Фэйрклаф, 1992, 1995, 2001, 2003, 2010; Йоргенсен, Филлипс, 2008), интернет-дискурса (Г.Н. Трофимова, 2000; М.И. Жирков, 2016; Е.Н. Галичкина, 2001; Т.И. Стексова, 2013; М.А.

Венгранович, 2017; А.В. Зеленовская, 2014; D. Crystal, 2006), культуры отмены (О.Ю. Коновалова, 2020; И.А. Быков, Ю.Д. Ахмедова, 2021; Т.М. Шкапенко, Н.Б. Милявская, 2020), японистики (В.М. Алпатов, П.М. Аркадьев, В.И. Подлесская, 2008; Т. Сэнгоку, 1991; К. Хара, 2011).

Полученные в ходе исследования результаты и наблюдения о природе культуры отмены в поле интернет-дискурса представляют **практическую значимость** для специалистов в области социолингвистики и теории дискурса. Кроме того, материал и полученные результаты могут быть использованы в дальнейшем при написании магистерской диссертации по лингвистике или востоковедению.

Во **Введении** приводится обоснованность выбора темы, актуальности, объект, предмет, цель и задачи, а также методы и материал исследования.

Первая глава посвящена рассмотрению понятия «дискурс» и его эволюции. Особое внимание уделяется трехмерной модели критического дискурс-анализа Н. Фэйрклафа, которая будет использована для написания практической части работы. Наконец, дается определение культуры отмены, обозначаются ее основные черты и происходит дифференциация со смежными понятиями.

Вторая глава посвящена описанию практического материала. Феномен «культура отмены» рассматривается на трех уровнях, выделенных Н. Фэйрклафом: текст, дискурсивная практика и социальная практика, что позволяет проследить процесс преобразования языкового материала в социальную практику посредством дискурсивной практики культуры отмены.

В **Заключении** обобщаются полученные результаты, соотносимые с целью и поставленными во введении задачами.

Апробация работы: основные положения настоящей работы были представлены на следующих международных научно-практических конференциях: II Международный Форум языков и культур (2021), XII Конференция молодых японоведов «Новый взгляд» (2021), V

Международная научно-практическая конференция на иностранных языках «Экономика, управление и международное взаимодействие: региональные и мировые тенденции» (2021), XIV Международная научно-практическая конференция молодых исследователей (2022).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ФЕНОМЕНА КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

1.1. Эволюция термина «дискурс» в рамках гуманитарного знания

На сегодняшний день дискурсивная лингвистика является одним из перспективных направлений языкознания, а ее главный термин – «дискурс» все чаще становится объектом споров и обсуждений как среди научных школ, так и среди отдельных ученых. Термин зародился в «недрах» философии и привлек внимание лингвистического сообщества только в середине XX века. Это произошло отчасти благодаря лингвистическому повороту в науке, связанному с переосмыслением понятия языка и его роли в познании мира и процессе коммуникации.

Во французской лингвистической традиции синонимами слова «дискурс» считались «речь» или «речевая коммуникация». Одним из первых использовал термин «discours» Э. Бенвенист, который утверждал, что «язык устроен таким образом, что позволяет каждому говорящему, когда тот обозначает себя как я, как бы присваивать язык целиком» [Бенвенист, 1974: 296]. По мнению ученого, язык состоит из «пустых» форм, которые в процессе речи присваиваются говорящим, делая речь субъективной [Там же: 297]. Э. Бенвенист называл это свойство «человек в языке» [Там же: 14].

Разрабатывая собственную теорию, Э. Бенвенист разводил понятия «высказывание» и «речь». Высказывание по Бенвенисту – превращение индивидуумом языка в речевое сообщение, благодаря которому и происходит процесс присвоения языка [Бенвенист, 1974: 313]. Речь понимается как единовременная реализация языка после акта высказывания [Там же]. Таким образом, ученый пришел к выводу о том, что индивидуальный акт присвоения языка, высказывание, вводит того, кто

говорит, в его собственную речь, и называет дискурс «речевым произведением» [Там же: 314].

А.Ж.Греймас и Ж.Курте отмечали, что в некоторых европейских языках термин «дискурс» был заменен на «текст» из-за отсутствия эквивалента [Греймас, Курте, 1983: 488]. Несмотря на это, лингвисты отождествляли дискурс и с «высказыванием-результатом», при этом сегментами высказывания являются фразы, а дискурс выступает результатом объединения фраз [Там же: 489].

Теорией дискурса занимался также французский ученый М. Фуко, опиравшийся на исследования Э. Бенвениста. Пытаясь дать определение дискурсу, М. Фуко рассуждал о его неоднозначной природе: «Наконец, вместо того чтобы постепенно сужать и без того смутное значение слова «дискурс», я только умножил смыслы: то ли общая область всех высказываний, то ли индивидуализируемая группа высказываний, то ли установленная практика, учитывающая некоторое число высказываний» [Фуко, 1996а: 81–82]. Лингвист предположил, что дискурс – это не обыденная, немедленно потребляемая речь, а, прежде всего, «совокупность высказываний, принадлежащих к одной и той же системе формаций» [Там же: 108]. Под формациями он подразумевал некоторую совокупность общественных отношений, в которых возникают дискурсивные практики, т.е. «анонимные исторические правила, определенные во времени и пространстве, которые были установлены в данную эпоху и для данного социального, экономического, географического или лингвистического пространства условия выполнения функции высказывания» [Фуко 1996а: 118].

Французский философ М. Пешё, разделяющий научную точку зрения Фуко, дифференцирует дискурс и идеологи, выделяя «идеологическую» и «дискурсивную» формации. Дискурс по М. Пешё – лишь один из материальных аспектов идеологии, который «переводит» экономические процессы в идеологические [Пешё, Фуко, 1999: 107].

Результаты исследований М. Пешё отражаются на дальнейшем изменении трактовки термина «дискурс». Идея М. Пешё о тесной связи дискурса и идеологии получает теоретическое и методологическое продолжение в работах Р. Водак, Т. ван Дейка, Н. Фэйрклафа и др [Козачина, 2021: 14]. Претерпевает значительные изменения и трактовка термина: некогда воспринимаемая как последовательность высказываний, дискурс начинает рассматриваться учеными как комплексное коммуникативное явление, включающее в себя не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы: как цели, мнения, установки.

Т. ван Дейк предложил два основных определения, в широком и узком смысле. В широком смысле дискурс есть «комплексное коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим (наблюдателем), в определенном временном, пространственном и прочем контексте» [Ван Дейк, 2000: 7]. Данное коммуникативное действие может быть речевым, письменным, а также иметь вербальные и невербальные составляющие (например, разговор с другом, диалог между пассажирами транспорта, чтение газеты) [Там же].

В узком смысле дискурс – это письменный текст или разговор, устный текст, с учетом присутствия только одной вербальной составляющей, т.е. «письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия» [Ван Дейк, 2000: 7]. Согласно концепции Т.А. ван Дейка, принципы функционирования языка в обществе рассматриваются с учетом ряда социальных факторов: мнения и установки говорящих, их социальный и этнический статус и т. д.; определенным образом акцентируются личностные характеристики носителей языка с их намерениями, чувствами, эмоциями [Там же].

Н. Фэйрклаф, исследующий дискурс в его непосредственной связи с социальными изменениями, дает следующее определение: «дискурс – это использование языка, вовлеченное в социальные отношения и процессы,

которые и определяют вариативность его свойств, включая языковые формы, появляющиеся в тексте» [Fairclough, цит. по: Козачина, 2021: 17]. Р. Водак, которая также является представителем КДА, понимает под дискурсом «структурированные формы знания и память о социальных практиках» [Wodak, Meyer, 2008: 6].

В русском языке термин «дискурс» возник во второй половине XVIII века, а использование прилагательного «дискурсивный» было зафиксировано в научной речи с конца XIX. Несмотря на это, исследования дискурса как лингвистического феномена началось лишь во второй половине XX века, когда фокус перешел с лингвистики текста на продолжавший ее идеи дискурсивный анализ. На начальном этапе дискурс-анализа российские лингвисты рассматривали дискурс как синоним понятию «текст» [Бажалкина, 2016: 158].

Заложивший основы теории дискурса М.М. Бахтин был близок к современному определению дискурса: «речь или дискурс могут быть описаны как диалог – переключка разных голосов» [Бахтин, 1979: 310]. М. Бахтин также является автором диалогической теории, в рамках которой текст как высказывание рассматривается в качестве реальной единицы коммуникации [Там же]. Согласно данной теории, диалог является не только способом межличностной коммуникации, но подлинным «событием бытия», пронизывающим всю человеческую речь и все отношения. Ученый полагает, что мысль становится подлинной «только в условиях живого контакта с чужой мыслью, воплощенной в чужом голосе, т.е. в чужом, выраженном в слове сознании» [Бахтин, 1972: 146].

Когнитивно-дискурсивная парадигма, выдвинутая Е.С. Кубряковой в 90-х годах XX века, повлияла на смену вектора лингвистических исследований [Иванова, 2020: 80]. В рамках данной парадигмы происходит синтез когнитивных исследований, направленных на изучение человеческого сознания, и исследований дискурса, охватывающих такие понятия, как речь,

коммуникация и социальное содержание [Там же: 81]. Это позволяет проследить, как связаны социальные события и ментальные процессы [Там же].

Представитель отечественной лингвистики конца XX века В.З. Демьянков понимает дискурс, как «произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения» [Демьянков, 1982: 7]. Ученый утверждает, что дискурс является речью живой, а текст – ее «мертвым» продуктом [Демьянков, 2007: 90].

Н.Д. Арутюнова предлагает следующее определение дискурса: «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [Арутюнова, 1990: 136]. Лингвист также использует другое, более краткое определение: «речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова, 1990: 137].

В.И. Карасик, опираясь на исследования Б.М. Гаспарова (1996), называет дискурс «центральным моментом человеческой жизни в языке» [Карасик, 2016: 20]. Под этим высказыванием ученый подразумевает, что язык способен отражать человеческий опыт (коммуникативные намерения автора, взаимоотношения автора и адресатов, общие идеологические черты эпохи и т.д.), «включающий этнокультурные модели поведения, которые находят многообразное выражение в речи» [Там же]. В процессе исследования В.И. Карасик обращается к определениям дискурса с позиции лингвофилософии, лингвистики речи и социолингвистики, приходя к выводу о том, что дискурс является «комплексным явлением, находящемся на границе с речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и

фиксируемым текстом, остающимся в "сухом остатке" общения, с другой стороны» [Там же: 21].

Е.С. Кубрякова подразумевает под дискурсом «явление когнитивное, имеющее дело с передачей знаний, с оперированием знаниями особого рода и, главное, с созданием новых знаний» [Кубрякова, 2000: 23]. Однако соглашается и с определением А.А. Кибрика, согласно которому дискурс – это «одновременно и процесс языковой деятельности, и ее результат – а результат и есть текст» [Кибрик, 1992: 307].

А.А. Кибрик также подчеркивает неоднозначную природу дискурса, который употребляется в различных гуманитарных науках: лингвистика, семиотика, социология, литературоведение, психология, философия, антропология и др. Как и любой другой коммуникативный акт, дискурс подразумевает наличие двух участников: адресанта и адресата, что наводит нас на мысль о диалоге [Кибрик, 2003: 10]. Данная точка зрения очень близка к диалогической теорией М.М. Бахтина.

Таким образом, вектор изучения дискурса схож как в зарубежных, так и в отечественных трудах. Со временем ученые приходят к выводу о том, что определение термина «дискурс» расширяется, выходя за рамки текста и речи. Именно поэтому в современных гуманитарных исследованиях его изучение является одной из самых первостепенных задач. Это также обусловлено переходом к антропоцентрической парадигме знания, где объектом изучения является человек, а, соответственно, и коммуникацию, в которую он вовлечен. Вслед за переосмыслением сущности дискурса возникла теория анализа дискурса. Дискурс-анализ является лингвистическим исследованием, направленным на изучение текста и контекста как основных элементов дискурса. В следующем параграфе будет более подробно рассмотрено критическое направление дискурс-анализа.

1.2. Критический дискурс-анализ как актуальное направление современной дискурсивной лингвистики: метод критического дискурс-анализа Н. Фэйрклафа

Одновременно с изучением феномена дискурса ученые сосредоточились на исследовании методов его исследования. Основным становится метод «дискурс-анализа», который был впервые использован американским лингвистом З.С. Харрисом. Его методология основана на теории информации и представляет собой «метод анализа связной речи» [Harris, 1952: 474]. До начала 1970-х гг. в науке господствовала генеративно-трансформационная парадигма, вследствие чего американская лингвистика редко выходила за рамки предложения [Ван Дейк, Кинч, 1988: 157]. Ученые сосредотачивались на фонологических, морфологических, синтаксических, и семантических структурах предложений вне контекста или предложений, изолированных от текста [Там же]. В статье под названием “Discourse analysis” З. Харрис одним из первых предложил выйти за рамки предложения на уровень текста [Harris, 1952: 475].

В рамках своей теории о «связном дискурсе» З. Харрис под дискурсом понимал «последовательность предложений, произнесенных или написанных одним человеком или группой людей в определенной ситуации» [Harris, 1952: 476]. Лингвист отмечал, что данное определение не уменьшает полезности анализа, поскольку все языковые явления внутренне взаимосвязаны, а язык «не реализуется в сбивчивых словах и предложениях, но в связном дискурсе – от одного слова к десятистраничному роману, от монолога до спора на Площади Единства» [Там же].

Позже дискурс-аналитики концентрируются в своих работах на проблемах выявления способов установления контроля над дискурсом и воспроизводства власти в дискурсе. Так Т. ван Дейк, основываясь на постулате М. Фуко о том, что «обладать дискурсом – значит обладать

властью», приходит к выводу о том, что «контролировать дискурс – значит косвенно контролировать сознание» [Дейк, 2013: 27]. Данная идея стала основой исследовательской программы, которая получила название «критические дискурсивные исследования» (КДИ).

КДИ Т. Ван Дейка также называют функционально-когнитивным КДА. Сам ученый называет его «дискурс-анализом с личностным отношением к рассматриваемым проблемам» [Dijk et al., 2001: 96]. Критический анализ дискурса включает в себя микроанализ, а при отборе материала учитывается его релевантность проблеме исследования. Исследование начинается с анализа дискурсивного топика, затем рассматриваются лексическое значение и соотношения слов и структур пропозиций. Третий этап исследования посвящен исследованию имплицитных значений, четвертый – различным экстралингвистическим средствам (интонация, паузы, поправки). Наконец, внимание уделяется контексту, т.е. ситуация, институт, роли участников и т.д. [Там же: 101–111].

Подход Р. Водак носит название «дискурсно-исторический» [Wodak, Meyer, 2001: 63]. В рамках данного подхода обязательным является рассмотрения исторического контекста объекта исследования, а также учета эмпирических данных. Анализ начинается с рассмотрения проблемной ситуации, после чего происходит формирование стратегии анализа. Следующим шагом является отбор эмпирического материала (из газет, радио- и телепередач, интервью и т.д.). В заключение, требуется сделать вывод о том, как семиотические средства повлияли на возникновение различных социальных проблем, таких как ксенофобия, дискриминация, расизм и т.д. [Wodak, Meyer, 2001: 85–92].

Социально-семиотический КДА Н. Фэйрклафа нацелен на систематическое исследование часто неявной взаимосвязи дискурсивных практик, событий и текстов, а также более широких социальных и культурных структур, отношений и процессов [Fairclough, 2010: 93]. Исходя

из взглядов ученого, дискурсивные практики, события и тексты возникают и идеологически формируются отношениями власти и борьбой за власть [Там же].

Центральное место в теории Н. Фэйрклафа принадлежит идее о том, что дискурс является «использованием языка, как социальной практики» [Fairclough, 2010: 95]. Дискурс выступает эффективным механизмом поддержания, находясь в диалектических отношениях с другими социальными измерениями, а также воспроизводит и трансформирует социальные взаимодействия [Fairclough, цит. по: Йоргенсен, Филлипс, 2008: 116].

Еще одной особенностью подхода Н. Фэйрклафа является создание теоретической модели и методологических инструментов для эмпирического исследования дискурса в повседневном социальном взаимодействии. [Fairclough, цит. по: Йоргенсен, Филлипс, 2008: 117]. Ученый отмечает важность систематического анализа устной и письменной речи, поэтому придерживается тексто-ориентированной формы дискурс-анализа [Там же].

В своем подходе Н. Фэйрклаф пытается объединить теорию власти, основанную на концепции гегемонии Грамши, с теорией дискурсивной практики, основанной на концепции интертекстуальности. Соотнося понятия дискурса и гегемонии, ученый подчеркивает, что, с одной стороны, борьба за власть и превосходство принимает форму дискурсивной практики в устной и письменной речи, а с другой стороны, дискурс сам по себе является одной из сфер гегемонии [Fairclough, 1995: 95]. Господство определенного класса или группы над целым обществом или отдельными его классами отчасти является результатом его способности формировать дискурсивные практики [Там же].

На основе представлений о дискурсе и власти Н. Фэйрклаф предлагает свою модель анализа дискурса, состоящую из трех измерений [Fairclough, 1995: 10].

- 1) текст (речь, письменный текст, визуальный образ, их сочетания);
- 2) дискурсивная практика (процессы воспроизведения и потребления текста, посредник между текстом и обществом);
- 3) социальная практика.

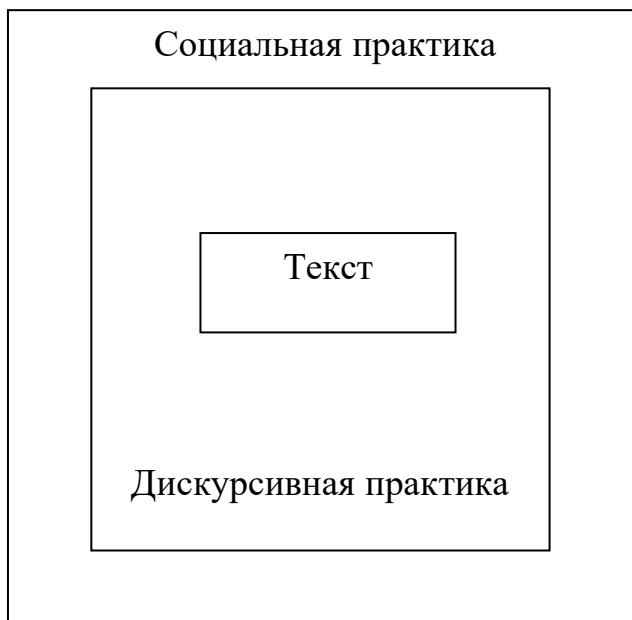


Рисунок 1. Трехмерная модель Н. Фэйрклафа

Автор начинает с анализа языковых средств, таких как лексика, грамматика, синтаксис и т. д. Затем переходит к интерпретации дискурсивной практики, т.е. поиску ответа на вопрос о том, как авторы текстов используют существующие дискурсы и жанры и каким образом получатели текстов используют доступные дискурсы и жанры для восприятия и интерпретации текстов. Завершается анализ исследованием связи дискурсивной и социальной практик и изучением того, как дискурсивная практика влияет на изменение социального порядка, является двигателем социальных изменений.

Отдельное внимание Н. Фэйрклаф уделяет такому уровню, как дискурсивная практика. Внутри определенного порядка дискурса существуют дискурсивные практики, при помощи которых продуцируются, воспринимаются или интерпретируются текст и речь [Fairclough, 2001: 17]. Анализ дискурсивной практики сконцентрирован на том, как авторы текстов

используют уже существующие дискурсы и жанры, чтобы создать текст, доступный для восприятия и интерпретации [Fairclough, цит. по: Филлипс, Йоргенсен 2008: 111]. Дискурсивные практики включают в себя действие и взаимодействие, социальные отношения, материальный мир, материальные практики, а также ритуалы, верования, ценности, желания людей и институтов [Chouliaraki, Fairclough, 2001: 186]. К ним также относятся формы сознания, время и пространство, объекты, инструменты, субъекты, их социальные отношения и деятельность [Fairclough, 2001: 1].

В рамках анализа дискурсивной практики ученый учитывает участников дискурса, а также цель, которую они преследуют. Затем он переходит к анализу трех форм дискурса, в виде которых он проявляется в социальной практике: жанры (интервью, лекция), дискурсы (Новый лейборизм, Тэтчеризм) и стили (менеджер, фрилансер) [Haig, 2020: 3]. При возникновении в одном коммуникативном событии различных дискурсов Н. Фэйрклаф определяет порядок дискурса, т.е. иерархию дискурсов, а также уровень интердискурсивности (и инержанровости), а затем – интертекстуальности [Там же]. Исследование интердискурсивности дает представление о том, как сочетаются дискурсы и жанры, и о том, как на это влияет стабильность социальных отношений. При исследовании интертекстуальности ученый пытается выявить, подтверждает или опровергает ли цитирование то, что сказано или написано.

Третья ступень модели – социальная практика. Согласно Н. Фэйрклафу, социальные практики – это правила и структуры, которые ограничивают человеческие действия и взаимодействие в контексте [Fairclough, 1992a: 3]. В качестве примера социальной практики исследователь приводит семинарское занятие в университете, новостную ленту в социальной сети и т.д. Ученый выделяет ряд элементов социальной практики, которые связаны между собой и требуют трансдисциплинарного изучения: социальная деятельность, субъекты и их социальные отношения, объекты и инструменты, объекты,

время и место, форма сознания (убеждения, знания, ценности), семиозис [Fairclough, 2001].

Для описания коммуникативного события в рамках трех измерений Фэйрклаф использует ряд специфических понятий [Fairclough, цит. по: Йоргенсен, Филлипс, 2008: 126–133]:

1) текст – письменный или устный, воспроизведенный в дискурсивном событии;

2) жанр – использование языка, связанное с определенной социальной деятельностью. Например, жанр интервью, рекламный жанр;

3) порядок дискурса – совокупность жанров и дискурсов, которые используются в определенной социальной области, и взаимоотношения между ними. Например, смешанному дискурсу (научный и популярный) проще присутствовать в СМИ, чем академическому;

4) интердискурсивность – образование новых «комбинаций» дискурсов и жанров в одном коммуникативном событии, форма интертекстуальности;

5) интертекстуальность – состояние, при котором все коммуникативные события основаны на более ранних событиях (использование слов и фраз, которые уже использовались ранее). Текст рассматривается как звено в интертекстуальной цепи, в которой каждый текст включает элементы других текстов и т.д.;

6) идеология – определенные конструкции значений, которые способствуют производству, воспроизведению и трансформации отношений доминирования;

7) гегемония – процесс переговоров и поиска консенсуса в «противоборстве» дискурсов доминирования. Посредством концепта гегемонии можно понять, как дискурсивная практика участвует в социальной практике перераспределения власти.

Итак, КДА в традиции Н. Фэйрклафа демонстрирует глубокий потенциал для исследования такого сложного феномена как «культура

отмены». Первым этапом анализа в рамках трехмерной модели Фэйрклафа является дискурсивная практика, т.е. процесс продуцирования и восприятия текста. Вторым шагом выступает текстовый материал, при помощи которого жанры и дискурсы реализуются лингвистически. Наконец, финальная стадия исследования – это социальная практика, изучение которой предполагает выявление более широкого социального контекста, которому принадлежит дискурсивное событие.

В настоящем исследовании мы придерживаемся подхода Н. Фэйрклафа, так как в нем наиболее тщательно разработаны не только базовые категории и понятия, но и дизайн эмпирического исследования. Выбрав этот подход, мы также сможем показать связи между дискурсивной практикой и более широкими социальными и культурными изменениями, происходящими в японском обществе.

1.3. «Культура отмены» как новый объект лингвистических исследований

«Культура отмены» или «Cancel Culture» (от англ. «cancel» – отменять, «culture» – культура) – относительно новое понятие, получившее терминологический статус в 2019 году по версии словаря австралийского английского языка Macquarie Dictionary [Mastera Academy]. Данный словарь определяет культуру отмены как «обстановку в обществе, при которой группа людей требует или самостоятельно добивается прекращения поддержки медийной личности в ответ на социально неприемлемые действия или высказывания» [Macquarie Dictionary].

В связи с тем, что феномен «культуры отмены» введен в научный оборот относительно недавно, не существует его общепринятого определения. Так, О.Ю. Коновалова под культурой отмены подразумевает «современное интернет-явление, заключающееся в намеренном

игнорировании или преследовании известных личностей, массовой критике за непопулярную деятельность, общественное осуждение в средствах массовой информации» [Коновалова, 2020: 10].

Люди, продвигающие культуру отмены, отказываются от покупки продукции определенных брендов, отписываются от знаменитостей в социальных сетях, призывая других пользователей поддерживать это движение. Так как феномен «культуры отмены» связан с поляризацией общественных настроений, цифровой бойкот нередко носит несправедливый и непропорциональный характер [Быков, Ахмедова, 2021: 15]. Социальные медиа оказались «питательной средой для развития культуры отмены, поскольку располагают персонифицированными целями для реализации агрессивных коммуникаций» [Там же].

В качестве речевого акта культуры отмены мы рассматриваем акт кенселинга (отмены), являющийся стимульным высказыванием, инициирующим массовое участие определенной целевой аудитории в движении против действий или высказываний медийных личностей. Данный речевой акт отличается многоплановостью интенций, а именно: неодобрение, обвинение, порицание, призыв, протест [Шкапенко, Милявская, 2020: 183].

Функционирование культуры отмены происходит в рамках интернет-дискурса. Поскольку данный вид дискурса является объектом многих современных лингвистических исследований, не существует общепринятой дефиниции. М.И. Жирков рассматривает Интернет-дискурс как «массив электронных, аудио- и видеотекстов в совокупности с экстралингвистическими факторами, связанных между собой системой гиперссылок, доступ к которым обеспечивается входом в сеть Интернет с помощью компьютера или альтернативных мультимедийных устройств» [Жирков, 2016: 28]. С другой точки зрения, интернет-дискурс – это «сложная текстовая система, определенная экстралингвистическими социокультурными факторами и специфической ситуацией вступления в

языковой контакт посредством компьютера и иных электронных устройств как пользователей друг с другом в сети Интернет, так и пользователей с дискурсивным Интернет-пространством» [Распопина, 2012: 3].

Одним из первых ученых, сконцентрировавших фокус своего исследования на интернет-дискурсе, был Д. Кристалл. Ученый выделил синтез устной и письменной речи в качестве одной из особенностей данного вида дискурса [Crystal, 2006: 20]. Так, блог или чат напоминают разговорную речь, поскольку пользователи могут вступать в диалог или полилог, комментировать посты, использовать эмодзи для передачи эмоций; жанр интернет-конференции, в свою очередь, более близок к письменному тексту [Зеленовская, 2014: 62].

В интернет-пространстве текстовая информация представлена в форме гипертекста, т.е. «особой форме хранения и презентации текстовой информации, объединения многочисленных конкретных текстов в единое целое» [Венгранович, 2017: 85]. Примерами гипертекстов являются веб-страницы, интернет-энциклопедии, справочники, т.е. сайты, содержащие нелинейные тексты, порядок чтения которых определяет сам интернет-пользователь.

Среди конституирующих признаков интернет-дискурса также стоит выделить *дистанцированность* собеседников во времени и пространстве, *креолизованность* текстов, т.е. текстовая информация в сопровождении фотографий, аудио- и видеоматериалов, статусное равноправие пользователей, знаково-символический характер и анонимность [Галичкина, 2001: 15]. Важную роль в построении практик интернет-дискурса играет *анонимность*. Возможность оставлять комментарии анонимно, а также невозможность распознать возраст и социальное положение подталкивает пользователей к публичному самовыражению [Стексова, 2013: 2].

Все эти факторы лишь помогают в распространении культуры отмены, поскольку пользователи начинают чувствовать безнаказанность, находясь

вдали от собеседника и скрывая свою личность под ником в социальной сети или блоге. Так, несмотря на запрет использования обценной лексики, оскорблений по расовому, гендерному и иным признакам на большинстве платформ, некоторые интернет-юзеры игнорируют речевой этикет, самоцензуру. Согласно исследованиям Г.Н. Трофимовой, «в виртуальном мире личность надевает маску, которая облегчает процесс коммуникации, снимает психологические барьеры, высвобождает творческое «я»; при этом человек, надевший виртуальную маску, становится более агрессивным, оказывается настроен более негативно» [Трофимова, 2000: 175].

Интернет-дискурс является полем, благодаря которому культура отмены может распространяться на глобальном уровне, охватывая различные страны, культуры, языки. Т.И. Стексова отмечает, что «языковой материал интернет-коммуникации очень важен для психолингвистики и социолингвистики, так как спонтанная речевая деятельность, которая проявляет истинные настроения, господствующие в обществе» [Стексова, 2013: 2].

Большое влияние на практику культуры отмены оказали такие интернет-феномены, как «кибербуллинг» и «идзимэ». А.А. Бочавер и К.Д. Хломов понимают «кибербуллинг» как «отдельное направление травли, характеризующееся как преднамеренные агрессивные действия с целью нанесения психологического вреда, систематически осуществляемые группой лиц или индивидом с использованием электронных форм взаимодействия – электронной почты, сервисов мгновенного сообщения, чатов, социальных сетей, web-сайтов, а также посредством мобильной связи против жертвы, которая не может себя легко защитить» [Бочавер, Хломов, 2014: 181].

А.А. Сапожникова и А.В. Ленец выделяют следующие черты «кибербуллинга»:

1) намерение: поведение должно быть преднамеренным, а не случайным;

2) повторяемость: издевательство представляет собой модель поведения, а не один изолированный инцидент;

3) вред: цель должна воспринимать причиненный вред;

4) цифровые средства: компьютеры, сотовые телефоны и другие электронные устройства [Сапожникова, Ленец, 2018: 42].

Отдельным явлением, известным представителям японской культуры, является «идзимэ» (от яп. いじめ – «издевательство; жестокое обращение» [Jardic]). Оно означает издевательство нескольких учеников над одним [Нурутдинова, 2012: 112, 116].

Японцы определяют идзимэ как особую форму агрессии, физического или психологического характера, регулярно проявляющуюся по отношению к кому-то более слабому, чем агрессор [Научно-исследовательское общество Министерства образования, науки и культуры Японии, 1997: 21]. Человек подвергается травли за то, что по тем или иным критериям не соответствует принятым в обществе нормам. По этой причине жертву травли называют «мишенью» [Сэнгоку, 1991: 28].

Одной из разновидностей идзимэ является нэтто-идзимэ (от яп. ネットいじめ – кибербуллинг) [Jardic]. Нэтто-идзимэ имеет те же корни, что и идзимэ; участниками коммуникации также обычно выступают школьники или молодые люди из одной социальной среды. Однако форма проявления данного феномена больше похожа на проявление кибербуллинга: жертве поступают оскорбления, угрозы через социальные сети, чаты, электронную почту [Хара, Яmanoути, 2011: 89].

Несмотря на то, что вышеперечисленные понятия охватывают интернет-пространство, также являясь формами выражения речевой агрессии,

«культура отмены» – это более молодое явление, имеющее специфические маркеры. Так, в качестве участников коммуникации выступают интернет-пользователи, представляющие взгляды современного общества, и медийная личность (возраст адресата и адресанта при этом не учитывается). Иллокутивной целью акта отмены является прекращение непопулярной деятельности звезды за счет оказания влияния на ее психологическое состояние и репутацию при помощи различных методов психологического воздействия.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В первой главе дипломной работы определен ее понятийно-терминологический аппарат и сформулированы теоретические основы анализа выбранного материала.

Центральным явлением настоящего исследования становится культура отмены. «Культура отмены», являясь относительно новым понятием, получившим терминологический статус в 2019 году, подразумевает под собой конфликт, при котором медийная личность подвергается бойкоту за действия или высказывания, негативно воспринятые интернет-сообществом.

Большую роль в развитии и распространении данного феномена играет интернет-дискурс. Проанализировав такие его черты, как дистанцированность пользователей, их равноправие, анонимность, диалогичность (и полилогичность), креолизованность текстов, гипертекстовость и низкий уровень цензуры, мы пришли к выводу, что интернет-дискурс является благоприятным полем для открытой критики медийных личностей и распространения своих ценностей коллективному адресату.

При анализе феномена культура отмены мы обратились к трехмерной модели КДА Н. Фэйрклафа, которая рассматривает дискурсивные практики как средство изменения социального порядка. Среди различных подходов, структура Н. Фэйрклафа является наиболее продуманной с точки зрения анализа отношений между использованием языка и социальной практикой. Применяя этот метод в практической части, мы планируем определить специфику дискурсивных практик японской «версии» культуры отмены, протекающей в рамках интернет-дискурса, и характер их влияния на социальные изменения.

Во второй главе исследования исследуются способы вербализации и дискурсивной репрезентации феномена «культуры отмены» в японском интернет-дискурсе. Опираясь на модель критического дискурс-анализа Н. Фэйрклафа, мы рассмотрим феномен «культуры отмены» на трех уровнях: текст, дискурсивная практика и социальная практика.

ГЛАВА 2. СРЕДСТВА И СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

2.1. Характеристика исследовательского корпуса работы

Как уже было отмечено первой главе нашего исследования, феномен «культура отмены» активно распространяется в интернет-пространстве, где люди могут открыто выражать свое мнение, а также имеют доступ к большому количеству информации, которой могут обмениваться при помощи личных сообщений, постов и комментариев к ним.

В ходе практической работы были проанализированы 10 ситуаций «отмены», произошедших в японском сегменте социальной сети «Twitter» и интернет-платформы «Change.org». Материалом для лингвистического анализа дискурсивных практик на японском языке послужили посты и комментарии, содержащие в себе наиболее типичные черты культуры отмены. Посты и комментарии были отобраны с учетом количества лайков и репостов под каждым фрагментом. Это помогло определить/выявить наиболее авторитетные для японских интернет-пользователей точки зрения. Далее мы рассмотрим 10 случаев «отмены», на которые впоследствии будем ссылаться при лингвистическом анализе.

Пример № 1. Японская рестлерша и Участница реалити-шоу Terrace House: Токуо Кимура Хана стала жертвой не только культуры отмены, но и кибербуллинга. Изначально причиной травли стало происхождение звезды: мать Кимуры – японка, а отец – индонезиец. Затем, после выхода нескольких серий шоу Terrace House, зрители остались недовольны поведением рестлерши в отношении других участников проекта и «отменили» звезду в Твиттере. Кимура оскорбила одного из своих коллег, а также сбросила кепку с его головы, что и вызвало негативную реакцию общественности [Yahoo! Japan].

Пример № 2. В 2019 г. американская звезда реалити-шоу Ким Кардашьян выпустила линейку нижнего белья, назвав ее «Кимоно». К. Кардашьян выбрала именно это названия для своего бренда для создания игры слов «кимоно» – «Ким», однако общественность восприняла это иначе. Обвинив звезду в осквернении азиатской культуры, японское общество «отменило» ее в социальных сетях. Данный случай, вызвавший неожиданную реакцию, получил большой резонанс в СМИ и социальных сетях. Уже через несколько дней после запуска компании в Твиттере распространился хэштег #KimOhNo, призывающий «отменить» Кардашьян [The Asahi Shimbun Globe+].

Пример № 3. Данный случай произошел с японской актрисой, активисткой, лидером общественного мнения, основательницей движения «KuToo» Исикавой Юми. В 2019 г. звезда запустила хэштег #KuToo в социальной сети Твиттер, пытаясь привлечь внимание к проблеме ношения туфель на каблучке на рабочем месте в качестве обязательного дресс-кода для женщин. Исикава, позиционирующая себя как феминистка, создала петицию против распространенной в Японии гендерной дискриминации на портале Change.org. Несмотря на поддержку, актрису «отменили», обвинив ее в стремлении изменить систему, привычную для японского общества. Более того, Исикаву подозревали в двуличности, ведь некоторые действия и высказывания звезды не соответствовали тем социальным движениям, к которым она себя причисляла [Yahoo! Japan].

Пример № 4. В 2021 г. глава оргкомитета Олимпийских игр 2021 в Токио Мори Ёсиро стал жертвой «отмены» после неуместных комментариев в сторону женщин-политиков. По словам депутата «женщины слишком много говорят» и «в ходе заседаний все время пытаются соперничать друг с другом» [Asahi]. Мори был обвинен в мизогонии, а посты с его цитатами,

распространившиеся в Твиттере под хэштегом #森会長, привлекли внимание общественности к проблеме дискриминации женщин в Японии [Там же].

Пример № 5. В 2021 г. жертвой кенселинга стал и американский политик, губернатор Нью-Йорка, Эндрю Куомо. Несколько коллег женского пола рассказали о домогательствах со стороны Куомо, а также о том, что он проявлял нездоровый интерес к их личной жизни или предлагал непристойности. Позже в Интернете начали распространяться слухи о сокрытии количества смертей от Covid-19 в домах престарелых. По мнению пользователей Твиттера, именно губернатор Нью-Йорка повлиял на отчет от смертности, за что и был «отменен» [Business Insider].

Пример № 6. Летом 2013 г. Депутат Законодательного собрания префектуры Иватэ, Коидзуми Мицуо, разместил в своем блоге запись, в которой возмутился поведением медицинского персонала центральной больницы префектуры. Несмотря на счет в размере 15000 йен, сотрудники вызвали Коидзуми к окошку по номеру, а не подошли лично. По этой причине политик ушел, не заплатив за услугу. Читатели блога негативно восприняли поступок Коидзуми, обвинив его в неприемлемом для общественного деятеля поведении, а также использовании своего статуса в целях доминирования над другими людьми [HUFFPOST].

Пример № 7. В 2021 г. на платформе TikTok появились старые видео американской певицы Билли Айлиш, в одном из которых 14-ти летняя певица пародирует азиатскую речь, а в другом – напевает песню рэпера Tyler The Creator, где звучит слово «чинкс» (оскорбительное прозвище, употребляемое в отношении этнических китайцев и лиц китайского происхождения, а в некоторых случаях – и всех уроженцев Восточной и Юго-Восточной Азии) [CYZO WOMAN].

Пример № 8. В трех рекламных роликах модного бренда Дольче и Габбана под названием DG Loves China азиатская модель пытается есть

типично итальянские блюда, такие как паста, пицца и канноли, с помощью палочек и с трудом справляется с этой задачей. Реклама бренда была признана расистской, так как интернет-юзеры посчитали оскорбительным то, что представитель азиатской культуры «не дотягивает» до стандартов более привилегированной, европейской [High-Brands].

Пример № 9. В 2021 г. мультфильмы «Дамбо», «Коты аристократы» и «Питер Пэн» были признаны расистскими. В «Дамбо» присутствовали кадры музыкальных номеров, напоминающих расистские шоу, где белокожие артисты гримировали лицо, подражая и высмеивая порабощенных африканцев на южных плантациях. В «Питере Пэне» стереотипно изображены коренные жители, не отражены их культура и традиции. Один из персонажей «Котов аристократов», Шун Гун, является расистской карикатурой на жителя Восточной Азии со стереотипными чертами, такими как раскосые глаза и выдающиеся вперед зубами. Он поет на английском с плохим акцентом и играет на пианино палочками для еды [Note].

Пример № 10. В 2018 г. актриса Эмбер Херд поделилась, что является жертвой домашнего насилия. В статье The Washington Post девушка возмутилась тем, что культура и различные институты оправдывают насильственные действия со стороны мужчин. Бывший муж Херд, Джонни Депп, который также является успешным актером, стал жертвой культуры отмены, которая быстро распространилась в Твиттере. В ходе судебных разбирательств 2022 г. пользователям Интернета стало ясно, что комментарий для статьи, который дала актриса, являлся клеветой. На этот раз отмене подверглась сама Херд [Yahoo! Japan].

Итак, все рассмотренные нами ситуации имеют отношение к медийным личностям, чья репутация была испорчена за счет скандальных высказываний и поступков, которые предали огласки пользователи Twitter и «Change.org». Во всех рассмотренных случаях известные люди совершали неприемлемые для современного общества вещи, за что на них вешали

ярлыки «женоненавистник», «насильник», «лицемерка» и т.д. Далее мы рассмотрим все эти случаи в 3-х измерениях, чтобы выявить влияние культуры отмены на социальные изменения, а также то, какую роль в этих изменениях играют текст и дискурс.

2.2. Критический дискурс-анализ постов и комментариев культуры отмены на основе модели Н. Фэйрклафа

В своих исследованиях Н. Фэйрклафа выделяет три уровня: текст, дискурсивная практика и социальная практика. Для наглядности исследования мы рассмотрим каждый из трех уровней.

2.2.1. Анализ текстового уровня

2.2.1.1. Графический уровень вербализации культуры отмены

Отличительной особенностью японского сетевого общения является употребление слов, записанных *катаканой* или *латиницей*. Обычно графически выделяют заимствованную лексику. Например, социальные явления и движения, обсуждаемые в рамках культуры отмены, такие как расизм, сексуальные домогательства, феминизм и т.д. Однако, встречаются случаи, когда японцы намеренно записывают исконно-японские лексемы катаканой или латиницей, чтобы выделить отрезок речи, направив на него внимание читателя. В хэштегах иногда наблюдается совмещение заимствованной лексики и слов японского происхождения.

Из примера № 2:

キム /киму/ – «Ким»; バカ/бака/ – «дурак»; セレブ/сэрэбу/ – «звезда, селебрити»; Kimoi – «отвратительный»; KimOhNo – «КимОНет»; Kimono –

«кимоно»; ケンカ/кэнка/ – «скандал»; Kim – «Ким», Kimchi – «кимчи»; ダブスタ /дабусута/ – «двойные стандарты»; フツ～ /фуцу:/ – «обычный»; ダジャレ /дадзярэ/ – «неудачный каламбур»; SHITAGI – «нижнее белье»; メーカー/мэ:ка:/ – «создатель»; ロゴ/рого/ – «логотип».

Из примера № 3:

KuToo (название движения), ダブスタ /дабусута/ – «двойные стандарты», ブロック/бурокку/ – «блок, помеха, блокировка», フェミニスト /фэминисуто/ – «феминистка».

Из примера № 4:

バイキング /байкинг/ – «викинг», バイキング more /байкингумо/ (название телепередачи), ミヤネ屋 /миянэя/ – «В гостях у Миянэ», ネットウヨ /нэтоуё/ – «депутаты из правящей партии, распространяющие ложные слухи и произносящие дискриминационные высказывания».

Из примера № 5:

NY «Нью-Йорк», セクハラ/сэкухара/ – «сексуальное домогательство», メディア /мэдиа/ – «масс-медиа», マスコミ/масукоми/ – «средства массовой информации».

Из примера № 6:

クレーム /курэ:му/ – «жалоба», ブログ /бурогу/ – «блог».

Из примера № 7:

チンク /тинку/ – «чинк». Уничижительный термин, употребляемый в отношении китайцев, заимствованный из английского языка. Изначально использовался в основном белыми в Соединенных Штатах во время всплеска

китайских иммигрантов в конце XIX века. Термин также используется как уничижительный термин, в том числе по отношению к жителям Восточной и Юго-Восточной Азии [Weblio].

Из примера № 8:

ノット・ミー /нотто ми/ – «не я», ハッキング/хакингу/ – хакинг, взлом страницы.

Из примера № 9:

レイシズム /рэйсидзуму/ – расизм, セクシズム /сэкусидзуму/ – сексизм, ミソジニー /мисодзини:/ – мизогиния, женоненавистничество.

В постах часто встречаются *знаки прерывания* (восклицательный и вопросительный знак), придающие сообщению дополнительную эмоциональность. Не используются в формальной речи.

Из примера № 2:

1) バカにするにも程がある !

(«Границы есть у всего, даже у издевок!»);

2) これ、ほんと ?

(«Ты серьезно?»).

Из примера № 4:

1) 日本は女性差別の国だ ? !

(«В Японии дискриминируют женщин?»);

2) 森会長の百万倍批判せよ !!

(«Критикуйте председателя Оргкомитета Мори как можно больше!!» (дословн. миллион раз)).

Из примера № 5:

1) 鬼畜 !

(«Грубиян!»);

2) メディアは、この変態男を絶賛したことを謝罪せよ!

(«СМИ, принесите извинение за то, что писали лестные отзывы об этом извращенце!»).

Для японских социальных сетей характерно использование 顔文字 «*каомодзи*», японских эмограмм. Данное название происходит от 顔 /као/ – «лицо», 文字 /модзи/ – «знак, символ». Из примеров видно, что пользователи применяют как иероглифы кандзи, так и отдельные символы, такие как различные виды скобок, плюсы, минусы, решетки и т.д., а также буквы из алфавитов других языков (пример 2). Каомодзи могут обозначать не только отдельные эмоции, но и сложные действия или цепочку действий. Их использование помогает отразить невербальные средства общения, такие как мимика, жесты, поза, которые ассоциируются с определенными эмоциями.

Из примера № 6:

痛いニュース (ノ▽) : 岩手県議の小泉みつお議員病院で番号で呼ばれ激怒

(«Печальные новости (ノ▽): Мицу Коидзуми, депутат Законодательного собрания префектуры Иватэ, позвали по номеру, и он разозлился»).

Из примера № 7:

知らないわけがないだろ (笑) 新曲のMVにもアジア人いないしそういうことだよ
な炎上したから謝ったけど今後も差別はしていきだろう

(«Она не могла не знать (Хаха) Билли извинилась, потому что на нее обрушился шквал критики за отсутствие азиатов в новом клипе, но ведь дискриминация на этом не закончится.»)

Поскольку некоторые высказывания знаменитостей были признаны расистскими, при цитировании данных высказываний японские пользователи используют символ ○, заменяя им некоторые буквы. В российских социальных сетях принято «зацензурировать» обценную лексику символом *.

Из примера № 7:

ビリーアイリッシュの炎上、『細い目』が由来と考えられている”チン○”と発言した事が問題らしいのだが。日本人の半分くらい、脳内にコイツがチラつくと思う。

(«Кажется, конфликт с Билли Айлиш разгорелся из-за произнесенного ею «чин*», что означает «узкоглазый». Думаю, примерно у половины японцев это промелькнет в голове»).

На графическом уровне встречаются слова, записанные катаканой или латиницей. Это помогает сделать акцент на определенных частях поста, привлечь внимание к публикации. Чтобы сделать речь более экспрессивной, пользователи ставят вопросительные и восклицательные знаки на конце предложений. Эмоциональности помогают придать «каомодзи», эмодзи, составленные при помощи различных символов. Избежать употребления грубой лексики создателям блогов и комментаторам помогают символы в виде пустого кружка (○), которые заменяют одну или несколько букв в нецензурных словах.

2.2.1.2. Фонетический уровень вербализации культуры отмены

На фонетическом уровне наблюдается *игра слов*, основанная на фонетическом сходстве. Данный прием встречается лишь в примерах 2 и 3.

Из примера № 2:

1) そんなに #Kim** がいいなら、#Kimchi どうぞ

(«Если уж тебе так нравится приставка «#Ким», тогда как тебе «#Кимчи»?»). Как видно из примера 2, спользование игры слов «Ким**» и «Кимчи» придает высказыванию иронии, а также указывает на неуместность употребления культурно значимой лексики в названии линейки нижнего белья.

2) «Kimono» で炎上してた某セレブに教えてあげたい・・・ KimOhNo

(«Мне хотелось бы рассказать Вам о кое-какой знаменитости, из-за которой разгорелся скандал с «кимоно» ... #KimOhNo»). В примере 2 при помощи словослияния лексема «kimono» была преобразована в «KimOhNo» (КимОНет). Таким образом, автор поста демонстрирует несогласие общества с деятельностью компании звезды, просит остановиться.

Из примера № 3:

3) こいつのダブスタは本当に気持ち悪い。 KuToo #石川優実

(«Ее двойные стандарты вызывают у меня отвращение. #KuToo #ИсикаваЮми»). В примере 3 игра слов выражается через аббревиатуру KuToo. KuToo /куту:/ – «японское движение против политики ношения высоких каблуков на рабочем месте». Является отсылкой к феминистическому движению «Me Too». В хэштеге #KuToo прослеживается игра слов. Японское слово 靴 /куцу/, переводящееся как обувь; ботинки; туфли, созвучно с хэштегом «KuToo» /куту:/.

Характерной чертой интернет-общения является *креолизованность текстов*. Это означает, что в текстах используются не только лингвистические, но и паралингвистические средства, например, рисунок, фотография. Возможность креолизации текста при помощи различных

мультимедийных средств в процессе виртуальной коммуникации дает пользователям Сети возможности для самовыражения.

На картинках в японских социальных сетях обычно изображены персонажи-маскоты, чье выражение лица и поза, в сопровождении различных надписей, отражают эмоциональное состояние адресанта. Картинки могут содержать как междометия, так и ономатопои (звукоподражание). Такие картинки являются маркером не только эмотивной категории, но и категории модальности.

Из примера № 6:



Рисунок 2. Креолизованность текстов на японских веб-сайтах

かあっ! ふざけんな!

バアン!

(«Ааа! Прекрати нести чушь!
Бах!»)

На фонетическом уровне наблюдается игра слов, основанная на фонетическом сходстве. Через игру слов выражается некая мысль, просьба автора поста (часто в ироничной форме). Креолизованность текстов, т.е. сопровождение в виде картинок и видео, придает посту эмоциональности и отвечает за категорию модальности. На фонетическом уровне наблюдается меньше всего лингвистических средств репрезентации культуры отмены.

2.2.1.3. Морфологический уровень вербализации культуры отмены

К данному языковому уровню можно отнести *частицы*, стоящие в конце предложения. Каждая частица имеет свою определенную функцию [Алпатов, Аркадьев, Подлеская, 2008: 452 – 456].

Из примера № 1:

お前が早くいなくなればみんなしあわせなのにな

(«Все были счастливы, если бы тебя поскорее не стало»). な (на) – контактоустанавливающая частица, используемая при обращении к собеседнику. Выражает требование реакции на слова адресанта.

Из примера № 4:

ネトウヨなのが悪かったのかな

(«Разве «нэттоуёку» - это не нечто плохое?»). *かな* /кана/ – частица, употребляется мужчинами в неформальной речи. Выражает предположение, сомнение.

Из примера № 5:

1) ちなみに森会長の発言の全文を見せたら、これの何が女性差別なの? !

(«Если показать всем полное выступление председателя Мори, возникнет вопрос: это что, дискриминация женщин?!») な の /нано/ – подчеркивающая частица, находящаяся в постпозиции у существительного. Выражает удивление, вопрос.

2) メディアは、この変態男を絶賛したことを謝罪せよ

(«СМИ, принесите извинение за то, что писали лестные отзывы об этом извращенце!»). よ/ё/ – контактоустанавливающая частица, указывающая на уверенность говорящего в передаваемой информации. Придает предложению эмоциональную окраску, восклицание.

На морфологическом уровне часто встречается 4-я основа глагола, являющаяся его императивной формой (帰れ). Является признаком грубой разговорной речи, выражает не просьбу, а приказ. Употребляется в разговорной речи, преимущественно мужчинами, при обращении к низшим по статусу [Алпатов, Аркадьев, Подлеская, 2008: 93–95].

Императивная форма глагола часто является признаком речевой агрессии в постах японских пользователей. Обращение в форме приказа помогает создателям блогов манипулировать своими читателями, призывая их прекращать покупать продукцию, критиковать, убивать жертв культуры отмены.

Из примера № 1: キム、消えてくれ !

(«Ким, исчезни!») 消えてくれ /киэтэкурэ/ – «исчезни».

Из примера № 2:

1) キムに不幸あれ。

(«Ким, будь несчастлива»). 不幸あれ /фуко:арэ/ – «будь несчастлива».

2) 下着の名前に使ってほしくない。使わせない!

(«Я не хочу, чтобы ты использовала «кимоно» в качестве названия своего нижнего белья. Не смей этого делать!»). 使わせない /цукавасэнай/ – «не используй».

Из примера № 4:

日本は女性差別なんかしてないくらい発信しろ

(«Хотя бы передай, что в Японии нет дискриминации»). 発信しろ /хассинсиро/ – «передай».

В постах японцев можно встретить *вульгарные местоимения 2 и 3 лица*, обычно употребляющиеся мужчинами, чтобы подчеркнуть свое превосходство [Алпатов, Аркадьев, Подлесская, 2008: 480, 484]. Поскольку социальные сети дают пользователям возможность создавать посты и оставлять к ним комментарии анонимно, пол, возраст, уровень доходов, расовая принадлежность и другие категории не играют важной роли в интернет-общении. Социальные рамки стираются, за счет чего участники общения становятся равными по статусу. Указывают на социальную дистанцию между адресатом и адресантом. Употребление данного местоимения указывает на попытку автора поста поставить себя выше медийной личности, несмотря на ее очевидное превосходство.

Из примера № 1:

お前の一番悪いところは未だに世の中に汚物を垂れ流してるところや

(«Ты до сих пор продолжаешь «загрязнять» этот мир, и это твоя худшая черта!»). お前 /омаэ/ – «ты».

Из примера № 3:

こいつのダブスタは本当に気持ち悪い。#KuToo #石川優実

(«Ее двойные стандарты вызывают у меня отвращение. #KuToo #ИсикаваЮми»). こいつ /коицу/ – «она, этот человек».

В постах часто встречаются *аббревиатуры и сокращения*. Аббревиация является одним из видов языковой компрессии, то есть явления, при котором «в одном означающем слито несколько означаемых». Она способствует лаконичности, динамичности текста, обогащению его неявно выраженными подтекстовыми смыслами, избавляет текст от ненужного повторения информации [Атягина, 2012: 204].

Из примера № 2:

1) #KimOhNo で懲りず、今度は #Kimoi。これ、ほんと？ ケンカ売られてるの？

(«История с #KimOhNo ничему тебя не научила? В этот раз ты действительно отвратительно поступаешь. Серьезно? Наживаешься на скандалах?»). В примере 2 Kimoi или キモイ/кимой/ является аббревиатурой для фразы 「気持ち悪い」 /кимоти варуй/, что переводится как «отвратительный, неприятный, отталкивающий». В данном посте присутствует игра слов. Имя известной личности, которая стала жертвой культуры отмены, Kim Kardashian (Ким Кардашьян. Имя знаменитости совпадает с тремя первыми буквами аббревиатуры, которая была написана на английском языке намерено, чтобы усилить комичный эффект.

Из примера № 3:

2) こいつのダブスタは本当に気持ち悪い。#KuToo #石川優実

(«Ее двойные стандарты вызывают у меня отвращение. #KuToo #ИсикаваЮми»). Как показано в примере 3, ダブルスタンダード или ダブスタ

/дабурусутанда:до или дабусута/ – «двойные стандарты» (англ. Double standard).

Из примера № 5:

1) 死者数隠ぺいのクオモ NY 州知事、今度は女性からのセクハラ告発が相次ぐ!

(«В сторону губернатора Нью-Йорка Эндрю Куомо, скрывающего количество погибших, на этот раз один за другим посыпались обвинения в сексуальных домогательствах, жертвами которых стали женщины!»). В примере 4 セクシュアルハラスメント или セクハラ /сэкусюарухарасумэнтэ или сэкухара/ – «сексуальное домогательство» (англ. Sexual harassment) [Jardic].

2) マスコミの一部切り取り報道に騙されたわ

(«СМИ обманули всех, вырезав скандальное высказывание!»). マスコミ ニケーション или マスコミ/масукомюникэ:сён или масукоми/ – «средства массовой информации, СМИ» (сокр. англ. mass communication) [Jardic].

3) ネトウヨなのが悪かったのかな

(«Разве «нэттоуёку» – это не нечто плохое?»). В примере 5 встречается аббревиатура ネット右翼 или ネトウヨ /нэттоуёку или нэтоуё/ «депутаты из правящей партии, распространяющие ложные слухи и произносящие дискриминационные высказывания». ネット «сеть» (англ. net) [Jardic], сокращается до ネト/нэто/, а 右翼 «полит. правое крыло» сокращается до うよ /уё/ и записывается катаканой.

Из примера № 9:

ディズニーとキャンセルカルチャーとポリコレ

(«Дисней, культура отмены и политическая корректность»). ポリコレ или ポリティカルコレクトネス /порикорэ или поритикарукорэкутонэсу/ – «политическая корректность». Понимается как «практика прямого или опосредованного запрета на употребление слов и выражений, считающихся оскорбительными для определённых социальных групп, выделяемых по признаку расы, пола, возраста, вероисповедания, сексуальной ориентации и т. п.» [Academic]. Термин обычно используется как пейоратив, так как обсуждаемые практики воспринимаются большинством как избыточные или необоснованные.

Морфологический уровень отличается большим количеством языковых средств репрезентации рассматриваемого явления. К нему мы отнесли частицы, находящиеся на конце предложений, 4-ю основу глаголов, которая является императивной основой, грубые местоимения 2-го и 3-го лица, а также языковую компрессию, примером которой являются многочисленные аббревиатуры.

2.2.1.4. Лексический уровень вербализации культуры отмены

На лексическом уровне можно выделить употребление *гипербол*. Создатели блогов намеренно используют такую эмоционально окрашенную лексику для искусственного раздувания конфликта и придания посту скандальности.

Из примера № 1:

お前の一番悪いところは未だに世の中に汚物を垂れ流してるところや

(«Ты до сих пор продолжаешь «загрязнять» этот мир, и это твоя худшая черта!»). 汚物を垂れ流してる /обуцу о тарэнагаситэру/ –

словосочетание, дословно переводящееся как «страдать недержанием», «сливать нечистоты». В рамках рассматриваемого нами явления употребляется в переносном значении, а именно: «портить», «приносить вред».

Из примера № 3:

森会長の百万倍批判せよ！！

(«Критикуйте председателя Оргкомитета Мори как можно больше!!» (дословн. миллион раз)). 百万倍 /хякуманбан/ – «миллион раз». Числительное, выступающее в качестве приема гиперболизации. Употребляется в переносном значении «как можно больше».

Из примера № 5:

鬼畜！死者数隠ぺいのクオモ NY 州知事、今度は女性からのセ

クハラ告発が相次ぐ！

(«Грубиян! В сторону губернатора Нью-Йорка Эндрю Куомо, скрывающего количество погибших, на этот раз один за другим посыпались обвинения в сексуальных домогательствах, жертвами которых стали женщины!«). 鬼畜 /китику/ «демон, дьявол». Книжная/религиозная лексика. Имеет переносное значение «грубиян», «скотина».

Из примера № 9:

『ラーヤと龍の王国』で改めて思ったけど、最近のディズニーアニメが持つメッセージ性は本当スキャンダラス。本作は人種や国がいがみ合う世界が舞台。

(«Вновь вспомнив о мультфильме «Райя и последний дракон», я подумал о том, что посыл последних диснеевских работ очень скандальный. Изначально действие проходило в мире, где расы и страны «грызутся» между собой»). いがみ合う /игамиау/ – грызться, рычать. Словарь Goog 辞書 дает

следующее толкование: «Животные рычат и бросаются друг на друга. (Оскалившиеся собаки начали грызться)» [Goо 辞書].

Фразеологизмы также встречаются в некоторых постах и комментариях. Используют их обычно школьники при обращении друг к другу, однако иногда их можно найти и в случаях с культурой отмены.

Из примера № 1:

山に帰れ花

(«Возвращайся в Горы, Хана»). 山に帰れ /яма ни каэрэ/ – если рассматривать данное словосочетание, без его внутреннего членения, можно отнести его к фразеологизмам, т.е. устойчивым речевым оборотам, обладающим переносным значением. Дословно переводится, как «возвращайся в горы». Употребляется как междометие для выражения желания прервать любое взаимодействие или связь с кем-либо, чем-либо, осуществляемое в унижительной форме. Стоит отметить, что обращаются к девушке по имени, что является признаком неформальной речи.

Из примера № 10:

ジョニー・デップ陣営から絶対にグミを貰えないアンバー・ハード
#JusticeForJohnnyDepp

(«Эмбер Херд уж точно не получит мармеладных конфет от команды Джонни Деппа #JusticeForJohnnyDepp»). グミを貰う /гуми о морау/ – получить мармеладки. В данном случае пользователь имеет в виду, что команда Деппа не даст Эмбер Херд шанса выиграть в суде.

Обсценная лексика является еще одним признаком культуры отмены, благодаря которому агрессорам удается вызвать у жертвы кенселинга отрицательные эмоции.

Из примера № 3:

3) 日本は女性差別の国だ?! ふざけんな! じゃあ小池百合子は女

じゃないのね!

(«В Японии дискриминируют женщин? Прекрати нести чушь! Тогда и Юрико Коике не женщина?»). ふざけんな /фудзакэнна/ – вульгарн. «прекрати нести чушь». Данное выражение произошло от глагола 巫山戯る («фудзакэру»), что означает «шутить, баловаться». 巫山 /фудзан/ – название горы в Китае, расположенной на границе между провинциями Сычуань и Хубэй. Фраза 「山は重畳にして天日を隠蔽する」/яма ва тэ:дзё: ни ситэ тэндзицу о импэйсуру/ переводится как «Гора, прячущая взгромоздившееся на нее солнце». Иными словами, солнце и гора играют, дурачатся. 戯る /кэру/ произошло от существительного たわけ者 /тавакэмоно/, иначе говоря, идиот, дурачок, шутник. Если рассмотреть этимологию данного выражения, можно найти связь с глаголом 戯く /одокэ/, что означает «делать глупости», «нести чушь».

Из примера № 7:

ビリーアイリッシュさんアジアンに対してはチン○だそうです。

アホな偽善者の代表

(«Билли Айлиш, кажется, назвала азиатов «чин*». Одна из тупых лицемеров»). アホ /ахо/ – дурак, идиот.

Стилистически-окрашенная лексика также наблюдается во множестве постов. Пользователи, бойкотирующие звезд, используют неформальную речь, чтобы поставить их на один уровень с собой, показать, что имидж знаменитостей может быть легко испорчен.

Из примера № 1:

顔面偏差値低いし、性格悪いし、生きてる価値あるのかね

(«И лицо в стандарты красоты не вписывается, и характер плохой, а зачем тогда вообще жить?»). 顔面 /ганмэн/ – «лицо». В словаре имеет помету «анат.» или «кн.», что не соответствует распространенному в социальных сетях разговорному стилю.

Из примера № 10:

被害者がこういった表情する？ アンバー・ハードが被害者だと盲信してやまない人

達 ど う よ ? ん ?

#JusticeForJohnnyDepp #AmberHeardIsAnAbuser #AmberHeardIsALiar #AmberHeardIsAPsycopath

(«Разве жертва так выглядит? Люди, которые слепо верят в то, что Эмбер Херд жертва, вам как? М?»). 盲信する – «слепо доверять». В словаре имеет помету «кн.», что также не соответствует разговорному стилю, в котором написан данный пост.

Так как культура отмены предполагает моральное давление на медийную личность, в постах Twitter пользователи часто используют обценную лексику, а также фразеологизмы, несущие в себе негативную коннотацию. Встречаются и примеры гиперболизированной лексики, придающей эмоциональности и скандальности. Наконец, стилистически-окрашенные лексемы позволяют комментаторам стереть границы между своим социальным статусом и статусом звезды, обращаясь к ней как к равному себе, а иногда и к нижестоящему члену общества.

2.2.1.5. Синтаксический уровень вербализации культуры отмены

На синтаксическом уровне встречаются условия, выражающиеся через присоединение служебного слова ば к условной форме глагола [Алпатов, Аркадьев, Подлеская, 2008: 258].

Из примера № 1:

前が早くいなくなればみんなしあわせなのにな

(«Все были счастливы, если бы тебя не стало, все были бы счастливы»).

いなくなれば /инаку нарэба/ – состоит из отрицательной формы глагола いる (иру), служебного глагола ない (най) в срединной форме, условной основы глагола なる(нару), а также служебного слова ば(ба). Переводится как «если исчезнешь», «если тебя не станет». Является условием.

Прием парцелляции был найден лишь в посте из ситуации 2. Был использован для усиления эмоциональности и демонстрации полного несогласия с поступком звезды.

Из примера № 2:

絶対！反対！

(«Категорически! Против!»).

На данном уровне также встречается прием *инверсии*, позволяющий пользователям обратиться напрямую к медийной личности или бренду, создавая видимость личного общения.

Из примера № 8:

中国に負ける、ドルチエ

(«Вы проигрываете Китаю, Дольче»).

Синтаксический уровень, как и фонетический, практически не содержит примеров языковых средств. Однако в качестве интересного примера выступает прием парцелляции, позволяющий в краткой форме

донести до других пользователей свое мнение. Условное наклонение глагола, образующееся при помощи присоединения служебного слова (仮) к условной форме глагола, употребляется комментаторами и создателями постов, чтобы поставить звезде условие. Использование инверсии помогает подчеркнуть смысловую значимость определенной части предложения. Чаще всего используется в качестве личного обращения.

Таким образом, различные лексические компоненты, синтаксическая организация, фонетические, графические и морфологические особенности отражают идеологию культуры отмены, оказывая влияние на сознание интернет-пользователей. Проявление культуры отмены было выявлено на всех языковых уровнях, что свидетельствует о заинтересованности японцев в данном феномене, а, как следствие, активное внедрение соответствующей лексики, конструкций и символов в язык носителей.

2.2.2. Анализ дискурсивной практики

Предметом анализа дискурсивной практики является способ производства и потребления текста. Для этого необходимо определить участников дискурсивного события, цель, жанры, стиль, порядок дискурса, а также уровень интердискурсивности и интертекстуальности.

Участниками рассматриваемого нами дискурсивного события (конфликта культуры отмены) являются японские интернет-юзеры и медийные личности. Автором текста может выступать любой пользователь веб-сайтов Twitter или Change.org, а его адресатом – любой подписчик или просто перешедший по хэштегу пользователь, а также политики, активисты, актеры, музыкальные исполнители и другие публичные персоны.

Целью культуры отмены можно назвать бойкотирование знаменитостей, чье поведение или высказывание было негативно воспринято массовой

аудиторией социальных сетей и платформ. Бойкотирование может выражаться в отказе от посещения концертов, покупки продукции, требовании уйти в отставку. *ИмPLICITной целью* является оказание влияния на сознание и массового адресата, и жертвы культуры, чтобы предотвратить порицаемое обществом поведение в дальнейшем.

В рамках настоящего исследования мы рассматриваем дискурсивную практику культуры отмены в жанрах *post* и *комментарий*. Культура отмены является феноменом, требующим широкого распространения за короткий срок. Чем больше подписчиков у создателя блога, тем большее количество пользователей ознакомятся с текстом поста и дадут ответную реакцию в качестве лайка, репоста или комментария, запустив цепочку «отмены». Комментарии дают почву для дискуссии, а также привлекают внимание к посту, ведь чем больше реакций было оставлено, тем активнее выглядит обсуждение бойкотирования медийной личности. Однако адресант не всегда широко информирован в вопросе «кенселинга», поскольку может сделать вывод на основании других публикаций и комментариев группового адресата, а не напрямую из источника. Ведущей стратегией блогера является привлечение массовой аудитории к социальной проблеме, возникшей по вине медийной личности или бренда, и таким образом добиться прекращения непопулярной деятельности.

Рассматривая *стили*, встречающиеся в постах культуры отмены, можно выделить, с одной стороны, преобладание *повседневного дискурса*. Он выражается в использовании авторами поста словарной формы глагола, отсутствии служебного глагола $\text{て}\text{す}$, редуцировании звуков, неформальных обращениях, диалогичности. Авторы публикаций нередко отмечают других пользователей (@kitakazuo, @nyanco_) или новостные источники (@getnewsfeed, @livedoornews), обращаясь к ним напрямую, а к остальным подписчикам – косвенно. С другой стороны, в постах и комментариях были

выявлены обращения к *публицистическому дискурсу*, такие как эмоциональность, наличием общественно-политической лексики и манипулятивных приемов.

Порядок дискурса в постах культуры отмены определяется следующей иерархией: начальный тип дискурса (новостной дискурс, политический дискурс), интернет-дискурс, социальный дискурс. Так, некоторое дискурсивное событие попадает в медиадискурс, где и происходит дискурсивная реализация. Затем распространяется на просторах Интернета, привлекая внимание общественности, а после, находит отражение в социальном дискурсе.

На наш взгляд, посты и комментарии, посвященные культуре отмены, содержат высокую степень *интердискурсивности*. Маркером интердискурсивности может служить оформление поста, а точнее, его определенная структура. Например, иногда в постах «отмены» *структура* новостного медиадискурса, одного из типов медиадискурса. Пост начинается с громкого заголовка, после чего следует краткая информация по проблеме, призыв к бойкотированию, ссылка на подкаст и хэштег:

Из примера № 4:

Tokyo 2020 Olympics CANCELLED!? What do we Tokyo residents think ?

コロナの次には森会長発言。東京 2020 はキャンセルすべき！

youtu.be/VamJ3hjB4UU

#JapanNowPodcast

(«Олимпийские игры 2020 в Токио отменены!? Что мы, жители Токио, думаем?)

После короны следует заявление председателя Мори. Олимпиаду Токио 2020 лучше отменить!

youtu.be/VamJ3hjB4UU

#JapanNowPodcast No.26»).

Из примера № 6:

『ここは刑務所か！』

小泉光男 (こいずみみつお) 岩手県議が死亡、自殺か

発言でブログ炎上したばかり

dlvr.it/3Ywnkb@2

(««Это тюрьма!?»

Депутат Законодательного собрания префектуры Иватэ, Коидзуми Мицуо, умер и покончил жизнь самоубийством?

Из-за одного высказывания на его блог обрушилась волна критики dlvr.it/3Ywnkb@2»).

В постах и комментариях пользователи освещают последние события, которые показались им огорчающими, возмутительными, а затем при помощи *речевой манипуляции*, характерного для политического дискурса, стараются вызвать у читателей блогов нужную им реакцию, запустив процесс «отмены».

Из примера № 5:

死者数隠ぺいのクオモ NY 州知事、今度は女性からのセクハラ告発が相次

ぐ!!

(«В сторону губернатора Нью-Йорка Эндрю Куомо, скрывающего количество погибших, на этот раз один за другим посыпались обвинения в сексуальных домогательствах, жертвами которых стали женщины!»).

Автор публикации делает акцент на регулярности инцидентов, происходящих по вине политика, употребляя фразу *今度* /кондо/ – «на этот раз». Кроме того, пользователь использует заимствованный из английского

языка термин セクハラ /сэкухара/ – «сексуальное домогательство». В последнее время общество старается освещать тему домогательств и насилия, особенно на рабочих местах, поэтому адресант включает данное происшествие в ряд других преступлений, совершенных высокопоставленными лицами. Также глагол 相次ぐ /айдзугу/ – «следовать один за другим» создает видимость массовости жалоб, поступающих в адрес Куомо. Такая манипуляция может побудить человека не остаться в стороне и присоединиться к массовой критике. Автору необязательно взывать к эмоциональной сфере массового адресата прямо, при помощи лозунгов. Достаточно использовать метод подачи фактов и их комментирования на фактическом уровне речевой манипуляции.

Поскольку «культура отмены» борется за общественное благополучие, апелляцию к таким типам дискурсов, как *дискурс феминизма*, *дискурс сексизма*, *дискурс расизма*, *дискурс дискриминации*, *дискурс абьюза*, можно встретить практически во всех рассмотренных примерах.

Из примера № 2:

日本文化の、着物に対する考え方を否定されたようだ!!

(«Кажется, она отрицает кимоно в его типичном представлении!»).

Из примера № 4:

ちなみに森会長の発言の全文を見せたら、これの何が女性差別なの？！

(«Кстати, если показать всем полное выступление председателя Мори, возникнет вопрос: «Это что, дискриминация женщин?!»»).

Из примера № 5:

卑猥なゲームやキスなどを強制する変態！！

(«Этот извращенец принуждал их к непристойным вещам и поцелуям!»).

Из примера № 7:

Билли Айлиш азиатым против О даそうです。アホな偽善者の代表

(«Билли Айлиш, кажется, назвала азиатов «чин**ми». Она выставила себя настоящей лицемеркой»).

Из примера № 8:

日本人は「眼鏡かけて出っ歯」って表現、中国がドルチェ&ガッバーナの動画が 差別的だと指摘したのと同じように、抗議していい内容だと思うわ。

(«Выражение «японец тот, у кого очки и торчащие зубы», а еще недавнее видео от Dolce & Gabbana, оскорбляющее китайцев — хорошие поводы для протестов»).

Из примера № 9:

「レイシズム表現など特定の人種や宗教に対してネガティブな印象を与える作品は制限していきます。」

夢の国が亡くなっちゃった。。。

(«Мы ограничим просмотр мультфильмов, которые содержат расистские выражения и производят негативное впечатление на определенную расу или религию.

Волшебной страны больше нет...»).

Из примера № 10:

1) ジョニーデップが彼女に投げられたウォッカの瓶で指先を切断され、その後彼の顔に火のついたタバコの先をつけたと証言するのを聞いて大爆笑するアンバー・ハード。

#アンバー・ハードは虐待者 #AmberHeardIsApsychopath

(«Эмбер Херд истерически рассмеялась после дачи показаний о том, как она кинула в Джонни Деппа бутылкой водки, порезав кончики пальцев, а затем тушила сигареты о его лицо. #Эмбер Херд садистка #ЭмберХердпсихопадка»).

2) ジョニー・デップと元妻アンバー・ハードの裁判の件、「女性が虐げられている！」
というハード側の意見に寄り添ってディズニーはじめ映画業界はデップをキャンセルしたが、
実はハードがデップに日常的に暴力をふるっていた。当時の喧嘩の録音まで出てきた。

(«После того, как во время судебного процесса сторона бывшей жены Джонни Деппа, Эмбер Херд, заявила, что «женщин угнетают», Дисней и другие кинокомпании разорвали контракт с Деппом. В действительности же Херд регулярно применяла насилие в отношении Деппа. Это вскрылось благодаря аудиозаписи ссоры»).

Дискурс агрессии также характерен для постов «культуры отмены». Речевая агрессия проявляется по отношению к жертве «отмены», чтобы ускорить процесс «раскаяния», оказав воздействие на ее психологическое состояние.

Из примера № 6:

小泉みつお岩手県議会議員、病院にて番号で呼ばれたことに激怒しクレームで
炎上 <http://t.co/sKvr8qBG2x>

ほんとにいかれとる！何様なんだ！早く死ね！

(«Мицуо Коидзуми, депутата Законодательного собрания префектуры Иватэ, раскритиковали за то, что он пришел в ярость, когда в больнице его вызвали по номеру талона, и оставил жалобу <http://t.co/sKvr8qBG2x>

От тебя реально пора избавиться! Кто ты вообще такой! Скорее умри!»).

Ключевую роль в постах играет *хэштег*, иначе говоря, ключевое словосочетание, слово или фраза, в препозиции у которой стоит символ #. Используются с целью привлечения внимания к публикации, а также для того, чтобы упростить поиск постов на схожую тематику [Богуславская, Богуславский, 2017: 51]. Статус хэштега в качестве самостоятельной категории дискурса еще не подтверждён и является дискуссионным вопросом, но мы относим его в раздел дискурсивной практики, поскольку он представляет собой не лексему, а целое высказывание, обладающее прагматическим воздействием.

Японцы активно используют хэштеги в форме слоганов, призывающих к определенным действиям как интернет-пользователей, так и самих публичных личностей. Хэштеги представлены в краткой, лаконичной форме и имеют упрощенный синтаксис. В хэштегах иногда встречается игра слов, позволяющая запомнить основную проблему, обсуждаемую в постах и комментариях. В рамках культуры отмены хэштег является механизмом продвижения политической и социальной повестки. Он не только легко запоминается, но и быстро распространяется, а также имеет манипулятивный потенциал.

Из примера № 2:

1) #KimOhNo_ – «Ким О Нет». KimOhNo – хэштег, образованный из трех единиц: Kim – существительное (имя собственное); Oh – междометие (возглас, выражающий удивление); No – отрицательная частица. Хэштег созвучен со словом «кимоно», обозначающим японскую традиционную одежду. Благодаря игре слов, автор поста в юмористической форме делает отсылку к проблеме ксенофобии.

2) #Kimoī – «отвратительный». Является аббревиатурой для фразы 「気持ち悪い」/кимоти варуй/, что переводится как «отвратительный, неприятный, отталкивающий».

3) #Kim**, #Kimchi – «кимчи». Имя знаменитости (Ким) совпадает с тремя первыми буквами аббревиатуры, которая была написана на английском языке намерено, чтобы усилить комичный эффект.

Из примера № 3:

#KuToo – японское движение против политики ношения высоких каблуков на рабочем месте. Является отсылкой к феминистическому движению «Me Too». В хэштеге #KuToo прослеживается игра слов. Японское слово 靴 /куцу/ («обувь; ботинки; туфли») созвучно с хэштегом «KuToo» (куту:).

Из примера № 4:

#バイキング /байкинг/ – «викинг», #バイキング more /байкингумо/ (название передачи), #ミヤネ屋 /миянэя/ (название передачи), #森会長 /морикайтё:/ – «глава комитета Мори», #森会長辞任しろ /морикайтё:дзининсиро/ – «глава комитета Мори, уходите в отставку».

Из примера № 10:

#JusticeForJohnnyDepp, #AmberHeardIsALiar, #AmberHeardIsAnAbuser #AmberHeardIsAPsycopath, #アンバー・ハードは虐待者 /амба:ха:до ва гякутайся/ – «Эмбер Херд садистка».

В процессе интердискурсивности наблюдается заимствование жанров других дискурсов, т.е. *интержанровость*. Так, в постах культуры отмены встречаются *политические карикатуры и постеры*, демонстрирующие ответную реакцию на высказывания и действия политиков. В подобных

кариатурах прибегают к приему утрирования, гиперболизации характерных черт известных людей с целью критики и высмеивания института власти.

Из примера № 6:



Рисунок 3. Политический постер Коидзуми Мицуо 1

1) 私を番号では呼ばせない!

«Не зовите меня по номеру!»



Рисунок 4. Политический постер Коидзуми Мицуо 2

2) ここは刑務所か!

«Это тюрьма!?»



Рисунок 5. Политический постер Коидзуми Мицуо 3

3) 病院で1万5千円以上上得意のお客さんだぞ。

«Постоянный клиент тот, кто оплачивает больничный счет более чем на 15 000 иен.»»

Рассматривая категорию *интертекстуальности*, можно сказать, что пользователи нередко обращаются к новостным статьям, чтобы подкрепить свою точку зрения аргументами и убедить массовую аудиторию в необходимости «отмены» того или иного человека. В пост автор включает отрывки из новостной статьи или интервью, вводя элементы медиадискурса в интернет-дискурс.

Из примера № 6:

岩手県議の小泉みつお議員病院で番号で呼ばれ激怒、「俺は客だぞふざけるな」<http://t.co/RqCmrWXvbV>

ゴミ屑野郎、頭見てもらえ。

(«Депутат Законодательного собрания префектуры Иватэ, Коидзуми Мицуо, разозлился, что в больнице к нему обратились по номеру. «Я же, черт возьми, клиент!» <http://t.co/RqCmrWXvbV>

Ты отброс, иди лечи голову»).

Из примера № 8:

ドルチェ & Габбарна、中国人民に向かって謝罪。以前なら中国はウンコのような国と言われても沈黙したというか、「犬と中国人入るべからず」のような白人による中国人差別を噛み締めてきた歴史があるわけだ。

(«Dolce & Gabbana приносят извинения китайскому народу. В прошлом Китай молчал, даже когда его смешивали с дерьмом. Есть даже история, когда белые люди дискредитировали китайцев, говоря «китайцам и собакам вход воспрещен»»).

В данном примере создатель блога обращается к историческим данным, чтобы показать осведомленность в вопросе расовой дискриминации, а также чтобы продемонстрировать, что презрительное отношение европейцев к азиатам не изменилось с течением времени. Автор использует цитирование, чтобы убедить других в достоверности информации. Такую форму интертекстуальности Н. Фэйрклаф называет «очевидной».

Так как интернет-пользователи, преследующие единую цель, чувствуют себя единомышленниками, они придают речи экспрессивности и используют такие риторические приемы, как *юмор, сарказм и ирония*:

Из примера № 9:

ディズニーも王政の内包するレイシズムやセクシズムや異性愛規範や血統主義
なんかに嫌気がさしたプリンセスやプリンスが城を捨ててポッドキャスターになる話作ろ
(«Дисней, начни уже выпускать сказки, в которых находящиеся под гнетом монархии принцы и принцессы, уставшие от расизма, сексизма, гетеросексуальных канонов, прописки по месту рождения, вырываются из замка и начинают записывать подкасты»).

Итак, дискурсивное событие культуры отмены, разворачивающееся в интернет-дискурсе, имеет в качестве участников пользователей Twitter и

Change.org, которые могут одновременно являться как адресантом, так и адресатом, а также медийных личностей. Юзеры преследуют цель лишить известных людей заработка, популярности, власти и других благ, которые они имеют за счет своего социального статуса. В данном исследовании мы рассмотрели жанры пост и комментарий, поскольку именно в них можно встретить наиболее показательные примеры культуры отмены. Интернет-пространство наделяет пользователей способностью создавать посты анонимно, а затем распространять идею большому числу читателей вне зависимости от их удаленности в пространстве и времени. Обращая внимание на стиль постов, мы можем отнести рассмотренные нами примеры как к повседневному, так и к публицистическому дискурсу. Переходя к такой категории как порядок дискурса, стоит отметить иерархию, в которую входят медиа-, интернет-, политический, а также социальный дискурс. Согласно теории Фэйрклафа, высокий уровень интердискурсивности ассоциируется с изменением, а низкий указывает на то, что текст просто воспроизводит установленный порядок. Как видно по разобранным нами примерам, тексты культуры отмены – это проявление более широких, масштабных социальных изменений, поскольку они охватывают разные сферы человеческой деятельности, а значит и разные типы дискурса. Уровень интертекстуальности также довольно высок, поскольку авторы постов вставляют в тексты цитаты, оставляют ссылки на новостные источники, подходящие под их убеждения, таким образом подкрепляя свою позицию информацией из внешних источников.

2.2.3. Анализ социальной практики

Во втором параграфе мы отметили высокую степень интердискурсивности в постах культуры отмены, которые сочетают в себе элементы интернет-, медиа- и политического дискурсов, а также дискурса

расизма, сексизма, абьюза, дискриминации и агрессии. Если проанализировать связь постов и комментариев, «отменяющих» известных личностей, то можно заметить, что за последнее время интернет-дискурс стал как политической ареной, так и пространством для медиа-сферы, тем самым, способствуя различным культурным, социальным и политическим изменениям в Японии. Чтобы определить, поддерживает ли дискурсивная практика устоявшуюся систему власти или же изменения позиций власти произошли из-за изменения порядка дискурса, рассмотрим итоги по каждому случаю культуры отмены.

Пример № 1. 20 мая 2020 г. японская рестлерша и Участница реалити-шоу Terrace House: Токуо Кимура Хана совершила самоубийство в результате кибербуллинга и отмены, которая негативно отразилась на ее карьере. Несмотря на высокий рейтинг телепередачи, приверженцев культуры отмены не утраивало наличие агрессивной актрисы в качестве одной из участниц проекта. Япония – страна, где одобрение социума является одной из главных критериев успешности личности. Все представители общества должны соответствовать определенным критериям, будь то внешний вид или поведение. Образ Кимуры был ярким, провокационным, агрессивным, что и повлекло за собой отмену, а позже – суицида.

Пример № 2. Конфликт со скандальной продукцией был решен, когда Ким Кардашьян прекратила продажу своей линейки белья и принесла публичные извинения в Twitter. В данной ситуации можно заметить, что для авторов постов культуры отмены важным является не только бойкотирование звезды, но и ее раскаяние. Лишь после принесения извинения волна критики начала постепенно «затухать». Однако, несмотря на бойкотирование, после ребрендинга Ким Кардашьян выпустила новую, более успешную и продаваемую линейку белья. Этот пример является образцом того, как

культура отмены может положительно отразиться на карьере медийной личности, но лишь после достижения основной цели.

Пример № 3. Девушка до сих пор остается довольно неоднозначной персоной и имеет как большую фанбазу, так и множество хейтеров. Вопреки отмене, Исикава Юми была включена в список 100 женщин по версии BBC в 2019 году, темой которого было «Будущее женщин». Хотя феминистическое движение в Японии относительно неразвито, в данном примере отражается стремление к гендерному равенству и ослаблению силы патриархата, господствующего в обществе.

Пример № 4. В 2021 г. глава оргкомитета Олимпийских игр 2021 в Токио Мори Ёсиро ушел в отставку после резкого высказывания в сторону женщин и последовавшей вслед за высказыванием «отмены». Мори также принес публичные извинения за сексистские высказывания на экстренной пресс-конференции, созванной на фоне разгоревшегося скандала. 18 февраля председателем оргкомитета была назначена женщина, Хасимото Сэйко. Таким образом японское общество показало, что выступает против устоявшейся системы власти, в которой мужчины занимают доминирующую позицию.

Пример № 5. После волны скандалов 10 августа 2021 года политик объявил об уходе в отставку. Спустя 2 недели началось официальное расследование генеральным прокурором штата обвинений в сексуальном преследовании, выдвинутых против Куомо несколькими жертвами, в числе которых были и его коллеги. Несмотря на то, что скандал произошел в США, японские пользователи очень активно способствовали отмене политика, что указывает на заинтересованность японской аудитории в повестке дня других государств.

Пример № 6. Вскоре после разгоревшегося скандала депутат организовал пресс-конференцию, где публично принес извинения и сообщил, что оплатил счета на следующий день после инцидента. Изначально политик

заявил, что не планирует уходить в отставку и будет продолжать политическую деятельность. Однако культура отмены в сочетании с кибербуллингом привело не только к краху карьеры, но и к смерти. Тело Коидзуми Мицуо было найдено летом, а причиной смерти было установлено самоубийство.

Пример № 7. В ответ на критику Билли Айлиш опубликовала видео-извинения в социальной сети Instagram. Однако не все слушатели певицы поверили в искренность ее слов. Наиболее активные из них сжигали билеты и мерч, снимая все на видео. Спустя некоторое время критика прекратилась, а популярность певицы лишь возросла за счет, так называемого, «черного пиара». В 2022 г. Билли получила премию «Оскар» и «Золотой глобус» за лучшую песню «Не время умирать». Однако после данного скандала певица не провела ни одного концерта в странах Азии, посещая лишь страны Северной Америки и Европы.

Пример № 8. После обвинения бренда в расизме, пользователи добились незамедлительного удаления роликов из китайской социальной сети «Sina Weibo», а чуть позже представителями бренда был отменен и сам показ, запланированный на 21 ноября 2018 г. Аккаунты Dolce & Gabbana в различных соц. сетях были взломаны хакерами, после чего пользователям начали поступать расистские сообщения от лица бренда. Хотя многие японцы начали распространять призывы к отмене бренда, нами были зафиксированы твиты, оправдывающие Dolce & Gabbana. На основе этого можно сделать вывод, что влиятельные бренды с долгой историей и хорошей репутацией практически невозможно отменить. А японские пользователи больше предпочитают сохранять нейтральную позицию, когда конфликт не касается их собственной культуры.

Пример № 9. Теперь некоторые мультфильмы компании Disney запрещены для просмотра детям младше 7 лет. Перед просмотром зрителей ожидает предупреждение о негативном влиянии на дальнейшее восприятие

представителей разных культур. Тем не менее, как и в случае с Dolce & Gabbana, спор о невиновности возник между самими японскими пользователями. Так как американская поп-культура пользуется большой популярностью в Японии, продукты Disney хорошо адаптировались под местный рынок, а бренд стал настолько популярен, что одной из главных достопримечательностей Японии являются два парка развлечений: Disney Land и Disney Sea.

Пример № 10. Бывший муж Херд, Джонни Депп, ставший жертвой культуры отмены, лишился крупных контрактов с Warner Bros и Disney, поскольку такие крупные компании не хотели сотрудничать с «насильником» и портить свою репутацию. В ходе судебных разбирательств 2022 г. пользователям Интернета стало ясно, что комментарий для статьи, который дала актриса, являлся клеветой. На этот раз отмене подверглась сама Херд. Сцены с ее участием будут вырезаны из выходящего в прокат фильма «Аквамен 2».

Итак, в ходе исследования было замечено, что дискурсивная практика выдвигает совершенно иные позиции власти посредством новой репрезентации социальных отношений. Интердискурсивное соединение интернет- и политического дискурса в постах «культуры отмены» приводит к возникновению политического интернет-дискурса, синкретичного феномена, способного преобразовывать и модернизировать функции политической коммуникации посредством возможностей Интернета. Это способствует более широким социальным изменениям, поскольку интернет-дискурс становится политической ареной Японии. Так, высокопоставленные государственные служащие, такие как Мори Ёсиро, Эндрю Куомо и Коидзуми Мицуо, добровольно уходят со своих должностей под давлением интернет-общественности, однако же, без весомого основания для увольнения. Несмотря на устоявшуюся в японском обществе иерархию, где Император приравнивается к божеству, а мнение политиков является

приоритетным, даже молодое поколение, не вовлеченное в государственные дела, противостоит наиболее радикальным поступкам и высказываниям представителей власти. В интернет-пространстве, где контроль цензуры намного ниже, чем в университете или на работе, японцы могут достаточно категорично высказываться не только о местных, но и о зарубежных политических деятелях. Подобно лозунгам на митингах, хэштеги призывают общественность действовать, борясь за социальную справедливость, искоренение мизогинии, сексизма, коррупции.

В представленных примерах также хорошо видно, как медиадискурс проникает в интернет-дискурс, где возникают интернет-СМИ. В случаях с Ким Кардашьян, Билли Айлиш и Исикавой Юми, несмотря на отсутствие связи с политикой, карьера, приобретенная во многом благодаря интернет-пользователям, может также легко разрушиться, как и у перечисленных ранее чиновников. Однако иногда скандалы становятся так называемым «черным пиаром», которого и добиваются медийные личности. Например, конфликт, связанный с производством «Kimono», положил конец выпуску широко обсуждаемой продукции, а созвучное с именем звезды название, построенное на языковой игре, лишь укрепило предвзятое отношение японских покупателей к звезде. Несмотря на это, данная ситуация не помешала ребрендингу более успешной линейки под новым названием «Skims». Говоря о Билли Айлиш, певица также не утратила своей популярности, а получила премию «Оскар» и «Золотой глобус» за лучшую песню «Не время умирать» в 2022 году. Несмотря на массовую критику, а также относительную неразвитость феминистического движения в Японии, Исикава Юми была включена в список 100 женщин по версии BBC в 2019 году, темой которого было «Будущее женщин».

Отдельно стоит рассмотреть «отмену» крупных компаний, таких как Walt Disney и Dolce & Gabbana, обвиненных в расизме. В проанализированных ситуациях критика распространяется не на одно лицо,

основателя компании, как это было в случае с Ким Кардашьян, а остается отпечатком на репутации бренда. Однако и Disney, и Dolce & Gabbana существуют на японском рынке со второй половины XX века, поэтому даже культура отмены не может стать причиной крупных убытков. Так, если японский покупатель приобретет товар Ким Кардашьян, чья продукция не успела себя зарекомендовать на рынке, как качественная и актуальная, он будет обвинен в расизме, поскольку поддерживает бренд, пропагандирующий эту идеологию. А если человек отправится в Диснейленд или на показ модного дома, вероятнее всего, ассоциация пройдет с популярными мультфильмами или культовыми нарядами, чем с оскорблением азиатской культуры.

В примере «отмены» № 10, жертвой в котором изначально являлась Эмбер Херд, вектор отмены сместился на нее саму. В ходе судебного разбирательства выяснилось, что бывший муж актрисы, Джонни Депп, сам подвергался насилию со стороны супруги. Несмотря на то, что репутация обоих актеров пострадала, а их доходы упали из-за отказа в сотрудничестве, твиты последних дней указывают на расположенность аудитории к Деппу. В их глазах он выглядит жертвой провокаций и манипуляций Херд, которая хотела отомстить бывшему мужу, лишив того поддержки общественности.

Говоря о последствиях речевой агрессии в интердискурсивности, в рассмотренных нами 10 примерах «кенселинга», а именно с политиком Коидзуми Мицуо и рестлершей Кимурой Ханой, две медийные личности совершили самоубийство. В данном случае мы не можем говорить о влиянии лишь культуры отмены, поскольку новостные источники отмечают многочисленные угрозы и оскорбления в адрес Коидзуми и Кимуры, которые являются, скорее, признаками кибербуллинга, а именно – целенаправленное привлечение вреда адресату.

Таким образом, проанализировав отношения дискурсивной и социальной практик культуры отмены, мы пришли к выводу о том, что дискурсивная практика оспаривает устоявшиеся позиции власти, ставя во главу вовсе не политика или медийную личность, а обычных интернет-пользователей, позволяя им диктовать социальные нормы. Если рассматривать историю возникновения и развития термина «культура отмены», мы можем проследить тенденцию заимствования данной культуры у западных государств. Японцы, в свою очередь, лишь поддерживают социальные движения в поддержку феминизма, равенства (расового и гендерного), постепенно внедряя их в свое более традиционное и консервативное общество, не всегда готовое к радикальным изменениям. Именно поэтому критике чаще подвергаются иностранные знаменитости и бренды, а активисты (Исикава Юми) получают поддержку лишь части интернет-комьюнити. Что характерно для «кенселинга» знаменитостей-расистов, японцы «отменяют» тех, кто оскорбляет их аутентичную культуру, но не так активно участвуют в движениях против расизма в отношении чернокожих.

2.3. Интерпретация результатов исследования

Поэтапно рассмотрев процесс реализации культуры отмены в интернет-дискурсе, мы смоделировали его на следующей схеме (Рисунок 6).

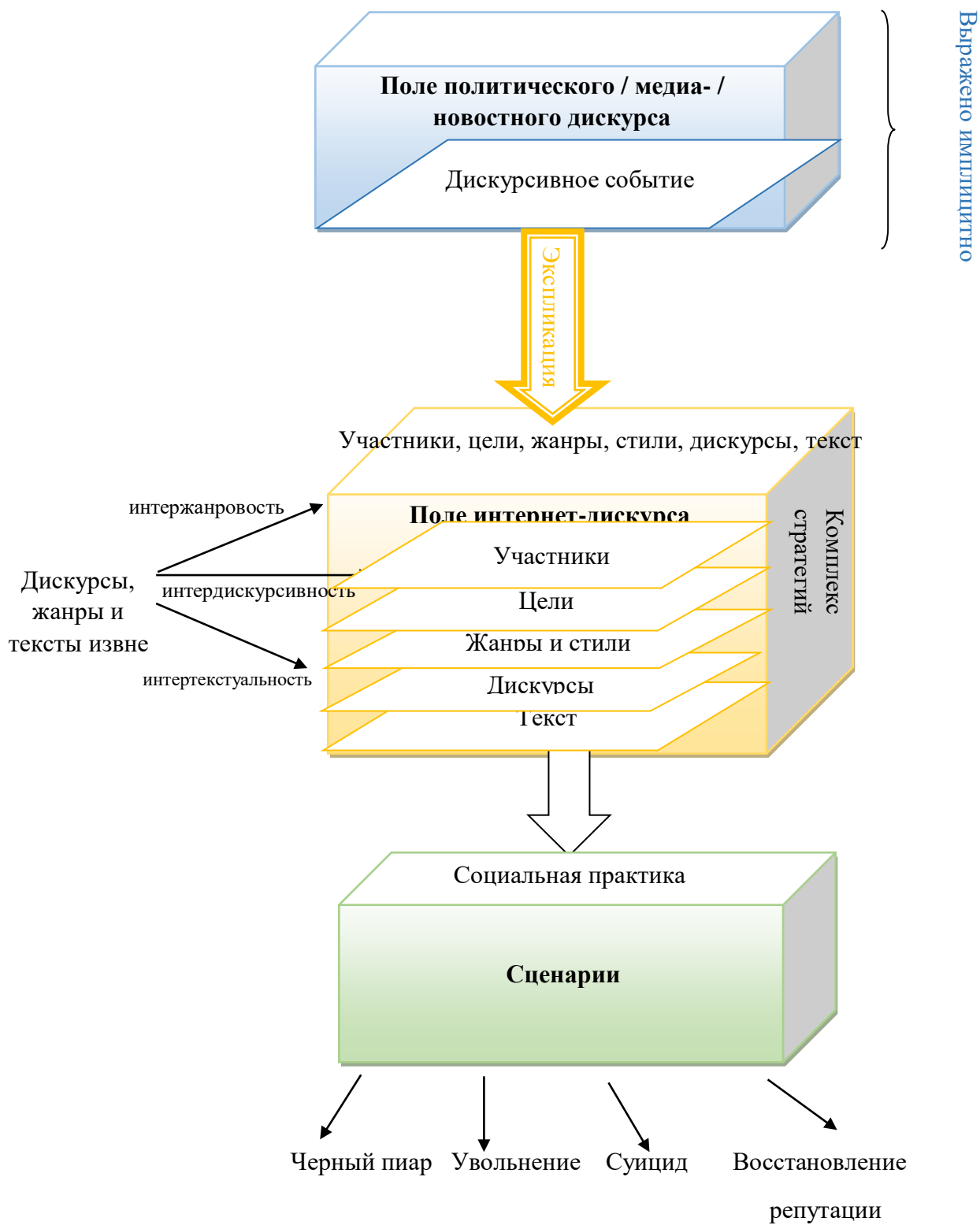


Рисунок 6. Динамическая модель реализации дискурсивной практики культуры отмены в интернет-дискурсе

Толчком к началу реализации практики культуры отмены является некое событие (конфликт), возникающее в рамках того или иного дискурса: институционального (политический, новостной, образовательный, медиадискурс) или персонального (бытового). Данное событие представляет собой социальное взаимодействие, недоступное обществу, т.е. реализуется имплицитно. Задачей культуры отмены является распространение информации о социальном конфликте – перенос его в поле интернет-дискурса, для которого характерна массовость, диалогичность (или полилогичность), анонимность и равноправие пользователей. Именно поэтому с попаданием дискурсивного события в интернет-дискурс происходит его экспликация. На данном этапе возникают участники дискурса, преследующие цель бойкотировать публичную личность, виновную в социальном конфликте. Для достижения цели они используют комплекс стратегий: оскорбляют знаменитость, оказывая на нее психологическое воздействие (хейтспич); публично отказываются от использования продукции, принадлежащей знаменитости; призывают других пользователей к участию в культуре отмены; игнорируют ее, лишая контакта с социумом; заставляют извиняться, используя различные приемы манипуляции. Извне в поле интернет-дискурса происходит внедрение текстов, дискурсов и жанров, которые характеризуются такими процессами, как интертекстовость, интердискурсивность и интержанровость. Посредством дискурсивной практики текст преобразуется в социальную практику, приводящую к реализации одного из многочисленных сценариев, которые будут отличаться в зависимости от конкретной лингвокультуры: черный пиар, увольнение (или уход в отставку), суицид и восстановление репутации без серьезного ущерба.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В практической главе настоящего исследования, опираясь на модель Н. Фэйрклафа, мы описали реализацию культуры отмены в трех измерениях: уровень текста, уровень дискурсивной практики и уровень социальной практики.

Исследование культуры отмены началось с текстового уровня. При его анализе мы рассмотрели 5 языковых уровней: графический, фонетический, морфологический, лексический, синтаксический. На графическом уровне нами были найдены нехарактерные для японского языка знаки препинания, как вопросительный и восклицательных знаков, которые придают посту эмоциональности. Еще одна выявленная особенность — написание слов катаканой или латиницей, что позволяет привлечь англоговорящую аудиторию и сделать акцент на конкретных высказываниях. Эмограммы-каомодзи тоже является особенностью интернет-коммуникации японцев, которая поможет добиться экспрессивности и эмотивности, обозначая не только отдельные эмоции, но и сложные действия или цепочку действий. А при помощи символа ○ японцы «цензурят» оскорбительную, неуместную лексику (チン○).

В ходе морфо-семантического метода было выявлено, что в постах часто встречаются аббревиатуры, записанные как хираганой, так и латиницей (ネトウヨ, キモイ, NY), а также сокращения (メディア). Еще одна отличительная черта — четвертая основа глагола, являющаяся его императивной формой (帰れ). Частицы также помогают при репрезентации культуры отмены. Заключительные частицы имеют различные функции: делают высказывание эмоциональным, субстантивируют фразы в пре- и постпозициях, выражают уверенность или сомнение, указывают на просьбу подтвердить информацию, указать на пол адресанта и т.д. Отдельно стоит

выделить грубые местоимения 2 и 3 лица, употребляющиеся в очень неформальной речи (お前 (2 лицо)、こいつ (3 лицо)).

Используя метод лексико-семантического анализа, мы нашли и классифицировали вульгарную (ふざけんな) и заимствованную (バイキング) лексику, фразеологизмы (山に帰れ), а также гиперболы (鬼畜).

На уровне дискурсивной практики мы выявили, что участниками конфликта культуры отмены являются пользователи японских веб-сайтов и медийные личности. Автором текстов может выступать любой пользователь Twitter или Change.org, а потребителем является массовая аудитория данных интернет-площадок, в том числе знаменитости.

Тексты культуры отмены нацелены на бойкотирование знаменитостей, чье поведение или высказывание, по мнению интернет-пользователей, противоречит социальным нормам. Бойкотирование проявляется как эксплицитно (отказ от посещения концертов, покупки продукции, требования уйти в отставку), так и имплицитно (критика, угрозы, ирония).

В список рассматриваемых нами жанров вошли жанры поста и комментария. При помощи них пользователи могут обращаться к нескольким адресатам сразу, ведя диалог вне зависимости от местонахождения и временных рамок. В результате была отмечена интержанровость постов, т.е. внедрение жанров одного дискурса в другой.

Говоря о стиле, общение в рамках интернет-коммуникации проходит с использованием неформальной лексики, является диалогичным (или полилогичным), что указывает на преобладание повседневного дискурса. С другой стороны, выявленные в постах и комментариях эмоциональность, наличие общественно-политической лексики и манипулятивных приемов позволяют провести параллель с публицистическим дискурсом.

Порядок дискурса характеризуется наличием иерархии: медиадискурс, политический или новостной дискурс — интернет-дискурс — социальный

дискурс. Новость попадает в СМИ, затем распространяется на просторах Интернета, привлекая внимание общественности, а после попадает в социальный дискурс, реализуясь в качестве социальной практики.

Основной чертой постов является высокая степень интердискурсивности, т.е. комбинаций жанров и дискурсов. Это проявляется в уникальной структуре постов, похожей на структуру новостной статьи. Политические карикатуры хоть и редко встречаются в постах, однако придают общению неформальности и усиливают критику благодаря приему иронии и сарказма. Поскольку культура отмены борется за общественное благополучие, такие типы дискурсов, как дискурс феминизма, дискурс расизма, дискурс дискриминации можно встретить практически во всех рассмотренных примерах. Дискурс агрессии также характерен для постов культуры отмены. В качестве самостоятельной категории интернет-дискурса были рассмотрены хэштеги (#KuToo, #石川優実).

Что касается категории интертекстуальности, в социальных сетях обычно встречается особый ее вид, «очевидная интертекстуальность». Пользователи используют прямое цитирование, обращаясь к новостной ленте, интервью известных личностей или к историческим сводкам. Контент, на который и ссылаются пользователи, лишь еще раз подтверждает их точку зрения, благодаря чему создается впечатление их абсолютной правоты.

Изучение социальной практики продемонстрировало, что «отмена» может повлиять на объект бойкотирования как негативно, так и позитивно. В двух рассмотренных случаях политики покинули должности, один из них был даже привлечен к уголовной ответственности. Некоторые публичные личности совершают суицид под давлением общества, потому что критика и бойкотирование не прекращаются, несмотря на принесение извинений. В случае с актерами и активистами, общественный резонанс нередко становится «черным пиаром», лишь увеличивая популярность и доходы звезд. Репутация крупных брендов предотвращает серьезные последствия в

виде банкротства, закрытия филиалов или приостановления производства. Из рассмотренных 10 примеров, лишь четверо медийных личностей являются уроженцами Японии, что говорит о лишь возрастающей популярности феномена на территории страны. В одном из примеров наблюдается выход культуры отмены за рамки одного лица или бренда на целую нацию, что является признаком глобализации феномена.

Результатом проведенного исследования стала модель реализации культуры отмены, которая отражает основные этапы дискурсивной репрезентации данного явления. Участниками интернет-коммуникации стали пользователи сайтов Twitter и Change.org, выступая в качестве производителей речевой практики, а знаменитости, политики и бренды – в качестве ее потребителей. Целью «отмены» является бойкотирование медийных личностей и, как следствие, прекращение негативно оцениваемой обществом деятельности. Поскольку в данной работе рассматривается массовая коммуникация, мы остановились на жанрах поста и комментария. Говоря о стиле, общение в рамках интернет-коммуникации проходит с использованием неформальной речи из-за дистанцированности и анонимности интернет-юзеров. С точки зрения порядка дискурса, мы отметили следующую иерархию: некоторый дискурс (новостной, политический, медиадискурс), интернет-дискурс, социальный дискурс. Основной чертой постов является высокая степень интердискурсивности. В данном случае, в текстах были найдены обращения к медиа- и политическому дискурсам, а также к дискурсам агрессии, расизма, сексизма, дискриминации, абьюза. Что касается категории интертекстуальности, в социальных сетях обычно встречается «очевидная интертекстуальность», т.е. прямое цитирование из новостных статей, интервью, исторических сводок.

В результате, мы пришли к выводу о том, что дискурсивная практика является движущей силой различных социальных практик. Она оспаривает

устоявшиеся позиции власти, наделяя влиянием интернет-пользователей, позволяя им занять доминирующую позицию и диктовать социальные нормы. Было отмечено, что во всех рассмотренных случаях известные люди совершали поступки, идущие вразрез с социальными нормами, а за это становились жертвами общественного порицания в интернет-пространстве.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью настоящей работы является описание способов вербализации и дискурсивной репрезентации феномена «культуры отмены» (на примере японского интернет-дискурса).

Тема исследования обусловила необходимость изучения феномена дискурса. Анализ теоретической базы продемонстрировал, что дискурс является одним из центральных объектов изучения современной лингвистической науки. В рамках различных направлений дискурс понимается как текст, речь, совокупность высказываний или коммуникативное событие, включающее не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы.

В современной науке выделяется все больше разных видов дискурсов. Одним из таких становится интернет-дискурс, интерес к которому увеличивается по мере развития технологий и внедрения их во все сферы человеческой деятельности, в том числе в процесс коммуникации. От дискурс-анализа интернет-дискурса ученые стали переходить к КДА, поскольку Интернет является пространством, где наиболее активно репрезентируются социальные настроения. Объектом исследований становятся такие явления интернет-дискурса, как кибербуллинг, хейтспич, культура отмены, последнее из которых стало объектом настоящего исследования.

Поскольку культура отмены – явление социальное, связанное, прежде всего, с распределением власти, мы обратились к школе критического дискурс-анализа, представителями которой являются Р. Водак, Т. Ван Дейк, Н. Фэйрклаф. КДА представлен как критический подход, причастный к социальным изменениям. Дискурсивная практика показывает неравное распределение власти, а результаты исследования используются в борьбе за равное распределение власти.

Критический дискурс-анализ был разработан Н. Фэйрклафом, являющимся автором социально-семиотической модели КДА. Центральное место в теории Н. Фэйрклафа принадлежит идее о том, что дискурс является «использованием языка, как социальной практики». Для того, чтобы изучить процесс преобразования текста в социальную практику при помощи дискурсивной практики, ученый использует трехмерную модель: текст, дискурсивная практика, социальная практика.

В рамках анализа текста мы выявили и описали лингвистические средства репрезентации культуры отмены на 5-ти языковых уровнях: графическом, фонетическом, морфологическом, лексическом и синтаксическом. Больше всего признаков «отмены» было найдено на графическом и морфологическом уровнях, а лингвистические средства фонетического и синтаксического уровней оказались факультативными.

На уровне дискурсивной практики сначала мы охарактеризовали участников, определили коммуникативную цель, выделили жанровые и стилистические особенности, а затем рассмотрели такие измерения, как порядок дискурса, интердискурсивность и интертекстуальность.

При анализе социальной практики мы пришли к выводу о том, что существуют различные сценарии отмены. Для японской лингвокультуры характерны черный пиар, увольнение (или уход в отставку), суицид и восстановление репутации без серьезного ущерба.

Процесс реализации практики культуры отмены мы продемонстрировали на схеме. Толчком к началу процесса является некое событие (конфликт), возникающее в рамках некоторого дискурса: институционального (политический, новостной, образовательный, медиадискурс) или персонального (бытового). Данное событие реализуется имплицитно, а задачей культуры отмены является распространение информации о социальном конфликте, т.е. его экспликация. При переходе на уровень интернет-дискурса возникают участники, преследующие цель

бойкотировать публичную личность, виновную в социальном конфликте. Для достижения цели они используют комплекс стратегий, такие как оскорбление, отказ от покупки продукции, игнорирование, призыв к извинению. Извне в поле интернет-дискурса происходит внедрение текстов, дискурсов и жанров, которые характеризуются такими процессами, как интертекстовость, интердискурсивность и интержанровость. Посредством дискурсивной практики текст преобразуется в социальную практику, приводящую к реализации одного из многочисленных сценариев, которые будут отличаться в зависимости от конкретной лингвокультуры: черный пиар, увольнение (или уход в отставку), суицид и восстановление репутации без серьезного ущерба.

Разработанная в рамках настоящей работы модель создает перспективу для дальнейшего анализа феномена культуры отмены. В последние года наблюдается тенденция бойкотирования не только медийных личностей, но и различных культур и народов. Это говорит о глобализации культуры отмены, а значит и о необходимости изучить ее репрезентацию в контексте не только японской, но и лингвокультур стран Запада.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алпатов В.М., Аркадьев П.М., Подлесская В.И. Теоретическая грамматика японского языка. Кн. 1. М.: Издательство «Наталис», 2008. 560 с.
2. Алпатов В.М., Аркадьев П.М., Подлесская В.И. Теоретическая грамматика японского языка. Кн. 2. М.: Издательство «Наталис», 2008. 464 с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия. 1990. С.136–137.
4. Атягина А.П. Твиттер как новая дискурсивная практика в сети Интернет // Вестн. Ом. ун-та. 2012. № 4. С. 203–208.
5. Бажалкина Н.С. К проблеме различных подходов к пониманию дискурса в современном языкознании // Вестник Кемеровского государственного университета. 2016. № 1. С. 156–160.
6. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. М.: Советский писатель. 1963. 234 с.
7. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 310 с.
8. Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Прогресс, 1974. 448 с.
9. Богуславская В.В., Богуславский И.В. Медiateкст и хэштеги: цифровая трансформация СМИ // Гуманитарный вектор. 2017. Т.12. № 5. С. 51–58.
10. Бочавер А.А., Хломов К.Д. Буллинг как объект исследований и культурный феномен // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т.10. №3. С. 149–159.
11. Быков И.А., Ахмедова Ю.Д. Культура отмены и персонификация политического дискурса // Вестник Кабардино-Балкарского Государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. 2021. Т.1. №1. С. 15–26.

12. Венгранович М.А. О формировании текстовой компетенции в процессе подготовки современных филологов // Волжский вестник науки. 2017. № 4–6. С. 84–86.
13. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Астрахань, 2001. 15 с.
14. Греймас А.Ж., Курте Ж. Семиотика. Объяснительный словарь теории языка // Семиотика. М.: Радуга. 1983. С. 483–550.
15. Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Б.: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
16. Дейк Т.А., Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. 1988. № 23. С. 157.
17. Демьянков В.З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка // Вопросы филологии. 2007. № 1. С. 86–95.
18. Демьянков В.З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. М.: Всесоюзный центр переводов, 1982. 253 с.
19. Жирков М.И. Интернет-дискурс и проблема его соотношения с другими видами интернет-коммуникации // Современная наука: тенденции развития. 2016. № 16. С. 26–29.
20. Зеленовская А.В. Своеобразие интернет-дискурса (на материале социальной сети Facebook) / Филологические науки. Тамбов: Грамота. 2014. № 10. Ч. 2. С. 61–65.
21. Лузина Л.Г. О когнитивно-дискурсивной парадигме лингвистического знания / Парадигмы научного знания в современной лингвистике: сб. научн. трудов. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН. 2008. С. 40–48.
22. Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр, 2008. 352 с.

23. Карасик В.И. Дискурсология как направление коммуникативной лингвистики // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2016. №1. С. 17–34.
24. Кибрик А.А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе: дис. ...докт. филол. наук. М.: Ин-т языкознания, 2003. 90 с.
25. Кибрик А.Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное, типовое и специфичное в языке). М.: Изд-во МГУ, 1992. 336 с.
26. Козачина А.В. Стратегии и средства легитимации институционализированных ценностей в педагогическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Красноярск, 2021. 225 с.
27. Коновалова О.Ю. Новые языковые образования как отражение социально-экономических реалий // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2020. №3. С. 7–12.
28. Красина М.Н. Дискурс, дискурс-анализ и методы их применения в междисциплинарных проектах // Вестник ТвГУ. Серия "Филология". 2018. № 2. С. 159–165.
29. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике. Обзор // Дискурс, речь, речевая деятельность. 2000. С. 7–25.
30. Нурутдинова А.Р. По ту сторону «японского чуда», или «Идзимэ»: социальная болезнь японской жизни и системы образования // Вестник практической психологии образования. 2012. №2. С. 112–126.
31. Пастухов А.Г. Теория Н. Фэрклоу и проблема реализации речевого жанра в триаде «Текст – дискурсивная практика – социальная практика» // Дискурс-Пи. 2006. Т. 6. №1. С. 96–98.
32. Пешё М., Фукс К. Итоги и перспективы по поводу автоматического анализа дискурса // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 1999. С. 105–123.

33. Распопина Е.Ю. Стратегический аспект информационного жанра Интернет-дискурса: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Иркутск, 2012. 21 с.
34. Сапожникова А.А., Ленец А.В. Кибербуллинг как форма провокативного речевого поведения в сети Интернет // Мир лингвистики и коммуникации. 2018. №1. С. 39–50.
35. Стексова Т.И. Речевая агрессия в интернет-комментариях как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. 2013. № 3. С. 1–5.
36. Темнова Е.В. Современные подходы к изучению дискурса // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М.: МАКС Пресс. 2004. № 26. С. 24–32.
37. Трофимова Н.А. Экспрессивные речевые акты в диалогическом дискурсе. Семантический, прагматический, грамматический анализ: монография. СПб: Издательство «ВВМ», 2008. 376 с.
38. Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996а. 208 с.
39. Хилханова Э.В. Критический анализ дискурса: принципы, методы и практика (на примере дискурса СМИ) // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2012. № 2. С. 136–139.
40. Шкапенко Т.М., Милявская Н.Б. Репрагматизация речевого акта МЕ ТОО в социально-коммуникативных практиках сети Интернет // Научный диалог. 2020. № 4. С.176–187.
41. Crystal D. Language and the Internet. Cambridge University Press, 2006. 257 p.
42. Dijk T.A. Multidisciplinary CDA: a plea for diversity // Methods of Critical Discourse Analysis / ed. by R. Wodak, M. Meyer. London: SAGE Publications Ltd, 2001. P. 95–121.
43. Fairclough N., Chouliaraki L. Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis // Journal of English Linguistics. Edinburgh: Edinburgh University Press. 2001. Vol. 2. P. 183–189.

44. Fairclough N. Critical discourse analysis. [Электронный ресурс]. 2001. URL: https://www.researchgate.net/28150645_Critical_Discourse_Analysis (дата обращения: 12.03.22).
45. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. NY: Routledge, 2013. 591 p.
46. Fairclough N. Discourse and social change. Cambridge: Polity Press, 1992a. 259 p.
47. Fairclough N. Language and power. 2nd edition. Essex: Pearson Education Limited, 2001. 226 p.
48. Fairclough N. Critical discourse analysis: The critical study of language. Essex: Longman Group Limited, 1995. 265 p.
49. Fairclough N. The dialectics of discourse. [Электронный ресурс]. 2003. URL: <http://www.geogr.ku.dk/courses/glob-loc/papers/phdfairclough2.pdf> (дата обращения: 3.06.22).
50. Harris Z.S. Discourse Analysis: A Sample Text // In Language. 1952. Vol. 2. № 4. P. 474–494.
51. Haig E. Notes for Norman Fairclough's Analysing Discourse // Analysing Discourse. 2020. Vol. 3. № 2. P. 1–8.
52. Wodak R., Meyer M. Methods of Critical Discourse Analysis. London: SAGE Publications Ltd, 2001. 200 p.
53. 千石 保。「まじめ」の崩壊—平成日本の若者たち。東京: サイマル出版会, 1991。 [Сэнгоку Тамоти, Крах добросовестности – молодежь эпохи Хэйсэй].
54. 原 清治, 山内 乾史。ネットいじめはなぜ「痛い」のか。東京: ミネルヴァ書房, 2011。 [Хара Киёдзи, Яманоути Кэнси. Почему же нэтто-идзимэ приносит такую боль?].

55. ディズニーとキャンセルカルチャーとポリコレ // Note [Электронный ресурс]. URL: https://note.com/lilico_cartoon/n/nf431dc35df82 (дата обращения: 4.02.2022).
56. 大炎上で中国マーケットから撤退を余儀なく // High-Brands [Электронный ресурс]. URL: <https://high-brands.com/highbrand-brand.php?id=24&stid=158> (дата обращения: 4.02.2022).
57. ブログ炎上の岩手県議、小泉光男氏が自殺か？ // Huffpost [Электронный ресурс]. URL: https://www.huffingtonpost.jp/2013/06/25/iwateken-gi_n_3493944.html (дата обращения: 4.02.2022).
58. ビリー・アイリッシュ、「看過できない人種差別」動画が流出！ 新恋人の暴言とともに大炎上 // CYZO WOMAN [Электронный ресурс]. URL: https://www.cyzowoman.com/2021/06/post_346282_1.html (дата обращения: 4.02.2022).
59. キム・カーダシアンが起こした「Kimono」ブランドの波紋 // The Asahi Shimbun Globe+ [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://globe.asahi.com/article/12502594> (дата обращения: 18.04.21).
60. 木村花さんの悲報、SNS 書き込みが「凶器」かーネットいじめの社会問題 // Yahoo! Japan [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://news.yahoo.co.jp/byline/usuimafumi/202005200180106/> (дата обращения: 18.04.21).
61. 石川優実がいろいろな人からいじめられているのはなぜ？ // Yahoo! Japan [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://news.yahoo.co.jp/byline/usuimafumi/20200524-00180106/> (дата обращения: 18.04.21).

62. 5人目のセクハラ告発。「コロナ禍の英雄」クオモ NY 州知事が失職の危機。死亡者過少申告を契機に // Business Insider [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://www.businessinsider.jp/post-230836> (дата обращения: 18.04.21).

63. (社説) 森会長辞任目を覆うばかりの混迷 // Asahi [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://www.asahi.com/articles/DA3S14798710.html> (дата обращения: 18.04.21).

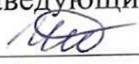
64. ジョニー・デップとアンバー・ハードの裁判のハイライトを解説 3週間経過も水掛け論に? // Yahoo! Japan [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://realsound.jp/movie/2022/05/post-1022255.html> (дата обращения: 18.04.21).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Академик: интернет-сервис для поиска информации по базе словарей, энциклопедий, книжных магазинов и фильмов [Электронный ресурс]. URL: <https://academic.ru/> (дата обращения: 18.11.2020).
2. Cancel Culture // Macquarie Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/> (дата обращения: 18.11.2020).
3. Goo 辞書: Толковый, англо-японский, японо-английский онлайн словарь, словарь синонимов [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.goo.ne.jp/> (дата обращения: 20.04.2022).
4. Jardic online: Японско-русский словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://jardic.ru/> (дата обращения: 20.06.2021).
5. Weblio: сервис с онлайн-словарями и энциклопедиями [Электронный ресурс]. URL: <https://www.weblio.jp/> (дата обращения: 17.01.2022).

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ВЯ
 Чистова Е.В.
« 20 » июня 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ В ЯПОНСКОМ
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

Выпускник



А.А. Александрова

Научный руководитель



канд. филол. наук, доц. каф. ВЯ
А.В. Козачина

Нормоконтролер



А.П. Мутасова

Красноярск 2022

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Репрезентация культуры отмены в японском интернет-пространстве». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 84 страниц текстового документа, включает в себя 6 иллюстрации, 69 использованных источников, 26 из которых на иностранных языках.

Ключевые слова: КУЛЬТУРА ОТМЕНЫ, ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС, КРИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ, ДИСКУРСИВНАЯ ПРАКТИКА, СОЦИАЛЬНАЯ ПРАКТИКА.

Цель: описание способов вербализации и дискурсивной репрезентации феномена культуры отмены (на примере японского интернет-дискурса).

Задачи: 1) изучить эволюцию термина «дискурс» в парадигме современного гуманитарного знания; 2) рассмотреть существующие направления критического дискурс-анализа и обосновать выбор метода исследования, 3) проанализировать феномен культуры отмены на стыке социологии и лингвистики, 4) при помощи модели Н. Фэйрклафа выявить и описать способы реализации феномена «культуры отмены» в рамках трех измерений: текст, дискурсивная практика, социальная практика, 5) на основе полученных результатов смоделировать процесс реализации культуры отмены в интернет-дискурсе.

Актуальность исследования обусловлена тем, что оно вносит вклад в изучение дискурсивной реализации культуры отмены – явления, выступающего в роли регулятора социальных процессов, способного как формировать новые общественные ценности, так и исключать те, что являются неприемлемыми в дискурсе.

Основные выводы и результаты исследования:

1) «Культура отмены» — сложившаяся в обществе, при которой группа людей требует или самостоятельно добивается бойкотирования медийной личности или бренда в ответ на социально неприемлемые действия или высказывания.

2) Дискурсивная практика культуры отмены является движущей силой социальных процессов, оспаривающих устоявшиеся позиции власти.

3) Культура отмены проявляется на всех языковых уровнях: графическом, фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом.

4) Культура отмены является двигателем социальных процессов, поскольку от нее может зависеть смена политической власти, а также уровень доходов и репутация знаменитостей.

Перспективы дальнейшего исследования: 1) более глубокое исследование «культуры отмены» в рамках лингвистической науки, 2) расширение рамок изучения «культуры отмены» и выход за рамки японской лингвокультуры.