

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Кафедра английского языка
и методики его преподавания

**Лексико-стилистические особенности репрезентации идентичности
вегана (на материале английского языка)**

**АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 2 курса 291 группы
направления 44.04.01 Педагогическое образование
профиль – «Иностранные языки в контексте современной культуры»
факультета гуманитарных дисциплин, русского и иностранных языков

Наби Адиссы

Научный руководитель
доцент кафедры английского языка и
методики его преподавания,
к. филол. н.

М.В. Золотарев

дата, подпись

Зав. кафедрой
английского языка
и методики его преподавания,
канд. пед. наук, доцент

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2026 год

Введение. В мире, где общение все чаще происходит в цифровом пространстве, становится важным исследовать, как язык, используемый на этих платформах, формирует не только наше восприятие себя, но и то, как нас воспринимают другие. Интернет — это не просто инструмент общения; он стал сценой, на которой разыгрываются сложные идентификационные сюжеты, на которые влияют различные культурные и социальные факторы. Этот круг вопросов обусловил *актуальность* настоящего исследования, которое предпринимает попытку решить проблему репрезентации идентичности в языке на материале современного англоязычного интернет-дискурса.

Проблематика настоящего исследования охватывает не только то, как люди представляют себя посредством языка в цифровом пространстве, но и как они взаимодействуют с другими через различные дискурсы — от социальных сетей до форумов. Исследование также затрагивает динамику участия в сообществе в цифровую эпоху и влияние, которое эти новые формы общения оказывают на индивидуальное и коллективное благополучие. В итоге, поднимается вопрос необходимости осмысления нашего отношения к другим в мире, который становится все более взаимосвязанным.

Объект исследования — индивидуальная и коллективная идентичность носителей английского языка, принадлежащих к социальной группе веганов.

Предмет исследования — языковые и дискурсивные способы репрезентации идентичности веганов в современном интернет-пространстве.

Цель исследования — провести анализ способов репрезентации идентичности веганов в современном английском языке на материале интернет-дискурса и выявить, как язык, используемый на цифровых платформах, влияет на формирование индивидуальной и коллективной идентичности.

Гипотеза исследования заключается в том, что формирование идентичности веганов в интернет-пространстве происходит посредством персональных нарративов, в которых отражаются не только личные истории,

но целостная система моральных ценностей. При этом интернет-платформы определяют разные форматы презентации идентичности: от нарративного и основанного на сообществе до перформативного и активистского, что создает многогранную картину современной веганской идентичности в цифровом пространстве

Поставленная цель определила *задачи* исследования:

1. Провести теоретический анализ научных источников и выяснить, как онлайн-взаимодействия способствуют построению множественных идентичностей и какую роль играет язык в утверждении и согласовании этих идентичностей в рамках различных сообществ;
2. Подготовить корпус текстовых примеров и методом дискурс-анализа определить повторяющиеся темы, связанные с идентичностью веганов, такие как уважением к животным, борьбой с жестокостью, стремлением к справедливости;
3. Выявить лексико-стилистические средства и коммуникативные тактики, с помощью которых англоязычные интернет-пользователи создают и поддерживают социальную идентичность веганов;
4. Проанализировать дискурс и контрдискурс в корпусе текстовых примеров и выявить, как они способствуют построению коллективной идентичности веганов.

Для сбора и анализа языкового материала в работе применялись следующие *методы*: метод сплошной выборки для подготовки репрезентативной выборки электронных сообщений на английском языке, лексико-стилистический анализ для выявления основных средств формирования социальной идентичности в интернет-дискурсе, анализ коммуникативных тактик и стратегий, дискурс-анализ и тематическое кодирование для идентификации и количественной оценки тем, связанных с идентичностью в подготовленной выборке, количественные методы обработки данных для определения частоты выявленных тем.

Методологическую и теоретическую базу исследования составляют работы Анри Тэшфела и Джона Тернера по теории социальной идентичности объясняющей, как индивиды определяют и оценивают себя через принадлежность к социальным группам; Ирвинга Гофмана по теории самопрезентации рассматривающей, как люди строят и управляют своим образом в зависимости от социальных контекстов; Мишеля Фуко по теории дискурса, анализирующей, как язык и дискурс формируют наше понимание мира; Пьера Бурдьё по теории социального капитала исследующей, как социальные сети и межличностные отношения влияют на доступ к ресурсам и возможностям.

Материалом исследования послужили текстовые примеры речевого взаимодействия между носителями английского языка в социальной сети X и на платформе Reddit. Общий корпус проанализированных примеров составил 100 сообщений, содержащих помимо текстового материала совокупность связанных между собой хештегов и эмодиконов.

Научная новизна исследования заключается в том, что анализ способов выражения идентичности в Интернете позволяет лучше понять современные социальные процессы, затрагивающие вопросы принадлежности к группе, культурного разнообразия и инклюзии. Помимо этого, настоящее исследование позволяет рассмотреть, какое влияние способы представления себя в Интернете оказывают на самооценку и личное восприятие носителей языка. Онлайн-взаимодействия могут укрепить или ослабить идентичность человека, что требует, на наш взгляд, особого внимания.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты позволяют понять, как социальные сети, мессенджеры и мультимедийные платформы меняют способ взаимодействия и самовыражения носителей английского языка, что в свою очередь вносит вклад в исследование вопросов о том, как новые технологии влияют на наше понимание идентичности.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут использоваться в преподавании таких дисциплин, как «Общее языкознание» и «Теория дискурса». Помимо этого, вопросы, освещенные в настоящем исследовании, могут способствовать лучшей осведомленности по проблемам идентичности, особенно среди молодых пользователей Интернета, что может помочь создать более уважительную и инклюзивную цифровую среду.

В целом, это исследование направлено на предоставление глубокого понимания ключевой роли, которую язык играет в формировании и согласовании идентичностей в цифровую эпоху. Осветив эти сложные динамики, мы надеемся внести вклад в расширяющееся поле исследований, которое проливает свет на наше понимание человеческих взаимодействий в все более взаимосвязанном мире.

Структура работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

Во введении обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы, использованные в ходе исследования.

В первой главе анализируются классические работы по теории идентичности, проводится их сравнительно-сопоставительный анализа, а также делаются выводы о возможности их применения в контексте современного языкового ландшафта интернет-дискурса.

Вторая глава содержит результаты практического исследования корпуса текстовых примеров, в которых отражается коллективная и индивидуальная идентичность веганов на материале современного англоязычного интернет-дискурса.

В заключении подводится итог проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

Список литературы содержит 26 наименований научных работ отечественных и зарубежных исследователей.

Приложение содержит корпус текстовых примеров, проанализированных в настоящем исследовании.

Основное содержание. Теоретическая глава настоящей выпускной квалификационной работы «Теоретические основы исследования проблемы репрезентации социальной идентичности в языке» опирается на четыре концептуальных столпа: теорию социальной идентичности Анри Тэшфеля и Джоном Тёрнера, теорию самопрезентации Ирвинга Гофмана, теорию дискурса Мишеля Фуко и теорию социального капитала Пьера Бурдьё. Данные теоретические положения предлагают комплексное, на наш взгляд, понимание идентификационных и дискурсивных динамик в цифровых пространствах.

Представленные теории раскрывают основные подходы к изучению идентичности и языка в человеческих взаимодействиях, но они различаются по своим методам и охвату. Так, например, общей чертой для теорий А. Тэшфеля, Дж. Тёрнера и И. Гофмана является то, что они сосредоточены на идентичности как социальной конструкции, однако А. Тэшфел и Дж. Тёрнер акцентируют внимание на принадлежности к группам (внутренние/внешние группы), а И. Гофман исследует, как индивиды управляют своим имиджем внутри этих групп. Обе теории подчеркивают важность взаимодействий для укрепления идентичности: через ценность группы для А. Тэшфеля и через индивидуальное представление для И. Гофмана. Однако анализ различий показывает, что А. Тэшфел и Дж. Тёрнер рассматривают идентичность с точки зрения коллектива, то есть социальная идентичность формируется через динамику группы, тогда как И. Гофман рассматривает идентичность с точки зрения индивида, сосредоточенную на управлении впечатлением и личной производительности.

В свою очередь, И. Гофман и М. Фуко рассматривают роль языка в управлении идентичностью, но с разных позиций. Они признают, что

контексты глубоко влияют на то, как идентичности формируются и воспринимаются. Однако с точки зрения различий И. Гофман сосредотачивается на локальных взаимодействиях и индивидуальных представлениях, анализируя, как индивиды адаптируют свое поведение в зависимости от аудитории, тогда как М. Фуко исследует дискурсы на системном уровне, рассматривая структуры власти, которые формируют то, что может быть сказано или воспринято как истина в данном контексте.

М. Фуко и П. Бурдьё подчеркивают влияние власти на формирование идентичности. М. Фуко сосредотачивается на дискурсах, в то время как П. Бурдьё исследует социальные сети как капитал. Оба признают, что социальные неравенства влияют на то, как идентичности подтверждаются или маргинализируются. Различие заключается в том, что М. Фуко концентрируется на дискурсе и языке как механизмах контроля и сопротивления, в то время как П. Бурдьё анализирует социальный капитал — то есть ресурсы, доступные благодаря социальным сетям и то, как эти ресурсы укрепляют или ограничивают идентичности.

Сравнение теорий А. Тэшфела и Дж. Тёрнера и П. Бурдьё выявило, что каждая из этих теорий анализирует коллективную динамику и отношения между группами, подчеркивая неравенства и механизмы социальной дифференциации. Что их противопоставляет, так это то, что А. Тэшфел и Дж. Тёрнер придерживаются психосоциального подхода, изучая индивидуальное восприятие принадлежности к группам, а П. Бурдьё сосредотачивается на материальных и символических динамиках социальных сетей и их роли в доступе к ресурсам.

В теоретической главе работы были также подробно рассмотрены такие аспекты, как социальная идентичность, язык и дискурс, и роль Интернета в формировании идентичности. На наш взгляд, Интернет трансформировал идентификационные динамики, предлагая платформы, на которых индивиды могут исследовать различные грани себя и взаимодействовать с разнообразными сообществами за пределами географических границ. Как

отмечал В. И. Седых, «цифровое пространство – это место непрерывных переговоров об идентичности, где каждое взаимодействие перенастраивает границы социального «я». Идентичность строится как новый и временный продукт взаимного общения, который всегда может быть подтвержден, пересмотрен или заново изобретен в ходе взаимодействия. Таким образом, в первой главе были обоснованы теоретические основы изучения идентификационных динамик в современном обществе.

Вторая глава исследования «Дискурс-анализ идентичности веганов в современном англоязычном интернет-дискурсе» посвящена анализу языкового фактического материала и способа конструирования и выражения идентичности в социальных сетях, в частности на платформе X и Reddit. Основываясь на корпусе текстов (N=100), исследование сосредоточилось на дискурсе членов конкретного сообщества, а именно веганов, и контрдискурсе антивеганов для наблюдения за тем, как интернет-пользователи используют язык и хештеги для утверждения своей принадлежности к группе, распространения своих ценностей и для подчеркивания отличий от других групп.

Анализ выявил несколько ключевых тенденций. Пользователи платформы X часто прибегают к идентификационным хештегам (#Vegan, #PlantBased и т.д.), чтобы усилить чувство принадлежности. Эти хештеги также увеличивают видимость их сообщений и привлекают внимание к вопросам или дебатам внутри сообщества. Дискурсы чередуются между утверждением себя («Я веган, потому что...») и желанием убедить или обучить, что указывает на постоянно развивающуюся онлайн-идентичность.

Исследование также выявило наличие противоположных дискурсов или контрдискурсов, которые способствуют построению коллективной идентичности в ответ на критику или стереотипы. В связи с этим на втором этапе исследования при анализе языкового материала платформы Reddit учитывались дискурсивные практики не только веганов, но и антивеганов.

Было установлено, что коммуникативные особенности дискурса обеих групп участников дискуссии о веганстве характеризуются активным использованием личных нарративов и апелляций к собственному опыту. Примечательно, что 90% сообщений содержат местоимения первого лица, а 60% текстов строятся на основе личных историй. Это свидетельствует о том, что обе стороны стремятся обосновать свою позицию через персональный опыт, хотя и приходят к противоположным выводам.

Эмоциональная составляющая дискурса демонстрирует существенные различия между сторонниками и противниками веганства. Антивеганы чаще выражают негативные эмоции (88% текстов содержат критику и фрустрацию), их мотивация часто связана с личным негативным опытом. В то же время веганы проявляют большую рефлексивность и открытость (48% текстов содержат сомнения, 32% призывают к терпимости), их дискурс более конструктивен и направлен на защиту этических принципов, а не на атаку оппонентов.

Таким образом, формирование идентичности веганов в интернет-пространстве происходит через сочетание этических убеждений и личных историй. Веганство позиционируется не просто как диета, а как целостная система моральных ценностей. Важную роль играют нарративы становления, где прослеживается путь от невеганства к веганству через определенный триггер. При этом интернет-платформы (Reddit и X) формируют разные форматы презентации идентичности: от нарративного и основанного на сообществе до перформативного и активистского, что создает многогранную картину современной веганской идентичности в цифровом пространстве.

Заключение. Настоящее исследование выявило идентичностные динамики в цифровом пространстве. Через анализ языка и онлайн-взаимодействий было показано, как англоязычные носители языка строят, обсуждают и защищают свои личные и коллективные идентичности. Цифровые платформы – не только инструменты коммуникации, но и сцены, где формулируются сложные идентификационные дискурсы, подверженные

влиянию социальных и культурных ценностей. Полученные результаты подчеркивают центральную роль языка в утверждении себя и создании цифровых сообществ на основе общих интересов или этических убеждений.

Теоретическую основу исследования составили классические теории идентичности: теория социальной идентичности Анри Тэшфела и Джона Тернера, теории самопрезентации Ирвинга Гофмана, теории дискурса Мишеля Фуко и теории социального капитала Пьера Бурдьё. Эти теории предоставили концептуальную основу для понимания того, как индивиды утверждают свою принадлежность к социальным группам, управляют своим образом в Интернете и подвержены влиянию динамики власти и социальных норм.

Основной целью исследования был качественный анализ корпуса текстов, отражающих различные перспективы и идентичностные переживания социальной группы веганов. Ключевыми темами для определения были аутентичность, самопрезентация и личное или социальное неравенство. Другими словами, речь шла о том, как веганы, а также противники веганства используют социальные сети для выражения того, кто они есть, как они хотят быть воспринятыми и как они воспринимают свое место в обществе. Этот подход обеспечил надежную базу для изучения идентичностных динамик в интернет-дискурсе.

Каждый текстовый пример из корпуса был тщательно проанализирован для выявления повторяющихся тем, связанных с веганской идентичностью. Анализ касался используемых слов, выражений, выдвигаемых аргументов, выражаемых ценностей и установленных отношений между людьми, а также коммуникативных тактик и стратегий. Этот анализ позволил выявить языковые индикаторы, которые показывают, как пользователи строят и выражают свою идентичность.

Благодаря проведенному анализу было выявлено несколько ключевых тем, среди которых:

- Продвижение веганства: веганы используют социальные сети для продвижения своего образа жизни как этичного, здорового и устойчивого варианта.

- Защита прав животных – центральная тема веганской идентичности. Веганы осуждают эксплуатацию животных и выступают за более уважительное отношение к ним.

- Обмен рецептами и кулинарным опытом как способ показать, что веганство может быть вкусным и доступным.

- Построение коллективной идентичности: веганы объединяются вокруг общих ценностей, таких как уважение к жизни и бережное отношение к экологии. Социальные сети позволяют им укреплять чувство принадлежности к сообществу.

- Осуждение неравенства: веганы осуждают неравенство и дискриминацию, с которыми они сталкиваются из-за своего рациона питания. Они требуют права жить согласно своим ценностям.

- Выражение аутентичности: социальные сети позволяют веганам выражать свою аутентичность через распространение своих ценностей и глубоких убеждений.

Таким образом, веганы подчеркивают положительные аспекты своего образа жизни, усиливают свою аутентичность, противостоят негативным стереотипам и связываются с поддерживающим сообществом.

Для лучшего понимания конструкции коллективной идентичности веганов был проведен анализ контрдискурса. Проанализированные тексты показали сложную динамику, где выражение идентичности проходит через самооценку и противостояние внешнему миру.

Сторонники веганства говорят о животных, призывая к сочувствию, приводя этические аргументы. Противники веганства говорят о себе, о своей боли, своей истории, своем отчуждении. Это означает, что дискуссия ведется на разных уровнях. Веганы отстаивают глобальную идею, в то время как

антивеганы отстаивают свой личный опыт. Очевидно, что они не понимают друг друга.

Более того, сторонники веганства более склонны использовать менее уверенный тон и риторические вопросы, что свидетельствует о более вдумчивом отношении, открытом для обсуждения. Противники веганства, более напористые, выражают меньше сомнений. Таким образом основные различия заключаются в направленности эмпатии, эмоциональном заряде и взаимоотношениях с противоположным сообществом. Полученные результаты проливают свет на дискурсивную динамику в поляризованных социальных дебатах, где каждая сторона строит свою легитимность на личном опыте и конкретных стратегиях коммуникации. При этом дискурс веганов, как правило, формируют прочную моральную идентичность, руководствуясь состраданием и справедливостью.

Хотя исследование позволило прояснить вопросы идентичности в цифровом мире, сложность и изменчивость онлайн-идентичностей затрудняют их исчерпывающее понимание. В этой связи представляется уместным отметить несколько перспектив для настоящих исследований.

На основе более обширных и разнообразных корпусов текстовых примеров из других интернет-платформ, будущее исследование могло бы осветить влияние онлайн-взаимодействий на самооценку и психологическое благополучие людей. Представляется важным более подробно изучить специфические стратегии, используемые людьми для создания и поддержания своей идентичности в Интернете, например, проанализировать типы контента (тексты, изображения, видео) и формы языка (юмор, сарказм и т. д.), которые наиболее эффективно влияют на восприятие других.