

ISSN 2587-9715 (Print)  
ISSN 2658-3585 (Online)



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# LOGOS ET PRAXIS

2021  
Том 20. № 4

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION  
OF THE RUSSIAN FEDERATION

# LOGOS ET PRAXIS

2021  
Volume 20. No. 4



## LOGOS ET PRAXIS

2021. Vol. 20. No. 4

*Academic Periodical*

Since 1996

*4 issues a year*

### Founder:

Federal State Autonomous  
Educational Institution  
of Higher Education  
“Volgograd State University”

The journal is registered in the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Mass Media (Registration Certificate **ПН № ФС77-69699** of May 5, 2017)

The journal is included into “**The Index of Peer-Reviewed Academic Journals and Publications That Must Publish the Main Academic Results of Candidate’s Degree Theses and Doctoral Degree Theses**” that came in force on December 1, 2015

The journal is included into the **Russian Science Citation Index**

The journal is also included into the following Russian and international databases: **Google Scholar** (USA), **Journalindex.net** (USA), **MIAR** (Spain), **OCLC WorldCat®** (USA), **ProQuest** (USA), **ULRICHSWEB™ Global Serials Directory** (USA), “**CyberLeninka**” **Scientific Electronic Library** (Russia), “**Socionet**” **Information Resources** (Russia), etc.

### Editorial Staff:

Dr. Sc., Assoc. Prof. *S.B. Tokareva* – Chief Editor (Volgograd)

Dr. Sc., Assoc. Prof. *E.N. Vasilyeva* – Deputy Chief Editor (Volgograd)

Cand. Sc. *M.B. Poltavskaya* (Volgograd)

Cand. Sc. *T.S. Gorina* – Executive Secretary and Copy Editor (Volgograd)

### Editorial Board:

Sen. Res. *Aksadi Yudit* (Budapest, Hungary); Dr. Sc., Prof. *L.V. Baeva* (Astrakhan); Dr. Sc. *N.V. Dulina* (Volgograd); Dr. Sc., Prof. *N.N. Lebedeva* (Volgograd); Cand. Sc., Assoc. Prof. *O.R. Lychkovskaya* (Odessa, Ukraine); Dr. Sc., Prof. *A.I. Pigalev* (Volgograd); Dr. Sc., Assoc. Prof. *O.V. Sergeeva* (Saint Petersburg); Dr. Sc., Prof. *A.L. Strizoe* (Volgograd); Cand. Sc., Assoc. Prof. *O.V. Tereshchenko* (Minsk, Belarus); Dr. Sc., Prof. *V.B. Ustyantsev* (Saratov)

### Editors, Proofreaders:

*S.A. Astakhova, N.M. Vishnyakova, I.V. Smetanina*  
Editors of English texts: *E.A. Agarkova, E.A. Eltanskaya*  
Making up and technical editing *E.S. Reshetnikova*

Passed for printing Mar. 18, 2022.

Date of publication: . , 2022.

Format 60×84/8. Offset paper. Typeface Times.  
Conventional printed sheets 11.2. Published pages 12.0.  
Number of copies 500 (1<sup>st</sup> duplicate 1–29).

Order . «C» 44.

Open price

Address of the Printing House:  
Bogdanova St, 32, 400062 Volgograd.

Postal Address:

Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd.  
Publishing House of Volgograd State University.  
E-mail: [izvolgu@volsu.ru](mailto:izvolgu@volsu.ru)

Address of the Editorial Office and the Publisher:

Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd.  
Volgograd State University.

Tel.: (8442) 46-02-72. Fax: (8442) 46-18-48

E-mail: [jvolsu7@gmail.com](mailto:jvolsu7@gmail.com)

Journal website: <https://psst.jvolsu.com>

English version of the website:

<https://psst.jvolsu.com/index.php/en/>



## LOGOS ET PRAXIS

2021. Т. 20. № 4

Научный журнал

Основан в 1996 году

Выходит 4 раза в год

### Учредитель:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет»

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-69699 от 5 мая 2017 г.)

Журнал включен в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук», вступивший в силу с 01.12.2015 г.

Журнал включен в базу Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)

Журнал также включен в следующие российские и международные базы данных: Google Scholar (США), Journalindex.net (США), MIAR (Испания), OCLC WorldCat® (США), ProQuest (США), ULRICHSWEB™ Global Serials Directory (США), Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (Россия), Соционет (Россия) и др.

Адрес редакции и издателя:  
400062 г. Волгоград, просп. Университетский, 100.  
Волгоградский государственный университет.  
Тел.: (8442) 46-02-72. Факс: (8442) 46-18-48  
E-mail: jvolsu7@gmail.com

Сайт журнала: <https://psst.jvolsu.com>  
Англояз. сайт журнала:  
<https://psst.jvolsu.com/index.php/en/>

### Редакционная коллегия:

д-р филос. наук, доц. С.Б. Токарева – главный редактор (г. Волгоград)  
д-р социол. наук, доц. Е.Н. Васильева – зам. главного редактора (г. Волгоград)  
канд. социол. наук М.Б. Полтавская (г. Волгоград)  
канд. филос. наук Т.С. Горина – ответственный и технический секретарь (г. Волгоград)

### Редакционный совет:

ст. науч. сотр. Аксади Юдит (г. Будапешт, Венгрия);  
д-р филос. наук, проф. Л.В. Баева (г. Астрахань);  
д-р социол. наук Н.В. Дулина (г. Волгоград); д-р экон. наук, проф. Н.Н. Лебедева (г. Волгоград); канд. социол. наук, доц. О.Р. Лычковская (г. Одесса, Украина);  
д-р филос. наук, проф. А.И. Пигалев (г. Волгоград);  
д-р социол. наук, доц. О.В. Сергеева (г. Санкт-Петербург); д-р филос. наук, проф. А.Л. Стризов (г. Волгоград); канд. социол. наук, доц. О.В. Терещенко (г. Минск, Беларусь); д-р филос. наук, проф. В.Б. Устьянцев (г. Саратов)

### Редакторы, корректоры:

С.А. Астахова, Н.М. Вишнякова, И.В. Сметанина

### Редакторы английских текстов:

Е.А. Агаркова, Е.А. Елтанская

Верстка и техническое редактирование Е.С. Решетниковой

Подписано в печать 18.03.2022 г.

Дата выхода в свет: . 2022 г.

Формат 60×84/8. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.

Усл. печ. л. 11,2. Уч.-изд. л. 12,0.

Тираж 500 экз. (1-й завод 1–29 экз.).

Заказ . «С» 44.

Свободная цена

### Адрес типографии:

400062 г. Волгоград, ул. Богданова, 32.

### Почтовый адрес:

400062 г. Волгоград, просп. Университетский, 100.

Издательство Волгоградского государственного университета.

E-mail: [izvolgu@volsu.ru](mailto:izvolgu@volsu.ru)



## СОДЕРЖАНИЕ

### ФИЛОСОФИЯ

<i>Соловьева С.В.</i> Апология как бремя философии .....	5
<i>Копанева В.А.</i> Роль герменевтики в механизме социального признания .....	15
<i>Кирякин А.В.</i> Критика современниками экономических взглядов В.С. Соловьева .....	21
<i>Морозов И.К.</i> Теоретические предпосылки формирования концепта «общество посттруда» .....	32
<i>Андреева В.А.</i> Образ женщины в социальных дискурсивных практиках .....	39

### СОЦИОЛОГИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<i>Тюриков А.Г., Власова А.В.</i> Профессиональная субъектность и доверие работодателей к выпускникам вузов как элемент экономической культуры .....	45
<i>Воеводина Е.В.</i> Опыт апробации методики оценки эффективности межкультурных коммуникаций в образовании на примере программ международной студенческой мобильности .....	55
<i>Тен Ю.П.</i> Необходимость минимизации барьеров в межкультурных коммуникациях как способ достижения взаимопонимания в глобальной социально-экономической системе .....	66
<i>Хомутова Н.Н., Васильев Е.С., Полтавская М.Б.</i> Туризм в период пандемии COVID-19: формирование самосохранительного поведения в условиях риска .....	75
<i>Калашникова К.Н.</i> В поисках «настоящего»: к вопросу об интерпретации аутентичности в концепции социального пространства А. Лефевра ....	88
<i>Вавилова Ж.Е.</i> Преломление социальной инклюзии в образах современной рекламы .....	100
<i>Плесченко А.Н.</i> Семиотический подход к пониманию социокультурного ландшафта региона .....	109

## CONTENTS

### PHILOSOPHY

<i>Solovyova S.V.</i> Apology As a Burden of Philosophy .....	5
<i>Kopaneva V.A.</i> The Role of Hermeneutics in the Mechanism of Social Recognition .....	15
<i>Kiryakin A.V.</i> Contemporaries' Criticism of V.S. Soloviev's Economic Views .....	21
<i>Morozov I.K.</i> Theoretical Background of the Formation of the "Post-Work Society" Concept .....	32
<i>Andreeva V.A.</i> Woman's Image in Social Discursive Practices .....	39

### SOCIOLOGY AND SOCIAL TECHNOLOGIES

<i>Tyurikov A.G., Vlasova A.V.</i> Professional Subjectivity and Employers' Trust in University Graduates As an Element of Labor Market Culture .....	45
<i>Voevodina E.V.</i> The Experience of Approbation of the Methodology for Assessing the Effectiveness of Intercultural Communication in Education on the Example of International Student Mobility Programs .....	55
<i>Ten Yu.P.</i> Overcoming of Intercultural Communication As a Way to Achieve Mutual Understanding in the Global Socio-Economic System .....	66
<i>Khomutova N.N., Vasiliev E.S., Poltavskaya M.B.</i> Tourism During the COVID-19 Pandemic: Formation of Self-Preservation Behavior in Risk Conditions .....	75
<i>Kalashnikova K.N.</i> In Search of the "Real": To the Question of Authenticity Interpretation in the Concept of Social Space by H. Lefebvre .....	88
<i>Vavilova Zh.E.</i> Social Inclusion Reflected in the Images of Modern Advertising .....	100
<i>Pleschenko A.N.</i> A Semiotic Approach to Understanding the Sociocultural Landscape of the Region .....	109



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.1>

UDC 101.9(091)

LBC 87.3(0)



## APOLOGY AS A BURDEN OF PHILOSOPHY

Svetlana V. Solovyova

Samara State Transport University, Samara, Russian Federation

**Abstract.** The subject of problematization is the historical forms of the apology of philosophy. Apology as a search for self-justification has accompanied philosophy since its appearance. Philosophy as a form of knowledge, fundamental experience has created many models of thought: μεταφυσική, philosophia ancilla theologiae, die Transzendentalphilosophie, kritik der zynischen Vernunft, philosophical practice, etc. The article substantiates the idea that self-justification is the burden and fate of philosophy, while in the history of thought, different “paradigms of philosophizing” have formed their own models of apology addressed to different “addressees”. The critical and constructivist methodology applied to the analysis of the subject of research convincingly shows that any movement of philosophy towards legitimizing its own constructs of being, reality, knowledge leads to its apology. In Antiquity, the place of unfolding the apology (justification) of a philosophical case became a judicial instance, and the form of execution was a rhetorical utterance. Medieval apologia acquires the structure of “apologetics” (defense), and the place of its creation and the addressee is a religious institution. After the end of the scientific revolution and the strengthening of universities, the apology of philosophy was made in the face of science, and its form was a reflection of the contribution of philosophy to the study of scientific reason. Since the turn of the 19<sup>th</sup> – 20<sup>th</sup> centuries, the understanding of the role of philosophy and its apology takes place in the system of “division of labor”, or the social structure of professions. The apology of philosophy is made in the following forms: the study of the “context of justification” in scientific knowledge, the institutionalization of “philosophical practice” in universities, the examination and legitimization of the ethical experience of forgiveness, the protection of hostages of resentment and victimization. The ranking of contemporary philosophical experience generates a variety of forms of its apology.

**Key words:** apology, defense, justification, philosophy, philosopher, profession, university.

**Citation.** Solovyova S.V. Apology As a Burden of Philosophy. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 5-14. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.1>

УДК 101.9(091)

ББК 87.3(0)

## АПОЛОГИЯ КАК БРЕМЯ ФИЛОСОФИИ

Светлана Владимировна Соловьева

Самарский государственный университет путей сообщения, г. Самара, Российская Федерация

**Аннотация.** Предметом проблематизации выступают исторические формы апологии философии. Апология как поиск самооправдания сопровождал философию с момента ее появления. Философия как форма знания, фундаментального опыта создала множество образцов мысли: μεταφυσική, philosophia ancilla theologiae, die Transzendentalphilosophie, kritik der zynischen Vernunft, philosophical practice и пр. В статье обосновывается мысль о том, что самооправдание – бремя и судьба философии, при этом в истории мысли разные «парадигмы философствования» сформировали собственные образцы апологии, обращенные к

разным «адресатам». Критическая и конструктивистская методология, примененная к анализу предмета исследования, убедительно показывает, что любое движение философии в сторону легитимации собственных конструктов бытия, реальности, знания приводит к ее апологии. В Античности местом разворачивания апологии (оправдания) философского дела стала судебная инстанция, а формой исполнения – риторическое высказывание. Средневековая апология приобретает строй «апологетики» (защиты), а место ее создания и адресат – религиозная институция. По окончании научной революции и укрепления университетов апология философии производилась перед лицом науки, а ее формой была рефлексия вклада философии в исследование научного разума. Начиная с рубежа XIX–XX вв. осмысление роли философии и ее апология происходят в системе «разделения труда», или социальной структуры профессий. Апология философии производится в следующих формах: исследование «контекста оправдания» в научном познании, институционализация «философской практики» в университетах, экспертиза и легитимация этического опыта прощения, защиты заложников resentmentа и витимности. Ранжированность современного философского опыта порождает разнообразие форм его апологии.

**Ключевые слова:** апология, защита, оправдание, философия, философ, профессия, университет.

**Цитирование.** Соловьева С. В. Апология как бремя философии // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 5–14. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.1>

### Проблема апологии философии: исторический контекст

Философ, однажды появившись в культуре, сразу фактом своего существования сформировал вопрос: зачем он нужен обществу? За долгую историю существования в культуре были даны сотни уникальных ответов, но этот вопрос до сих пор актуален.

Апология как поиск самооправдания сопровождал философию с момента ее появления. Если, по словам А.Л. Доброхотова, «эмпирическая наука не нуждалась в такого рода апологии», то спекулятивная мысль не имела сходных гарантий в открытии «объективной общезначимой истины» [Доброхотов 1986, 6]. Открытие бытия, числа, слова выступило подспорьем апологии, хотя изначально защита философии становится бременем и судьбой мысли, при этом каждая историческая эпоха создала и «парадигму философствования» [Конев 1991], и собственные образцы апологии.

Шаг первый – Античность. Исторически первая форма апологии философии принадлежит Сократу / Платону. Тут апология встроена в судебную риторику и выполнена под ее формальным влиянием, но, по сути, предстает в жертвенности мыслителя. Сократ на суде не искал оправдания: «Ни одного из них [близких и детей] я не привел сюда и не буду просить вас об оправдании. Почему же, однако, я не сделаю ничего подобного? Не вследствие надменности, афиняне, не из презрения к

вам. <...> Мне кажется, и несправедливым – просить судью и стараться избегать наказания просьбами; судью следует наставлять и убеждать» [Платон web].

Во времена прямой демократии апология философии необходима для выстраивания границы поля познания. Платон пишет о том, что философ обязан вносить в общественный быт то, что он «усматривает наверху», включая набросок общественного устройства [Платон 1994, 281]. Апологетический характер философствования усиливала конкуренция с софистами и риториками, оказывающими заметное влияние на легитимацию рационального знания. Платон перечисляет искусства, где преуспевают софисты: искусство очищать, различать, искусство обучать, воспитывать. Софист – это «платный охотник за молодыми и богатыми людьми», «крупный торговец знаниями, обращающимися к душе», «борец в словесных состязаниях», «искусник в прекословии», который учит этому других [Платон 1993, 294–295]. Философа в отличие от софиста «нелегко различить из-за «ослепительного блеска» божественного, он выделяет «предметы диалектического знания», занимаясь наукой «людей свободных» [Платон 1993, 324–325]. Борьба философии и софистики за признание наполнена драматизмом и жертвенностью. Местом представления апологии (защиты) философа выступает судебная инстанция, формой исполнения – риторическое высказывание.

Второй шаг – Средневековье. «*Philosophia ancilla theologiae*» или «*credo ut intelligam*» сбли-

жают дело философа с мастерством апологета и встречаются на территории мудрости. Августин различил Мудрость Господню и мудрость сотворенную – разумную природу, ставшую «светом от созерцания света», но имеющую ограниченную силу оправдания: «Мудрость, которая творит, отличается от той, которая сотворена; как правда оправдывающая отличается от правды, восстановленной оправданием. И о нас ведь сказано, что мы оправданы Тобой» [Августин 2000, 203]. Метафора светоносности оправдания – характерный образ христианского мирозерцания.

Апология – не только защита, подпорка, но и выявление связанности мышления с «правдой бытия». Апологетика стала местом пересечения античного Логоса и способом «прилипнуть к Богу, пребывая в самом себе». Как пишет В.В. Бычков, апологеты, пытаясь защитить христианскую веру, выступили в «чине первых философов культуры»; апологеты – это не ученые или философы, но «активные деятели, реальные бойцы, защитники и строители новой религиозной жизни» [Бычков 1995, 63]. Мудрость апологета – в критическом исследовании и адаптации античной культуры к нуждам нового ментального порядка; культура поздней Античности «руками апологетов как бы выворачивала себя наизнанку» [Бычков 1995, 65]. Хотя бремя философии принимает черты господства и превращается в апологетику, апология мудрости приобретает самые драматические очертания. Здесь на философию был возложен огромный груз и бремя ответственности – сокрыться и стать инструментом власти Слова как максимум, а как минимум – искусным защитником уже имеющих истин. Философия не могла выйти из тени, неразличимости, с одной стороны, и тотальной инструментальности, с другой.

Шаг третий – Новое время, время испытания наукой. Очевидность места философии в культуре исчезает, начинается поиск новых форм апологии. Оправдание искали в рациональности, гуманности, свободе и пр. Философы сначала возглавили научную революцию, а потом ей же и проиграли: «наука сама себе философия» (позитивизм). Свержение схоластики (и ее опоры апологетики) с вершины интеллектуальной власти, формирова-

ние концепта трансцендентального разума начиналось с «оправдания» дела философии с позиции научной картины мира. Бэкон назвал теологию и метафизику «идолами театра»; уже философия Пифагора, по его мнению, была подобна грубому и обременительному суеверию. Декарт захватывает философским инструментарием поле теологии, показывая, что познание Бога и души «надлежит доказывать скорее доводами философии, нежели теологии» [Декарт 1994б, 4]. Рациональное познание метафизических вопросов он считает «самым полезным свершением в философии» [Декарт 1994б, 5]. Философы включились в отвоевывание позиций внутри университетов. Декарт пишет о том, что отсутствие возможности свободно отвечать на аргументы медиков и теологов породило слухи на факультетах, что «плохо защищается новая философия, дабы люди сделали отсюда вывод, что философия эта не заслуживает публичного преподавания» [Декарт 1994а, 433]. Ситуация кажется до боли знакомой и современной.

В XIX в. идеалы научной рациональности объявили о себе во многих философских проектах. Дело философии тогда будет оправдано, когда она получит статус науки. Гегель ставит целью философию приблизиться к форме науки, «отказаться от своего имени любви к знанию и быть действительным знанием» [Гегель 2000, 10]. Философия XIX–XX вв. существует в контексте культа науки, будь то «сциентистская апологетика» или «антисциентистская критика» [Мионов 2005, 42]. Под напором науки философия превращается в ее методологический извод, а критическая традиция приводит к потере философией статуса «эпистемологически первичного» знания: она говорит не о мире, но о возможностях разума. «Философия есть система чистого разума (наука)», которая существует в варианте «пропедевтики» / критики (исследование способности разума в отношении всего чистого априорного знания) или в качестве метафизики (*спекулятивное* и *практическое* применение чистого разума) [Кант 1994, 612]. Кант берет под защиту термин «идея», чтобы создать апологию трансцендентального применения разума, «определить влияние и ценность чистого разума» [Кант 1994, 287].

### Современные формы апологии философии. Испытание профессией

Шаг четвертый – испытание профессией (XX–XXI вв.). Философ перешел в сегментированный мир профессий. Профессия преподавателя университета институционализировалась в эпоху Средневековья, а философский факультет существовал наряду с теологическим, медицинским и юридическим. Место философии внутри университета серьезно не оспаривалось. Такой символический атавизм, как *Doctor of Philosophy*, – лишнее тому свидетельство. Философ ушел из риторики, открытого политического процесса, рынка и площади, но остался в университете, занял свое место в системе академического знания.

Философ стал трудовой функцией как исследователь и преподаватель, включился в менеджмент знания, хотя сотнями лет выстраивал дистанцию по отношению к конкурентной борьбе за право на труд и право на голос. Если ранее он не оправдывал свое существование в мире профессий, то в современности все меняется. В XXI в. возникают дополнительные трудности, он встраивается в сервильное общество капитализма на прочих равных условиях с другими востребованными и менее экзотичными профессиями.

В документе «Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов» (2012) философ в профессиональном поле присутствует в качестве научного сотрудника, стажера-исследователя (в области философии, истории и политологии), преподавателя (в колледжах, университетах и других вузах). Еще в начале XX в. исследование и преподавание стало производством и профессией, встроенной в научное государственно-капиталистическое предприятие, где профессиональное признание получают в условиях «строжайшей специализации» [Вебер 1990, 707].

Насколько философия может освоиться в мире профессий и профессионализма? Ситуацию усложняет то обстоятельство, что концепт «профессия» превращается из перечня понятных навыков / знаний в гибкий, пересобираемый «портфель компетенций». Если опираться на старое понимание профессии, то философ вписывается в рынок труда: есть

автономное сообщество, стабильная деятельность, требующая специальных навыков и выступающая источником дохода. Если наполнять новым содержанием понятие профессионализма, то философское дело может быть рассмотрено как «воображаемое сообщество», общность, базирующаяся на общей символике и идентичности [Щепанская 2011, 87]; или группа, обеспечивающая баланс сил во взаимосвязанной системе капиталистической экономики и рационально-правового социального порядка [Романов, Ярская-Смирнова 2011, 65]. Философ выдерживает эту систему критериев, но объем предложений на рынке труда фатально низок, и никакая форма апологии не «наращивает» социальное признание. Он все чаще рассуждает о возможной легитимизации в сфере PR, коммуникации («толмач, посредник, универсальный коммуникатор»), бизнесе (в команде организационных консультантов, психологов) [Говорунов web]. Профессиональная карьерная траектория философа теряет горизонты определенности.

Утрата эталонности классического университета, отсутствие идеологической востребованности усиливают рефлексию профессиональной идентичности философа. Ведущими площадками обсуждения проблемы стали СПбГУ, Российское философское общество (далее – РФО), журнал «Личность. Культура. Общество». В СПбГУ (2005–2011 гг.) прошли круглые столы, семинары «Философия как профессия» [Круглый стол 2005 web, Круглый стол 2011 web]. В.В. Савчук говорил о том, что сопротивление философии происходит и «изнутри философского сообщества» (сопротивляется жизни), и «извне, когда жизнь сопротивляется философии». Рядовым явлением преподавания становится мотивированное «искушение немысли». К.С. Пигров полагает, что философ и исследователь не отличаются, и, хотя философов называют «органическими дилетантами», подвергать древнее занятие под «прокрустово ложе» массового производства «получается плохо» [Круглый стол 2005 web]. Тематизация профессиональной идентичности философа представлена в монографии В.Е. Семенкова «Философское знание: модусы производства и признания», где уникальными «компетенциями» философа названы «навык чтения текстов», «навык ин-



тертекстуальности». Исследуя стратегии, условия и модусы социального признания автор выделяет и описывает стратегии профессиональной идентичности философа («социальное микширование» и «профессиональный туризм») [Семенков 2011, 75–102].

Вклад в борьбу за институциональное признание и апологию философии вносят Российское философское общество и открытая научная площадка журнала «Личность. Культура. Общество». В стратегии развития РФО заявлен проект «В защиту философии» (целевая аудитория – те преподаватели философии, которые занимаются научно-образовательной деятельностью и часто испытывают на себе бюрократическое давление). Инициативы РФО направлены и на профессиональное сообщество, и на тех, кто готов заниматься философией как формой интеллектуальной и экзистенциальной практики («Философские движения и практики» и «Народная академия философии»).

Проблема защиты философа и дела философии уже несколько десятилетий обсуждается в журнале «Личность. Культура. Общество». Ведущие исследователи Д.И. Дубровский, В.А. Конев, В.А. Лекторский, Б.В. Марков, В.Н. Мотрошилова, В.Н. Порус, Ю.М. Резник, В.Н. Розин, С.А. Смирнов, Г.В. Тульчинский, В.Н. Шевченко и многие другие представили собственное видение процессов, происходящих в профессиональном философском поле России. Обсуждая борьбу за институциональное признание философии в образовании («выпадение философии из высшего образования... есть симптом культурной катастрофы» [Порус, Резник 2020, 237]) или науке, ученые настаивают на необходимости существования философии в границах институтов, поскольку редуцирование философствования к практическому консультированию может приводить к потере ее специфики. Поэтому философия под силу только профессионалам [Докучаев, Резник 2021].

Иную позицию занимает Лу Маринофф, который философские практики рассматривает как интеллектуальный, этический и институциональный проект. Философские практики (консультирование клиентов, философия с группами и поклонниками, «корпоративный философ») серьезно расширяют репертуар ролей

философа в обществе. Автор пишет о профессионализации деятельности (создании профессии и ее регулировании), стратегиях маркетингового продвижения через исследовательские программы IRB (Institutional review board, наблюдательный совет учреждения), создании сети профессиональных сообществ [Marinoff 2001]. В Нью-Йорке законодательное признание профессии находится в ведении Департамента образования и предполагает выполнение следующих требований: наличие аккредитованных профессиональными органами программ обучения в университетах, установленные критерии (включая экзамен) для сертификации практикующих специалистов, установленный объем знаний (отраженных в публикациях), установленный этический кодекс [Marinoff 2001, 199–227]. Американский исследователь полагает, что приоритетным для профессионализации философской практики выступает консультирование, а значит, на этом должны быть сосредоточены усилия сообщества по законодательному признанию.

Ориентация философии на легитимацию профессионального видения предполагает ее апологию, обращенную к разным институтам и группам. В Античности апология как оправдание философии разворачивалась в суде в форме риторического высказывания. Средневековая апология философии получает форму апологетики (защиты, доказательства), а местом ее конституирования становятся религиозные институты. Рождение общества модерна, научная революция, рост университетов привели к необходимости апологии философии перед лицом науки в форме защиты вклада философии в исследование научного разума. На рубеже XIX–XX вв. апология философии осуществляется в горизонте мира профессий и системы «разделения труда». Современный стиль апологии философии часто носит апофатический характер: границы философии осмысляются через ее фундаментальные отличия от науки, политики, власти, «критического мышления» и пр. Ведущей формой апологии выступает экспертное суждение / заключение, вес которого, как показывает институциональная история философских наук, становится все менее значимым.

В философии науки XX в. эксплицированы процедуры «оправдания теории» через

соотнесение ее с эмпирическими данными (верификация, фальсификация), что, по словам В.С. Швырева, привело к смягчению противопоставления «контекста оправдания» и «контекста открытия». Часть западных исследователей объясняют доминирование в 50–60-е гг. XX в. «свободной от ценности» философии науки политико-экономическими мотивами, где философы-аналитики монополюбно «использовали институциональный контроль для маргинализации конкурирующих подходов» [Vaesen, Katzav 2019]. Указанный подход предполагает отказ от «ценностной нагруженности» философского исследования науки. За этой формой апологии кроется знакомая стратегия обретения философией своего места – профессионализация через «отвоевывание» места в дисциплинарной сетке наук. Пример такого рода апологии математики и философии дается в статье В.А. Еровенко [Еровенко 2018].

Институциональный и научно-образовательный контекст апологии философии не является единственным в современной культуре. Ему противостоит практическая философия, которая имеет больший уровень доступности, но более низкие профессиональные стандарты (она захватывает только уровень философского просвещения).

### **Философия как этический проект. Множественность форм апологии**

Любая апология предполагает ценностный выбор, рассмотрение чего-то со стороны значимости для человека. Это открывает значение философии как этического и экзистенциального проекта. В XX в. тема апологии предполагает обращение к тематике ressentimentа и виктимности, жертвы. Может ли случиться так, что философия попадет в ловушку ressentimentа, того чувства зависти, мстительности, которое она не одно столетие избирает предметом рефлексии?

Часть исследователей утверждает, что, возмущаясь, мы «обязательно заявляем о добре», а также «о нашем собственном статусе морального деятеля, заслуживающего уважения». Следовательно, практики негодования, включая эмоциональные, являются, по мнению А. Маклахлан, моральными. Подчеркивая моральную функцию негодования, она

утверждает, что «философы оказали важную услугу разгневанным жертвам политического насилия, которые часто лишены голоса, за исключением их способности четко формулировать и выражать свое мнение» [MacLachlan 2010, 422–423]. Философы «спасли негодование», соединив его с «очевидными, узнаваемыми моральными ценностями»: справедливостью, привлечением других к ответственности, самоуважением. Апология философии как этический проект теряет черты универсальности и начинает вписываться в многоголосье социального хора, где голосом наделяется каждый, где не столько у всех, сколько у каждого есть индивидуальный этический и политический план философской рефлексии. А. Маклахлан разделяет феноменологию эмоциональности (emotional phenomenology) и философскую парадигму разумного негодования (philosophical paradigm of reasonable resentment), в основе которой лежат морально и политически ценные роли. «Оспаривая определения негодования (resentment), мы делаем больше, чем просто ведем дела в рамках философской систематики эмоций», – заключает автор [MacLachlan 2010, 423]. Так философ, осуществляя экспертизу ressentimentа, призывает обратить внимание на политический и моральный смысл негодования, обиды. За феноменологией эмоций существует план исследования «разумных», социальных, политических оснований ressentimentа. Поиск новых форм апологии философии позволяет включать в репертуар рефлексии травмированное и протестное мышление, где философия способна укорениться по «разным сторонам баррикад».

Внутри философии сокрыты разные формы самоисцеления, «прощения» и нравственного очищения от виктимности / ощущения жертвы до социальной машинерии и ressentimentа. Самостоятельный философский опыт может быть рассмотрен как рационализированный этический проект современного человека, осуществляющего саморефлексию и самореформирование, выстраивающего свой экзистенциальный опыт под знаком чувства достоинства, обязанности уважать и признавать достоинство всех разумных существ. П. Санте в работе «Прощение и нравственное развитие» [Satne 2016] толкует нравствен-

ную теорию Канта через интерпретацию прощения как важнейшего аспекта нравственной жизни. Сократ, М. Ганди, Н. Мандела сумели простить без ущерба для собственного достоинства, хотя часто прощение воспринимается как проявление слабости и малодушия, отказ от попытки сопротивления в ситуации ущемления человеческого в человеке [Satne 2016, 1052].

Апология (и вклад философии в этот культурный опыт) может быть осмыслена через понятие прощения, которое имеет глубокое религиозное содержание. Понятие оправдания – ведущая категория нравственной философии Владимира Соловьева. Он полагал, что любое целостное философское учение о нравственности не ограничивается констатацией базовых положений, характеризующих человеческую природу, но требует их дальнейшего развития и оправдания. Для Соловьева только принцип обладает неприкосновенностью, все остальное требует оправдания. Принцип же обладает статусом всеобщности и относится, как пишет философ, «*ко всем без исключения*». Подобный статус приписывается следующему утверждению: «*Принцип человеческого достоинства, или безусловное значение каждого лица, в силу чего общество определяется как внутреннее, свободное согласие всех*, – вот единственная нравственная норма» [Соловьев 2012, 401]. Философия находит свое оправдание ровно в той мере, насколько она способна, подобно чистой математике, не заниматься «проектированием» и «прорицательством», но формулировать и отвечать на вопрос: «При каких условиях общественные отношения в данной сфере соответствуют требованиям нравственного начала и обеспечивают данному обществу прочное существование и постоянное совершенствование?» [Соловьев 2012, 495]. Всякий переход от субъективного, индивидуального в план всеобщего требует своего оправдания, поэтому философия, считая русский мыслитель, становится одним из важнейших инструментов и показательным примером перехода от частного в план общности.

Философия вносит собственный вклад в культурный опыт апологии, особенно ее голос важен для современности, где для цивилизации «нового модерна» плюрализм, множе-

ственность, возрастание свободы, проблема выбора (а не поиск истины!) будут иметь решающее значение. Поэтому вопрос об оправдании выбора, основанного на абсолютной свободе человека (что демонстрирует все актуальное искусство, включая перформансы М. Абрамович), приобретает фундаментальный смысл. У этого выбора кроме (ир)рационального основания будет присутствовать этический план, который потребует оправдания добра, защиты морального начала. Вклад философии в конституирование этого опыта, работа по апологии есть практическое дело философии. Создавая апологию этическому опыту, она получает оправдание своему существованию в культуре. Защита и оправдание философии связаны с социальным опытом апологии. Так оправдание морального выбора становится оправданием философии.

Для исследования апологии как бремени (?) философии является важным акцент на экспликации философского высказывания как ценностного, которое можно рассмотреть в широком социокультурном контексте. Он фиксирует этическую ответственность философии, ее «человекоцентризм», рассмотрение оправдательного довода в категориях достойного и недостойного. Через акт апологии, оправдания нормативное и ценностное высказывания включаются как в научный поиск (что выражает суть постпозитивизма), так и в реабилитацию философии в техногенном мире, где техническое (существо которого М. Хайдеггер фиксирует понятием «постав»), казалось бы, побеждает этическое и гуманистическое начало.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Агустин 2000 – *Августин А.* Исповедь / пер. М.Е. Сергеев. СПб.: Наука, 2000.
- Бычков 1995 – *Бычков В.В.* AESTHETICA PATRUM. Эстетика Отцов Церкви: Апологеты. Блаженный Августин. М.: Ладомир, 1995.
- Вебер 1990 – *Вебер М.* Наука как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения: пер. с нем. / сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайденко. М.: Прогресс, 1990. С. 707–735.
- Гегель 2000 – *Гегель Г.В.Ф.* Феноменология духа. М.: Наука, 2000.

- Говорунов web – *Говорунов А.В.* Мастер и профессионал: философия как профессия // <http://philosophy.spbu.ru/1736/7618/8568>.
- Декарт 1994а – *Декарт Р.* Глубокочитимому отцу Дине, провинциальному настоятелю Франции, Рене Декарт шлет свой привет // Декарт Р. Сочинения. В 2 т. Т. 2: пер. с лат. и фр. / сост., ред. и примеч. В.В. Соколова. М.: Мысль, 1994. С. 418–446.
- Декарт 1994б – *Декарт Р.* Размышления о первой философии, в коих доказывается существование Бога и различие между человеческой душой и телом // Декарт Р. Сочинения. В 2 т. Т. 2: пер. с лат. и фр. / сост., ред. и примеч. В.В. Соколова. М.: Мысль, 1994. С. 3–72.
- Доброхотов 1986 – *Доброхотов А.Л.* Категория бытия в классической западноевропейской философии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1986.
- Докучаев, Резник 2021 – *Докучаев И.И., Резник Ю.М.* Философ и его роль в обществе // *Личность. Культура. Общество.* 2021. Т. 23, № 1/2 (109/110). С. 223–237.
- Еровенко 2018 – *Еровенко В.А.* «Апология математики» в разнообразных взаимодействиях философских и математических исследований // *Гуманитарные науки в России.* 2018. Т. 7, № 5. С. 335–345.
- Кант 1994 – *Кант И.* Критика чистого разума // Кант И. Сочинения. В 8 т. Т. 3. М.: Чоро, 1994.
- Конев 1991 – *Конев В.А.* Философия культуры и парадигмы философского мышления // *Философские науки.* 1991. № 6. С. 16–29.
- Круглый стол 2005 web – Круглый стол «Философия как профессия / Philosophie als beruf» (20 июня 2005 г.) // <http://anthropology.ru/ru/text/govorunov-av/filosofiya-kak-professiya-teksty-vystupleniy>.
- Круглый стол 2011 web – Круглый стол «Философия как профессия – 3 / Philosophie als beruf – 3» в рамках Дней философии в Петербурге (2011 г.) // <http://anthropology.ru/ru/periodical/filosofiya-kak-professiya-philosophie-als-beruf>.
- Миронов 2005 – *Миронов В.В.* Философия и метаморфозы культуры. М.: Современ. тетр., 2005.
- Платон web – *Платон.* Апология Сократа / пер. С.А. Жебелева // <https://www.plato.spbu.ru/TEXTS/PLATO/Academia/001-03.pdf>.
- Платон 1993 – *Платон.* Софист // Платон. Собрание сочинений. В 4 т. Т. 2 / общ. ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса, А.А. Тахо-Годи; примеч. А.Ф. Лосева, А.А. Тахо-Годи; пер. с древнегреч. М.: Мысль, 1993. С. 275–345.
- Платон 1994 – *Платон.* Государство // Платон. Собрание сочинений. В 4 т. Т. 3 / пер. с древнегреч.; общ. ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса, А.А. Тахо-Годи; авт. вступ. ст. и ст. в примеч. А.Ф. Лосев; примеч. А.А. Тахо-Годи. М.: Мысль, 1994. С. 79–420.
- Порус, Резник 2020 – *Порус В.Н., Резник Ю.М.* О современной ситуации в отечественной философии (23 марта 2020 г.) // *Личность. Культура. Общество.* 2020. Т. 22, вып. 1/2 (№ 105/106). С. 226–238.
- Романов, Ярская-Смирнова 2011 – *Романов П., Ярская-Смирнова Е.* Идеологии профессионализма и социальное государство // Романов П., Ярская-Смирнова Е. (ред.). Антропология профессий, или Посторонним вход разрешен. М.: Вариант: ЦСПГИ, 2011. С. 64–82. (Библиотека Журнала исследований социальной политики).
- Семенов 2011 – *Семенов В.Е.* Философское знание: модусы производства и признания. СПб.: Алетейя, 2011.
- Соловьев 2012 – *Соловьев Вл.* Оправдание добра / отв. ред. О.А. Платонов. М.: Ин-т рус. цивилизации: Алгоритм, 2012.
- Щепанская 2011 – *Щепанская Т.* Символизация повседневности и неформальный контроль в профессиональном сообществе (по материалам сравнительно-этнографического исследования профессий в России, конец XX – начало XXI вв.) // Романов П., Ярская-Смирнова Е. (ред.). Антропология профессий, или Посторонним вход разрешен. М.: Вариант: ЦСПГИ, 2011. С. 85–112. (Библиотека Журнала исследований социальной политики).
- MacLachlan 2010 – *MacLachlan A.* Unreasonable Resentments // *Journal of Social Philosophy.* 2010. Vol. 41, № 4 (Winter). P. 422–441. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9833.2010.01508.x>.
- Marinoff 2001 – *Marinoff L.* Philosophical Practice. N. Y.: Academic Press, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-471555-4.X5000-4>.
- Satne 2016 – *Satne P.* Forgiveness and Moral Development // *Philosophia.* 2016. № 44. P. 1029–1055. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11406-016-9727-6>.
- Vaesens, Katzav 2019 – *Vaesens K., Katzav J.* The National Science Foundation and Philosophy of Science’s Withdrawal from Social Concerns // *Studies in History and Philosophy of Science. Part A.* 2019. Vol. 78. P. 73–82. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.shpsa.2019.01.001>.

## REFERENCES

- Augustin A., 2000. *Confession.* Saint Petersburg, Nauka Publ.
- Bychkov V.V., 1995. *AESTHETICA PATRUM. Aesthetics of the Church Fathers: Apologists. St. Augustine.* Moscow, Ladimir Publ.

- Weber M., 1990. Science As a Vocation and Profession. Weber M. *Selected Works*. Moscow, Progress Publ., pp. 707-735.
- Hegel G.V.F., 2000. *Phenomenology of the Spirit*. Moscow, Nauka Publ.
- Govorunov A.V. *Master and Professional: Philosophy As a Profession*. URL: <http://philosophy.spbu.ru/1736/7618/8568>.
- Descartes R., 1994a. Rene Descartes Sends His Greetings to the Most Reverend Father Dinah, the Provincial Abbot of France. Descartes R. *Works. In 2 Vols. Vol. 2*. Moscow, Mysl Publ., pp. 418-446.
- Descartes R., 1994b. Reflections on the First Philosophy, in Which the Existence of God and the Difference Between the Human Soul and Body is Proved. Descartes R. *Works. In 2 Vols. Vol. 2*. Moscow, Mysl Publ., pp. 3-72.
- Dobrokhotoy A.L., 1986. *The Category of Being in Classical Western European Philosophy*. Moscow, Izd-vo Moskovskogo universiteta.
- Dokuchaev I.I., Reznik Yu.M., 2021. The Philosopher and His Role in Society. *Lichnost. Kultura. Obshchestvo*, vol. 23, № 1/2 (109/110), pp. 223-237.
- Erovenko V. A., 2018. "Apologia of Mathematics" in Various Interactions of Philosophical and Mathematical Research. *Gumanitarnye nauki v Rossii*, vol. 7, no. 5, pp. 335-345.
- Kant I., 1994. Critique of Pure Reason. Kant I. *Essays. In 8 Vols. Vol. 3*. Moscow, Choro Publ.
- Konev V.A., 1991. Philosophy of Culture and Paradigms of Philosophical Thinking. *Filosofskie nauki*, no. 6, pp. 16-29.
- Round Table "Philosophy As a Profession / Philosophie als Beruf" (June 20, 2005). URL: <http://anthropology.ru/ru/text/govorunov-av/filosofiya-kak-professiya-teksty-vystupleniy>.
- Round table "Philosophy As a Profession-3 / Philosophie als Beruf-3" Within the Framework of the Days of Philosophy in St. Petersburg (2011). URL: <http://anthropology.ru/ru/periodical/filosofiya-kak-professiya-philosophie-als-beruf>.
- Mironov V.V., 2005. *Philosophy and Metamorphoses of Culture*. Moscow, Sovremennye tetradi Publ.
- Plato. *The Apology of Socrates*. URL: <https://www.plato.spbu.ru/TEXTS/PLATO/Academia/001-03.pdf>.
- Plato, 1993. Sophist. Plato. *Collected Works. In 4 Vols. Vol. 2*. Moscow, Mysl Publ., pp. 275-345.
- Plato, 1994. The State. Plato. *Collected Works. In 4 Vols. Vol. 3*. Moscow, Mysl Publ., pp. 79-420.
- Porus V.N., Reznik Yu. M., 2020. On the Current Situation in Russian Philosophy (March 23, 2020). *Lichnost. Kultura. Obshchestvo*, vol. 22, iss. 1/2 (no. 105/106), pp. 226-238.
- Romanov P., Yarskaya-Smirnova E., 2011. Ideologies of Professionalism and the Welfare State. Romanov P., Yarskaya-Smirnova E. (ed.). *Anthropology of Professions, or Unauthorized Entry is Allowed*. Moscow, Variant Publ., TSSPGI Publ., pp. 64-82.
- Semenkov V.E., 2011. *Philosophical Knowledge: Modes of Production and Recognition*. Saint Petersburg, Aleteya Publ.
- Solovyov VI., 2012. *Justification of Good*. Moscow, Institut russkoy tsivilizatsii, Algoritm Publ.
- Shchepanskaya T., 2011. Symbolization of Everyday Life and Informal Control in the Professional Community (Based on the Materials of a Comparative Ethnographic Study of Professions in Russia, Late 20<sup>th</sup> – Early 21<sup>st</sup> Centuries). Romanov P., Yarskaya-Smirnova E. (ed.). *Anthropology of Professions, or Unauthorized Entry is Allowed*. Moscow, Variant Publ., TSSPGI Publ., pp. 85-112.
- MacLachlan A., 2010. Unreasonable Resentments. *Journal of Social Philosophy*, vol. 41, no. 4 (Winter), pp. 422-441. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9833.2010.01508.x>.
- Marinoff L., 2001. *Philosophical Practice*. New York, Academic Press. 411 p. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-471555-4.X5000-4>.
- Satne P., 2016. Forgiveness and Moral Development. *Philosophia*, no. 44, pp. 1029-1055. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11406-016-9727-6>.
- Vaesen K., Katzav J., 2019. The National Science Foundation and Philosophy of Science's Withdrawal from Social Concerns. *Studies in History and Philosophy of Science. Part A*, vol. 78, pp. 73-82. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.shpsa.2019.01.001>.

### **Information About the Author**

**Svetlana V. Solovyova**, Doctor of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Head of the Department of Philosophy and History of Science, Samara State Transport University, Svobody St, 2V, 443011 Samara, Russian Federation, metaphisica2@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1642-2000>

### **Информация об авторе**

**Светлана Владимировна Соловьева**, доктор философских наук, доцент, заведующая кафедрой философии и истории науки, Самарский государственный университет путей сообщения, ул. Свободы, 2В, 443011 г. Самара, Российская Федерация, metaphisica2@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1642-2000>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.2>

UDC 167+177

LBC 87.06+87.6

## THE ROLE OF HERMENEUTICS IN THE MECHANISM OF SOCIAL RECOGNITION

Valeriya A. Kopaneva

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

**Abstract.** The article attempts to consider hermeneutics in a special capacity – as a mechanism that allows for the exercise and receipt of social recognition. The presence of recognition as part of interpretation points to a certain order of interaction between these processes, namely, cyclical, according to the principle of the hermeneutic circle: recognition begets hermeneutics, and hermeneutics begets recognition. The impulse to hermeneutics arises in the interpreter because of the assumption that there are ideas in the text that are hidden from him and that need to be extracted with the help of special technologies. When the meaning of the text is discovered, it needs to be evaluated, which is projected onto the text itself and thus turns into recognition. The interpreter has such resources as the source text and the context as benchmarks of truth. The article considers the main stages at which the algorithm of hermeneutics cannot fully function without the mechanism of recognition. Hypothesis verification implies the recognition of the fact that in the text itself or in the context there are traces of true meaning, which can be checked, or reliable facts, which can be relied upon. In the stages of synthesizing and creating a hermeneutic product, the interpreter must share the value of recognition, for if such interpretation is made at all, it is in order to present it to another. Thus, the interpreter is interested in potential recognition.

**Key words:** recognition, interpretation, hermeneutics, understanding, hermeneutical circle.

**Citation.** Kopaneva V.A. The Role of Hermeneutics in the Mechanism of Social Recognition. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 15-20. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.2>

УДК 167+177

ББК 87.06+87.6

## РОЛЬ ГЕРМЕНЕВТИКИ В МЕХАНИЗМЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРИЗНАНИЯ

Валерия Андреевна Копанева

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

**Аннотация.** В связи с тем, что в современном мире интерпретационные практики резко сократились и это привело к кризису признания текстов, встает вопрос: каким образом субъект может найти для себя авторитеты, на которые он мог бы опереться и которые могли бы послужить ему ориентиром в жизненном поиске? В статье предпринята попытка рассмотреть герменевтику в особом качестве – как механизм, который позволяет осуществлять и получать социальное признание. Наличие признания в составе интерпретации указывает на определенный порядок взаимодействия этих процессов, а именно – циклический, по принципу герменевтического круга: признание порождает герменевтику, и герменевтика порождает признание. Импульс к герменевтике возникает у интерпретатора из-за предположения, что в тексте есть идеи, которые от него скрыты и которые необходимо извлечь с помощью специальных технологий. Когда смысл текста открывается, то он нуждается в оценке, которая проецируется на сам текст и тем самым превращается в признание. Интерпретатор в качестве ориентиров истинности располагает такими ресурсами, как исходный текст и контекст. В статье рассмотрены основные этапы, на которых без механизма признания алгоритм герменевтики не сможет полноценно функционировать. Проверка гипотезы предполагает признание того факта, что в самом тексте или в контексте есть следы подлинного смысла, с которым можно свериться, или надежные факты, на которые можно опереться. На этапах синтеза и создания герменевтического продукта интерпретатор должен разделять ценность признания, поскольку если такая интерпретация вообще осуществляется, то для того, чтобы ее предъявить другому. Таким образом, интерпретатор заинтересован в потенциальном признании.

**Ключевые слова:** признание, интерпретация, герменевтика, понимание, герменевтический круг.

**Цитирование.** Копанева В. А. Роль герменевтики в механизме социального признания // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 15–20. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.2>

Существует ли в условиях XXI столетия феномен «культовых» (в широком смысле) текстов и/или фигур? Этот вопрос не может рано или поздно не возникнуть у каждого, кто стремится к адекватному пониманию современной культуры. Однако сама постановка вопроса, независимо от вариантов ответа, говорит о *кризисе признания текстов*, который выражается в том, что число и качество безусловных авторитетов, на которые бы человек мог опереться при поиске жизненных ориентиров, продолжает снижаться.

Данный кризис, в свою очередь, является следствием упадка интерпретационных машин, то есть дефицита пространств, где можно было бы производить интерпретации, и специалистов, которые бы владели технологиями интерпретаций текстов и применяли их в образовательных и творческих практиках.

Нарастание методологического вакуума не только предоставляет возможность, но и настоятельно требует обратиться к прошлому опыту, чтобы актуализировать классический способ интерпретации текстов – герменевтику. В данном случае предлагаем рассмотреть герменевтику в особом качестве – как механизм, который позволяет осуществлять и получать социальное признание в трех его модусах, выявленных А. Хоннетом: эмоциональном, когнитивном и социальном [Honneth 1995].

Герменевтика – это технология, которая позволяет интерпретировать тексты, то есть находить в них новые смыслы. По словам П. Рикера, «интерпретация – это работа мышления, которая состоит в расшифровке смысла, скрывающегося за очевидным смыслом, в выявлении уровней значения, заключенных в буквальном значении» [Рикер 2002, 44].

С учетом различных вариантов его описания алгоритм герменевтической интерпретации включает в себя следующий набор действий:

- выбор текста для интерпретации;
- курсорное чтение (беглое ознакомление с текстом);

- поиск темных мест (фрагментов текста, которые для читателя являются непонятными);

- задавание вопросов к темным местам;

- ответы на вопросы к темным местам – выдвигание гипотез;

- проверка гипотез, то есть причин, оснований и аргументов, которые приводятся интерпретатором;

- синтез идей, которые прошли проверку;

- создание нового текста на основе полученной интерпретации [Гадамер 1988, 317–318; Тонков, Честнов (ред.) 2017, 133–141; Шлейермахер 2004, 67–68].

Достаточно самого поверхностного взгляда на этот алгоритм, чтобы убедиться: герменевтика включает в себя признание уже на самой первой стадии, ведь процесс начинается с того, что интерпретатору необходимо выбрать текст. Но выбор текста никогда не осуществляется случайно, поскольку исследователь пользуется первичными критериями выбора: рекомендациями, популярностью текста, известностью его автора и др., наличие которых говорит о том, что признание уже предполагается как заранее выполненное условие.

Наличие признания в составе интерпретации указывает на определенный порядок взаимодействия этих процессов, а именно – циклический, по принципу герменевтического круга.

*1 круг:* признание порождает герменевтику. Импульс к герменевтике возникает у интерпретатора из-за предположения, что в тексте есть идеи, которые от него скрыты. Соответственно, признание наличия в тексте «темных мест» позволяет запустить механизм интерпретации текста, чтобы извлечь из него неявные смыслы.

*2 круг:* герменевтика порождает признание. Когда смысл текста открывается, то он нуждается в оценке, которая проецируется на сам текст и тем самым превращается в признание.

Однако круги могут разрываться в двух случаях:



1. «Разрыв» на герменевтике – ситуация, когда субъект опирается на идею индифферентности / нейтральности.

2. «Разрыв» на признании – ситуация, когда интерпретатор опирается на постмодернистскую идею смысловой исчерпанности.

Именно об этом пишет, в частности, С. Сонтаг в эссе «Против интерпретации»: «Ныне как раз такое время, когда интерпретация – занятие по большей части реакционное и удушающее. Подобно смрадной пелене автомобильного и заводского дыма над городами, интерпретаторские испарения вокруг искусства отравляют наше восприятие. В культуре, подорванной классическим уже разладом – гипертрофией интеллекта за счет энергии и чувственной полноты, – интерпретация – это месть интеллекта искусству» [Сонтаг 2014, 17]. В своей критике Сонтаг подчеркивает, что результаты герменевтики вторичны по отношению к творческому продукту (искусству), являются лишь ответной реакцией на продукт; образ удушения сообщает нам об ограниченности интерпретации, то есть интерпретатор может извлечь какие-то смыслы из произведения искусства, однако такое толкование не охватывает все смыслы произведения.

Автор через метафору отравления указывает на то, что интерпретации захватывают внимание воспринимающего и это создает риск подмены искусства интерпретацией, то есть возникает ситуация борьбы между интерпретацией искусства и самим искусством за внимание воспринимающего.

Почему интеллект, согласно Сонтаг, «мстит искусству»? Потому что искусство порождает вариативность (свободу) смыслов, их неопределенность и двусмысленность, в то время как интеллект стремится свести все к какому-то конкретному порядку, к определенности и однозначности. Тем самым Сонтаг указывает на то, что интерпретация способна поработить и закрепить искусство, и предостерегает от ситуации, когда источник (произведение искусства) уходит из внимания воспринимающего, а остается только интерпретация источника.

Наличие разрывов указывает на то, что герменевтика и признание могут не только сотрудничать, но и мешать друг другу. Гер-

меневтика может препятствовать признанию, так как ранее проведенная интерпретация и ее неудовлетворительные результаты могут отталкивать субъекта от принятия текста.

Признание может мешать герменевтике в следующих ситуациях:

– когда оно основано на идее интуитивного восприятия, что неизбежно препятствует герменевтике;

– когда сверхавторитетность текста ограничивает возможности его интерпретации.

Практическое значение герменевтики для социального признания проявляет себя:

1) в политике: при принятии властного решения необходимы обе операции – понимание (интеллектуальный аспект) и признание (волевой аспект);

2) в науке: когда необходимо определить господствующую теорию, с одной стороны, требуется признание сообщества, с другой – процедура научного исследования (герменевтика);

3) в эстетике: механизмы герменевтики и признания только в сумме помогают сформировать эстетическую оценку, соединяя смысловые и вкусовые составляющие;

4) в межкультурной коммуникации: где члены данного общества сталкиваются с текстами и формами, изначально чуждыми для них [Dallmayr 2009].

Жизнь человека – это производство текста, но, чтобы это сделать, нужны смыслы, которые он черпает из других текстов через их интерпретацию.

Данная идея отражена в работе П. Рикера «Личные способности и взаимное признание»: «Способность рассказывать занимает особое место среди других способностей, поскольку события, какой бы исток они ни имели, становятся читаемыми и интеллигибельными, только если рассказаны в тех или иных историях; тысячелетнее искусство рассказывать истории, соотношенное с “я-сам”, поставляет рассказы о жизни, которые история историков связывает между собой. Составление рассказа свидетельствует о разветвлении идентичности, которая не является более той же самой и включает в себя изменение в качестве неожиданной перипетии. Отныне можно говорить о повествовательной идентичности: именно повествовательная иден-

тичность интриги рассказа остается незавершенной и открытой возможностью рассказывать ее по-другому и другими» [Рикер 2015, 95].

Для Рикера повествование является элементом признания, поскольку перед тем, как начать рассказывать (и создать объект для интерпретации), автор осуществляет выбор из всего потока событий и мыслей, отдавая предпочтение только некоторым из них, следовательно, признает их достойными чужого внимания.

Механизм признания можно выявить на примере текста, который по традиции сообщается лауреатам при вручении Нобелевской премии. Так, награда для поэта Иосифа Бродского сопровождалась следующим текстом: «За всеобъемлющее творчество, насыщенное чистотой мысли и яркостью поэзии» [Лауреаты... 2010, 288]. Признание как состоявшийся факт включает в себя следующие элементы:

- субъект признания – Нобелевский комитет, избравший для награждения Иосифа Бродского;

- объект признания, то есть лицо, получающее признание, – Иосиф Бродский;

- качественный аспект признания: необходимо артикулировать, в качестве кого признают Иосифа Бродского – в качестве поэта, достойного Нобелевской премии;

- коммуникативный акт, при помощи которого субъект сообщает объекту, за что ему дается признание: «За всеобъемлющее творчество, насыщенное чистотой мысли и яркостью поэзии».

Таким образом, для признания необходимо обоснование, почему кого-то выделяют среди других. Чтобы подтвердить правильность выбора и его оснований, следует прибегнуть к интерпретации творческого продукта, действий, функций этого объекта. Например, в формулировке «За всеобъемлющее творчество, насыщенное чистотой мысли и яркостью поэзии» уже содержится результат интерпретации творчества И. Бродского, а не пересказ.

Итак, герменевтика является условием признания:

1) *на уровне внимания*: интерпретатор использует герменевтику как способ, который позволяет выбрать объект для интерпретации исходя из первичной интерпретации, поскольку

ку объект не попадает в поле зрения случайным образом. Выбор объекта признания опирается на предшествующий опыт понимания (не только своего, но и чужого);

2) *на уровне понимания*: герменевтика позволяет раскрыть «темные места» текста, устранить непонимание, которое является препятствием для признания текста;

3) *на уровне принятия текста*: интерпретатору необходимо вновь войти в герменевтический круг Рикера (доверие требует понимания) [Рикер 2002, 372–373], поскольку интерпретатор не сможет оценить объект, если не сможет идентифицировать, что перед ним и каков его смысл;

4) *на уровне запоминания*: интерпретатор погружает в свою и чужую память только предметы, наделяемые ценностным значением. Нейтральный предмет не запомнится, но для того, чтобы аксиологически определить его, например, как полезный / вредный, нужна предварительная интерпретация;

5) *на уровне действия*: интерпретатор присваивает себе то, что подверглось пониманию, иначе оно не может быть включено в коммуникативное действие или в поведение человека. То, что субъектом не понимается, воспринимается отчужденно и, как следствие, не закрепляется в действиях.

Важность признания текста подчеркивает Х.-Г. Гадамер: «Тот, кто хочет понять, не должен отдаваться на волю своих собственных пред-мнений во всей их случайности, с тем чтобы как можно упорнее и последовательнее пропускать мимо ушей мнения, высказанные в тексте, покуда наконец эти последние не вырвутся в его иллюзорное понимание и не уничтожат его. Скорее тот, кто стремится понять текст, готов его выслушать и позволяет ему говорить. Поэтому герменевтически воспитанное сознание должно быть с самого начала восприимчиво к инаковости текста» [Гадамер 1988, 321].

Гадамер указывает на проблему трансференции, при которой интерпретатор вкладывает в текст те смыслы, которые самим текстом при проверке не подтверждаются. Таким образом, он различает иллюзорное и подлинное понимание:

- иллюзорное понимание базируется на предвзятости и доверии своим пред-мнениям

(установкам), а также на эгоцентризме интерпретатора;

– подлинное понимание опирается на скепсис или подозрение по отношению к собственным пред-мнениям и на остранение, которое позволяет интерпретатору вынести за скобки свои пресуппозиции и признать инаковость текста и чужие пресуппозиции.

Согласно Э. Бетти, герменевтика служит для признания исключительно авторского замысла, а не творческого продукта интерпретации: «смыслосодержащие формы следует понимать сообразно их собственным закономерностям, в соответствии с их особыми законами формирования, на основе их интендированного контекста, в их необходимости, когерентности и связности: прилагаемый к ним масштаб должен быть имманентным их изначальному предназначению – тому предназначению, которому сотворенная форма должна была отвечать с точки зрения автора (хотелось бы сказать: демиурга) и его формообразующей воли в процессе творчества» [Бетти 2011, 29–30]. Масштаб интерпретации, по мнению Э. Бетти, подчиняется идее конгениальности; корректно давать интерпретацию «смыслосодержащей формы» (то есть произведения) только исходя из внутренней установки, а не из внешней: стало быть, пригодность для какой-либо внешней цели не может быть мерилем смылосодержащей формы, сколь бы очевидной ни казалась эта цель интерпретатору» [Бетти 2011, 30].

Таким образом, признание является условием герменевтики на всех этапах интерпретации.

1. *На этапе выбора текста* у интерпретатора есть ряд критериев, имеющих в своей основе акт признания, например, когда он выбирает популярный текст или, наоборот, элитарный, по рекомендации экспертов, по включенности в уже существующий корпус текстов и т. д. Идея П. Рикера состоит том, что герменевтика – это способ поддержания традиции [Рикер 2002, 59]: чем интенсивнее осуществляется интерпретация текстов, тем выше авторитет этих текстов в культуре. Соответственно, чем более признан текст, тем больше его выбирают для интерпретации.

2. *На этапе фиксации темных мест* интерпретатору необходимо концентрировать

внимание на фрагментах текста, при этом сам факт фиксации внимания является формой признания.

3. *На этапе задавания вопроса* интерпретатор проявляет доверие к тексту, потому что сам факт обращения с вопросом возможен лишь при наличии пресуппозиции, что на него есть ответ, следовательно, в тексте присутствует смысл [Agrey 2014]. Согласно герменевтическому кругу Рикера, понимание требует доверия. Если же оно отсутствует, то этап задавания вопроса к темному месту и весь последующий цикл познания обнуляется за неимением целеполагания.

4. *На этапе проверки гипотезы* интерпретатор в качестве ориентиров истинности имеет такие ресурсы, как исходный текст и контекст. Проверка гипотезы предполагает признание того факта, что в самом тексте или в контексте есть следы подлинного смысла, с которым можно свериться, или надежные факты, на которые можно опереться.

5. *На этапах синтеза и создания герменевтического продукта* интерпретатор должен разделять ценность признания, поскольку если такая интерпретация вообще осуществляется, то для того, чтобы ее предъявить другому. Таким образом, интерпретатор заинтересован в потенциальном признании.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бетти 2011 – Бетти Э. Герменевтика как общая методология наук о духе. М.: Канон + РООИ «Реабилитация», 2011.
- Гадамер 1988 – Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988.
- Лауреаты... 2010 – Лауреаты Нобелевской премии по литературе: 1901–2010. Одесса: Астропринт, 2010.
- Рикер 2002 – Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. М.: КАНОН-пресс-Ц: Кучково поле, 2002.
- Рикер 2015 – Рикер П. Личные способности и взаимное признание // Философские науки. 2015. № 9. С. 94–98.
- Сонтаг 2014 – Сонтаг С. Против интерпретации и другие эссе. М.: Ад Маргинем Пресс, 2014.
- Тонков, Честнов (ред.) 2017 – Тонков Е.Н., Честнов И.Л. (ред). Парадигмы юридической герменевтики. СПб.: Алетей, 2017.

- Шлейермахер 2004 – *Шлейермахер Ф.* Герменевтика. СПб.: Европ. Дом, 2004.
- Agrey 2014 – *Agrey L.G.* Philosophical Hermeneutics: A Tradition With Promise // *Universal Journal of Educational Research*. 2014. Vol. 2, № 2. P. 188–192.
- Dallmayr 2009 – *Dallmayr F.* Hermeneutics and Intercultural Dialog: Linking Theory and Practice // *Ethics & Global Politics*. 2009. Vol. 2, № 1. P. 23–39.
- Honneth 1995 – *Honneth A.* The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts. Cambridge: The MIT Press, 1995.

#### REFERENCES

- Betti E., 2011. *Hermeneutics As a General Methodology of the Sciences of the Spirit*. Moscow, Kanon + ROOI «Reabilitaciya» Publ.
- Gadamer H.-G., 1988. *Truth and Method: Fundamentals of Philosophical Hermeneutics*. Moscow, Progress Publ.

- Nobel Prize Laureates in Literature: 1901–2010*, 2010. Odessa, Astroprint Publ.
- Ricoeur P., 2002. *Conflict of Interpretations. Essays on Hermeneutics*. Moscow, KANON-press-C Publ., Kuchkovo pole Publ.
- Ricoeur P., 2015. Personal Abilities and Mutual Recognition. *Filosofskie nauki*, no. 9, pp. 94-98.
- Sontag S., 2014. *Against Interpretation and Other Essays*. Moscow, Ad Marginem Press Publ.
- Tonkov E.N., Chestnov I.L. (eds.), 2017. *Paradigms of Legal Hermeneutics*. Saint Petersburg, Aleteia, Publ.
- Schleiermacher F., 2004. *Hermeneutics*. Saint Petersburg, Evropeyskiy Dom Publ.
- Agrey L.G., 2014. Philosophical Hermeneutics: A Tradition with Promise. *Universal Journal of Educational Research*, vol. 2, no. 2, pp. 188-192.
- Dallmayr F., 2009. Hermeneutics and Inter-Cultural Dialog: Linking Theory and Practice. *Ethics & Global Politics*, vol. 2, no. 1, pp. 23-39.
- Honneth A., 1995. *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*. Cambridge, The MIT Press.

#### Information About the Author

**Valeriya A. Kopaneva**, Candidate for a Degree, Department of Philosophy, Volgograd State University, Prosp. Universitetskiy, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, leravalera5@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8656-236X>

#### Информация об авторе

**Валерия Андреевна Копанева**, соискатель кафедры философии, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, leravalera5@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8656-236X>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.3>

UDC 1(091)  
LBC 87.3(2)



## CONTEMPORARIES' CRITICISM OF V.S. SOLOVIEV'S ECONOMIC VIEWS

**Aleksandr V. Kiryakin**

Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russian Federation

**Abstract.** The article explores the views of V.S. Soloviev on the economy and their contemporaries. It is noted that V.S. Soloviev made the first attempt in Russian philosophy to change the classical economic liberalism to the modern concept of a human-oriented economy (socially-oriented economy). It is established that the economic views of V.S. Soloviev were met with criticism from contemporaries who defended the principle of free trade in its understanding, characteristic of the 19<sup>th</sup> century. Thus, B.N. Chicherin negatively reacted to V.S. Soloviev's attempt to correlate the economic and moral spheres, deriving from this the need for state regulation of prices, a progressive scale of taxation, limitation of working hours, etc., thereby giving all people the right to a decent existence. B.N. Chicherin considered these measures a violation of the principle of the free will of people. And B.N. Chicherin and G.F. Shershenevich rightly reproached V.S. Soloviev for the arbitrariness of handling economic laws and the inconsistency of the proposed solutions to economic theory. It was established that the economic views of V.S. Soloviev are close to socialist, but the philosopher himself saw the difference in the fact that the socialists, being in materialistic positions, subjugated the need for economic reform to material tasks. V.S. Soloviev saw such a need that the economy is immoral, so it is necessary to reform it in accordance with the principle of the right of people to a decent existence. V.S. Soloviev believed that it was necessary not only to protect the right of people to a decent existence, but also to protect nature from immoral attitude towards it, taking out the principles of careful attitude to nature and rational use of its wealth relevant to our time.

**Key words:** V.S. Soloviev, B.N. Chicherin, G.F. Shershenevich, free trade, socially oriented economy, right to a dignified existence.

**Citation.** Kiryakin A.V. Contemporaries' Criticism of V.S. Soloviev's Economic Views. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 21-31. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.3>

УДК 1(091)  
ББК 87.3(2)

## КРИТИКА СОВРЕМЕННОКАМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЗГЛЯДОВ В.С. СОЛОВЬЕВА

**Александр Викторович Кирякин**

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье исследуются взгляды В.С. Соловьева и его современников на экономику. Отмечается, что В.С. Соловьев предпринял первую в русской философии попытку развить классический экономический либерализм до современной концепции экономики, ориентированной на человека (социально ориентированной экономики). Экономические взгляды В.С. Соловьева встретили критику со стороны современников, защищавших принцип свободной торговли в том понимании, которое было характерно для XIX века. Так, Б.Н. Чичерин негативно оценил попытку В.С. Соловьева соотнести экономическую и нравственную сферы и вывести из этого необходимость государственного регулирования цен, прогрессивной шкалы налогообложения, ограничения продолжительности рабочего времени и т. п., что обеспечивает всем людям право на достойное существование. Б.Н. Чичерин считал эти меры нарушением принципа свободной воли людей. Б.Н. Чичерин и Г.Ф. Шершеневич справедливо упрекали В.С. Соловьева в произвольном обращении с экономическими законами и несоответствии предлагаемых решений экономическим законам. Установлено, что экономические взгляды В.С. Соловьева близки к социалистическим, однако сам философ отвергал идею

социалистов, находившихся на материалистических позициях, о подчинении реформирования экономики материальным задачам. В.С. Соловьев исходил из того, что экономика устроена безнравственно, поэтому необходимо реформировать ее в соответствии с принципом права людей на достойное существование. Он полагал также, что необходимо защищать природу от безнравственного к ней отношения, утверждал актуальные для современности принципы бережного отношения к природе и рационального использования ее богатств.

**Ключевые слова:** В.С. Соловьев, Б.Н. Чичерин, Г.Ф. Шершеневич, свободная торговля, социально ориентированная экономика, право на достойное существование.

**Цитирование.** Кириякин А. В. Критика современниками экономических взглядов В.С. Соловьева // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 21–31. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.3>

В одном из новейших исследований, посвященных В.С. Соловьеву, он назван философом, предвосхитившим модель социального государства. Сформулировав право человека на достойное существование, он тем самым стал первым провозвестником концепции социального государства в России: «В.С. Соловьев считал обязанностью государства обеспечить каждого человека не только необходимыми средствами к существованию, но и условиями для отдыха и духовного совершенствования» [Лобеева 2012, 238–239]. Таким образом, он оказался близок к критикуемым им же социалистическим взглядам.

Дореволюционная общественная мысль во многом оставила без внимания социалистический аспект экономических взглядов В.С. Соловьева, критикуя его в большей степени за абстрактность выдвинутых положений (Б.Н. Чичерин и Г.Ф. Шершеневич) либо усматривая достоинство его концепции в том, что в ней были поставлены важные проблемные вопросы (Е.Н. Трубецкой). С.Л. Чижков отмечает, что в философии В.С. Соловьева «русская политическая и правовая мысль нашла для себя что-то ценное, что потребовало пересмотреть некоторые принципы классического либерализма, переосмыслить и углубить понимание ценностей этого политического мировоззрения» [Чижков 2015, 1001].

По мере утверждения марксизма в России усилиями первых его популяризаторов и защитников, например Н.И. Зиберы в 1870-е гг., и сторонников умеренных его версий (легальный марксизм) П.Б. Струве, Н.А. Бердяева и др. он прирастал множеством критических работ, ревизий и разного рода интерпретаций. По оценке Н.А. Бердяева, марксизм следовало принимать в части его критики капитализма, но с осторожностью относиться к его

трактовке свободы мысли [Бердяев 2012, 137]. Однако представителями русской революционной мысли марксизм воспринимался в догматическом русле, некритически, как новая благая весть от идеологов рабочего класса. Степень же влияния на общественное сознание идей легального марксизма была крайне мала. Столь же не повезло марксизму и с его российскими критиками.

Зачастую в русской философии противники марксизма приравнивали его к другим разновидностям социализма, не учитывая его качественной специфики. Это было характерно и для Б.Н. Чичерина, и для В.С. Соловьева, и для многих других его российских критиков. Представляется плодотворным рассмотреть критику В.С. Соловьевым социалистических учений, так как он во многом использовал в своей критике капитализма положения, характерные для марксистской этики, предлагая, в частности, регулирование экономики в соответствии с нравственными задачами.

Но зачем регулировать экономику из этических соображений? К чему приведет построенная на нравственных началах экономика, каких нравственных целей она добьется? Именно на эти вопросы и пытался ответить В.С. Соловьев в главе XVI «Оправдания добра». В русской философской и общественно-политической мысли это была первая попытка построить несоциалистическую экономическую теорию на нравственных началах. Прежде чем обратиться к исследованию критических отзывов на эту попытку, следует рассмотреть экономические взгляды В.С. Соловьева. Начать необходимо с того, почему философа не устраивал описанный классиками политэкономической мысли конца XVIII – середины XIX в. homo economicus.

### Экономические взгляды В.С. Соловьева

Экономический вопрос является одним из базовых вопросов «Оправдания добра» В.С. Соловьева. Фритредерство понималось философом как экономическая вражда, которая порождает вражду между нациями и государствами. Из этого делался вывод, что экономика страдает нравственным недугом, который необходимо устранить, построив экономику на нравственных началах с тем, чтобы она служила идеалам добра. Но поскольку господствующий экономический уклад не отвечал этим началам, лежащая в его основании экономическая теория трактовалась В.С. Соловьевым как мнимая, так как она разграничивала хозяйственную и нравственную области. Эту теорию философ называл «либеральной» (в другом месте «анархической»), не используя классического ее названия [Соловьев 2010, 453].

На этом основании можно сделать вывод, что В.С. Соловьев не принимал теорию *homo economicus*, у истоков которой стоял Адам Смит. Стоит заметить, что шотландский экономист понимал нравственность как сочетание свободы и эгоизма отдельных личностей, которые вместе создают общественное благо. В.С. Соловьев видел в этом только свободу и эгоизм, что не могло его устроить. Важно также подчеркнуть, что экономика в отрыве от человека, коллективизм или индивидуализм в экономике оценивались В.С. Соловьевым как одинаково безнравственные, так как их результатом было формирование *homo economicus*, который затмевает самого человека [Hamburg, Poole 2010, 143].

В некоторой степени человек обречен на труд, на определенные действия, необходимые для его физиологического существования. В.С. Соловьев видел в этом одно из последствий грехопадения, в результате которого труд как свободное сотворчество с Богом превратился в условие физиологического выживания. Однако труд имеет и другую природу, как и человек, который его порождает. Благодаря своей духовной природе человек волен сделать труд сопричастным высшим целям. Так, мотивами труда могут стать этические причины, которые выводят его из пространства исключительно экономических за-

дач. В.С. Соловьев отрицал имманентность таких человеческих качеств, как корысть, эгоизм, страсть к приобретению, жажду наслаждений и т. п. [Соловьев 2010, 455]. Эрих Фромм полагал, что сходные послы были и у Карла Маркса, считавшего алчность примером относительного влечения, возникшего под влиянием определенного типа общества и изменяющегося вслед за изменениями в социуме [Фромм 2010, 87].

Такое сравнение корректно только с одной стороны. Если Карл Маркс исследовал изменение человеческой природы под влиянием общественного устройства, то В.С. Соловьев считал подобный подход, характерный в целом для социализма, утверждавшего примат материального над духовным, односторонним и исходил из того, что перечисленные характеристики людей – следствие их греховной природы. Соответственно, необходимо преодолеть эту греховную природу. Способы этого преодоления были рассмотрены В.С. Соловьевым в работе «Чтение о богочеловечестве», а гипотетические итоги – в «Трех разговорах».

У В.С. Соловьева можно обнаружить множество допущений для обоснования собственной точки зрения. Так, товаровладелец может продавать товары по заниженной цене для нуждающихся, и, если это может делать отдельный товаровладелец, это же можно организовать и на государственном уровне путем регулирования цены товаров. В качестве примера приводилась отмена крепостного права в России: если власти в соответствии с нравственными задачами смогли упразднить систему продажи и покупки крестьян, то, следовательно, возможно в филантропических целях регулировать цены на любые товары и услуги [Соловьев 2010, 456–457].

В указанном контексте экономическая необходимость подчиняется нравственным задачам, однако аргументация В.С. Соловьева была явно недостаточной, так как представляла собой игру понятиями без должного экономического обоснования, на что ему впоследствии указывали его критики. Одним из примеров такой игры было исследование В.С. Соловьевым экономических законов, когда он сравнивал закономерности социального-экономического характера и законы есте-

ственных наук. Поскольку первые не являются законами в естественно-научном смысле, их можно не принимать в расчет и полностью сосредоточиться на нравственной организации человеческой деятельности [Соловьев 2010, 459].

Если вернуться к марксизму, то нельзя не отметить, что ту же задачу ставил и молодой Карл Маркс. При переходе из царства необходимости в царство свободы становится возможным сознательное регулирование человеком своей экономической деятельности, преодоление отчуждения при условии прогресса в сфере организации труда, в области производительности труда и т. п. К. Маркс писал: «Чтобы народ развивался свободнее в духовном отношении, он не должен быть больше рабом своих физиологических потребностей, крепостным своего тела. Ему необходимо... иметь досуг для духовной деятельности и духовных наслаждений» [Маркс 2010, 317].

И если социалисты, по мнению В.С. Соловьева, подчиняют экономику материальным задачам, то сам он возвышает человека над материей путем ее одухотворения (впрочем, философ признает, что «первоначальные системы социализма» имели сходную основу, но после от нее отказались [Соловьев 2010, 460]). Одухотворение природы – это не бездумное ее использование для экономических нужд, «а совершенствование ее самой – оживление в ней мертвого, одухотворение вещественного... Без любви к природе для нее самой нельзя осуществить нравственную организацию материальной жизни» [Соловьев 2010, 477].

Область экономических отношений В.С. Соловьев сводил к «производству (труд и капитал), распределению собственности и обмену ценностей». Все это человек способен подчинить нравственным задачам, и это необходимо сделать, поскольку политэкономический принцип, согласно которому каждый, удовлетворяя собственные интересы, работает на благо общества в целом, недостаточен. Он приравнивает людей к орудиям производства, которые действуют внутри «натуральной гармонии», тогда как требуется «сознательное направление их к общему благу». Традиционная же политэкономия видит в деятельности человека только эгоизм или личный интерес, отнимая тем самым у труда «значение всеоб-

щей заповеди», значение нравственного мотивирования к труду [Соловьев 2010, 466].

Центральной идеей нравственного регулирования экономики у В.С. Соловьева является реализация права на достойное существование. Оно реализуется двояко: если для монахов и странствующих богомольцев оно состоит в добровольной нищете, то для тех, кто живет «в миру», нищета не может являться добровольной, следовательно, в ней нет ничего достойного. Таким образом, прежде всего следует изучить природу нищеты. Среди причин нищеты (материальной и духовной) философ видел несовместимость отдельных видов труда с человеческим достоинством. В качестве иллюстрации он обращался к знаменитому примеру «булавок Адама Смита», а также указывал на то, что потребности бывают и мнимыми, хотя для их реализации используются ресурсы, которые можно было бы употребить с пользой; на несоответствие уровня заработной платы задачам полноценного развития человека (например, низкие зарплаты и тяжелые условия труда ведут к сокращению средней продолжительности жизни работников) [Соловьев 2010, 470–471].

Одно из проявлений тяжелых условий труда – высокая продолжительность рабочего времени. В.С. Соловьев предлагал локально временно сокращать производство, так как это, с его точки зрения, позволит при сохранении уровня зарплат уменьшить продолжительность рабочего времени. Это плохо согласуется с возможностями и закономерностями развития экономики и может даже привести к прямо противоположным результатам, однако В.С. Соловьев все же считал, что подобное возможно в случае технических усовершенствований, пространственных сближений стран при развитии новых форм путей сообщения и т. п. (что можно наблюдать в современном мире). Осознавая недостаточность и этих мер, В.С. Соловьев предлагал капиталистам-фабрикантам поделиться с рабочими частью прибыли (чем не социалистическая мера?) для согласования их частных интересов с общественными [Соловьев 2010, 473–474].

Собственность выступает, согласно В.С. Соловьеву, как «идеальное продолжение личности в вещах, или ее перенесение на



вещи». Собственность возникает путем ее завладения (в том числе захватом) и в процессе труда. Исследование природы собственности необходимо В.С. Соловьеву для критики притязаний социалистов на обладание рабочими собственностью на производимые продукты труда. Философ отмечал, что труд – это акт воли человека, но не всякий акт этой воли является основанием для обретения права собственности на продукт труда. Так, рабочий может производить не саму вещь, а отдельные ее элементы [Соловьев 2010, 483–485].

Рассматривая феномен обмена, В.С. Соловьев предостерегал от разного рода форм корыстного обмана под видом обмена (в том числе в случаях подделки товаров). Чтобы этого не происходило, предлагалось сделать основанием обмена реализацию идеи блага для всех. Это, согласно В.С. Соловьеву, поможет избежать и обмана при обмене, и подделок товаров, и операций с мнимыми ценностями. Экономических средств для осуществления этих начал В.С. Соловьев не предлагал, оговорив только то, что «одною нравственной проповедью такая организация осуществлена быть не может» [Соловьев 2010, 491–493].

#### **Критика Б.Н. Чичериним экономических взглядов В.С. Соловьева**

Чичеринскую критику философии В.С. Соловьева, как и критику других авторов, можно было бы выразить фразой: «Философия требует точности». Действительно, еще А.Ф. Лосев заметил, что В.С. Соловьева характеризует «разнобой между философской терминологией и философской сущностью дела», а это в свою очередь приводит к тому, что если подходить к философии В.С. Соловьева с посторонних позиций, то «она может легко представиться в виде непонятого нагромождения абстрактных категорий» [Лосев 2011, 16–17]. Именно такой и предстает перед нами философия В.С. Соловьева в критических работах Б.Н. Чичерина.

Справедливости ради стоит сказать, что В.С. Соловьев ставил правильные диагнозы безнравственному устройству экономики, предлагал проекты к ее нравственному устройству, но, по обыкновению, не отвечал на

вопрос о механизмах достижения предвосхищаемого идеала. Однако Б.Н. Чичерина не устроила ни критика устройства реальной экономики, ни описание ее идеального устройства с точки зрения В.С. Соловьева. Все это вкупе позволило Б.Н. Чичерину высказать В.С. Соловьеву упрек в абстрактности его положений.

Итак, В.С. Соловьев объявлял безнравственной классическую политическую экономию, которая, по его представлениям, не связана с нравственностью. Это положение сразу же встретило удивление Б.Н. Чичерина, глубоко изучившего труды Адама Смита и понимавшего, что тот не только не отрицал нравственные начала, но и «сам был преподавателем нравственной философии» [Чичерин, Соловьев 2016, 69–70]. Более того, А. Смит соотнес нравственность, основанную на сочувствии, и сознательное управление человеком своими поступками [Чичерин 2008, 116–117]. Б.Н. Чичерин нашел слабой работу Адама Смита «Теория нравственных чувств», однако именно в ней шотландский экономист впервые в истории экономической мысли признал необходимость ограничения личного эгоизма во имя блага других (эта идея впоследствии получила развитие как в политэкономии Карла Маркса, так и в экономикс Джона Кейнса).

В итоге два экономических направления пересеклись и составили экономическое содержание современной модели социального государства, предполагающей сочетание плана и рынка, то есть смешанной экономической модели, характерной для современных стран с социально ориентированной экономикой. В.С. Соловьев не признавал за классической политэкономией нравственных начал и не признавал за политической экономией в целом иных форм экономической организации, нежели рынок. В связи с этим Б.Н. Чичерин высказывал сомнение, внимательно ли читал В.С. Соловьев Адама Смита и читал ли вообще классические труды по политэкономии.

Второе недоумение возникает у Б.Н. Чичерина в связи с тем, что В.С. Соловьев объявил безнравственным личный интерес в качестве движущей пружины экономики. Достойный ученик политэкономической школы Фредерика Бастиа Б.Н. Чичерин видел в реа-

лизации личного интереса каждого залог экономического процветания общества в целом. Он полагал неверным сводить личный интерес личности исключительно к случаям мошенничества, обмана и подделок и не видеть того, что экономический интерес вовсе не исключает нравственного отношения людей друг к другу. Личный интерес в экономике – это интерес экономический, который порождает естественное стремление человека улучшить свое благосостояние. Реализация же этого интереса порождает экономические законы [Чичерин, Соловьев 2016, 71].

В этом случае В.С. Соловьев оспаривал очевидное – существование особых законов, управляющих экономикой. Экономические законы объявлялись им ненаучным вымыслом, ведь наука признает законами только то, что не терпит исключений. Однако этому требованию не удовлетворяет ни один закон из сферы гуманитарных наук и наук об обществе.

Возникает вопрос: насколько качественным может быть сознательное регулирование экономики и какие последствия оно будет иметь? Желаемым последствием для В.С. Соловьева являлась реализация права на достойное существование человека в обществе. Но, как показала практика, одного сознательного стремления отрегулировать экономику в соответствии с нравственными представлениями людей недостаточно, так как в экономике одновременно взаимодействует множество факторов (разделение труда, достигнутый уровень технического развития, обеспеченность экономики кадрами, количество и качество рабочих мест и т. п.).

Убедительными являются и возражения Б.Н. Чичерина относительно спроса и предложения, а также роли разделения труда в экономике. Действительно, только при безграничном предложении (чего еще не случилось в истории) возможно полное обесценивание товара; во всех остальных случаях цена товара будет находиться в зависимости от баланса спроса и предложения. Это состояние экономики можно попытаться регулировать, но на выходе ошибки в таком регулировании обернутся либо инфляцией (в рыночной экономике), либо товарным дефицитом (в плановой экономике).

Практика показала, что в рыночной экономике воздействие на ценообразование административными мерами необходимо в весьма ограниченных областях, а также в период экономических кризисов для приведения в норму рыночного механизма. В любом случае это касается не экономики в целом, а лишь отдельных ее сегментов. Всеобъемлющее же государственное регулирование ценообразования действительно ведет к товарному дефициту. В теории побороть его возможно только при условии достижения государством полной автаркии и такого уровня государственного планирования, который в полной мере будет учитывать меняющиеся людские потребности (этого в истории тоже еще не случилось).

Убедительны рассуждения Б.Н. Чичерина в отношении инфляции: если какое-нибудь правительство, исходя из благих намерений и желая дать достаток всему населению, начинает печатать бумажные деньги и раздавать их населению, то эти деньги естественным образом обесценятся и население столкнется с бесконтрольным ростом цен (как это произошло, например, в результате решений, принятых французским Конвентом) [Чичерин, Соловьев 2016, 77]. Деньги, безусловно, хоть и специфический, но все же товар, и при увеличении их количества цена на них неизбежно падает.

Исходя из этого, Б.Н. Чичерин делал вывод, что одними нравственными пожеланиями утверждения декларируемого В.С. Соловьевым принципа достойного существования не достичь, для этого необходимо свободное развитие промышленных сил, что невозможно в условиях, когда экономического развития пытаются достичь административными методами в стремлении подогнать действительность к идеалу. Кроме нравственного рецепта для достижения идеала, В.С. Соловьев предложил и рецепт особого одухотворения материальной природы для ее преобразования и возвышения. Этот принцип Б.Н. Чичерин так и не смог принять. В конечном итоге Б.Н. Чичерин абсолютно в стиле А.Ф. Лосева отметил, что В.С. Соловьев пользуется каким-то своим, ведомым только ему смыслом общепринятых научных терминов и запутывает дело окончательно [Чичерин, Соловьев 2016, 78–80].

В конце своей критики Б.Н. Чичерин признал вызывающим сочувствие стремление дать людям возможность достойного существования, однако считает это невозможным применительно ко всем и каждому. Упреком В.С. Соловьеву звучит то, что он не предпринял попытки «исследовать экономическое строение общества и управляющие им законы» и вместо этого пытался разрешить эту проблему «в двух словах». Как и в более ранней своей критической работе «Мистицизм в науке», Б.Н. Чичерин советовал уважаемому и даровитому автору признать объективность экономических законов как «первое и необходимое условие для осуществления каких бы то ни было целей в экономической области», так как без этого невозможно, пользуясь только благими намерениями, построить рабочую, жизнеспособную экономику [Чичерин, Соловьев 2016, 82–84].

### **Критический ответ Г.Ф. Шершеневича В.С. Соловьеву**

Критический отзыв на «Оправдание добра» профессора Г.Ф. Шершеневича не удостоился обстоятельного ответа В.С. Соловьева по многим из приведенных критиком позиций, в частности по экономической. В этой области В.С. Соловьев сознательно проигнорировал возражения критика. Поэтому представляется важным установить, что именно написал Г.Ф. Шершеневич, насколько его критические замечания были справедливы и по какой причине у В.С. Соловьева не нашлось аргументов для возражения критику.

Г.Ф. Шершеневич назвал поверхностным решение В.С. Соловьевым экономического вопроса, в первую очередь за отрицание объективности экономических законов (тот же упрек, что и у Б.Н. Чичерина). Критик резонно заметил, что законом является и возгорание фосфора от трения, однако если спички сырые, то этого не произойдет. В итоге Г.Ф. Шершеневич увидел в отрицании объективности экономических законов В.С. Соловьевым «плод какого-то непонятного... недоразумения» [Шершеневич 1897, 471]. В негативном ключе оценивалась и критика социалистических идей. Г.Ф. Шершеневич указывал, что социализм В.С. Соловьев понимал как господ-

ство одностороннего подхода в виде материального интереса. Критик отметил, что неясно, какую социалистическую теорию имел в виду В.С. Соловьев. В.С. Соловьев предполагал за социализмом отрицание всех прочих интересов, кроме материальных, однако Г.Ф. Шершеневич не согласился с ним по этому вопросу [Шершеневич 1897, 472].

Г.Ф. Шершеневич заметил, что для социалистов ограничение рабочего времени представляет собой одно из условий появления у рабочих досуга, следовательно, появления времени на духовное развитие. Далее критик обратился к проблеме социального неравенства, связанной с неравным доступом людей к духовным и материальным благам. Социальное неравенство является плодом определенного устройства экономики и неустранимо без изменения этого устройства. Г.Ф. Шершеневич отмечал, что, согласно социалистам, духовные потребности возникают только вслед за удовлетворением материальных, однако не указал, кому из социалистов принадлежит такое утверждение, демонстрируя этим такое же поверхностное понимание социалистических идей, как и В.С. Соловьев.

Г.Ф. Шершеневич справедливо считал критику социализма с нравственных позиций уязвимой в условиях, когда современный порядок вещей явно далек от нравственного идеала. Это замечание крайне важно потому, что Г.Ф. Шершеневич первым заметил, что «выступать против социализма с оружием г. Соловьева довольно опасно» [Шершеневич 1897, 472]. Следует добавить, что эта опасность возникает лишь потому, что В.С. Соловьев, сам того не ведая, использовал традиционно социалистические упреки современному на тот период времени капитализма. Он совершенно не учитывал, что можно и не быть социалистом, но все равно ставить во главу угла экономические интересы и, наоборот, разделять отдельные социалистические теории, но не придавать им одностороннего характера, что присуще социалистическим идеям Карла Маркса.

Закон спроса и предложения – не единственный объект соловьевской критики. В.С. Соловьев критиковал и трудовую теорию собственности, согласно которой продукт тру-

да принадлежит лицу, создавшему этот продукт. По Джону Локку: «Применение труда к продуктам природы есть не что иное, как их присвоение, так возникает собственность» [Локк 1988, 287–288]. Критика выглядит неубедительной, так как и в этом случае В.С. Соловьев допускал подмену понятий и употреблял слово «труд» не в экономическом его значении. В такой трактовке оспорить трудовую теорию собственности не представляет сложности, но это и не придает истинности положениям В.С. Соловьева [Шершеневич 1897, 473].

В целом этим исчерпывается критика Г.Ф. Шершеневичем экономических взглядов В.С. Соловьева. Он и не претендовал на ее полноту, оставляя ее на откуп компетентным экономистам. Как показала история, при жизни В.С. Соловьева не нашлось экономистов, которые бы взяли оспаривать его взгляды на экономику или предложили подробный разбор его трактовки социализма. В некоторой степени это объясняется тем, что сам философ признавался в некомпетентности и по вопросам экономики, и по вопросам социалистических идей. Но это не помешало ему использовать их для обоснования собственной философской системы.

В своем ответе Г.Ф. Шершеневичу В.С. Соловьев обошел молчанием критику своих экономических воззрений. Эту критику он признавал справедливой, и в ответе Б.Н. Чичерину он прямо признает свою некомпетентность в экономических вопросах, называя себя «невежественным фантазером в политической экономии» [Чичерин, Соловьев 2016, 165]. Сравнительное изучение критики «Оправдания добра» со стороны Б.Н. Чичерина и Г.Ф. Шершеневича позволяет установить, что оба они справедливо упрекали В.С. Соловьева во множестве ошибочных суждений и неточностей. И так же справедливо задавались вопросом: устоит ли здание соловьевской философии, если из него вынуть несколько кирпичей, сможет ли В.С. Соловьев «заделать» образовавшиеся пустоты?

Вместе с тем В.С. Соловьев считал, что критики в целом неправильно поняли «Оправдания добра»: «В подлинном своем смысле и значении отдельные места книги могут быть поняты и оценены только в их внутренней связи

с целым умственным построением» [Соловьев 1897, 475]. Иначе говоря, оценивать теорию необходимо в целостности, а не отдельные ее части. Однако это нисколько не оправдывает допущенные В.С. Соловьевым ошибки и неточности. Представляется обоснованным мнение Г.Ф. Шершеневича, что философское здание являет собой определенную целостность и эта целостность состоит из отдельных элементов – кирпичей. Что же делать, если отдельные кирпичи оказались бракованными? Они должны быть удалены, и Г.Ф. Шершеневич выражал уверенность, что В.С. Соловьеву по силам «заделать» эти места в его философской системе.

Надо признать, что В.С. Соловьев первым из русских философов сформулировал и последовательно отстаивал принцип, согласно которому «всякий человек, в силу безусловного значения личности, имеет право на средства для достойного существования» [Соловьев 2010, 485]. Представляется убедительным его ответ Б.Н. Чичерину о том, что действительная история уже показывает примеры реализации этого принципа – от ограничения продолжительности рабочего дня до запрета на детский труд. В.С. Соловьев считал, что его идеи не просто идут в ногу со временем, но даже опережают его, тогда как его критик попросту закрывает глаза на экономические факты «ради своей предвзятой идеи» признания классической рыночной экономики, не стесненной государством.

Б.Н. Чичерин предлагал развитие благотворительности и рабочих касс взаимопомощи для решения проблемы бедности. Рабочие в таком случае сами могли бы бороться с собственной бедностью за собственный счет, поскольку государство не обязано оказывать им поддержку, кроме периодов всеобщих бедствий. Благотворительность должна быть добровольной, она составляет нравственный долг высших сословий и материально обеспеченных людей; «государство не имеет права распоряжаться таким образом средствами плательщиков, обращая обязанность человеколюбия в принудительную подать, взимаемую с одной части населения в пользу другой. Когда же оно берет на себя львиную долю этого взноса... то подобное учреждение представляет совершенно чудовищное извраще-

шение истинных отношений государства к гражданам» – таковы были рецепты решения проблемы бедности, предложенные Б.Н. Чичериным [Чичерин 2004, 216–217].

Сама полемика между Б.Н. Чичериным и В.С. Соловьевым, и не только по экономическим вопросам, свидетельствует о смене мировоззренческих парадигм в русской этике, инициированной В.С. Соловьевым [Аверин 2010, 144–145]. Б.Н. Чичерин выступал с традиционной трактовкой свободы воли, характерной для немецкой классической философии, в то время как В.С. Соловьев искал «другие пути, разводя метафизику и нравственность» [Емельянов 2016, 79]. Постепенно нравственный закон становился требованием, а не идеалом, в этом и видел опасность Б.Н. Чичерин. И несмотря на предлагаемые В.С. Соловьевым ограничения при введении нравственности в общественную практику, Б.Н. Чичерин считал, что подобная практика умаляет внутреннюю свободу человека [Чижков 2017, 23]. Атеистический эксперимент XX в. по насильственному внедрению нравственности показал частичную правоту Б.Н. Чичерина. А пример теократического эксперимента можно видеть в практике инквизиции, поэтому неслучайно Б.Н. Чичерин в своей критике В.С. Соловьева обращался к образу Томаса Торквемады.

Представляются интересными комментарии Е.Н. Трубецкого к экономическим взглядам В.С. Соловьева: «В.С. Соловьев защищает свою позицию от представителей классической политэкономии, разделяющих экономическую и нравственную области, и от социалистов, сближающих эти области в “ложное единство”» [Трубецкой 1913, 126–127]. Е.Н. Трубецкой, в отличие от критиков, положительно оценивал отрицание В.С. Соловьевым экономических законов, интерпретируя их не как законы, а как определенные тенденции общественной жизни, и полагал, что «мнимый “экономический закон”», в отличие от закона природы, всегда может быть нарушен и отменен нравственной волею человека» [Трубецкой 1913, 128]. Однако эта позиция вызывает некоторое удивление. Такое же, как и защита Е.Н. Трубецким соловьевской критики социализма, в которой, по сути, не было ничего нового.

Интересной частью отзыва Е.Н. Трубецкого является защита тезиса об изъятии части дохода у богатых. С точки зрения Е.Н. Трубецкого, В.С. Соловьев так выражал нравственное отношение к богатым: «Социализм им завидует, а Евангелие их жалеет, потому что им трудно войти в Царствие Божие» [Трубецкой 1913, 132]. Иными словами, В.С. Соловьев как бы этим помогает богатым избавиться от этого бремени и пустить богатство на нравственные цели. Речь здесь идет о первой попытке в русской общественной мысли несоциалистически обосновать так называемую прогрессивную шкалу налогообложения. Но счастье ее полностью удачной не приходится.

С.Л. Чижков отмечает, что «сама тема достойного человеческого существования... связана у Соловьева не с вопросами достатка или перераспределения общественного богатства, как это часто интерпретируют, а с достоинством человека. Вопрос о необходимых средствах для достойного человеческого существования – это часть вопроса, да и сам вопрос о “праве на необходимые средства для достойного человеческого существования” возникает и развивается Соловьевым в связи с полемикой с социалистическими идеями. Скажем больше, – в связи с христианской критикой социализма» [Чижков 2015, 1007]. Исходный посыл философа – несовместимость социализма и христианства [Чижков 2015, 1007].

В целом следует сказать, что идея В.С. Соловьева о праве личности на достойное существование была новаторской для русской общественной и философской мысли XIX в., предвосхитившей концепцию социального государства. Однако экономические решения для реализации этого принципа на практике, которые предлагал философ, едва ли являются действенными, на что указывали его критики. Сформулированное В.С. Соловьевым право личности на достойное существование сохраняет свою актуальность и сегодня. Проблема богатых и бедных актуальна и в наше время. Так, недавно Всемирная организация здравоохранения назвала потенциальным «моральным провалом» неравномерное распределение вакцины от COVID-19 между богатыми и бедными странами. А значит, в бедных странах потен-

циально нарушается право людей на достойное существование.

Столь же актуальны для нас, живущих в эпоху глобальных экологических проблем, идеи В.С. Соловьева о бережном отношении к природе, разумном использовании ее благ и необходимости помогать природе в ее восстановлении. Важно то, что В.С. Соловьев прямо связывал экономику и экологию, подчеркивая, что экономика должна основываться на бережном отношении к природе и ее ресурсам. При этом людям вменяется в обязанность активная деятельность по восстановлению возобновляемых природных ресурсов. Такую практику мы видим в XXI в. на примере разработки в развитых странах экологического законодательства, которое поощряет использование энергосберегающих и природосберегающих технологий.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аверин 2010 – *Аверин Н.М.* Восхождение к идеалу: этика В. Соловьева. Тамбов: Центрпресс, 2010.
- Бердяев 2012 – *Бердяев Н.А.* Самопознание. Опыт философской автобиографии. СПб.: Азбука: Азбука-Аттикус, 2012.
- Емельянов 2016 – *Емельянов Б.В.* Борис Чичерин. СПб.: Наука, 2016.
- Лобеева 2012 – *Лобеева В.М.* Социальная философия Б.Н. Чичерина: системный анализ. М.: Канон+, 2012.
- Локк 1988 – *Локк Дж.* Два трактата о правлении // Локк Дж. Сочинения. В 3 т. Т. 3. М.: Мысль, 1988. С. 135–406.
- Лосев 2011 – *Лосев А.Ф.* Творческий путь Владимира Соловьева // Соловьев В.С. Философские начала цельного знания. М.: Акад. Проект, 2011. С. 5–36.
- Маркс 2010 – *Маркс К.* Экономическо-философские рукописи 1844 года и другие ранние философские работы. М.: Акад. Проект, 2010.
- Соловьев 1897 – *Соловьев В.С.* Замечания на статью профессора Г.Ф. Шершеневича // Вопросы философии и психологии. М.: [б. и.], 1897. Год VIII, кн. 3 (38). С. 475–484.
- Соловьев 2010 – *Соловьев В.С.* Оправдание добра. М.: Акад. Проект, 2010.
- Трубецкой 1913 – *Трубецкой Е.Н.* Мирозерцание В.С. Соловьева. В 2 т. Т. 2. М.: Товарищество тип. А.И. Мамонтова, 1913.
- Чижков 2015 – *Чижков С.Л.* Идея личности и ее достоинства у Владимира Соловьева. К вопросу об этико-философских основаниях либерализма // Психология и психотехника. 2015. № 10 (85). С. 1000–1009.
- Чижков 2017 – *Чижков С.Л.* Метафизика свободы и идея государства в философии Б.Н. Чичерина. М.: ИФ РАН, 2017.
- Чичерин 2008 – *Чичерин Б.Н.* История политических учений. В 3 т. Т. 2 / подгот. текста, вступ. ст. и коммент. И.И. Евлампиева. СПб.: РХГА, 2008.
- Чичерин, Соловьев 2016 – *Чичерин Б.Н., Соловьев В.С.* О началах этики: Отзыв на книги Владимира Соловьева «Оправдание добра» и «Право и нравственность». С ответами В.С. Соловьева. М.: ЛЕНАНД, 2016.
- Чичерин 2004 – *Чичерин Б.Н.* Социология. Тамбов: Тамбовполитграфиздат, 2004.
- Фромм 2010 – *Фромм Э.* Кризис психоанализа. М.: АСТ: Полиграфиздат, 2010.
- Шершеневич 1897 – *Шершеневич Г.Ф.* По поводу книги Вл.С. Соловьева «Оправдание добра // Вопросы философии и психологии. М.: [б. и.], 1897. Год VIII, кн. 3 (38). С. 456–474.
- Hambur, Poole 2010 – *Hambur G.M., Poole R.A.* A History of Russian Philosophy 1830–1930 Faith, Reason, and the Defense of Human Dignity. Cambridge: Cambridge univ. press, 2010.

#### REFERENCES

- Averin N.M., 2010. *Ascension to the Ideal: Ethics of V. Soloviev.* Tambov, Centrpress Publ.
- Berdyayev N.A., 2012. *Self-Knowledge. Experience of Philosophical Autobiography.* Saint Petersburg, Azbuka Publ., Azbuka-Attikus Publ.
- Emel'yanov B.V., 2016. *Boris Chicherin.* Saint Petersburg, Nauka Publ.
- Lobeeva V.M., 2012. *Social Philosophy of B.N. Chicherin: Systemic Analysis.* Moscow, Kanon+ Publ.
- Locke J., 1988. *Two Treatises on Government. Locke J. Works. In 3 Vols. Vol. 3.* Moscow, Mysl' Publ., pp. 135-406.
- Losev A.F., 2011. The Creative Path of Vladimir Soloviev. Soloviev V.S. *Philosophical Principles of Whole Knowledge.* Moscow, Akademicheskij Proekt Publ., pp. 5-36.
- Marks K., 2010. *Economic and Philosophical Manuscripts of 1844 and Other Early Philosophical Works.* Moscow, Akademicheskij Proekt Publ.
- Soloviev V.S., 1897. Remarks on the Article by Professor G.F. Shershenevich. *Voprosy filosofii i psixologii.* Moscow, year 8, book 3 (38), pp. 475-484.
- Soloviev V.S., 2010. *Justification of Good.* Moscow, Akademicheskij Proekt Publ.

- Trubeczkoj E.N., 1913. *World Outlook of V.S. Soloviev. In 2 Vols. Vol. 2.* Moscow, Tovarishhestvo tip. A.I. Mamontova.
- Chizhkov S.L., 2015. The Idea of Personality and Its Dignity with Vladimir Soloviev. To the Question of the Ethical and Philosophical Foundations of Liberalism. *Psixologiya i psixotexnika*, no. 10 (85), pp. 1000-1009.
- Chizhkov S.L., 2017. *Metaphysics of Freedom and the Idea of the State in the Philosophy of B.N. Chicherin.* Moscow, IF RAN.
- Chicherin B.N., 2008. *History of Political Teachings. In 3 Vols. Vol. 2.* Saint Petersburg, RXGA.
- Chicherin B.N., Solov'ev V.S., 2016. *On the Principles of Ethics. Review of Vladimir Soloviev's Books "Justification of Good" and "Law and Morality". With the Answers of V.S. Soloviev.* Moscow, LENAND Publ.
- Chicherin B.N., 2004. *Sociology.* Tambov, Tambovpolitgrafizdat Publ.
- Fromm E., 2010. *Crisis of Psychoanalysis.* Moscow, AST Publ, Poligrafizdat Publ.
- Shershenevich G.F., 1897. Regarding the Book V.I. Soloviev "Justification of Good". *Voprosy filosofii i psixologii.* Moscow, year 8, book 3 (38), pp. 456-474.
- Hamburg G.M., Poole R.A., 2010. *A History of Russian Philosophy 1830–1930 Faith, Reason, and the Defense of Human Dignity.* Cambridge, Cambridge univ. press.

### Information About the Author

**Aleksandr V. Kiryakin**, Candidate of Sciences (Philosophy), Senior Lecturer, Department of Linguistics and Humanities and Pedagogical Education, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Internatsional'naja St, 33, 392000 Tambov, Russian Federation, kiryakinalek@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4391-7428>

### Информация об авторе

**Александр Викторович Кирякин**, кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры лингвистики и гуманитарно-педагогического образования, Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, ул. Интернациональная, 33, 392000 г. Тамбов, Российская Федерация, kiryakinalek@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4391-7428>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.4>

UDC 1:316:331  
LBC 87.005



## THEORETICAL BACKGROUND OF THE FORMATION OF THE “POST-WORK SOCIETY” CONCEPT

Igor K. Morozov

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

**Abstract.** The article presents the result of a study of the theoretical prerequisites for the formation of the concept of “post-work society”. Studies of this concept seem to be relevant in connection with the progressing worldwide labor crisis associated with the instability of the labor market and the growth of unemployment rates around the world. The labor crisis, caused by the economic crises of recent decades, as well as the latest crisis associated with the coronavirus infection (COVID-19) pandemic, is setting the stage for a shift towards the post-work world, the ideological core of which is the concept of a “post-work society”. The author of the article finds the origins of the formation of this concept in the ideas of ancient philosophers. However, the concept of “post-work society” was only formed at the end of the 19<sup>th</sup> century among left intellectuals. The formation of this concept, according to the author of the article, will be due to the disastrous social situation of the working class. The concept of “post-work society”, which is in line with the anti-capitalist ideas of the 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> centuries, nevertheless does not find wide support in socialist circles of its time, since the official position of the socialist parties in many states recognizes wage labor and the working class as the unshakable foundations of socialist societies. Further, the article examines the current stage of development of the theory of the concept of “post-work society”. The filling of the concept with new meanings and ideas at the present stage is associated by the author of the article with the economic crises of recent decades and the development of European left politics, when many post-capitalist concepts are being developed. In one of the modern works, this concept is even proposed as a new political project of the left movement. At the end of the article, a generalization is made and the theoretical foundations of the concept under consideration, inherent in many post-work theories, are highlighted.

**Key words:** post-work, hired labor, labor crisis, post-work society, post-capitalism.

**Citation.** Morozov I.K. Theoretical Background of the Formation of the “Post-Work Society” Concept. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 32-38. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.4>

УДК 1:316:331  
ББК 87.005

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПТА «ОБЩЕСТВО ПОСТТРУДА»

Игорь Константинович Морозов

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье представлен результат исследования теоретических предпосылок формирования концепта «общество посттруда». Изучение данного концепта представляется актуальным в связи с прогрессирующим во всем мире кризисом труда, связанным с нестабильностью рынка труда и ростом показателей безработицы. Кризис труда, обусловленный экономическими кризисами последних десятилетий, а также последним кризисом, произошедшим в результате пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19), закладывает условия для смещения к посттрудовому миру, идеологическим ядром которого и выступает концепт «общество посттруда». Автор статьи обнаруживает истоки формирования данного концепта еще в идеях античных философов. Однако сформировался концепт «общество посттруда» только в конце XIX в. в среде левых интеллектуалов. Формирование данного концепта в этот период обусловлено, по мнению автора статьи, бедственным социальным положением рабочего класса. Концепт «общество посттруда», находящийся в русле антикапиталистических идей XIX–XX вв., не нашел широкой поддержки в социалистических кругах



своего времени, так как официальная позиция социалистических партий многих государств признает наемный труд и рабочий класс незыблемыми основами социалистических обществ. Далее в статье рассматривается современный этап развития концепта «общество посттруда». Наполнение его новыми смыслами и идеями на современном этапе связывается автором статьи с экономическими кризисами последних десятилетий и развитием европейской левой политики. В одной из современных работ данный концепт даже предлагается положить в основу нового политического проекта левого движения. В выводах статьи выделяются общие теоретические предпосылки рассматриваемого концепта, присущие многим теориям посттруда.

**Ключевые слова:** посттруд, наемный труд, кризис труда, общество посттруда, посткапитализм.

**Цитирование.** Морозов И. К. Теоретические предпосылки формирования концепта «общество посттруда» // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 32–38. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.4>

Концепт «общество посттруда» приобретает сегодня все большую актуальность. Актуализация рассматриваемого концепта связана с нестабильностью рынка труда и ростом показателей безработицы во всем мире [Global Employment Trends... web]. До недавних пор рост мирового уровня безработицы в основном связывался с последствиями экономического кризиса 2008 г. [Global Employment Trends... web]. Однако сегодня мир столкнулся с новой опасностью – пандемией коронавирусной инфекции (COVID-19), которая привела к самому глубокому экономическому спаду со времен Великой депрессии [Gopinath web]. «Коронакризис» уже нанес сокрушительный удар по занятости: количество рабочих часов, отработанных в мире на пике первой волны коронавируса, сократилось на эквивалент 495 млн рабочих мест, а заработок – на 10,7 % [ILO Monitor... web].

Прогрессирующий кризис труда, на наш взгляд, закладывает социальные условия для смещения к посттрудо­вому миру, идеологическим ядром которого выступает концепт «общество посттруда». Представляется, что исследование теоретических предпосылок данного концепта поможет лучше понять те базовые принципы и идеи, которые он выражает, что в свою очередь поможет построить образ того посттрудо­вого будущего, о котором говорят приверженцы данного концепта.

Концепт «общество посттруда» основывается на идее принципиальной возможности построения общества, в котором люди будут свободны от наемного труда на кого-либо. Концепт предполагает свободу труда не в юридическом смысле, так как такая свобода сегодня уже закреплена в международных актах и конституциях многих государств мира [Международный пакт... web],

а свободу фактическую, при которой выживаемость большинства людей больше не будет зависеть от наемного труда, а сам наемный труд утратит свое центральное положение в картине мира, перестанет быть главным организующим компонентом в жизни человека, благодаря чему произойдет постепенное стирание границ между наемным трудом и другими сферами жизни.

Можно было бы предположить, что посттруд должен противопоставляться более общей категории – категории труда, однако, на наш взгляд, посттруд необходимо противопоставлять именно наемному труду. Весь труд не может быть упразднен, труд присущ каждому обществу, но при капитализме труд приобретает уникальные качества. В докапиталистических обществах существовала система наемного труда, вместе с тем этот вид труда не был определяющим, так как работники докапиталистического периода в большинстве своем имели индивидуальную собственность на землю, вели натуральное хозяйство. Таким образом, они были обеспечены необходимым для выживания минимумом. При капитализме данный уклад поменялся: в результате первоначального накопления работники докапиталистического периода отрывались от своей земли и лишались средств к существованию [Маркс, Энгельс 1955]. Крестьяне боролись с этим и продолжали выживать на окраинах возникающего капиталистического мира, пока тот не применил силу и не ввел новую юридическую систему для повсеместного внедрения наемного труда среди населения [Perelman 2000, 14]. Как заметил историк Ф. Бродель, «в то же самое время новое разделение труда, урбанизовавшее рабочее общество, раздирало общество бедняков, которые все пребывали в поисках работы, убегавшей от них;

оно устраивало им неожиданные встречи, вдали от родных деревень, и в конечном счете ухудшало их жизнь. Жить в городе, лишиться традиционной поддержки огорода, молока, яиц, птицы, работать в огромных помещениях, терпеть малоприятный надзор мастеров, повиноваться, не быть более свободным в своих передвижениях, принять твердо установленные часы работы – все это в ближайшем будущем станет тяжким испытанием» [Бродель 1992, 297]. Отрыв от средств производства превратил работников докапиталистического мира в пролетариев, вынужденных продавать свой труд ради выживания, то есть заниматься наемным трудом, который стал превалирующей формой труда в обществе. Именно в контексте превалирующей в современном мире формы труда мы противопоставляем посттруд, о котором говорится в статье, и наемный труд.

Сама идея о том, что на определенном этапе развития общества наемный труд может быть упразднен, не нова и имеет давние теоретические предпосылки.

Негативное отношение к наемному труду высказывали еще античные философы. Так, в их произведениях можно встретить рассуждения о схожести наемного труда и рабства. В своем трактате «Об обязанностях» древнеримский философ Цицерон писал: «Недостойны свободного человека и презренны заработки всех поденщиков, чей покупается труд, а не искусство; ведь в этих занятиях самая плата есть вознаграждение за рабское состояние» [Цицерон 1993, 96]. Сенека в одном из своих трудов отмечал: «Раб есть вечный наемник», тем самым как бы приравнивая наемный труд и рабство [Сенека 1940, 34]. В Античности всякий труд, связанный с зависимостью от другого лица и с наймом к другому лицу, рассматривался как унижительный и недостойный свободного человека, заниматься наемным трудом могли только рабы, а свободный человек должен был посвящать свое время духовному развитию и досугу. Таким образом, первыми приверженцами идеала свободного от наемного труда общества мы можем считать античных философов. Несмотря на то что сам концепт «общество посттруда» не мог быть сформирован в Античности, так как отсутствовала необходимая для его формирования теоретическая база,

идеи античных философов о наемном труде способствовали формированию рассматриваемого концепта в будущем. Так, например, на рассуждения античных философов ссылался один из самых известных приверженцев посттрудового общества – Поль Лафарг, речь о котором пойдет ниже.

Быстрая урбанизация и стремительный рост числа наемных рабочих в XIX – начале XX в. чрезвычайно обострили социальные проблемы. Распространенными социальными проблемами в среде рабочего класса того времени становятся: перенаселенность жилищ, несоблюдение элементарных санитарно-гигиенических требований, рабочий день в пределах 12–15 часов, труд в ночное время, труд по воскресным дням, детский труд, низкая оплата труда [Лавровский 1925, 25–46]. Бедственное социальное положение рабочего класса приводит к тому, что наемный труд рабочих становится специальным предметом рассмотрения, в том числе в социальных теориях.

Именно в этот период в среде левых интеллектуалов происходит зарождение и формирование концепта «общество посттруда». В конце XIX в. выходит работа «Право на леность» французского революционера-марксиста Поля Лафарга. В этом небольшом по объему эссе Лафарг объявляет любовь к труду безумием: «В капиталистическом обществе труд есть причина духовного вырождения и физического уродства» [Лафарг 1906, 2]. Для Лафарга излишний труд рабочего – наихудшее рабство, он «умерщвляет плоть и терзает нервы» [Лафарг 1906, 10]. Освободиться сам и освободить человечество от бремени труда, по мнению Лафарга, должен был класс пролетариата. Революционер призывал ограничить труд тремя часами в день: «...только тогда, когда труд будет правильно организован и ограничен тремя часами в день, он станет приправой к удовольствиям лености, благодетельным упражнением для человеческого тела, полезной страстью для общественного организма» [Лафарг 1906, 8]. Лафарг был уверен, что уменьшение рабочего дня не уменьшит, а, наоборот, увеличит производительность человеческого труда, а капиталистов заставит развивать их машины «из дерева и железа» взамен машин «из костей и мяса». «Пролетарии забрали себе в голову

принудить капиталистов к 10-часовой работе в рудниках и на фабриках, – в этом состоит главное зло, причина общественного антагонизма и гражданских войн. Не навязывать, а запрещать нужно работу», – к такому выводу приходит Лафарг [Лафарг 1906, 15]. В будущем заменить человека, по мнению Лафарга, должны будут машины: «Наши машины с огненным дыханием, с неутомимыми стальными членами, с удивительной производительной силой послушно совершают сами свой труд, и все же гений великих философов капитализма остается, как и прежде, во власти предрассудка наемного труда, наихудшего рабства. Они еще не понимают, что машина – искупитель человечества, бог, который освободит человечество от грязных искусств и наемного труда, бог, который даст ему досуг и свободу» [Лафарг 1906, 15]. Общество посттруда для Лафарга – это общество не наемных, а свободных пролетариев, труд которых заменен работой машины. Для наступления этого будущего, как считал марксистский теоретик, пролетарии должны требовать от капиталистов ограничить рабочий день, а также развивать машинное производство.

Еще одним значительным исследованием, внесшим вклад в формирование концепта «общество посттруда», стал «Трактат об умении жить для молодых поколений» бельгийского ситуациониста Рауля Ванейгема. В этой работе, вышедшей почти через сто лет после «Прав на леность», Ванейгем критикует императивы производительности в условиях капиталистической и советской экономик. Императивы производительности, по его мнению, стали императивами выживания, принцип продуктивного труда заменил собой принцип феодальной власти: «...нищета рабочих классов сделала право на работу созвучным праву на рабство, к которому на заре человечества взывали ожидающие казни пленники. Забота здесь в первую очередь в том, чтобы не исчезнуть физически, в том, чтобы выжить» [Ванейгем 2005, 23]. Миссия наемного труда, по мнению Ванейгема, состоит в «физическом ослаблении наибольшего количества людей, их коллективной кастрации и огуплении до такой степени, что они становятся восприимчивыми к наименее плодоносным, наименее зрелым, наиболее дряхлым идеологиям, когда-либо существовав-

шим в истории лжи» [Ванейгем 2005, 24]. Принудительный труд для Ванейгема – варварская процедура поддержания порядка. Ванейгем пишет: «...уже установился фронт против принудительного труда; уже действия отрицания моделируют сознание будущего» [Ванейгем 2005, 23]. Автор упоминает кибернетику и автоматику в качестве основы для массовой замены рабочих «механическими рабами», а также предлагает требовать автоматизации и десятичасовой рабочей недели.

Таким образом, представляется, что зарождение и последующее формирование концепта «общество посттруда» происходило в русле антикапиталистических идей XIX–XX вв., однако «антирабочистские» идеалы не нашли широкой поддержки в социалистических кругах своего времени, так как официальная позиция социалистических партий многих государств признавала наемный труд и рабочий класс в качестве незыблемых основ социалистических обществ.

Современный этап развития теории концепта «общество посттруда» также связан с развитием европейской левой политики и трудами преимущественно левых интеллектуалов. Как уже было сказано, экономические кризисы последних десятилетий дали толчок для развития многих посткапиталистических концептов, и концепт «общество посттруда» – не исключение, он фактически переживает свое второе рождение, наполняясь новыми смыслами и идеями.

Новый этап в развитии концепта «общество посттруда» начался, как нам представляется, с выходом в 1985 г. эссе американского публициста и анархиста Б. Блэка «Упразднение работы». В этом радикальном по своему характеру произведении Блэк объявляет труд источником всех человеческих несчастий: «Труд – источник чуть ли не всех человеческих несчастий. Назовите любое почти зло – оно происходит из-за труда или из-за того, что наш мир построен вокруг труда. Чтобы перестать страдать, надо перестать работать» [Блэк 2004]. Блэк призывает к луддитской революции: взамен общества, построенного вокруг наемного труда, автор предлагает построить общество, основанное на игре. Под игрой Блэк понимает «празднества, творчество, содружество, сообщничество, может быть даже

искусство» [Блэк 2004]. Общество посттруда для Блэка – луддитское общество, лишенное «фабричного фашизма и офисной олигархии». Автор предлагает идти к упразднению наемного труда несколькими путями: с одной стороны, сократить объем выполняемого бесполезного труда, а с другой стороны, преобразовать полезный труд в «восхитительное разнообразие игр и ремесел – неотличимых от других видов приятного времяпрепровождения, но дающих в конце концов полезный продукт» [Блэк 2004]. Оставшуюся малую часть необходимого труда автор также предлагает сократить за счет автоматизации и кибернетизации.

В 1995 г. выходит книга американского социального философа, известного теоретика посткапитализма Д. Рифкина «Конец работе: глобальный упадок занятости и заря пострыночной эры». В этом труде Рифкин говорит о том, что машины все активнее замещают людей во многих отраслях глобальной экономики и в грядущие годы страны столкнутся с технологической безработицей и ликвидацией массовой занятости. По прогнозам Рифкина, появление экономики с практически автоматизированным производством возможно уже к середине XXI века. Замещение работающих машинами заставит страны пересмотреть свои представления о роли людей в социальном процессе, уверяет Рифкин [Rifkin 1996].

Наконец, в вышедшей в 2015 г. книге Н. Срничека и А. Уильямса «Изобретая будущее, посткапитализм и мир без труда» концепт «общество посттруда» предлагается в качестве нового политического проекта левого движения. На фоне кризиса капитализма, который, по убеждению авторов, не может обеспечить всех нуждающихся рабочими местами, авторы формируют образ посттрудового будущего и призывают левых мобилизоваться вокруг посттрудового консенсуса. Посттрудовое общество, по их мнению, должно наступить за счет полной автоматизации экономики (замены человеческого труда машинным), сокращения рабочей недели, реализации идеи всеобщего базового дохода и культурного сдвига по отношению к работе и трудовой этике [Срничек, Уильямс 2019]. Срничек и Уильямс уверены, что для большинства людей наемный труд на кого-либо не сопряжен ни с каким смыслом, он просто «позволяет оплачивать счета» [Срничек, Уиль-

ямс 2019, 183]. Авторы предлагают проект посттрудового будущего, который, по их мнению, опрокинет существующие идеи о необходимости и желательности наемного труда, они предлагают всем, кто потерял рабочие места, не бороться за то, чтобы их снова включили в общество труда, а создавать условия для воспроизводства своей жизни вне наемного труда.

Таким образом, в качестве теоретических оснований рассматриваемого концепта, присущих многим теориям посттруда, мы можем выделить:

- теоретическую критику капитализма, основанную на представлении о том, что именно капитализм способствовал широкому распространению наемного труда среди населения и превратил его в основной вид труда, а работников докапиталистического мира превратил в пролетариев, вынужденных продавать свой труд ради выживания;

- теоретическое обоснование необходимости ограничения рабочего времени: как рабочего дня, так и рабочей недели;

- теоретическое обоснование роли машинного производства, автоматизации и роботизации как условия замены человеческого труда машинным.

На современном этапе развития концепта «общество посттруда» к вышеобозначенным теоретическим основаниям добавляются:

- признание неизбежности ликвидации массовой занятости и возникновения технологической безработицы;

- констатация необходимости культурного сдвига по отношению к трудовой этике.

Мы признаем принципиальную достижимость в будущем трудовой парадигмы, которая будет отличаться от современной тем, что не будет основана на постоянном оплачиваемом наемном труде в качестве основной формы труда. Однако для укоренения в общественном сознании концепт «общество посттруда», как нам представляется, все еще нуждается в идейной доработке и уточнении теоретических оснований.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Блэк 2004 – Блэк Б. Анархизм и другие препятствия для анархии. М.: Гилея, 2004.

- Бродель 1992 – *Бродель Ф.* Время мира. Материальная цивилизация, экономика и капитализм XV–XVIII вв. М.: Прогресс, 1992.
- Ванейгем 2005 – *Ванейгем Р.* Революция повседневной жизни. Трактат об умении жить для молодых поколений. М.: Гилея, 2005.
- Лавровский 1925 – *Лавровский В.М.* Английский капитализм во второй половине XIX века: История в источниках. М.: Госиздат, 1925.
- Лафарг 1906 – *Лафарг П.* Право на лень. СПб.: М. Малых, 1906.
- Маркс, Энгельс 1955 – *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинения. В 30 т. Т. 1. М.: Госполитиздат, 1955.
- Международный пакт... web – Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах (Нью-Йорк, 19 декабря 1966 г.) [Сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных с иностранными государствами] // [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/pactecon.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactecon.shtml).
- Сенека 1940 – *Сенека Л.А.* О благодеяниях // Зубов В.П., Петровский Ф.А. Архитектоника античного мира. М.: Изд-во Акад. архитектуры СССР, 1940. С. 34–68.
- Срничек, Уильямс 2019 – *Срничек Н., Уильямс А.* Изобретая будущее: посткапитализм и мир без труда. М.: Strelka Press, 2019.
- Цицерон 1993 – *Цицерон М.Т.* О старости. О дружбе. Об обязанностях. Книга I, XLII, 150. М.: Наука, 1993.
- Global Employment Trends... web – Global Employment Trends 2014: Risk of a Jobless Recovery? [International Labour Office. Geneva: ILO, 2014] // <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/global-employment-trends/2014/lang—en/index.htm>.
- Gopinath web – *Gopinath G.* The Great Lockdown: Worst Economic Downturn Since the Great Depression // <https://blogs.imf.org/2020/04/14/the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression/>.
- ILO Monitor... web – ILO Monitor: COVID-19 and the World of Work. Sixth edition Updated Estimates and Analysis // [https://ilo.org/global/topics/coronavirus/impacts-and-responses/WCMS\\_755910/lang—en/index.htm](https://ilo.org/global/topics/coronavirus/impacts-and-responses/WCMS_755910/lang—en/index.htm)
- Rifkin 1996 – *Rifkin J.* The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era. N. Y.: G. P. Putnam's Sons, 1996.
- Perelman 2000 – *Perelman M.* The Invention of Capitalism: Classical Political Economy and the Secret History of Primitive Accumulation. Durham: Duke University Press, 2000.

## REFERENCES

- Black B., 2004. *Anarchism and Other Obstacles to Anarchy*. Moscow, Gileya Publ.
- Braudel F., 1992. *Time of the World. Material Civilization, Economy and Capitalism of the 15<sup>th</sup> – 18<sup>th</sup> Centuries*. Moscow, Progress Publ.
- Vaneigem R., 2005. *Revolution of Everyday Life. A Treatise on the Ability to Live for Young Generations*. Moscow, Gilea Publ.
- Lavrovsky V.M., 1925. *English Capitalism in the Second Half of the 19<sup>th</sup> Century: A History in Sources*. Moscow, Gosizdat Publ.
- Lafargue P., 1906. *The Right to Laziness*. Saint Petersburg, M. Malych.
- Marx K., Engels F., 1955. *Works. In 30 Vols. Vol. 1*. Moscow, Gospolitizdat Publ.
- International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights (New York, December 19, 1966). *Collection of Existing Treaties, Agreements and Conventions Concluded with Foreign States*. URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/pactecon.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactecon.shtml).
- Seneca L.A., 1940. About Beneficence. Zubov V.P., Petrovsky F.A. *Architectonics of the Ancient World*. Moscow, Izd-vo Akademii arkhitektury SSSR, pp. 34-68.
- Srnichek N., Williams A., 2019. *Inventing the Future: Post-Capitalism and a World Without Labor*. Moscow, Strelka Press Publ.
- Cicero M.T., 1993. *About Old Age. About Friendship. About Responsibilities. Book I, XLII, 150*. Moscow, Nauka Publ.
- Global Employment Trends 2014: Risk of a Jobless Recovery? *International Labor Office. Geneva: ILO, 2014*. URL: <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/global-employment-trends/2014/lang—en/index.htm>.
- Gopinath G., 2020. *The Great Lockdown: Worst Economic Downturn Since the Great Depression*. URL: <https://blogs.imf.org/2020/04/14/the-great-lockdown-worst-economic-downturn-since-the-great-depression/>.
- ILO Monitor: COVID-19 and the World of Work. Sixth Edition Updated Estimates and Analysis*. URL: [https://ilo.org/global/topics/coronavirus/impacts-and-responses/WCMS\\_755910/lang—en/index.htm](https://ilo.org/global/topics/coronavirus/impacts-and-responses/WCMS_755910/lang—en/index.htm).
- Rifkin J., 1996. *The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era*. New York, G. P. Putnam's Sons.
- Perelman M., 2000. *The Invention of Capitalism: Classical Political Economy and the Secret History of Primitive Accumulation*. Durham, Duke University Press.

### **Information About the Author**

**Igor K. Morozov**, Postgraduate Student, Department of Philosophy and Theory of Law, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, imorozov95@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3577-7832>

### **Информация об авторе**

**Игорь Константинович Морозов**, аспирант кафедры философии и теории права, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, imorozov95@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3577-7832>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.5>

UDC 101.1:304

LBC 87.6



## WOMAN'S IMAGE IN SOCIAL DISCOURSIVE PRACTICES

Valentina A. Andreeva

Omsk State Technical University, Omsk, Russian Federation

**Abstract.** The concept of “image” is one of the leading categories of cognition of social reality, as well as one of the integral attributes of human thinking. Communication in modern society is characterized by the expansion of the visual sphere, the deconstruction of values, the transformation of gender roles. With the development of the media space, the image of a woman acquires new connotations in the public consciousness, which indicates the relevance of the chosen problem. Within the network society, one and the same image can be presented in different interpretations, equally legitimate, despite its possible contradiction. The construction of the image of a woman in the social system is associated with discursive practices that are inherent in a particular society. Gender identity is one of the universal constructs of social reality. Identity is formed on the basis of social interaction, and representations of the image of a woman are fixed in various symbolic connections that are manifested in discursive practices. From the point of view of the theory of social construction, developed by P. Berger and T. Luckmann, reality has a combined character, including subjective, objective and institutionalized aspects. Based on this, three levels of social construction of the image of a woman in discursive practices are proposed: consecutive, performative, and narrative. At the consecutive level, the image of a woman is realized in co-existence, as in the bodily experience of being in social reality and reflects the conditions for building the horizon of the human life world. At the performative level, the image of a woman is signified by means of performative acts. The performative act reflects any linguistic action that supports or denies the existing symbolic order and thereby creates it. At the narrative level, the image of a woman is a montage of a kaleidoscope of images representing the sociocultural experience of gender meaning.

**Key words:** image of a woman, gender, identity, subjectivation, performance, narrative.

**Citation.** Andreeva V.A. Woman's Image in Social Discursive Practices. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 39-44. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.5>

УДК 101.1:304

ББК 87.6

## ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В СОЦИАЛЬНЫХ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИКАХ

Валентина Александровна Андреева

Омский государственный технический университет, г. Омск, Российская Федерация

**Аннотация.** Понятие «образ» является одной из ведущих категорий познания социальной действительности, а также одним из неотъемлемых атрибутов мышления человека. Для коммуникации в современном обществе характерно расширение сферы визуального. Образ женщины с развитием медиапространства приобретает новые коннотации в общественном сознании, что указывает на актуальность выбранной проблемы. В рамках сетевого общества один и тот же образ может быть представлен в различных интерпретациях, равно легитимных, несмотря на их возможную противоречивость. Конструирование образа женщины в социальной системе связано с дискурсивными практиками, которые присущи тому или иному обществу. Гендерная идентичность – один из универсальных конструктов социальной реальности. Идентичность формируется на основе социального взаимодействия, а репрезентации образа женщины закреплены в различных символических связях, проявляющихся в дискурсивных практиках. С точки зрения теории социального конструирования, разработанной П. Бергером и Т. Лукманом, реальность имеет комбинированный характер, включающий субъективный, объективный и институционализированный аспекты. На основании этого предложено три уровня социального конструирования образа женщины в дискурсивных практиках: консеквативный,

перформативный и нарративный. На консекутивном уровне образ женщины осуществляется в со-бытии как в телесном опыте присутствия в социальной действительности и отражает условия построения горизонта жизненного мира человека. На перформативном уровне образ женщины означает посредством перформативных актов. Перформативный акт отражает какое-либо языковое действие, которое поддерживает или отрицает сложившийся символический порядок и тем самым творит его. На нарративном уровне образ женщины представляет собой монтаж калейдоскопических образов, репрезентирующий социокультурный опыт гендерного означивания.

**Ключевые слова:** образ женщины, гендер, идентичность, субъективация, перформативность, нарратив.

**Цитирование.** Андреева В. А. Образ женщины в социальных дискурсивных практика // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 39–44. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.5>

В самом широком определении образ есть отражение объекта в сознании. Образ женщины мы определяем как отображение матрицы существования женской гендерной группы. Понятие гендера стоит рассматривать как с позиции социального конструирования, так и с позиции экзистенциально-антропологической. Гендер имеет феноменальную-экзистенциальную антропологическую природу, для понимания которой необходимо обращение к социологии гендера. Подходя к вопросу социального конструирования гендера, имеет смысл интерпретировать гендер как не просто идею и понятие социального пола, а как перманентно творимый в жизненном мире феномен, который, как отмечает В.Н. Прямицин, «одновременно суть и реальность, и способ манипуляций ею» [Прямицин... web]. Из этого следует, что образ женщины в значительной степени субъективен как продукт индивидуального экзистенциального процесса самосознания. Но субъект включает в себя всегда лингвистическое условие своего существования и зависим от исторически сложившегося дискурса. Человек, обретая свое «Я», обретает образ себя, который он выстраивает из представлений о нем в его социальном окружении. Социальные нормы и установки несут за собой личностную унификацию, и несмотря на то, что экзистенциальная теория зачастую ставит приоритет индивидуального над социальным, становление личности невозможно вне социума. Экзистенция являет себя в социальном бытии, встраиваясь в общественные структуры и находясь в зависимости от социальной системы. Понятия гендера и образа женщины стоит рассматривать как проявление человеческой сущности, которая раскрывается посредством глубокого взаимодействия индивидуального и социального.

В современном (сетевом) обществе образ женщины становится вариативным в зависимости от контекста информационного поля, в котором он репрезентируется. В данной статье мы раскроем три уровня социального конструирования образа женщины в дискурсивных практиках: консекутивный, перформативный и нарративный.

Проявления образа женщины на всех уровнях тесно связаны друг с другом. Консекутивный уровень фиксирует идентификацию себя в качестве того или иного пола. Выражением внутренней жизни человека является его телесность. Социальное присутствие неотъемлемо от экзистенциального чувства внутри человека, который всегда погружен в определенные социальные условия и активно участвует в их изменении, будь то поддержание порядка либо отрицание (бунт). Данное участие человека осуществляется посредством телесности как опыта присутствия. Можно заключить, что на констатирующем уровне образ женщины закреплен в со-бытии.

В тело закладываются определенные паттерны поведения, которые выстраивают взаимоотношения человека с внешним миром и определяют его как личность. «Человек существует лишь настолько, насколько себя осуществляет. Он представляет собой, следовательно, не что иное, как совокупность своих поступков, не что иное, как собственную жизнь» [Сартр 1989, 333]. Тело включает в себя поведенческие основания: одежду, стандарты красоты и т. д. Общество учит владеть телом и обязывает человека выбирать те или иные символические позиции, предписываемые ему на нарративном уровне. Постыжение отдельной личностью экзистенции достигается в процессе приобретения опыта, который всегда социально обусловлен.



Перформативный уровень предопределяет выбор гендерной позиции. Внутри данного уровня заключается сложная проблема соотношения человека и общества, свободы и власти. Как итог, в условиях данных противоречий на констатирующем уровне приобретается Я. Конструирование Я связано с понятием идентичности как нахождением себя в тождестве с другими, с определенной социальной группой. Образ женщины является транслятором символических кодов женской гендерной группы, через присвоение и репрезентацию которых приобретается гендерная идентичность. Тело выступает носителем данных знаков, телесность есть результат процесса означивания. М. Фуко отмечает, что для понятия тела характерны «внесубъектность» и «аффектированность». В данном ключе М. Фуко выделяет субъект-субстанцию и телесный субъект, который является неидентичной себе формой. Женщина, по мнению М. Фуко, является одним из примеров неидентичной телесной, маргинальной субъективности [Фуко 1999].

Самосознание неотрывно от социокультурного контекста. В данном ключе существуют две противоположные позиции. Первая из них рассматривает субъективацию как подчинение (М. Фуко, Дж. Батлер), вторая предполагает свободный выбор субъекта и объясняет гендерную субъективацию с позиции символического сексуального маскарада (Ж. Лакан). Социальные представления оказывают существенное влияние на все стороны психической жизни человека и реализуются в социальных практиках. В каких случаях социальные представления становятся процедурами надзора, наказания, принуждения? Когда желания индивида не соответствуют коллективным? С точки зрения М. Фуко желание субъекта тоже является сконструированным [Фуко 1999, 46]. Знания, которые порождает индивид, укрепляют воздействие власти, так как она и создает механизмы конструирования субъекта и присущие ему желания. Желание – фундаментальное понятие человеческого опыта, формирующее индивидуальное и социальное бытие.

В теории психоанализа человек – это всегда желающий субъект; желания формируют его социальные позиции и определяют его как

личность. Объектом желания, закрепленным в бессознательном, является бытие само по себе, которое в своей полноте было утрачено. Желание вызывает нехватка чего-либо, и оно всегда направлено на получение наслаждения (jouissance). Существует определенная оппозиция между наслаждением и удовольствием. Принцип удовольствия выступает как закон или запрет, ограничивающий наслаждение. Стоит отметить, что преодоление принципа удовольствия не ведет к наслаждению, а приносит боль, так как субъект может вынести только определенное, ограниченное количество удовольствия. Наслаждение – это парадоксальное удовлетворение, приносящее страдание. Попытки преодоления принципа удовольствия в поисках наслаждения являются влечением к смерти [Evans 1996].

Выбор мужской или женской символической позиции Ж. Лакан полагает базисными при формировании субъективности. Субъект – это всегда субъект пола. «Мужчина» и «женщина» являются означающими, которые представляют эти две субъективные позиции. Означающего полового различия, которое бы полностью символизировало функции мужчины и женщины, не существует, поэтому не существует завершенной половой позиции. Отсюда неуверенность: «мужчина я или женщина?», так как половая идентичность субъекта проблемна. Ж. Лакан полагает, что данный вопрос порождает истерию, и ссылается на традиционное представление о связи истерии с женственностью. И хотя истерия свойственна обоим полам, она порождена вопросом: «Что такое женщина?» [Лакан 1997].

Ж. Лакан развивает понятие специфически женского наслаждения, находящегося по ту сторону удовольствия (закона); женское наслаждение принадлежит, подобно мистическому экстазу, «порядку беспредельного». Не существует женщины «как таковой», то есть женщины не поддаются обобщению. Продолжая свою мысль, Лакан говорит, что женщина «не-вся»; в отличие от мужчины, являющегося универсальной функцией (подтверждаемой наличием фаллического исключения – кастрации), женщина является не-универсальностью, не допускающей исключения. В этом смысле женщина сравнима с истиной, поскольку обеим присуща логика не-всего (не суще-

стует женщины «как таковой», невозможно высказать «всю истину») [Лакан 1997].

Дж. Батлер следует тезису М. Фуко о том, что субъективность воспроизводится властью, но в акте перформативного действия субъект может проявлять сопротивление, пародировать механизмы власти [Батлер 2002]. Если «душа есть следствие и инструмент политической анатомии» [Фуко 1999, 46], то кто является действующим лицом власти? Ж. Бодрийяр отмечает, что когда-то говорили, что массы молчат, но сейчас, напротив, массы активно включены в информационное поле благодаря глобализации, информатизации и сетевому устройству общества, что порождает опросы и прогнозы [Бодрийяр 2000]. Известно, что для массы характерна импульсивность, непреднамеренность, стирание индивидуальной ответственности, внушаемость. Симптомом истерии современного общества, в котором гендерные позиции находятся в процессе трансформации, является возрастание андрогинии. «Мужская» и «женская» позиции в символическом пространстве имеют нечеткие границы и отличаются неустойчивостью.

Нарративные образы служат базисом для гендерной самоидентификации и артикулируются в социокультурном пространстве. Образ женщины на нарративном уровне выступает как объект, процесс, результат, действие и структура одного или нескольких событий, характеризующихся информационной направленностью на получателя. Данные информационные потоки формируют исторические события, которые являются не просто фиксаторами каких-либо происходящих закономерных исторических процессов, но представляют собой интерпретацию этих процессов в контексте той или иной социокультурной ситуации, которая преобразует репрезентируемый образ в зависимости от соответствия его общепринятым социальным нормам и идеалам.

Образ женщины на нарративном уровне представляет собой монтаж калейдоскопа образов, репрезентирующий социокультурный опыт гендерного означивания. Нарратив всегда элемент дискурса. С точки зрения концепции интерпелляции, предложенной Л. Альтюссером, субъект производится в дискурсе в ответ на «запрос власти» [Альтюссер web].

Дж. Батлер полагает, что интерпелляция осуществляется на двух уровнях. Первый – это уровень подчинения и принятия оклика власти, второй – уровень негативной реакции субъекта, отказ, протест против оклика власти. Но интерпелляция может функционировать, даже если оклик отсутствует и субъект находится внутри политики молчаливого непризнания и игнорирования нужд маргинальных групп, к которым на продолжительном отрезке исторического времени относились и женщины [Батлер 2002].

Образ женщины традиционно регламентируется посредством детерминации, то есть наличия и обнаружения в сущем определенных установленных условий. В Античности положение женщины считалось обусловленным космическим порядком, в котором разумным (и, следовательно, благом) признавалось наличие иерархических связей, например, господина и раба, мужчины и женщины и т. д. [Аристотель 2000]. В средневековых теологических представлениях судьба женщины определяется божественной волей. С точки зрения психоанализа З. Фрейда образ женщины обусловлен ее биологическим (анатомическим) происхождением, которому соответствуют базовые психологические характеристики «женского» (в отличие от «мужского»). В работах З. Фрейда мужественность выступает в качестве универсального принципа. Развитие девочки и мальчика на ранних стадиях идентично. Все дети в раннем возрасте привязаны к матери, мать – первый объект желаний. Мать – это первый большой Другой, то есть индивидуализированная для каждого субъекта форма символического, как отмечает Ж. Лакан. Однако на поздних этапах психологическое развитие девочки начинает отклоняться под влиянием комплекса кастрации, обусловленного отсутствием у нее мужских половых органов.

З. Фрейд полагает, что половая позиция формируется полом родителя, с которым субъект идентифицирует себя [Фрейд 2017]. Согласно Ж. Лакану, напротив, символическая идентификация всегда происходит с Отцом, поэтому половую позицию определяет не идентификация, а отношения субъекта к Закону, который фаллоцентричен. Непосредственных отношений между мужчиной и женщиной

не существует, так как они разворачиваются только лишь в поле языка. С точки зрения Ж. Лакана, женщина существует для мужчины не как действительный субъект, но только как фантазматический объект, как причина его желания, и вступает в отношения между полами только как мать [Лакан 1997]. Ю. Кристева также обращается к феномену материнства для объяснения позиции женского в культурном пространстве. Подходя к вопросу о становлении субъекта в целом, она выделяет семиотическую и символическую стадии субъективации. Обе стадии сопряжены с социокультурной ролью фигур матери и отца, значимость которых меняется в зависимости от определенного этапа лингвopsихологического становления субъекта. На семиотической стадии субъект не может поставить границу между собой и матерью, между внешним и внутренним и оперирует только до-вербальными аффектами. Разделение реального и символического происходит в процессе обретения знака, установления языковой системы и идентификации субъекта. Фигура отца содействует непосредственному становлению субъективного Я: «две силы стремятся поделить общество между собой. Одна, мужская, по виду победитель, признает, прежде всего своей ожесточенностью против другой, женской, что он запуган асимметричной, иррациональной, хитрой, неконтролируемой силой» [Кристева 2003, 106].

Смена фаз осуществляется через подавление материнского, которое воспринимается как угроза идентичности и сложившихся культурных основ. Посредством вытеснения материнского субъект достигает автономии и сохраняет порядок существующего социально-культурного устройства. Связь женщины с природой и ее роль в процессе рождения является причиной вытеснения женского в культуре. В механизме субъективации личности Ю. Кристева прослеживает связь роли материнского с феноменом отвращения: «Отвратительное – это то, что взрывает самоотжесточенность, систему, порядок. То, что не признает границ, положений дел, правил» [Кристева 2003, 39]. Негативное созидание способствует становлению субъекта, который отделяется от угрозы посредством чувства отвращения: «Экскремент и его эквиваленты (гни-

ение, инфекция, болезнь, труп и т. д.) представляют опасность, идущую извне идентичности: я испытывает угрозу со стороны не-я, обществу угрожает нечто внешнее, жизни угрожает смерть. Менструальная кровь, наоборот, представляет собой опасность, идущую изнутри идентичности (социальной или сексуальной); она угрожает отношению между полами в социальном сообществе и, через интериоризацию, идентичности каждого пола при решении вопроса о различии полов» [Кристева 2003, 107]. Ж. Батай отмечает, что ужас перед животными сексуальными потребностями всегда связан с отвращением смерти. Построение культурной среды и возвышение человека над средой естественной порождает отрицание как губительной, так и созидательной силы природы. В работе «История эротизма» автор называет человечество «высочками», стыдящимися своего происхождения. Человек устанавливает границы между природными и культурными мирами, погрузив во тьму и стремясь удалить из сферы своих смыслов формы животности. Отвращение сексуальной животной природы приводит к порождению эротизма – особой формы сексуальности, присущей только человеческому роду. Ж. Батай полагает, что сущность человека дана в запрете на инцест, вследствие которого возникает дарование женщин. Проблема инцеста опосредована системой социальных отношений и фактически заключена в рамках семьи. Автор подчеркивает, что процедура дарения женщин в архаичном институте брака является не просто выгодной сделкой первобытного сообщества во имя безопасности и экономического благополучия, но имеет также социальное, религиозное, правовое и моральное значение. Эротизм устремлен к наслаждению и лишен практической пользы – подобно тому как процедура дарения женщин противоположна торгу и подсчету прибыли. Ж. Батай называет физический половой акт даром бурлящей энергии, а сексуальные отношения в целом определяет как движение и коммуникацию, требующую отдачи, которая лежит в основе дарения женщин. Отказ, воздержание от животного начала есть сущность человечности, и эротизма не существовало бы без почитания запретных ценностей [Батай 2007].

Таким образом, три уровня социального конструирования образа женщины в дискурсивных практиках (консеквативный, перформативный, нарративный) раскрывают методологические перспективы изучения образа женщины и объясняют мотивы разграничения гендерных позиций, так как социальная система соответствует организации говорящего субъекта в символическом порядке.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аристотель 2000 – *Аристотель*. Политика. М.: РИПОЛ классик, 2010.
- Альтюссер web – *Альтюссер Л.П.* Идеология и идеологические аппараты государства [Неприкосновенный запас. 2011. № 3] // [https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyu\\_zapas/77\\_nz\\_3\\_2011/article/18605/](https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyu_zapas/77_nz_3_2011/article/18605/).
- Батай 2007 – *Батай Ж.* История эротизма. М.: Логос, 2007.
- Батлер 2002 – *Батлер Дж.* Психика власти: теории субъекции. СПб.: Алетейя, 2002.
- Бодрийяр 2000 – *Бодрийяр Ж.* Прозрачность зла. М.: Добросвет, 2000.
- Кристева 2003 – *Кристева Ю.* Силы ужаса: эссе об отвращении. СПб.: Алетейя, 2003.
- Прямыцин... web – *Прямыцин В.Н.* К экзистенциально-онтологической феноменологии понятия «гендер» [Грани познания. 2010. Июнь, № 2 (7)] // <http://www.grani.vspu.ru/jurnal/7>.
- Сартр 1989 – *Сартр Ж.-П.* Экзистенциализм – это гуманизм // Сумерки богов. М.: Политиздат, 1989. С. 319–344.
- Лакан Ж. 1997 – *Лакан Ж.* Инстанция буквы в бессознательном, или Судьба разума после Фрейда // Лакан Ж. Инстанция буквы, или Судьба разума после Фрейда. М.: Рус. феноменол. о-во: Логос, 1997. С. 54–87.
- Фуко 1999 – *Фуко М.* Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы. М.: Ad Marginem, 1999.
- Фрейд 2017 – *Фрейд З.* Очерки по психологии сексуальности. М.: Изд-во «Э», 2017.
- Evans 1996 – *Evans D.* An Introductory Dictionary of Lacanian Psychoanalysis. L.: Routledge, 1996.

### REFERENCES

- Aristotle, 2000. *Politics*. Moscow, RIPOL klassik Publ.
- Althusser L.P., 2011. Ideology and ideological state apparatuses. *Neprikosnovennyu zapas*, no. 3. URL: [https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyu\\_zapas/77\\_nz\\_3\\_2011/article/18605/](https://www.nlobooks.ru/magazines/neprikosnovennyu_zapas/77_nz_3_2011/article/18605/).
- Bataille Zh., 2007. *The History of Eroticism*. Moscow, Logos Publ.
- Butler J., 2002. *The Psychic Life of Power: Theories of Subjection*. Saint Petersburg, Aleteya Publ.
- Baudrillard J., 2000. *Transparency of Evil*. Moscow, Dobrosvet Publ.
- Kristeva Yu., 2003. *Powers of Horror: An Essay on Abjection*. Saint Petersburg, Aleteya Publ.
- Pryamitsin V.N., 2010. Towards the Existential-Ontological Phenomenology of the Concept of “gender”. *Grani poznaniya*, June, no. 2 (7). URL: <http://www.grani.vspu.ru/jurnal/7>.
- Sartre J.P., 1989. Existentialism is Humanism. *Twilight of the Gods*. Moscow, Politizdat Publ., pp. 319-344.
- Lacan J., 1997. The Instance of the Letter in the Unconscious, or The Fate of the Mind After Freud. Lacan J. *The Instance of the Letter in the Unconscious, or The Fate of the Mind After Freud*. Moscow, Ruskoe fenomenologicheskoe obshchestvo Publ., Logos Publ., pp. 54-87.
- Foucault M., 1999. *Discipline and Punish. The Birth of the Prison*. Moscow, AdMarginem Publ.
- Freud Z., 2017. *Essays on the Psychology of Sexuality*. Moscow, Izd-vo «E».
- Evans D., 1996. *An Introductory Dictionary of Lacanian Psychoanalysis*. London, Routledge.

### Information About the Author

**Valentina A. Andreeva**, Postgraduate Student, Department of History, Philosophy and Social Communications, Omsk State Technical University, Prosp. Mira, 11, 644050 Omsk, Russian Federation, andreeva\_valyaaa@bk.ru, fmg@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1395-3874>

### Информация об авторе

**Валентина Александровна Андреева**, аспирант кафедры истории, философии и социальных коммуникаций, Омский государственный технический университет, просп. Мира, 11, 644050 г. Омск, Российская Федерация, andreeva\_valyaaa@bk.ru, fmg@bk.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1395-3874>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.6>

UDC 316.3

LBC 60.5



**PROFESSIONAL SUBJECTIVITY AND EMPLOYERS' TRUST  
IN UNIVERSITY GRADUATES  
AS AN ELEMENT OF LABOR MARKET CULTURE<sup>1</sup>**

**Alexander G. Tyurikov**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

**Angelina V. Vlasova**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

**Abstract.** The article deals with the problem of lack of trust between employers and graduates of higher educational institutions. The object-subject area of the article is the process of forming trust between university graduates and employers. The article substantiates the relationship between the economic culture of a person and his professional subjectivity. The theoretical and methodological basis of the study is the model of P. Shtompka's culture of trust. The hypothesis is tested that the professional subjectivity of a graduate affects the formation of a trusting relationship between him and his employer, and it is easier for a graduate with pronounced characteristics of professional subjectivity to build a trusting relationship with his employer. The application of the method of traditional analysis of documents allowed us to determine the main approaches to the study of the phenomenon of professional subjectivity: economic, legal, sociological and psychological. To test the hypothesis, both quantitative and qualitative methodology was used, in particular, methods of a questionnaire survey of graduates, a series of semi-formal interviews with employers. The use of these methods made it possible to study the influence of professional subjectivity of graduates on the trust of employers. According to the results of the study, it was possible to identify criteria of mutual trust for employers and for graduates, to compile a generalized portrait of a graduate who will cause distrust of the employer at the interview stage. In addition, it has been revealed what prevents these subjects from building trusting relationships and which practices that contribute to increasing trust between graduates and employers they see as more effective. The social types of graduates are identified and described: "interested", "earners" and "careerists", who are assessed by the level of formed trust in the employer at the intersection of the bases of professional orientation and trust-forming conditions. The article concludes with the results of hypothesis testing, as well as the directions of further scientific research and the practical significance of the conducted research.

**Key words:** economic culture, labor market, professional subjectivity, employers' trust in graduates, trust criteria.

**Citation.** Tyurikov A.G., Vlasova A.V. Professional Subjectivity and Employers' Trust in University Graduates As an Element of Labor Market Culture. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 45-54. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.6>

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ И ДОВЕРИЕ  
РАБОТОДАТЕЛЕЙ К ВЫПУСКНИКАМ ВУЗОВ  
КАК ЭЛЕМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ<sup>1</sup>****Александр Георгиевич Тюриков**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация

**Ангелина Вячеславовна Власова**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема дефицита доверия между работодателями и выпускниками высших учебных заведений. Объектно-предметной областью статьи выступает процесс формирования доверия между выпускниками вузов и работодателями. В статье обосновывается взаимосвязь экономической культуры человека и его профессиональной субъектности. Теоретико-методологической основой исследования избрана модель культуры доверия П. Штомпки. Проверяется гипотеза о том, что профессиональная субъектность выпускника влияет на формирование доверительных отношений между ним и его работодателем, причем выпускнику с выраженными характеристиками профессиональной субъектности легче выстроить доверительные отношения со своим работодателем. Применение метода традиционного анализа документов позволило определить основные подходы к изучению феномена профессиональной субъектности: экономической, правовой, социологической и психологической. Для проверки гипотезы применялась как количественная, так и качественная методология, в частности методы анкетного опроса выпускников, серия полуструктурированных интервью с работодателями. Применение данных методов позволило изучить влияние профессиональной субъектности выпускников на доверие работодателей. По результатам исследования удалось выделить критерии взаимного доверия для работодателей и выпускников, составить обобщенный портрет выпускника, который вызовет недоверие работодателя на этапе собеседования. Кроме этого, выявлено, что мешает данным субъектам выстроить доверительные отношения и какие практики, способствующие повышению доверия между выпускниками и работодателями, они видят более эффективными. Выделены и описаны социальные типы выпускников: «интересующиеся», «добытчики» и «карьеристы», которые оценены по уровню сформировавшегося доверия к работодателю по пересечению оснований «профессиональная ориентация» и «формирующие доверие условия». В заключении статьи приводятся результаты по проверке гипотез, а также предлагаются направления дальнейшего научного поиска и практическая значимость проведенного исследования.

**Ключевые слова:** экономическая культура, рынок труда, профессиональная субъектность, доверие работодателей к выпускникам, критерии доверия.

**Цитирование.** Тюриков А. Г., Власова А. В. Профессиональная субъектность и доверие работодателей к выпускникам вузов как элемент экономической культуры // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 45–54. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.6>

В настоящее время получение высшего образования становится не столько формальной необходимостью, а в большей степени результатом образовательной деятельности по формированию профессиональных и мягких компетенций (*hard, soft, transferable skills*). Овладевая ими, выпускник университета становится более востребованным работником в глазах работодателя. Однако на практике одного наличия диплома и некоторого пула сформированных навыков становится недостаточ-

но для того, чтобы получить желаемое место работы [Кох, Орлов web]. В связи с этим возникает противоречие, где, с одной стороны есть выпускники высших учебных заведений, заинтересованные в своем успешном трудоустройстве и, с другой стороны, работодатели, которые в силу ряда причин могут отказать выпускникам в найме без объективных оснований и аргументов. По данным опроса аналитической службы «Head Hunter», 65 % россиян-соискателей сталкивались с обманом

от потенциальных работодателей, и студенты не стали исключением. Около 53 % студентов, не имевших опыта работы, стали жертвами нечестности hr-специалистов и недобросовестности руководства компаний [Костенко web].

В решении этого вопроса заинтересованы и органы государственной власти. Согласно данным статистики, сегодня в России каждый четвертый из зарегистрированных безработных моложе 30 лет. В стране проживают 22,6 млн граждан от 15 до 30 лет, из которых 1,5 млн безработные, а около 2,8 млн работают неофициально. В категории граждан от 15 до 26 лет уровень занятости составляет 27 %. С целью борьбы с молодежной безработицей Минтруд России совместно с Минобрнауки России разработали программу содействия трудоустройству молодежи до 2030 г. [Востребованность... web].

Проблема недоверия на рынке труда является двухсторонней. Об этом свидетельствуют результаты опросов, проведенных среди работодателей. Согласно информации «Работа.ру», 7 из 10 работодателей считают, что для молодежи 18–24 лет характерно безответственное отношение к работе. Основной причиной отказа молодым специалистам 56 % работодателей называют проблемы с дисциплиной, а еще 45 % работодателей не готовы трудоустроить их из-за слишком высоких зарплатных ожиданий. Еще треть опрошенных (33 %) указывает на недостаток рабочих навыков у молодежи как кандидатов на должность. Примерно 30 % работодателей отметили неумение людей от 18 до 24 лет принимать критику [Работодатели рассказали... web]. Также работодатели имеют негативные представления в отношении навыков и уровня профессиональной подготовки студентов. В совокупности негативный опыт, неоправданные ожидания и субъективное отношение нанимателей к студентам как к кандидатам на должность в их компаниях и равноценным участникам рынка труда приводят к проблеме дефицита доверия между студентами и работодателями, а также к низкой легитимности высшего образования в глазах работодателя. Кроме того, по данным исследования АНО «Россия – страна возможностей», самыми важными качествами при трудоустрой-

стве выпускников для большинства работодателей называются три качества-критерия: ответственность (75 %), коммуникабельность (40 %) и целеустремленность (43 %) [Оценки не важны... web]. Проверить кандидата на соответствие этим критериям становится возможным только в ходе работы, так как они проявляются в процессе профессиональной социализации. Поэтому, нанимая очередного кандидата, работодателю приходится принимать решение о приеме на работу на основании «залога» доверия либо недоверия к выпускнику университета как молодому специалисту и формирующемуся профессионалу на перспективу. Для работодателя важно заранее сократить возможные риски некачественного найма, поэтому он оценивает не только профессиональную подготовку выпускника, но и его культурный уровень, исходя из своего понимания этих вопросов. Наравне с этим работодатели ожидают видеть в выпускнике как кандидате на должность способность распоряжаться собой и своими профессиональными ресурсами в соответствии со спецификой конкретной трудовой деятельности и желанием реализовать в данной сфере в конкретной организации. Другими словами, работодатель «ждет» выпускника, наделенного профессиональной субъектностью и «проектной» готовностью к интериоризации корпоративной культуры организации. Можно предположить, что недостаточно сформированная и слабо выраженная профессиональная субъектность выпускников подрывает доверие работодателей к ним. Как следствие, намерения выпускников работать по специальности, получаемой в университете, ослабевают, а сами работодатели признаются, что идут на риск, устраивая в свои компании молодых специалистов [Аналитический отчет... web].

Исследование влияния профессиональной субъектности на доверие работодателей к выпускникам является междисциплинарной комплексной темой, потому что охватывает целый спектр экономических, социокультурных и психологических аспектов, формирующих как профсубъектность, так и доверие на рынке труда: начиная от особенностей представителей молодежи как социальной группы и заканчивая сложившимися в государстве механизмами взаимодействия между инсти-

тутами образования и рынком труда [Александрова 2021, 29]. Все это находит выражение в том числе и в экономической культуре участников трудовых отношений, под которой понимается совокупность институционализованных, привычных установок и моделей поведения в области зарабатывания и распоряжения материальными средствами, благодаря которым индивиды адаптируются к социально-экономическим условиям своего существования.

Одним из определяющих элементов экономической культуры выпускника является его профессиональная субъектность. Актуальность данной проблемы подтверждается развернувшимся междисциплинарным научным дискурсом среди российских и зарубежных авторов, основные идеи которого представлены в таблице 1.

Среди мягких компетенций профсубъектности экспертами выделяется доверие как практика взаимодействия в команде, готовность к сотрудничеству и т. д. На практике исследователи могут изучать явления доверия через обратный процесс – установки к формированию недоверия. Особенно такое рассмотрение «от обратного» характерно для исследований по вопросам институционального доверия, замерам социально-психологического климата в коллективе и оценке уровня социального оптимизма. Доверие и недоверие населения может выражаться также и в оцен-

ке деятельности социального института с позиции населения в целом или отдельных социальных групп [Журавлев, Сумарокова 2012, 34]. Кроме этого, доверие можно представить, как отношения, которые возникли между субъектами социального взаимодействия.

Анализ теоретическо-методологической рамки помог уточнить определение профессиональной субъектности, под которой авторы понимают доказанное умение выпускника распоряжаться приобретенными в период обучения и вторичной занятости компетенциями в соответствии с притязаниями реализовать себя в профессии. Содержательно она представляет собой комплекс способностей выпускника, позволяющий ему считать («чувствовать») себя профессионалом и действовать в различных профессиональных ситуациях так, как того требует специфика осуществляемой деятельности. Рассматривая профессиональную субъектность как элемент экономической культуры молодежи, авторы приходят к необходимости изучения феномена доверия [Большунов, Большунова, Тюриков web].

Под доверием работодателя понимается возникновение у работодателя (в качестве доверяющего) ожидания того, что выпускники (доверяемые) будут вести себя социально и профессионально ожидаемо и одобряемо, в согласии с их собственными и общественными представлениями о профессиональных нормах и ценностях. П. Штомпка, описывая кон-

Таблица 1

**Подходы к определению понятия «профессиональная субъектность»**

Подходы	Основные идеи
Философский: С.Л. Франк [Франк 1995, 69], Л. Фейербах [Маркс 1955, 4], Э. Фромм [Фромм 1995, 210], М. Хайдеггер [Heidegger 1977, 75], М. Шелер [Шелер 1994, 129]	Впервые поднимается проблема субъектности, которая рассматривается только в аспекте характеристик отдельной личности, с ее субъектным опытом и сознанием
Психологический: Л.С. Выготский [Выготский 1960, 461], Т.П. Скрипкина, Е.П. Крищенко [Скрипкина, Крищенко web]	В определение субъектности включаются такие элементы ментального здоровья человека, как осознанность, воля, мораль, понимание свободы и ответственности, адаптивность к изменениям
Педагогический: А.Б. Денисова [Денисова 2015, 214], Д.Б. Эльконин [Эльконин 1989, 460], О.В. Темнятина [Темнятина 2014, 483]	Проблема формирования профессиональной субъектности является следствием взросления и трудового становления человека, связывается с процессом профориентации. Характеризуется социальной активностью, реализацией трудового и творческого потенциала
Социологический: Ю. Хабермас [Хабермас 1991, 195], А.М. Васильева [Васильева web], В.А. Ядов [Ядов 1994, 35], А.Г. Тюриков, А.Я. Большунов [Тюриков, Большунов 2019]	Профессиональная субъектность отождествляется со способностью человека распоряжаться различными обстоятельствами в контексте профессиональной деятельности



цепцию доверия, выделяет 7 основных типов доверия: индивидуальное, групповое, ролевое, категориальное, институциональное, рыночное и системное [Штомпка 2005, 280]. На основании данной классификации предлагается рассматривать четыре возможных направленности (траектории) доверия в зависимости от ведущей установки участников трудовых отношений (табл. 2).

Наиболее эффективными ведущими установками является обоюдность позитивных ожиданий, поэтому следует рассматривать доверие как двухсторонний деятельностный процесс и изучать установки и поведение не только работодателей, но и самих выпускников. С этой целью авторами было проведено исследование «Влияние профессиональной субъектности на доверие работодателей к выпускникам-социологам». Выборку исследования методом анкетного опроса составили выпускники-бакалавры 2020 и 2021 гг. направления «Экономическая социология» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации ( $n = 110$  человек). В выборочную совокупность для серии глубинных интервью были отобраны 15 работодателей, представителей исследовательской индустрии. Критериями отбора стали взаимодействие с выпускниками социологического факультета (найм, ведение стажировок и практик, кураторство), опыт работы в организации от 3 лет, принадлежность деятельности работодателя к перечисленным профессиональным областям: социология, маркетинг, образование, менеджмент (управление персоналом).

Анализ полученных результатов исследования позволил выявить ряд особенностей формирования доверия между работодателем и выпускником вуза. Во-первых, отрасль профессиональной деятельности работодате-

ля не влияет на то, какие практики по формированию доверия с выпускниками высших учебных заведений он считает более эффективными, и никак не отражается на том, какие причины недоверия к выпускнику как кандидату на должность называет работодатель. Во-вторых, для специалистов всех областей являются универсальными критерии портрета (ожидаемого образа) выпускника, который вызовет недоверие при трудоустройстве. Так, для выпускника, вызывающего недоверие работодателя, характерны безграмотная речь (устная и письменная), отсутствие образа желаемого будущего, непонимание специфики своей профессии, отсутствие представлений о результатах своего обучения, равнодушие и незаинтересованность в профессиональном росте, неумение воспринимать критику. В-третьих, прослеживается закономерность – в зависимости от того, к какой области профессиональной деятельности принадлежит работодатель, он и рекомендует ту или иную профессиональную траекторию. Так, работодатели в сфере образования видят самой оптимальной для выпускников-социологов педагогическую траекторию: закончить аспирантуру и преподавать в университете, а работодатели в сфере маркетинговых исследований чаще всего советуют выпускникам начинать работать еще во время обучения в бакалавриате, чтобы после выпуска занимать управленческую должность и с имеющимся опытом получить возможность перейти на сторону заказчика.

При рассмотрении установок на доверие самих выпускников было выявлено, что выпускники-социологи не ориентированы в своей профессиональной деятельности на такие критерии, как общественная значимость, социоориентированность и полезность. На осно-

Таблица 2

**Взаимосвязь установки и направленности доверия**

Ведущая установка	Результат
Обоюдность положительных (позитивных) ожиданий	Взаимное доверие («Развитая культура доверия»)
Необоснованное доверие	Одностороннее доверие
Подтвержденные негативные ожидания	Одностороннее недоверие
Чрезмерное недоверие	Взаимное недоверие («Развитая культура недоверия»)

Примечание. Составлено авторами по: [Штомпка 2012, 143].

вании полученных результатов удалось типизировать выпускников не только по их профессиональным ориентациям, но и по факторам формирования доверия. Интересным наблюдением стало распределение средних оценок доверительности отношений выпускников к своим работодателям (табл. 3).

По результатам исследования были выделены три социальных типа выпускников. Самой многочисленной группой из всех опрошенных стал тип «Интересующиеся», для которых самой важной составляющей профессиональной деятельности служит собственный личный интерес и получение удовольствия от выполняемой работы. Интересующимся реже, чем всем остальным типам, удается выстроить доверительные отношения с работодателем, а помогает им завоевывать доверие их желание работать в конкретной компании, качественное выполнение прикладных заданий, в том числе и вводных тестовых именно в этой компании. Интересно, что именно эта категория выпускников заявляет о дефиците доверия к своим работодателям. Они осознают себя в профессии, знают, какую нишу хотят занимать, но подвержены влиянию собственных настроений и новизны больше, чем другие типы сотруddников.

Лучше удается выстраивать доверительные отношения с работодателем выпускникам типа «Карьеристы». Для них в профессии главное – регулярные повышения в должности, рост с уровня исполнителя до уровня управленца и всевозможные перспективы удовлетворения статусных потребностей, увеличение своего влияния на рост и развитие ком-

пании-работодателя. Достижению доверия между ними и работодателями способствуют больше не профессиональные качества и специальные навыки, а выражение мягких компетенций – коммуникабельность, реципрокность, умение вести переговоры. Считают, что вызвать доверие работодателя смогли за счет внешних данных, достижений во время учебы в вузе и личных человеческих качеств.

Самой малочисленной группой среди всех выпускников является тип «Добытчики». При этом их отношения с работодателями отличаются высоким уровнем доверия. Для них в выполняемой работе главное – справедливый и достойный размер оплаты их труда. Они имеют высокие зарплатные ожидания, основной мотиватор для них – прибавка к зарплате и премирование. В отличие от карьеристов они ценят стабильность профессии больше, чем карьерный рост и новые перспективы. Считают себя хорошими исполнителями, но не стремятся на руководящие позиции. Считают, что завоевать доверие работодателя изначально им помогли биографические факты, связи и знакомства. Почему именно эта категория демонстрирует большую доверительность отношений с руководством – вопрос для нового исследования.

На основе собранных мнений работодателей и выпускников удалось составить ряд практических рекомендаций на макро- и микро-уровне, которые могут повлиять на снижение дефицита доверия на рынке труда (см. табл. 4).

Так, университетам рекомендуется скорректировать стратегии своего развития в ча-

Таблица 3

**Распределение средних оценок доверительности отношений выпускников к своим работодателям по результатам авторского исследования**

Наименование по типизации	Ориентиры профессиональной деятельности выпускника	%	Что помогло сформировать выпускнику доверительные отношения с работодателем	Средняя оценка и уровень доверия
Интересующиеся	Личный интерес (профессиональная деятельность приносит удовольствие)	48	Желание работать именно в этой компании; качественно выполненное тестовое задание	4,6 (низкий уровень)
Добытчики	Высокий уровень оплаты труда (выше среднего по региону)	34	Связи и знакомства; факты из биографии	9,2 (высокий уровень)
Карьеристы	Карьерный рост (регулярное повышение в должности и новые перспективы)	18	Внешние данные (имидж, стиль); личностные качества; образовательный бэкграунд	7,1 (средний уровень)

сти сотрудничества и взаимодействия с работодателями, самим выпускникам стоит обратить внимание на существующие в регионе программы содействия трудоустройству выпускников. Студентам уже в период обучения необходимо посещать мероприятия с потенциальными работодателями и пробовать себя в различных конкурсах, где они смогут продемонстрировать свое профессиональное мастерство и сформировать необходимый пул компетенций, не только по своему профилю, но и по смежным отраслям. Все это поможет им выражать заинтересованность в своем профессиональном развитии и становлении.

Цифровизация процессов рекрутинга и оформления в штат, а также упрощение документооборота и отчетности помогут усовершенствовать механизмы взаимодействия выпускников и работодателей, что повысит заинтересованность в таком взаимодействии внешних субъектов. Как это ни покажется странным, но ситуация на рынке «удаленного труда» в период коронавирусных ограничений способствует профессиональному самоопределению и профсубъектности студентов.

Как уже отмечалось выше, работодатели выделяют множество факторов, оказывающих влияние на их решение о трудоустройстве выпускника, однако опыт работы в этом перечне практически уже не доминирует, но зато чаще работодатель обращает внимание на поведение выпускника при собеседовании, его профсубъектность, его заинтересованность и видение себя в этой профессии.

## Заключение

Результаты проведенного исследования показывают, что на доверие работодателей к выпускникам в большей степени влияют притязания выпускника реализоваться в профессии. По мнению работодателей, это выражается в заинтересованности выпускника развиваться в профессии, в его карьерном пути, в опыте научно-исследовательской деятельности.

Доверие, как отмечают работодатели и выпускники, формируется, если кандидат демонстрирует свои навыки и владение профессиональными компетенциями. Выпускникам и работодателям мешают выстроить доверительные отношения субъективные факторы.

Работодатели выделяют такие эффективные практики формирования профессиональной субъектности выпускников как функционирующие ассоциации выпускников, программы наставничества, совместные исследования и стажировки.

Проведенное исследование позволило определить направление дальнейшего научного поиска: оценка влияния программы наставничества на формирование профессиональной субъектности выпускников российских вузов, репутация университета как фактор доверия работодателей к выпускникам, сформированность экономической культуры выпускника и его профессиональные ориентации.

Таблица 4

### Практические рекомендации по повышению уровня доверия на рынке труда

Акторы формирования доверия	Практические рекомендации
Университеты	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Открыть стажерские площадки на базе университетов совместно с работодателями.</li> <li>2. Создать и развивать программу наставничества.</li> <li>3. Создать и развивать ассоциацию выпускников.</li> <li>4. Вовлечь студентов в научно-исследовательскую деятельность на уровне реальных исследований, НИР, грантов, стартапов в интересах рынка</li> </ol>
Выпускники	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Повышать уровень своих профессиональных компетенций.</li> <li>2. Использовать дополнительные каналы информирования о проводимых мероприятиях с участием компаний-работодателей как во внешней среде, так и внутри университета.</li> <li>3. Больше участвовать в конкурсных мероприятиях, востребованных у работодателей (кейс-чемпионаты, олимпиады, конкурсные проекты)</li> </ol>
Работодатели	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цифровизировать процесс рекрутинга и оформления в штат.</li> <li>2. Принимать участие во всероссийских ярмарках вакансий и сотрудничать с университетами</li> </ol>

## ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситету.

The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds under the state assignment of the Financial University.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Александрова 2021 – Александрова О.А. Экономическая культура как фактор финансового поведения россиян: роль архетипов и современного контекста // Народонаселение. 2021. Т. 24, № 2. С. 29–40. DOI: 10.19181/population.2021.24.2.3.
- Аналитический отчет... web – Аналитический отчет трудоустройства выпускников вузов 2020 года [Superjob] // <https://www.superjob.ru/research/articles/112409/vypusknikov-vuzov-bez-opyta-raboty-gotovy-trudoustroist-64>.
- Большунов, Большунова, Тюриков web – Большунов А.Я., Большунова С.А., Тюриков А.Г. Межкультурная коммуникация: вызовы глобальной трансформации жизненных миров [Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2019. № 6. С. 6–9] // <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-vyzovy-globalnoy-transformatsii-zhiznennyh-mirov>.
- Васильева web – Васильева А.М. Профессиональная субъектность в культурно-историческом аспекте [Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 17] // <http://e-koncept.ru/2016/46226.htm>.
- Востребованность... web – Востребованность университетских выпускников на рынке труда стала индикатором успешности ректоров [Министерство науки и высшего образования Российской Федерации] // [https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT\\_ID=40879](https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=40879).
- Выготский 1960 – Выготский Л.С. Развитие высших психических функций. М.: Изд-во Акад. пед. наук, 1960.
- Денисова 2015 – Денисова А.Б. Изменения в понимании профессионально значимых качеств выпускника технического вуза и подходов к их формированию // Методические вопросы преподавания инфокоммуникаций в высшей школе. 2015. Т. 4, № 1. С. 214–218.
- Журавлев, Сумарокова 2012 – Журавлев А.Л., Сумарокова В.А. Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные особенности // Журавлев А.Л. (ред.). Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. М.: Ин-т психологии РАН, 2012. С. 34–42.
- Костенко web – Костенко Я. Обвести вокруг ставки: 65 % россиян сталкивались с обманом при найме [Известия] // <https://iz.ru/1041169/iaroslava-kostenko/obvesti-vokrug-stavki-65-rossiian-stalkivalis-s-obmanom-pri-naime>.
- Кох, Орлов web – Кох И.А., Орлов В.А. Ценности и профессиональное самоопределение студенческой молодежи [Образование и наука. 2020. № 22 (2)] // <https://www.edscience.ru/jour/issue/view/83>. DOI: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2020-2-143-170>.
- Маркс 1955 – Маркс К. Тезисы о Фейербахе // Маркс К. Сочинения. Т. 3. М.: Госполитиздат, 1955. С. 4–78.
- Оценки не важны... web – Оценки не важны: работодатели рассказали, каких выпускников они ждут на работу [АНО «Россия – страна возможностей»] // <https://rsv.ru/news/1/1267>.
- Работодатели рассказали... web – Работодатели рассказали, почему не хотят брать молодежь на работу [РИА Новости] // <https://na.ria.ru/20210330/rabota-1603401379.html>.
- Скрипкина, Крищенко web – Скрипкина Т.П., Крищенко Е.П. Акмеологическое понимание субъектности взрослого человека [Доверие как фактор развития субъектности в онтогенезе. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2010] // <https://znanium.com/catalog/product/550882>.
- Темняткина 2014 – Темняткина О.В. Проектирование личностно развивающих образовательных технологий в компетентностном формате // Фундаментальные исследования. 2014. № 8-2. С. 483–487.
- Тюриков, Большунов 2019 – Тюриков А.Г., Большунов А.Я. Институты и нормативно-правовые условия формирования профессиональной субъектности в высшем образовании // Право и образование. 2019. № 8. С. 35–40.
- Франк 1995 – Франк С. Л. Предмет знания. Об основах и пределах отвлеченного знания. Душа человека. СПб.: Наука, 1995.
- Фромм 1995 – Фромм Э. Человеческая ситуация. М.: Смысл, 1995.
- Хабермас 1991 – Хабермас Ю. Понятие индивидуальности // Фролов И.Т. (ред.). О человеческом в человеке. М.: Политиздат, 1991. С. 195–206.
- Шелер 1994 – Шелер М. Положение человека в космосе // Шелер М. Избранные произведения. М.: Гнозис, 1994. С. 129–193.
- Штомпка 2005 – Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2005.
- Штомпка 2012 – Штомпка П. Доверие – основа общества. М.: Логос, 2012.
- Эльконин 1989 – Эльконин Д.Б. Проблема обучения и развития в трудах Л.С. Выготского // Давыдо-

- ва В.В. (ред.). Избранные психологические труды. М.: Педагогика, 1989. С. 460–470.
- Ядов 1994 – Ядов В.А. Социальная идентификация в кризисном обществе // Социологический журнал. 1994. № 1. С. 35–52.
- Heidegger 1977 – Heidegger M. Die Zeit des Weltbildes. Gesamtausgabe. Bd. 5. Frankfurt a. M.: V. Klostermann, 1977.
- REFERENCES**
- Alexandrova O.A., 2021. Economic Culture As a Factor of Financial Behavior of Russians: The Role of Archetypes and Modern Context. *Narodonaselenie*, vol. 24, no. 2, pp. 29-40. DOI: 10.19181/population.2021.24.2.3.
- Analytical Report on the Employment of University Graduates in 2020. *Superjob*. URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/112409/vypusnikov-vuzov-bez-opyta-raboty-gotovy-trudoustroist-64>.
- Bolshunov A.Ya., Bolshunova S.A., Tyurikov A.G., 2019. Intercultural Communication: Challenges of Global Transformation of Life World. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta*, no. 6, pp. 6-9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhkulturnaya-kommunikatsiya-vyzovy-globalnoy-transformatsii-zhiznennyh-mirov>.
- Vasilyeva A.M., 2016. Professional Subjectivity in the Cultural and Historical Aspect. *Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal «Koncept»*, vol. 17. URL: <http://e-koncept.ru/2016/46226.htm>.
- Demand for University Graduates in the Labor Market Has Become an Indicator of the Success of Rectors. *Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation*. URL: [https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT\\_ID=40879](https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=40879).
- Vygotsky L.S., 1960. *The Development of Higher Mental Functions*. Moscow, Izd-vo Akademii Pedagogicheskikh nauk.
- Denisova A.B., 2015. Changes in the Understanding of Professionally Significant Qualities of a Graduate of a Technical University and Approaches to Their Formation. *Metodicheskie voprosy prepodavaniya infokommunikacij v vysshej shkole*, vol. 4, no. 1, pp. 214-218.
- Zhuravlev A.L., Sumarokova V.A. Entrepreneurs' Trust in Different Types of Organizations: Regional Peculiarities. Zhuravlev A.L. (ed.). *Social'no-psihologicheskaya dinamika v usloviyah ekonomicheskikh izmenenij*. Moscow, Institut psihologii RAN, pp. 34-42.
- Kostenko Ya. Circle Around the Rate: 65 % of Russians Have Faced Fraud When Hiring. *Izvestiya*. URL: <https://iz.ru/1041169/iaroslava-kostenko/obvesti-vokrug-stavki-65-rossiian-stalkivalis-s-obmanom-pri-naime>.
- Koh I.A., Orlov V.A., 2020. Values and Professional Self-Determination of Student Youth. *Obrazovanie i nauka*, no. 2 (22). URL: <https://www.edscience.ru/jour/issue/view/83>. DOI: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2020-2-143-170>.
- Marx K., 1955. *Theses on Feuerbach. Essays. Vol. 3*. Moscow, Gospolitizdat, pp. 4-78.
- Grades are Not Important: Employers Told Which Graduates They are Waiting for to Work. *ANO «Rossiya – strana vozmozhnostej»*. URL: <https://rsv.ru/news/1/1267>.
- Employers Told Why They Do Not Want to Hire Young People. *RIA Novosti*. URL: <https://na.ria.ru/20210330/rabota-1603401379.html>.
- Skripkina T.P., Kryshchenko E.P., 2010. Acmeological Understanding of Adult Subjectivity. *Doverie kak faktor razvitiya subyektivnosti v ontogeneze*. Rostov-on-Don, Izd-vo YuFU. URL: <https://znanium.com/catalog/product/550882>.
- Temnyatkina O.V., 2014. Designing Personality-Developing Educational Technologies in a Competence-Based Format. *Fundamental'nye issledovaniya*, no. 8-2, pp. 483-487.
- Tyurikov A.G., Bolshunov A.Ya., 2019. Institutes and Regulatory Conditions for the Formation of Professional Subjectivity in Higher Education. *Pravo i obrazovanie*, no. 8, pp. 35-40.
- Frank S.L., 1995. *The Subject of Knowledge. About the Basics and Limits of Abstract Knowledge*. Saint Petersburg, Nauka Publ.
- Fromm E., 1995. *The Human Situation*. Moscow, Smysl Publ.
- Habermas Yu., 1991. The Concept of Individuality. Frolov I.T. (ed.). *O chelovecheskom v cheloveke*. Moscow, Politizdat Publ., pp. 195-206.
- Scheler M., 1994. The Position of Man in Space. Scheler M. *Izbrannyye proizvedeniya*. Moscow, Gnosis Publ., pp. 129-193.
- Shtompka P., 2005. *Sociology. Analysis of Modern Society*. Moscow, Logos Publ.
- Shtompka P., 2012. *Trust is the Foundation of Society*. Moscow, Logos Publ.
- Elkonin D.B., 1989. The Problem of Learning and Development in the Works of L.S. Vygotsky. Davydova V. V. (ed.). *Izbrannyye psihologicheskie trudy*. Moscow, Pedagogika Publ., pp. 460-470.
- Yadov V.A., 1994. Social Identification in a Crisis Society. *Sociologicheskij zhurnal*, no. 1, pp. 35-52.
- Heidegger M., 1977. *Die Zeit des Weltbildes. Gesamtausgabe. Bd. 5*. Frankfurt am Main, V. Klostermann.

### Information About the Authors

**Alexander G. Tyurikov**, Doctor of Sciences (Sociology), Professor, Head of the Sociology Department, Financial University under the Government of the Russian Federation, Prosp. Leningradsky, 49, 125167 Moscow, Russian Federation, AGTyurikov@fa.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8388-9543>

**Angelina V. Vlasova**, Specialist, Educational and Scientific Sociological Laboratory, Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation, Prosp. Leningradsky, 49, 125167 Moscow, Russian Federation, AVVlasova@fa.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3979-8542>

### Информация об авторах

**Александр Георгиевич Тюриков**, доктор социологических наук, профессор, руководитель Департамента социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, просп. Ленинградский, 49, 125167 г. Москва, Российская Федерация, AGTyurikov@fa.ru, <https://orcid.org/0000-0001-8388-9543>

**Ангелина Вячеславовна Власова**, специалист учебно-научной социологической лаборатории Департамента социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, просп. Ленинградский, 49, 125167 г. Москва, Российская Федерация, AVVlasova@fa.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3979-8542>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.7>

UDC 316.7

LBC 60.56

**THE EXPERIENCE OF APPROBATION  
OF THE METHODOLOGY FOR ASSESSING THE EFFECTIVENESS  
OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN EDUCATION  
ON THE EXAMPLE OF INTERNATIONAL STUDENT MOBILITY PROGRAMS <sup>1</sup>**

**Ekaterina V. Voevodina**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

**Abstract.** The article analyzes the results of testing the methodology for assessing the effectiveness of intercultural communications in education using the example of international student mobility programs at the Financial University under the Government of the Russian Federation in 2021. The methodology was developed within the framework of the research project “Intercultural communication in the global world: the experience of modeling and the use of new theoretical and methodological tools” taking into account the phenomenological approach and the ABC-concept of culture shock (Zhou Yu., Topping K., Todman J.). According to our theory, the species-forming signs of intercultural communication are the difference and deficiency of resources (linguistic, perceptual, instrumental and cognitive) shared by the communication participants. In this regard, the concept of intercultural competence in education is being clarified. This is an integral characteristic of a personality that provides resources for intercultural communication in the conditions of intersubjective interaction and mutual understanding in order to achieve the educational results set by the participants. The developed methodology is based on 8 criteria of effectiveness, and allows to carry out a quantitative assessment of communication on a 100-point scale and diagnose the barriers to adaptation of students. 68 graduates of international mobility programs took part in the approbation of the methodology. It was found that the least effective indicators of intercultural communication in education are associated with the production and reproduction of new forms of communication and the achievement of export influence. Difficulties in understanding the educational material by students, lack of confidence in communication with students and university teachers were also found. We have proposed practical recommendations for increasing the number of classes that would help to fill the deficiencies in the instrumental resources of communication and the export influence of education. In the activities of educational institutions, telecollaborations of students with the use of remote technologies can be applied. Telecollaboration is understood by us as a tool for joint reproduction and interpretation of resources for intercultural communication.

**Key words:** higher education, international students, intercultural communication, intercultural competence, culture shock, criteria for the effectiveness of intercultural communication.

**Citation.** Voevodina E.V. The Experience of Approbation of the Methodology for Assessing the Effectiveness of Intercultural Communication in Education on the Example of International Student Mobility Programs. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 55-65. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.7>

УДК 316.7

ББК 60.56

**ОПЫТ АПРОБАЦИИ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ОБРАЗОВАНИИ  
НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММ  
МЕЖДУНАРОДНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ <sup>1</sup>**

**Екатерина Владимировна Воеводина**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье проанализированы результаты апробации методики оценки эффективности межкультурных коммуникаций (далее – МКК) в образовании на примере программ международной студенческой мобильности в Финансовом университете при Правительстве РФ в 2021 году. Методика разработана в рамках научно-исследовательского проекта «Межкультурная коммуникация в глобальном мире: опыт моделирования и применения нового теоретико-методологического инструментария» с учетом феноменологического подхода и АВС-концепции культурного шока. Согласно принятой теоретической рамке, видообразующими признаками МКК являются различие и дефицит интересубъективно разделяемых участниками коммуникаций ресурсов (языковых, перцептивных, инструментальных и когнитивных). В связи с этим уточняется понятие межкультурной компетентности в образовании как интегральной характеристики личности, обеспечивающей ресурсную готовность к эффективной МКК в условиях интересубъективного взаимодействия и взаимопонимания с целью достижения поставленных участниками образовательных результатов. Методика базируется на 8 критериях эффективности МКК, позволяет провести количественную оценку результата МКК по 100-балльной шкале и диагностировать барьеры адаптации обучающихся. В результате апробации, в которой приняли участие 68 выпускников программ международной мобильности (внутренней и внешней), выявлено, что наименее эффективные показатели МКК в образовании связаны с производством и воспроизводством новых форм общения и достижением экспортного влияния. В соответствии с этим предложены практические рекомендации, касающиеся увеличения практик, способствующих восполнению дефицитов инструментальных ресурсов коммуникации и экспортного влияния образовательных программ. Выделены риски социальной адаптации иностранных студентов, обусловленные дефицитами МКК-компетентности в сфере образования: трудности понимания учебного материала, недостаточная уверенность при коммуникации со студентами и преподавателями вуза. Предложены рекомендации по использованию в деятельности образовательных учреждений телеколлабораций обучающихся с применением дистанционных технологий. Телеколлаборация рассматривается как инструмент совместного воспроизводства и интерпретации ресурсов МКК.

**Ключевые слова:** высшее образование, иностранные обучающиеся, межкультурная коммуникация, межкультурная компетентность, культурный шок, критерии эффективности межкультурных коммуникаций.

**Цитирование.** Воеводина Е. В. Опыт апробации методики оценки эффективности межкультурных коммуникаций в образовании на примере программ международной студенческой мобильности // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 55–65. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.7>

## Введение

Актуальность разработки практических методик оценки эффективности межкультурных коммуникаций (далее – МКК) в сфере образования обусловлена рядом глобальных тенденций – усилением процессов интернационализации и международной мобильности [Бедный 2016, 19], возрастанием значимости экспорта образования в экономической отрасли государств [Миронова, Тимченко 2020, 65]. Так, в России реализуется федеральный проект «Экспорт образования», согласно которому к 2025 г. должен быть сформирован механизм государственной поддержки продвижения российского образования за рубежом, а количество иностранных обучающихся – увеличено до 425 тыс. чел. При этом планируется трудоустройство не менее 5 % от общего количества иностранных выпускников по дефицитным направлениям подготовки в российских компаниях [Паспорт приоритетного проекта... web]. В общемировом пространстве

усиливается значимость концепции справедливой, инклюзивной глобализации: поднимаются вопросы неравенства доступа к образованию, барьеров академической мобильности; укрепляются принципы инклюзии, честности, общности ценностей, уважения прав и достоинств личности [Fair Globalization... web].

Вместе с тем сфера образования испытывает на себе различные вызовы политического и экономического характера. О наличии определенных проблем свидетельствуют исследования адаптации иностранных студентов, демонстрирующие взаимосвязь «культурного шока» и отсева из вузов [Newsome, Cooper 2006, 196]. К данному обстоятельству нередко приводят различия в национальных образовательных экосистемах – организации образовательного процесса, оценке достижений, взаимодействия участников и т. д. Что касается нашей страны, то следует отметить, что почти 9 лет Россия находится под влиянием внешних санкций, что, безусловно, является дополнительным фактором, осложняющим



межкультурные взаимодействия, в том числе в сфере образовательной мобильности. Остается приоритетной повестка создания благоприятного социокультурного климата для трудоустройства иностранных выпускников, поскольку, по словам руководителей университетов, не все из них готовы оставаться в России, как отмечает ректор РУДН В. Филиппов: «Это пока единицы, потому что в России нет такой культуры» [Клюй web].

Таким образом, актуальность изучения МКК в образовании обуславливается рядом тенденций и потребностей, в том числе формированием благоприятного имиджа государства в глобальном дискурсе через обучающихся как агентов «мягкого» влияния. Оценка эффективности МКК и возможных барьеров становится необходимым инструментом в практике университетов, позволяющим принимать оптимальные управленческие решения в данной сфере.

### **Описание исследования и методология**

**Теоретическая рамка.** В глобальных статистических исследованиях студенческой мобильности употребляется понятие «международного студента» (International Student) как категории обучающихся, получивших предыдущее образование в другой стране, не являющиеся жителями своей нынешней страны обучения [International Student Mobility... web]. В связи с определением Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) сюда можно отнести разноцелевые группы обучающихся – бакалавров, магистрантов, аспирантов, постдоков, участников краткосрочных программ и стажировок. Вопросы их адаптации находятся в фокусе ряда исследований МКК по всему миру. Несмотря на существующие международные инструменты поддержки и локальные программы университетов, отмечается, что иностранные обучающиеся часто испытывают на себе трудности, которые могут приводить к отсеву из университетов [Newsome, Cooper 2006, 198]. Некоторые исследователи связывают это с дистрессом и затяжным культурным шоком в условиях пребывания в стране с отличными обычаями, культурой, окружающей средой, образом жизни и традициями [Saied 2012, 5]. Другие акцентируют внимание на поведен-

ческих моделях и когнитивных стратегиях самих иностранных обучающихся, которые могут выступать в качестве фактора дезадаптации в принимающей культуре [Zhou, Topping, Todman 2008, 63].

С целью измерения эффективности МКК в образовании и диагностики возможных барьеров адаптации иностранных обучающихся в 2021 г. нами была разработана и апробирована методика, базирующаяся на феноменологическом подходе и ABC-концепции культурного шока (The ABC-Model of Culture Shock). За основу принято определение межкультурной коммуникации, согласно которому ее видообразующими признаками являются различие и дефицит интересубъективно разделяемых участниками коммуникаций ресурсов, необходимых для взаимодействия и взаимопонимания [Тюриков (ред.) 2020, 24]. На основе синтеза работ отечественных авторов (А.Я. Большунова, Т.М. Гулая, А.П. Садохина, С.А. Романовой, Н.В. Янкиной и др.), было предложено понятие межкультурной компетентности как интегральной характеристики личности, обеспечивающей ресурсную готовность к эффективной МКК в условиях интересубъективного взаимодействия и взаимопонимания с целью достижения поставленных образовательных результатов. Применительно к сфере образования выделены следующие наиболее значимые компетенции и ресурсы МКК (см. табл. 1).

Дефициты компетенций и ресурсов образуют барьеры МКК. Это отражается в подходах, анализирующих факторы адаптации иностранных обучающихся к принимающей культуре. Так, ABC-концепция, представленная Ю. Чжоу, К. Топпинг и Д. Тодман, акцентирует внимание на необходимости синтеза трех теорий – коппинг-ресурсов, культурного научения и социальной идентификации (affect – behavior – cognition) [Zhou, Topping, Todman 2008, 66]. Она дает возможность подойти к вопросу адаптации и моделирования МКК с точки зрения «выработки» навыков «совладания» со стрессом, «подстраивания» поведения к принимающей культуре и поиска баланса в ней через общие нормы, ценности и представления. Такое понимание соответствовало предложенной теоретической рамке, и позволило выделить в качестве ресурсов и компетенций МКК: опыт коммуникаций с прини-

мающей культурой, позволяющий воспроизводить в интерактивных ситуациях адекватные поведенческие модели; знание способов и инструментов взаимодействия в принимающей среде; способы «нормализации» собственной идентичности и активизации стратегий личностной адаптации в принимающей культуре. Исходя из этого, эффективность МКК в образовании и барьеры адаптации было предложено оценивать с учетом двух подходов – через проблему дефицита ресурсов и дезадаптации в результате культурного шока (АВС-концепция).

**Критерии эффективности МКК.**

Интерсубъективность жизненных миров воплощается во взаимопонимании и выработке совместных смыслов, а достижение образовательных целей невозможно без активной интеракции участников (преподавателей, обучающихся). Поэтому в систему базовых критериев эффективности МКК в образовании были включены: 1) сформированное пространство активной интерсубъективности; 2) производство и воспроизводство новых форм общения [Тюриков, Проскурина 2021, 61].

Неотъемлемой составляющей образовательного процесса, согласно Г.П. Щедровицкому, является нормирование опыта деятельности, которое производится с помощью методических инструментов. Поскольку норма образуется в ходе конструирования, она представляет собой искусственный, знаковый

объект [Щедровицкий 2005, 96], вторичный интенционал. Такое нормирование и соответствующие ему модели МКК характерны для естественных наук – медицины, химии, физики и пр. Первичные интенционалы направлены на чувственное, интуитивное взаимопонимание, что в большей степени требует развития у индивида ресурсов *социальной перцепции*. Если формирование вторичных интенционалов реализуется через усвоение общей системы понятий, то первичные формируются через совместные смыслы, символы, практики, что обуславливает необходимость межпредметности и метапредметности образования. Помимо «механического» узнавания типичного решения, в образовательном процессе должно производиться усвоение культурных норм мышления и мировоззрения, в том числе путем рефлексии и коммуникации [Щедровицкий 2005, 83]. В силу этого в образовании важность приобретают ведущие гуманистические принципы, что соответствует дополнительным критериям эффективности МКК как пространства активной интерсубъективности – гуманистическому, нормативному и критерию доверия [Тюриков 2021, 36].

К специальным критериям эффективности МКК в образовательной сфере были отнесены:

1) *форма образовательного культурного обмена* – интеграция в международные профессиональные, научные, образователь-

Таблица 1

**Компетенции и ресурсы МКК**

Наименование компетенции МКК	Наименование ресурсов МКК
(1) лингвистическая – знание языка принимающей культуры на уровне, достаточном для достижения целей обучения, взаимодействия и взаимопонимания в образовательном процессе	(1) языковые: лингвистическая и паралингвистическая (дискурсивная) компетентность, достаточная для построения эффективной МКК в образовательной деятельности
(2) паралингвистическая (дискурсивная) – умение распознавать контекстные, ситуативные сигналы в МКК и выбирать оптимальные инструменты взаимодействия в соответствии с ними	(2) перцептивные: модели восприятия и интерпретации вербальных и невербальных коммуникативных действий, социальная перцепция, межкультурная чувствительность
(3) когнитивная – знание традиций, норм, ценностей принимающей культуры, способность воссоздать «общие смыслы» «родной» и «принимающей» культуры в ситуации МКК	(3) когнитивные: способность вырабатывать новые смыслы на основе знаний норм принимающей культуры, глобального (международного) этикета (в т. ч. академического)
(4) поведенческая – знание и способность применить нормативные модели поведения в принимающей культуре (в т. ч. нормы международного этикета), достаточность социальной перцепции для взаимопонимания при сохранении уверенности в МКК и личностного комфорта	(4) инструментальные: инструменты и способы участия в интерактивных ситуациях, способы «нормализации» собственной идентичности, активизации стратегий личностной адаптации

ные сети, способствующие приобретению соответствующего личностного капитала (символического, культурного, социального, экономического);

2) *практический критерий* – формирование МКК-компетентности, необходимой для достижений личностного (профессионального, образовательного) роста, направленных на реализацию образовательных целей;

3) *экспортное влияние* – повышение лояльности к другим этномирам, преодоление стереотипов в результате межкультурного взаимодействия, готовность к кооперации в образовательной и профессиональной деятельности.

Таким образом, приоритетной целью МКК в образовании является достижение образовательных результатов, образующих личностный капитал в профессиональной сфере (следовательно, повышение конкурентоспособ-

ности, интеграция в профессиональные сети). Но это невозможно без удовлетворения общесмысловых целей МКК – взаимопонимания участников, вовлеченности в МКК, генерализации новых знаний, выработки межкультурной компетентности как интегральной характеристики личности. Исходя из этого, в методику измерения оценки эффективности МКК в сфере образования, включено 8 критериев и соответствующих им показателей (табл. 2).

**Описание методики оценки эффективности МКК.** Методика опирается на принципы социологического анкетирования и предполагает непосредственную оценку МКК участниками ситуаций МКК – обучающимися, прошедшими программы международной образовательной мобильности.

Эффективность МКК в сфере образования по каждому показателю было предложено

Таблица 2

**Показатели методики измерения эффективности МКК в сфере образования**

Критерии эффективности МКК	Показатели методики
<b>1. Базовые критерии</b>	
1. Сформированное пространство активной intersубъективности	– достижение целей коммуникации; – взаимопонимание с однокурсниками; – взаимопонимание с преподавателями; – создание общих смыслов в коммуникативном пространстве
2. Производство и воспроизводство новых форм общения	– создание новых коммуникативных стратегий взаимодействия в развертывании ресурсов социальной перцепции; – снижение коммуникационных барьеров с однокурсниками; – снижение коммуникационных барьеров с преподавателями
<b>2. Дополнительные критерии</b>	
3. Гуманистический критерий	– соответствие гуманистическим принципам межличностного общения (счастье, добро, гуманизм, справедливость)
4. Нормативный критерий	– соответствие университетской среды нормам общения в глобальной академической культуре (взаиморезпечение, свобода мнения, толерантность)
5. Доверие	– достижение доверия в университетской среде
<b>3. Специальные критерии</b>	
6. Форма образовательного культурного обмена	– интеграция на глобальном (международном) рынке труда; – включенность в международные профессиональные сети и сообщества; – сформированность потенциала для последующих коммуникаций с представителями другой культуры (личностный капитал)
7. Практический критерий	– достижение целей профессионального роста; – формирование лингвистической компетентности; – формирование паралингвистической компетентности
8. Достижение экспортного влияния	– преодоление стереотипов и стигматизации; – готовность рекомендовать образовательную программу «значимым» индивидам; – улучшение имиджа «принимающей» страны
<b>4. Диагностика барьеров социальной адаптации</b>	
9. Дефициты межкультурной компетентности	– лингвистические; паралингвистические (дискурсивные); когнитивные; поведенческие; перцептивные
10. Маркеры стресса	– субъективное ощущение дискомфорта; – субъективное ощущение тревоги, беспокойства
11. Барьеры в повседневном взаимодействии	– отсутствие согласия в бытовых взаимодействиях; – ощущение «внешних» (внеуниверситетских) стрессоров

но диагностировать с помощью балльной шкалы, которая позволяет дать оценку каждому критерию от 1 до 5; максимальный показатель эффективности равен 100 баллам. Дифференциация результатов осуществлялась следующим образом: высокоэффективная коммуникация (100–86 баллов), эффективная (85–71), достаточная коммуникация (70–56), низкоэффективная (55–41), неэффективная коммуникация ( $\leq 40$  баллов).

Отдельным блоком в опросник включены показатели, диагностирующие барьеры МКК, которые позволяют принять управленческие решения в части дизайна образовательных программ и использования технологий социальной адаптации иностранных студентов в вузе (усиление языковой подготовки, интерактивных занятий). Соответствующие вопросы этого блока представлены в таблице 3. Предполагается, что высокий уровень барьеров социальной адаптации, снижающий эффективность МКК, находится в интервале до 50–39 баллов. Низкий уровень характеризуется наличием естественных стрессоров окружающей среды ( $\leq 28$  баллов) – это незначительные сложности, которые сопровождают жизнедеятельность любого человека и не влияют отрицательным образом на адаптивность, а напротив, позволяют приобрести опыт взаимодействий в ситуации стресса (коппинг-ресурсы).

Помимо этого, был введен блок социально-демографических вопросов, позволяющих при необходимости проводить статистический анализ с учетом пола, возраста, типа образовательной мобильности (внутренний, внешний), наличия устойчивых социальных связей. Было осуществлено экспертирование методики 7 экспертами в области межкуль-

турной коммуникации и социальной адаптации, по итогам которого скорректирован алгоритм расчета показателей эффективности МКК и формулировка некоторых вопросов.

### Результаты

Апробация методики осуществлялась в сентябре 2021 г. посредством пилотажного опроса двух групп обучающихся Финансового университета при Правительстве РФ: 1) иностранных обучающихся по программам бакалавриата; 2) студентов, завершивших очные программы «включенного обучения» в зарубежных университетах. Средняя оценка понимания вопросов анкеты респондентами составила 4,6 балла из 5 возможных.

В опросе приняли участие 68 студентов, среди которых были представители всех факультетов (в равных долях – представители программ внешней и внутренней мобильности). Устойчивые социальные связи за период обучения приобрели менее четверти респондентов (21 %), причем это касалось программ и внешней, и внутренней мобильности (вопрос: «Появились ли у Вас друзья-иностранцы из той страны, в которой Вы учились»). Поскольку в рамках измерения эффективности МКК исследовательский интерес составляет, в первую очередь, групповая оценка, целесообразно остановиться на средних значениях отдельных критериев. Отметим, что предложенная методика позволяет как получать индивидуальный результат эффективности МКК для конкретного обучающегося по 100-балльной шкале, так и использовать статистические инструменты для анализа данных массового опроса по отдельным критериям. На рисунке 1

Таблица 3

#### Перечень вопросов, используемых для диагностики барьеров МКК

Ощущали ли Вы трудности в следующих сферах: (выберите только один вариант ответа в каждой строке, где 1 – совсем нет, 5 – да, сильно ощущали)
1.1. Знание иностранного языка
1.2. Знание обычаев, норм, традиций другой страны
1.3. Сохранение привычного для вас образа жизни, традиций
1.4. Уверенность при общении со студентами (не являющимися гражданами страны вашего постоянного проживания)
1.5. Уверенность при общении с преподавателями (не являющимися гражданами страны вашего постоянного проживания)
1.6. Сохранение внутренней гармонии, душевного комфорта
1.7. Понимание учебного материала
1.8. Общение с окружающими людьми вне университета (на улице, в магазине, транспорте и т. д.)
1.9. Проживание с соседями в общежитии (гостинице, съемной квартире)
Испытывали ли Вы чувство <b>беспокойства</b> или <b>тревоги</b> во время обучения за рубежом? (Выберите только один вариант ответа, где 1 – совсем нет, 5 – да, очень сильно)

представлены средние значения эффективности МКК по 5-балльной системе по всем критериям.

В целом, полученные результаты позволяют говорить об относительно высокой оценке эффективности, при этом, статистически значимых различий в мнении участников программ внешней и внутренней мобильности обнаружено не было. Однако необходимо усиление практик, способствующих восполнению дефицитов инструментальных ресурсов и экспортного влияния. Причем среднее значение по показателю «преодоление стигматизации» составило 3,65 по 5-балльной шкале (вопрос: «Способствовало ли обучение разрушению социальных стереотипов о жителях страны, в которой Вы обучались?», 5-балльная шкала: 1 – совсем нет, 5 – очень способствует).

Что касается диагностики барьеров, то средний показатель маркеров стресса соста-

вил 1,76 балла, что в целом говорит о том, что студенты испытывают некоторые сложности в адаптации (вопрос: «Испытывали ли Вы чувство беспокойства или тревоги во время обучения за рубежом?», 5-балльная шкала: где 1 – совсем нет, 5 – да, очень сильно).

В комментариях, оставленных респондентами в свободной форме, были отмечены трудности первоначального «погружения» в принимающую культуру: «Чувство безопасности отличается при нахождении в своей и не своей стране»; «Я была абсолютно одна, поэтому было (особенно в начале) непривычно». Что касается дефицита МКК-компетентности, то наиболее проблемные области связаны с когнитивным аспектом (пониманием учебного материала), паралингвистическим (уверенностью в коммуникации со студентами и преподавателями). Наименее проблемной оказалась лингвистическая компетентность (рис. 2).

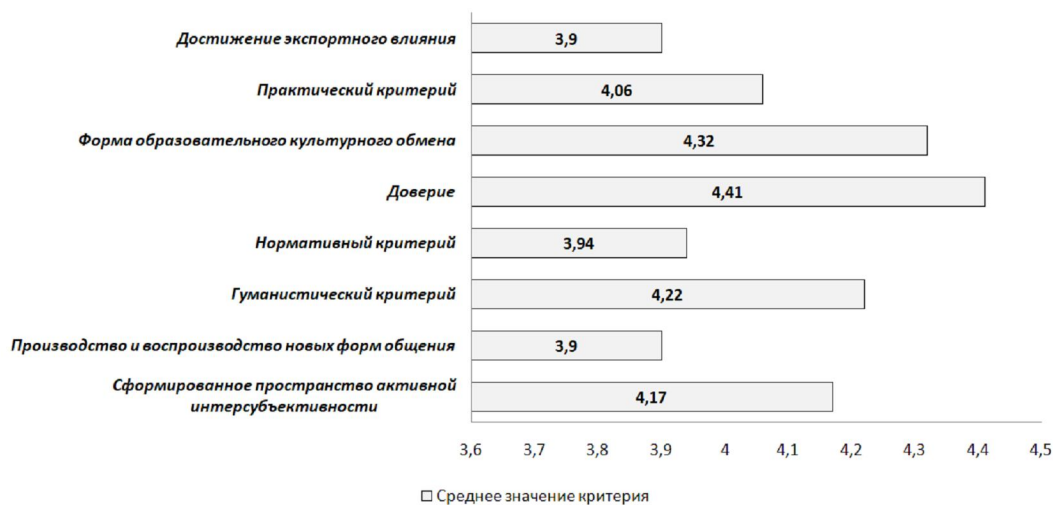


Рис. 1. Средние значения критериев эффективности МКК

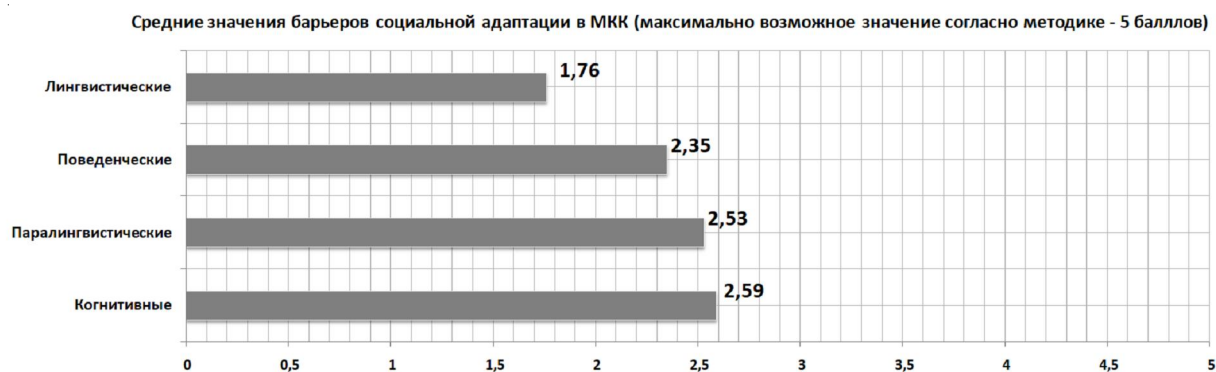


Рис. 2. Средние значения барьеров социальной адаптации в МКК

Средняя оценка барьеров в повседневном взаимодействии – при проживании в общности и общении вне университета, составила 2,59 балла, что также свидетельствует о наличии некоторых трудностей. Однако показатели барьеров социальной адаптации на групповом уровне в целом отражают фон естественных стрессоров, которые неизбежны в новой среде.

### Выводы и предложения

Предложенная методика может быть использована для измерения эффективности МКК программ внешней и внутренней образовательной мобильности, в том числе стажировок и включенного обучения. Однако у данного инструмента наблюдается ряд ограничений. Первое касается количественных измерений в целом, так, в нашем исследовании были респонденты, которые оценили эффективность МКК достаточно низко – совокупный результат не превысил 30 баллов по 100-балльной шкале. При этом мы не можем сказать о причинах такой оценки: относятся они к средовым условиям или же обуславливаются личностными поведенческими стратегиями и уровнем МКК-компетентности данных студентов. В связи с чем можно поставить вопрос о целесообразности индивидуального подхода и сочетания количественной и качественной методики.

Второй аспект связан с использованием 5-балльной шкалы оценки критериев эффективности МКК. Возможно, это повлияло на «усреднение» показателей, о чем свидетельствует низкая степень разброса оценок. В то же время имеющаяся шкала позволяет выводить средние значения по каждому критерию, что создает основу для более глубокого социологического анализа и построения комбинированных индексов. Дискуссионным является вопрос о целесообразности введения «нулевой» оценки, высказанный в качестве предложения одним из экспертов. С одной стороны, это даст возможность повышения валидности за счет учета мнения респондентов затруднившихся дать оценку. Но с другой – сомнительна целесообразность постановки вопроса о «нулевом» результате, так как ситуация МКК с участием индивида состоялась.

В-третьих, возникает необходимость учета сроков пребывания в принимающей среде – поскольку срок социальной адаптации в среднем составляет около полугода, результаты оценки краткосрочных программ могут быть ниже. В связи с этим требуется апробация методики на большой выборке с последующим корреляционным анализом и выстраиванием отдельной шкалы оценки эффективности МКК в условиях краткосрочных программ. Важным является учет опыта и «входной» МКК-компетентности участников, поскольку эти факторы также могут оказывать влияние на эффективность МКК. Здесь возможна разработка дополнительного опросника, позволяющего оценить персональный background, «стартовые возможности» еще до участия в программах международной мобильности.

Что касается практически значимых выводов непосредственно по полученным результатам, то необходимо отметить важность восполнения дефицитов компетентности и ресурсов МКК в инклюзивной плоскости. Как отмечают последователи АВС-подхода, стресс и беспокойство могут ощущаться в ситуации рефлексии в макроконтексте – ««маленькие рыбки» в больших прудах» [Zhou, Topping, Todman 2008, 67]. Отсюда возникает целесообразность групповых форм совместной выработки ресурсов. В российской практике адаптации обучающихся используются различные подходы – от программ персонального сопровождения (Buddy) до этнофестивалей и языковых клубов. При этом в исследованиях К. Уорда и Э. Кеннеди [Ward, Kennedy 1999, 667] отмечается, что лучшие показатели МКК-компетентности иностранных студентов связаны с большим количеством взаимодействий с членами принимающей культуры. Однако высокие результаты достижимы в малых группах, если в них есть возможность уделить внимание опыту каждого участника [Погукаева, Коберник, Омельянчук web].

В связи с пандемией COVID-19, актуализируется виртуализация форм взаимодействия, направленных на восполнение дефицитов МКК. Один из таких подходов – телеколлаборация, подразумевающая создание мультикультурных сообществ, направленных на совместное решение проектных задач; фор-

ма активного интересубъективного взаимодействия участников при помощи дистанционных технологий. Несмотря на распространенность мнения о том, что лучшие показатели МКК-компетентности вырабатываются в ситуации «живых» взаимодействий «лицом-к-лицу» (теория П. Бергера, Т. Лукмана), выводы исследователей демонстрируют эффективность МКК в онлайн с учетом педагогических, социальных, межличностных факторов [Kern, Ware, Warschauer 2004, 245]. Такая практика, по мнению Я. Белза, является способом снижения межкультурных конфликтов [Belz, Thorne web], сглаживания неравенства между «представителями культур, которые не имеют других возможностей вступления в контакт, чтобы повысить межкультурную и лингвистическую компетентность» [Belz 2005, 3]. В качестве предмета деятельности телеколлаборации может выступать совместный проект, решение кейс-задания, обсуждение тематического эссе, игровые методики и иной контент, отображающий типичные аспекты этномиров участников.

Как отмечает Р. О’Доуд, в телеколлаборации обучающиеся имеют возможность соприкосновения с субъективным опытом представителей других этномиров и осмыслением того, как они воспринимают те или иные события [O’Dowd 2007, 144]. Таким образом, происходит совместная интерпретация первичных и вторичных интенциональных структур. Но для этого необходима *организованная* деятельность в форме групповой рефлексии и герменевтики. В связи с чем к модерированию телеколлаборации предъявляются соответствующие требования и основное из них – организация групповой рефлексии модератором. Примером успешной телеколлаборации является эксперимент Э. Грацци и С. Маранцана [Grazzi, Maranzana web] с целью повышения межкультурной компетентности участников через создание аутентичного опыта и инструментов МКК. Авторы отмечают необходимость выбора дискуссионных тем для обсуждения в группе, развития критического мышления, использования языковых форм в реальном контексте для осмысленного достижения целей МКК.

Таким образом, телеколлаборации могут быть использованы для восполнения де-

фицита компетенций и ресурсов МКК, в том числе в сфере образования детей и взрослых на всех уровнях (в том числе инклюзивного образования), поскольку предусматривают многообразие контента и тематических обсуждений, которые можно адаптировать с учетом возраста участников, их образовательных (профессиональных) интересов, биографического опыта. Они могут быть применены на этапе доучебной деятельности в первичной адаптации иностранных студентов, для установления коммуникации с тьютором (buddy) до очного знакомства. При этом результативность деятельности телеколлаборации также может быть оценена с помощью предложенной нами методики.

### ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета в 2019 году.

The article is based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds on a state order to the Financial University in 2019.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бедный 2016 – Бедный А.Б. Интернационализация образования: концептуальные основы и практический опыт университета Лобачевского // Университетское управление: практика и анализ. 2016. № 106. С. 18–25. DOI: <https://doi.org/10.15826/umj.2016.106.055>
- Клюй web – Клюй Н. Владимир Филиппов: единицы выпускников-иностранцев остаются в России // <https://ria.ru/20200205/1564269944.html>.
- Миронова, Тимченко 2020 – Миронова С.В., Тимченко Н.С. Экспорт высшего образования в России: обзор теоретических подходов и практических решений // Социодинамика. 2020. № 11. С. 65–80. DOI: <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2020.11.33940>.
- Паспорт приоритетного проекта... web – Паспорт приоритетного проекта «Развитие экспортного потенциала российской системы образования» от 30.05.2017. Протокол заседания президиума Совета при Президенте России по стратегическому развитию и приоритетным проектам от 30 мая 2017 года // <http://government.ru/news/28013/>.

- Погукаева, Коберник, Омелянчук web – *Погукаева А.В., Коберник Л.Н., Омелянчук Е.Л.* Адаптация иностранных студентов в российском вузе [Современные проблемы науки и образования. 2016. № 3] // <http://science-education.ru/ru/article/view?id=24651>.
- Тюриков (ред.) 2020 – *Тюриков А.Г. (ред.)*. Вызов-ответ: межкультурные коммуникации в глобальном мире. М.: Инфра-М, 2020.
- Тюриков, Проскурина 2021 – *Тюриков А.Г., Проскурина А.С.* Оценка эффективности межкультурной коммуникации как процесса обмена информационными ресурсами // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2021. № 2. С. 58–68.
- Тюриков 2021 – *Тюриков А.Г.* Концептуальные подходы к моделированию эффективной межкультурной коммуникации в глобальном мире // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2021. № 2. С. 35–42.
- Щедровицкий 2005 – *Щедровицкий Г.П.* Мышление. Понимание. Рефлексия. М.: Наследие ММК. 2005.
- Belz 2005 – *Belz J.A.* Intercultural Questioning, Discovery and Tension in Internet-Mediated Language Learning Partnerships // Language and Intercultural Communication. 2005. Vol. 5, № 1. P. 3–39.
- Belz, Thorne web – *Belz J.A., Thorne S.L. (eds.)* Internet-mediated Intercultural Foreign Language Education. Boston, MA: Heinle & Heinle, 2006 // [www.researchgate.net/publication/237201063\\_Belz\\_J\\_A\\_Thorne\\_S\\_L\\_eds\\_2006\\_Internet-mediated\\_Intercultural\\_Foreign\\_Language\\_Education\\_Boston\\_MA\\_Heinle\\_Heinle](http://www.researchgate.net/publication/237201063_Belz_J_A_Thorne_S_L_eds_2006_Internet-mediated_Intercultural_Foreign_Language_Education_Boston_MA_Heinle_Heinle).
- Fair Globalization... web – Fair Globalization: Creating Opportunities for All. World Commission on the Social Dimension of Globalization // <https://www.ilo.org/public/english/wcsdg/docs/report.pdf>.
- Grazzi, Maranzana web – *Grazzi E., Maranzana S.* ELF and Intercultural Telecollaboration: A Case Study // [https://www.academia.edu/34663201/ELF\\_and\\_Intercultural\\_Telecollaboration\\_a\\_Case\\_Study\\_Grazzi\\_Maranzana\\_2016](https://www.academia.edu/34663201/ELF_and_Intercultural_Telecollaboration_a_Case_Study_Grazzi_Maranzana_2016).
- International Student Mobility... web – International Student Mobility [OECD] // <https://data.oecd.org/students/international-student-mobility.htm>.
- Kern, Ware, Warschauer 2004 – *Kern R., Ware P., Warschauer M.* Crossing Frontiers: New Directions in Online Pedagogy and Research // Annual Review of Applied Linguistics. 2004. Vol. 24, № 1. P. 243–260.
- Newsome, Cooper 2006 – *Newsome L., Cooper P.* International Students. Cultural and Social Experiences in a British University: “Such a Hard Life [It] is Here” // Journal of International Students SSN. 2006. Vol. 6, № 1. P. 195–215.
- O’Dowd 2007 – *O’Dowd R.* Evaluating the Outcomes of Online Intercultural Exchange // ELT Journal. 2007. Vol. 61, № 2. P. 144–152.
- Saied 2012 – *Saied F.I.* Culture Shock and Stress Among International Students. Norderstedt: GRIN Publishing, 2012.
- Ward, Kennedy 1999 – *Ward C., Kennedy A.* The Measurement of Sociocultural Adaptation // International Journal of Intercultural Relations. 1999. Vol. 4, № 23. P. 659–677.
- Zhou, Topping, Todman 2008 – *Zhou Yu., Topping K., Todman J.* Theoretical Models of Culture Shock and Adaptation in International Students in Higher Education // Studies in Higher Education. 2008. Vol. 33, № 1. P. 63–75. DOI: <https://doi.org/10.1080/03075070701794833>.

#### REFERENCES

- Bedny A.B., 2016. Internationalization of Education: Conceptual Basis and Practical Experience of Lobachevsky University. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, no. 106, pp. 18-25. DOI: <https://doi.org/10.15826/umj.2016.106.055>.
- Klyuy N. *Vladimir Filippov: A Few Foreign Graduates Remain in Russia*. URL: <https://ria.ru/20200205/1564269944.html>.
- Mironova S.V., Timchenko N.S., 2020. Export of Higher Education in Russia: An Overview of Theoretical Approaches and Practical Solutions. *Sociodinamika*, no. 11, pp. 65-80. DOI: <https://doi.org/10.25136/2409-7144.2020.11.33940>.
- The Passport of the Priority Project “Development of the Export Potential of the Russian Education System”. Minutes of the Meeting of the Presidium of the Council Under the President of Russia for Strategic Development and Priority Projects Dated May 30, 2017*. URL: <http://government.ru/news/28013/>.
- Pogukaeva A.V., Kobernik L.N., Omelyanchuk E.L., 2016. Adaptation of Foreign Students in a Russian University. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*, no. 3. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=24651>.
- Tyurikov A.G. (ed.), 2020. *Challenge-Response: Intercultural Communication in the Global World*. Moscow, Infra-M Publ.
- Tyurikov A.G., Proskurina A.S., 2021. Evaluation of the Effectiveness of Intercultural Communication As a Process of Information Resources Exchange. *POISK: Politika. Obshchestvovedenie. Iskusstvo. Sociologiya. Kul'tura*, no. 2, pp. 58-69.



- Tyurikov A.G., 2021. Conceptual Approaches to Modeling Effective Intercultural Communication in the Global World. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika*, no. 2, pp. 35-42.
- Shchedrovitsky G.P., 2005. *Thinking. Understanding. Reflection*. Moscow, Nasledie MMK.
- Belz J.A., 2005. Intercultural Questioning, Discovery and Tension in Internet-Mediated Language Learning Partnerships. *Language and Intercultural Communication*, vol. 5, no. 1, pp. 3-39.
- Belz J.A., Thorne S.L. (eds.), 2006. *Internet-Mediated Intercultural Foreign Language Education*. Boston, MA, Heinle & Heinle. URL: [www.researchgate.net/publication/237201063\\_Belz\\_J\\_A\\_Thorne\\_S\\_L\\_eds\\_2006\\_Internet-mediated\\_Intercultural\\_Foreign\\_Language\\_Education\\_Boston\\_MA\\_Heinle\\_Heinle](http://www.researchgate.net/publication/237201063_Belz_J_A_Thorne_S_L_eds_2006_Internet-mediated_Intercultural_Foreign_Language_Education_Boston_MA_Heinle_Heinle).
- Fair Globalization: Creating Opportunities for All. World Commission on the Social Dimension of Globalization*. URL: <https://www.ilo.org/public/english/wcsdg/docs/report.pdf>.
- Grazzi E., Maranzana S. *ELF and Intercultural Telecollaboration: A Case Study*. URL: [https://www.academia.edu/34663201/ELF\\_and\\_Intercultural\\_Telecollaboration\\_a\\_Case\\_Study\\_Grazzi\\_Maranzana\\_2016](https://www.academia.edu/34663201/ELF_and_Intercultural_Telecollaboration_a_Case_Study_Grazzi_Maranzana_2016).
- International Student Mobility. *OECD*. URL: <https://data.oecd.org/students/international-student-mobility.htm>.
- Kern R., Ware P., Warschauer M., 2004. Crossing Frontiers: New Directions in Online Pedagogy and Research. *Annual Review of Applied Linguistics*, vol. 24, no. 1, pp. 243-260.
- Newsome L., Cooper P., 2006. International Students. Cultural and Social Experiences in a British University: "Such a Hard Life (It) is Here". *Journal of International Students SSN*, vol. 6, no. 1, pp. 195-215.
- O'Dowd R., 2007. Evaluating the Outcomes of Online Intercultural Exchange. *ELT Journal*, vol. 61, no. 2, pp. 144-152.
- Saied F.I., 2012. *Culture Shock and Stress Among International Students*. Norderstedt, Grin Publishing.
- Ward C., Kennedy A., 1999. The Measurement of Sociocultural Adaptation. *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 4, no. 23, pp. 659-677.
- Zhou Yu., Topping K., Todman J., 2008. Theoretical Models of Culture Shock and Adaptation in International Students in Higher Education. *Studies in Higher Education*, vol. 33, no. 1, pp. 63-75. DOI: <https://doi.org/10.1080/03075070701794833>.

### Information About the Author

**Ekaterina V. Voevodina**, Candidate of Sciences (Sociology), Associate Professor, Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation, Prosp. Leningradsky, 49, 125993 Moscow, Russian Federation, [EVVoevodina@fa.ru](mailto:EVVoevodina@fa.ru), <https://orcid.org/0000-0001-6131-8301>

### Информация об авторе

**Екатерина Владимировна Воеводина**, кандидат социологических наук, доцент Департамента социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, просп. Ленинградский, 49, 125993 г. Москва, Российская Федерация, [EVVoevodina@fa.ru](mailto:EVVoevodina@fa.ru), <https://orcid.org/0000-0001-6131-8301>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.8>

UDC 316.77

LBC 60.8

## OVERCOMING OF INTERCULTURAL COMMUNICATION AS A WAY TO ACHIEVE MUTUAL UNDERSTANDING IN THE GLOBAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEM

**Yulia P. Ten**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

**Abstract.** The relevance of the research consists in suggestion that overcoming the cultural barriers is the effective way to achieving the mutual understanding among the subjects of international economic relations in the context of changes in the world under the influence of globalization processes. In the emerging global economy, the most difficult barriers to mutual understanding are cultural differences between peoples. The purpose of the study is to generalize foreign experience in understanding the issues of minimizing barriers between subjects of international communications. The purpose of the study determined the specifics of the choice of the methodology of cognition of the research topic: the author turns to the study of foreign academic literature. The idea is substantiated that the need for communication between subjects of international economic relations appears when the subject of interaction realizes the limitations of his resources and interacts with another communicator in order to fill in the missing resource. Intercultural communication is presented as a type of purposeful and self-organizing communicative interaction, the type-forming feature of which is a shortage of intersubjectively shared resources arising from the fact that communicants belong to different socio-cultural systems. If different subjects of communication can learn to overcome cross-cultural barriers, then this can lead to reaching a new, higher level of cultural development of modern civilization. It is revealed that most of the studies of Western scientists are focused on analyzing the degree of difference between Western and non-Western cultures in order to develop an understanding of how to manage non-Western cultures more effectively in the context of business interactions. Hence, a model of educational intercultural competence is being developed in science, the mastery of which will allow managers to overcome communication barriers more flexibly and effectively. Western scientists propose mainly models for overcoming cross-cultural barriers in international communications, based on the recognition that the cultures of non-Western countries should be transformed under the influence of globalization (in particular, the digitalization of socio-economic life). Hence, the concept of a “global community” is being formed, whose representatives will gradually master the generally significant system of verbal and nonverbal codes of the global (network, digital) socio-economic system. The necessity of developing a scientific discussion on the development of a universal model of intercultural communication, which will minimize the barriers that prevent the most effective mutual understanding between the subjects of international economic relations, taking into account their cultural differences, is substantiated.

**Key words:** globalization, globalization of economy, intercultural communication, barriers of intercultural communication, intercultural competence.

**Citation.** Ten Yu.P. Overcoming of Intercultural Communication As a Way to Achieve Mutual Understanding in the Global Socio-Economic System. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 66-74. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.8>

УДК 316.77  
ББК 60.8

## НЕОБХОДИМОСТЬ МИНИМИЗАЦИИ БАРЬЕРОВ В МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ ВЗАИМОПОНИМАНИЯ В ГЛОБАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

Юлия Павловна Тен

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация

**Аннотация.** Актуальность исследования обусловлена необходимостью поиска способов преодоления культурных барьеров между субъектами международных экономических отношений в контексте изменений в мире под влиянием процессов глобализации. В формирующейся глобальной экономике наиболее сложными барьерами для взаимопонимания выступают культурные различия между народами. Цель исследования – обобщение зарубежного опыта по осмыслению проблемы минимизации барьеров между субъектами международных коммуникаций. Цель исследования определила специфику выбора методологии познания обозначенной проблемы: автор обращается к изучению зарубежной научной литературы. Обосновывается мысль о том, что потребность в коммуникации между субъектами международных экономических отношений появляется, когда субъект интеракции осознает ограниченность своих ресурсов и вступает во взаимодействие с другим коммуникатором с целью восполнения недостающего ресурса. Межкультурная коммуникация представлена как вид целенаправленного и самоорганизующегося коммуникативного взаимодействия, видообразующим признаком которого является дефицит интересубъективно разделяемых ресурсов, возникающий вследствие того, что коммуниканты принадлежат к разным социо-культурным системам. Если разные субъекты коммуникации смогут научиться преодолевать межкультурные барьеры, то это может привести к выходу на новый, более высокий уровень культурного развития современной цивилизации. Выявлено, что большинство исследований западных ученых сконцентрированы на анализе степени отличия западных от не-западных культур, с тем чтобы выработать понимание, как более эффективно управлять не-западными культурами в контексте деловых взаимодействий. Отсюда в науке разрабатывается модель образовательной межкультурной компетентности, овладение которой позволит менеджерам более гибко и эффективно преодолевать коммуникационные барьеры. Западные ученые предлагают преимущественно модели преодоления межкультурных барьеров в международных коммуникациях, основываясь на признании того, что культуры не-западных стран должны трансформироваться под влиянием глобализации (в частности, цифровизации социо-экономического бытия). Отсюда и формируется концепция «глобального сообщества», представители которого будут постепенно овладевать общезначимой системой вербальных и невербальных кодов глобальной (сетевой, цифровой) социально-экономической системы. Обосновывается необходимость развития научной дискуссии о выработке универсальной модели межкультурной коммуникации, которая позволит минимизировать барьеры, препятствующие наиболее эффективному взаимопониманию между субъектами международных экономических отношений с учетом их культурных различий.

**Ключевые слова:** глобализация, глобализация экономики, межкультурная коммуникация, барьеры межкультурной коммуникации, межкультурная компетентность.

**Цитирование.** Тен Ю. П. Необходимость минимизации барьеров в межкультурных коммуникациях как способ достижения взаимопонимания в глобальной социально-экономической системе // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 66–74. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.8>

Безусловно, в современную эпоху ядром глобализационных преобразований выступает экономика. Однако особенности хозяйствования, экономических укладов, технологий стран и отдельных регионов определены традициями и ценностями культуры определенной социо-этнической общности (народности, народа,

нации). Не случайно ученые вывели формулу о том, что «экономическое измерение глобализации... приводит к трансформации культурного в экономическое, а экономического в культурное» [Jameson web]. Отсюда с 70-х гг. прошлого столетия одним из последствий глобализации стал рост мультикультурного разнооб-

разия трудовых коллективов фирм, предприятий и организаций. «Ответом» на данный вызов глобализации стало появление целого ряда эмпирических исследований, которые послужили основой для формирования оригинальных теорий в сфере сравнительного или кросс-культурного менеджмента [Hall 1987; Hofstede 1980; House et al. 1999; Inglehart 2018; Schwartz 2004; Trompenaars, Hampden-Turner 2003].

Характерной особенностью интенсификации международных взаимодействий в эпоху глобализации выступает усиление взаимозависимости и взаимовлияния различных стран, прежде всего в сфере экономики. Однако фактор влияния этнической (национальной) культуры на специфику управления, особенности решения конфликтов в коллективах, трудовые ценности и нормы не всегда в полной мере учитывается в процессе международных коммуникаций.

Отсюда формулируется цель настоящего исследования – обобщение накопленного в научной литературе опыта по осмыслению проблемы минимизации межкультурных барьеров между субъектами международных экономических отношений.

Следует отметить, что мировые лидеры в экономике и инновационно-технологическом развитии – это прежде всего страны группы G7. Данные семь стран – это государства с наиболее развитыми и стабильными социально-экономическими системами – заинтересованы в усилении социально-политического влияния в мире, в развитии и усилении экономик своих стран. Отсюда они стремятся оказывать экономическое, политическое, культурное, научное давление на другие страны мира в плане получения конкурентных преимуществ на мировом рынке. Все государства «Группы семи», за исключением (условно) Японии, принадлежат к «западной цивилизации». Примечательно, что результаты ряда эмпирических исследований западных ученых указывают, что культурные различия между странами негативно влияют на такие факторы, как объем и формы торговли между государствами [Gokmen 2017; Gokmen 2019]. Нестабильный и сложный характер торговых отношений является источником беспокойства не только для предпринимателей, но и для политиков и государственных чиновников. Так, Г. Гохмен

на основе обобщения результатов исследований ученых под его руководством приходит к заключению: «Корни экономического сотрудничества лежат в культурной общности» [Gokmen 2017, 450], поэтому существенные культурные различия между странами рассматриваются как «угроза мировой торговой системе» [Gokmen 2017, 457].

Глобализация шаг за шагом приводит к нарастающей взаимозависимости социо-экономических систем государств и регионов, образующих глобальную экономику, их интеграцию в единую систему с общепринятыми нормами и стандартами экономического, политического и социо-культурного поведения [Межуев 2000, 103]. Глобализация – это многомерный процесс формирования общности людей общемирового масштаба, в условиях «открытости и устранения барьеров на пути к установлению материальных, интеллектуальных, духовных, этических, эстетических и иных форм общения между людьми» [Барлыбаев 2003, 83]. Т. Макфейн полагает, что глобализация порождает появление трех так называемых «гегемонов коммуникационных сил», возникающих в результате: 1) расширения возможностей и масштаба кабельного и спутникового вещания; 2) лавины западного, прежде всего американского, телевидения и кинопрограммирования; 3) утверждения и принятия большинством стран коллективных норм и правил ВТО, Всемирного банка и МВФ [McPhail 2010, 31–35]. Названные «гегемоны коммуникационных сил» происходят из стремления западной цивилизации к установлению прочных каналов коммуникаций между странами за счет внедрения современных инновационных технологий для связи в пространстве и во времени [McPhail 2010; Ferri 2018], а также, в сущности, за контролем определенных информационных, финансовых и иных процессов. Безусловно, современные информационно-коммуникативные технологии (прежде всего цифровые технологии) дают большие возможности менеджерам для более эффективного управления международными и транснациональными компаниями. На макроуровне инновационные коммуникационные технологии позволяют ускорить процесс интеграции разрозненных ранее национальных экономик в единую глобальную (сетевую) экономику.

Важно отметить следующее. Каждый субъект международной коммуникации – обладатель определенного набора ресурсов. Эти виды ресурсов могут быть самыми разнообразными – представления, символы, ценности, технологии, инновации и т. д. Согласно модели коммуникации М. Бахтина человек может познать себя только во взаимодействии (диалоге) с другим человеком, с миром [Бахтин 1986]. Потребность в коммуникации появляется, когда субъект осознает ограниченность своих ресурсов и вступает в диалог (взаимодействие) с другим коммуникатором (чужой культурой). В данном случае межкультурная коммуникация может трактоваться как вид целенаправленного и самоорганизующегося коммуникативного взаимодействия, видообразующим признаком которого является дефицит интересубъективно разделяемых ресурсов, возникающий вследствие того, что коммуниканты принадлежат к разным социо-культурным системам. Очевидно, что представители стран «западного мира» заинтересованы в доминирующей позиции в международных коммуникациях для облечения взаимопонимания с представителями других стран в реализации определенных стратегических целей.

При этом все интересубъективно разделяемые ресурсы следует разбить на два типа: 1. Ресурсы, дефицит которых может быть преодолен посредством знаний, обучения, образовательных компетенций. 2. Ресурсы, дефицит которых может быть преодолен только приобщением, соучастием и пониманием. Дефициты первого типа ресурсов являются «компетентностными», они могут быть устранены, их можно квалифицировать как лимитирующие факторы в межкультурных коммуникациях. Ресурсы же второго типа обуславливают вовлечение все большего количества субъектов в интерактивный процесс под влиянием складывающихся глобальной системы взаимосвязи и взаимозависимости современного информационного общества под давлением вызовов цифровой экономики, а также в связи с необходимостью поиска «ответа» на потенциальные и реальные риски и угрозы.

Древнегреческому философу Эмпидоклу (V в. до н. э.) приписывают знаменитое изречение: «Подобное познается подобным» [Антология... 1969, 299–307]. Бесспорно, предста-

вителям близких бизнес-культур легче найти общие точки для взаимопонимания, чем представителям культур с высоким уровнем культурной дистанции (то есть более выраженными отличиями в восприятии, понимании, оценке объектов, явлений и процессов окружающего природного и социального характера). Как указывают зарубежные ученые, различия менталитетов оказываются существенным «тормозом» на пути взаимопонимания представителей разных культур [Hofstede 1980; Lewis 2006]. Не случайно, что именно английский язык после Второй мировой войны становится важным языком бизнес-общения, языком политиков, государственных чиновников, ученых, исследователей и экспертов, официальным языком многих международных организаций: ООН, НАТО, ЮНЕСКО, ВОЗ, МОК и др.

Цель многочисленных и продолжительных эмпирических исследований Э. Холла [Hall 1987], Г. Хофстеде [Hofstede 1980], Ф. Тромпенаарса [Trompenaars, Hampden-Turner 2003], С. Шварца [Schwartz 2004], групп ученых под эгидой «GLOBE» [House et al. 1999], «WVS» [Inglehart 2018] и т. д. – выявить степень отличия западных от не-западных культур, с тем чтобы выработать понимание, как более эффективно управлять организациями, трудовые коллективы которых не относятся к западной культуре.

Интересно отметить, что ведущая ориентация в трактовке сущности понятия «коммуникации» в традиции западного мышления – это «идея трансмиссии: культура – это процесс трансляции и распространения в пространстве сообщений под контролем людей» [Carey 1992, 15]. Второе понимание сущности коммуникации (выработанное, как и первое, в рамках западной философской мысли) исходит из этимологии – латинского термина «*communitas*» («коммуна», «сообщество», «ассоциация»). В данном случае коммуникация – презентация общезначимых представлений и верований для создания нового сообщества людей и поддержания его существования во времени [Carey 1992]. Таким образом, в трактовке категории межкультурной коммуникации западными учеными закладывается идея культуры как донора (отправителя сообщений) другой (не-западной) культуре.

Если раньше со времен Ф. Тейлора культура рассматривалась как набор артефактов, идей, верований, ценностей, символов [Тейлор 2009], то в новейшую эпоху понятие культуры становится более «гибким». Так, разрабатывается научная парадигма, в рамках которой культуры разных стран анализируются во взаимосвязи и взаимовлиянии со стороны различного рода факторов не столько внутренней, сколько внешней среды (см., например: [Inglehart 2018]). Акцент ставится на том, что культурой можно управлять извне (представителями иной культуры), ибо культура – это «ментальное программирование» (Г. Хофстеде) [Hofstede 1980]. Причем программирование на трех уровнях – индивидуальном, коллективном и общемировом [Hofstede 1980, 25].

В связи с этим проявляется проблема: как изменить ментальные программы культур других народов и настроить их на общезначимый уровень? Или их изменить невозможно? Научные работы по выявлению критериев измерения национальных культур Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпден-Тернера [Trompenaars, Hampden-Turner 2003], Г. Хофстеде [Hofstede 1980], Э. Холла [Hall 1987], Р. Ингхарта [Inglehart 2018], В. Левиса [Lewis 2006] и др., – это по сути попытка понять, как адаптировать механизм управления кросс-культурным разнообразием в организации, с тем чтобы выявить принципы и формы наиболее эффективного управления многонациональной командой. Был сформулирован вывод: «В глобальных компаниях эффективное межкультурное общение позволяет предприятиям работать без сбоев» [Yusuf et al. 2014, 97]. В своей работе менеджеры встречаются с многочисленными проблемами, конфликтами в трудовых коллективах, сотрудники которых являются представителями разных культур. Отсюда в науке сформировался компетентностный подход к решению проблемы минимизации барьеров в межкультурных деловых коммуникациях. Именно компетентность рассматривается как важная составляющая при оценке результативности менеджера, трактуемая также как способность решать любые проблемы производительности [Matveev, Nelson 2004]. Зарубежные авторы считают: «Менеджеры должны быть обучены как профессиональные антропологи, чтобы убедить-

ся, что они обладают чуткостью к любым культурным различиям. В наше время антропологические исследования культур широко применяются в различных сферах бизнеса. Это помогает менеджерам стать более эффективными в понимании культурных проблем в общении (в коллективах)» [Yusuf et al. 2014, 113].

Таким образом, для того чтобы наладить эффективность международных коммуникаций между представителями разных деловых культур, важно сформировать компетентностную модель, овладение которой позволит менеджерам минимизировать межкультурные барьеры в процессе интеракции. В условиях обострения рисков и угроз общемирового масштаба (техногенных катастроф, военных конфликтов, пандемий и др.) обостряется проблема необходимости выхода на формирование некоторого наднационального уровня (вне рамок национально-государственных образований, альянсов и союзов) международных коммуникаций, в рамках которого будут созданы предпосылки для формирования общемировой системы глобальной цивилизации. Возможны разные сценарии будущего развития – создание коммуникационной модели в рамках парадигмы «глобальной деревни», в которой весь мир под влиянием цифровых технологий превращается в некое подобие общей деревни; «глобального театра», в котором идет превращение информации в цифру и извлечение из нее знаний («экономика знаний»), а возможен сценарий и этнической или национальной локализации.

Еще Эмпидокл говорил, что в мире все вещи, явления и процессы находятся либо в ситуации вражды (Нейкоса), либо в отношениях любви (Филии). Любовь – причина единства и добра, она соединяет разнородное и разделяет однородное. Вражда – причина множества и зла, разделяет разнородное и соединяет однородное [Антология... 1969, 299–307]. Конечно, трактовка понятий «любовь» и «вражда» в современном контексте могут быть поняты более широко: Любовь как стремление к диалогу, сотрудничеству, взаимосогласованности своих позиций. Напротив, вражда субъектов коммуникации приводит к недоверию во взаимоотношениях, к закрытой позиции, нетерпимости к культурным разли-

чиям, к отвержению чуждой точки зрения, что влечет разжигание межрелигиозных розней, политических и иных конфликтов, военных столкновений и т. д. Если субъекты в ходе межкультурных коммуникаций смогут научиться преодолевать межкультурные барьеры, то это может привести к выходу на новый, более высокий уровень культурного развития современной цивилизации. Будет воссоздана надстройка культуры общечеловеческого характера в том смысле, в котором ее понимал Освальд Шпенглер [Шпенглер 1993], то есть как становление творческих возможностей, расцвет, линия подъема.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что потребность в поиске ответов на вызовы глобализации приводит к осознанию необходимости вовлечения все большего количества национальных экономик отдельных стран в единое пространство международных коммуникаций, в котором становится неизбежным поиск единого социо-культурного кода, способного привести к формированию общемирового культурного кода, облегчающего субъектам коммуникации решения проблем взаимопонимания. В эпоху революции 4.0 в той или иной степени большинство субъектов международных экономических отношений оказываются втянутыми в так называемый «цифровой вихрь», который заставляет их овладевать новейшими информационно-коммуникативными технологиями, необходимыми для строительства сетевой, цифровой социально-экономической системы. Поэтому каждый субъект международных экономических отношений вольно или невольно вынужден приспосабливаться к новым образцам и нормам мышления и поведения в глобализируемой экономике.

Под влиянием глобализационных процессов формируется общее для мира коммуникативное пространство, принятие форм и средств которых становится необходимым для не-западно-ориентированных экономик мира. Таким образом, можно прийти к выводу, что глобализация ориентирована на распространение из «центра» (западной цивилизации) идейно-смысловых паттернов, формирующих пространство, в котором представители западной цивилизации способны выявлять точки демаркации с представителями не-западных обществ.

В науке и практике управления разрабатываются способы селекции наиболее важных форм и способов взаимодействия, ориентированных на преодоление (минимизацию) барьеров в процессе интеракции субъектов с учетом индекса их культурной дистанции. Одним из примеров является образовательная парадигма, в рамках которой утверждается компетентный подход к подготовке современных специалистов в области международного бизнеса [Deardorff 2011; Ferri 2018; Klyukanov 2005; Matveev, Nelson 2004]. Считается, что компетентностный подход позволит сформировать у менеджеров, как представителей разных национальных культур, с одной стороны, представления о культурных различиях между сотрудниками в организации, а с другой стороны, овладеть знаниями, умениями и навыками общезначимой системы вербальных и невербальных средств межкультурной коммуникации.

Межкультурная компетентность – это способность понимать различия между культурами и разрабатывать стратегии, которые могут быть эффективны в управлении коллективами в межкультурной деловой среде. Управленцы с высоким уровнем межкультурной компетентности обычно проявляют большой интерес к углублению своего межкультурного понимания, к изучению другой культуры и языка, а также к преодолению межкультурных барьеров. Опыт общения с иностранными культурами часто воспринимается как личное обогащение. Межкультурное обучение идет рука об руку с эмоциональным ростом и приводит к позитивному влиянию на межкультурные бизнес-процессы [Haghirian 2011].

Межкультурная компетентность может быть усвоена лишь частично и очень тесно переплетена с личностью человека, его межкультурным опытом и открытостью к новому. Отсюда межкультурная компетентность трактуется не как специфическая управленческая деятельность, а «личное свойство, которое может быть поддержано и усилено космополитическим отношением и опытом общения с другими культурами» [Haghirian 2011, 77]. Поэтому «обучение рассматривается как результат накопления знаний и относится к прозрениям, знаниям и ассоциациям между прошлыми действиями, эффективностью этих

действий и будущими поступками» [Haghirian 2011, 89].

Таким образом, межкультурная компетентность – это способность сотрудников сознательно мобилизовывать свои знания, навыки, поведение и ценности, которые позволяют им справляться с незнакомыми и проблемными межкультурными ситуациями при общении с людьми, социализированными по-разному в культурном отношении. Межкультурная компетентность описывает способность взаимодействовать с представителями других культур и таким образом достигать взаимоприемлемого результата [Haghirian 2011, 78].

В заключение следует отметить, что западные ученые разрабатывают компетентностную модель преодоления межкультурных барьеров в деловых коммуникациях, ориентированную на постулат о том, что сами культуры стран должны трансформироваться под влиянием глобализационных тенденций (в частности, цифровизации социо-экономического бытия современных народов) [Deardorff 2011; Ferri 2018]. Сегодня в зарубежной научной мысли наметился тренд к обоснованию предпосылок и направлений конструирования глобального сообщества [Patel, Li, Sooknana 2011; Klyukanov 2005]. При этом обосновывается необходимость развития межкультурной компетентности в контексте освоения языка, ценностей, норм и паттернов общения в контексте делового общения. А далее к постепенному формированию общезначимой системы норм, ценностей, принципов и паттернов общения между разными народами [Ferri 2018; Patel, Li, Sooknana 2011] в контексте формирования глобальной (сетевой, цифровой) социально-экономической системы. Поэтому важно заявить о необходимости развития дискуссии ученых разных стран о необходимости выработки единой системы концептов, принципов, норм, ценностей и паттернов, которые бы способствовали минимизации межкультурных барьеров, но при сохранении культурной самобытности всех народов.

Итак, складывающаяся мировая социально-экономическая система характеризуется постоянным увеличением, ускорением и глобализацией социо-культурных коммуникаций. Тем самым глобализационный процесс

влечет специфические особенности межкультурного взаимодействия, которые вынуждают ученых к переосмыслению традиционных категорий, теорий и методологических подходов. В этом контексте все острее осознается потребность в обобщении знаний, накопленных в практике взаимодействия культур, в более точном выявлении межкультурных различий, особенностей экономических культур разных стран, раскрытии механизмов международной коммуникации и факторов, способствующих достижению взаимопонимания между субъектами интеракции. Решение обозначенных задач будет способствовать очертанию контуров современной модели межкультурной коммуникации, в которой будут обозначены точки демаркации потоков коммуникации, продемонстрированы способы селекции наиболее важных точек взаимодействия, ориентированных на минимизацию барьеров в процессе интеракции субъектов с учетом индекса их экономической и культурной дистанции.

Таким образом, в науке постепенно формируется позиция, обосновывающая необходимость формирования глобальной социально-экономической системы, в рамках которой международная коммуникация между субъектами экономических отношений будет строиться на основе общезначимой системы вербальных и невербальных кодов, формирующейся в рамках указанной системы глобальной культуры. Важная роль принадлежит развитию и углублению межкультурной образовательной компетентности менеджеров, облегчающим им управление мультикультурными командами. Безусловно, данный вывод носит дискуссионный характер и нуждается в дальнейшем обосновании за счет более глубоких теоретических и прикладных исследований.

В условиях глобализации мирового рынка большинство социально-экономических систем стран и регионов мира становятся все более взаимозависимыми и взаимосвязанными. Поэтому крайне важно, чтобы субъекты международных экономических отношений понимали и ценили культурные различия друг друга для обеспечения более устойчивого функционирования и развития международного бизнеса.



**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

- Антология 1969 – Антология мировой философии. В 4 т. Т. 1. Философия древности и средневековья. Ч. 1. М.: Мысль, 1969.
- Барлыбаев 2003 – *Барлыбаев Х.А.* Общая теория глобализации и устойчивого развития. М.: ГД РФ, 2003.
- Бахтин 1986 – *Бахтин М.М.* Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986.
- Межуев 2000 – *Межуев В. М.* Проблема современности в контексте модернизации и глобализации // *Полития*. 2000. № 3. С. 102–115.
- Тейлор 2009 – *Тейлор Э.* Первобытная культура. М.: Терра, 2009. Т. 1.
- Шпенглер 1993 – *Шпенглер О.* Закат Европы: очерки морфологии мировой истории. М.: Мысль, 1993. Т. 1.
- Carey 1992 – *Carey J.W.* Communication As Culture. Boston: Unwin Human, 1992.
- Deardorff 2011 – *Deardorff D.K.* Assessing Intercultural Competence // *New Directions for Institutional Research*. 2011. № 149. P. 65–80.
- Ferri 2018 – *Ferri G.* Intercultural Communication: Critical Approaches and Future Challenges. London: Palgrave Macmillan, 2018.
- Gokmen 2017 – *Gokmen G.* Clash of Civilization and the Impact of Cultural Differences on Trade // *Journal of Development Economics*. 2017. Vol. 127. P. 449–458.
- Gokmen 2019 – *Gokmen G.* Clash of Civilizations Demystified // *European Journal of Political Economy*. 2019. Vol. 60. P. 1–13.
- Haghirian 2011 – *Haghirian P.* Successful Cross-Cultural Management: A Guide for International Managers. N. Y.: Business Expert Press, 2011.
- Hall 1987 – *Hall E.T.* Hidden Differences. Studies in International Communication. Tokyo: Bungei Shunju, 1987.
- Hofstede 1980 – *Hofstede G.* Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills: SAGE Publications, 1980.
- House et al. 1999 – *House R.J., Hanges P.J., Ruiz-Quintanilla S.A., Dorfman P.W., Javidan M., Dickson M., Gupta V.* Cultural Influences on Leadership and Organization: Project GLOBE. *Advances in Global Leadership*. Stamford: JAI Press, 1999. P. 171–233.
- Inglehart 2018 – *Inglehart R.F.* Cultural Evolution: People's Motivations are Changing and Reshaping the World. N. Y.: Cambridge University Press, 2018.
- Jameson web – *Jameson F.* Globalization and Political Strategy // *New Left Review*. 2000. № 4. P. 49–68 // <https://newleftreview.org/issues/II4/articles/fredric-jameson-globalization-and-political-strategy>.
- Klyukanov 2005 – *Klyukanov I.E.* Principles of Intercultural Communication. Boston, MA: Pearson Education, 2005.
- Lewis 2006 – *Lewis B.* When Cultures Collide. Leading Across Cultures. Boston: Nicholas Brealey Publishing, 2006.
- Matveev, Nelson 2004 – *Matveev A.V., Nelson P.E.* Cross-Cultural Communication Competence and Multicultural Team Performance: Perceptions of American and Russian // *International Journal of Cross-Cultural Management*. 2004. Vol. 4, iss. 2. P. 253–270.
- McPhail 2010 – *McPhail T.L.* Global Communication: Theories, Stakeholders and Trends. Malden: Wiley-Blackwell Publishing, 2010.
- Patel, Li, Sooknana 2011 – *Patel F., Li M., Sooknana P.* Intercultural Communication: Building a Global Community. New Delhi: SAGE Publications, 2011.
- Schwartz 2004 – *Schwartz S.H.* Mapping and Interpreting Cultural Differences Around the World // *Comparing Cultures, Dimensions of Culture in a Comparative Perspective*. Leiden: Brill, 2004. P. 43–73.
- Trompenaars, Hampden-Turner 2003 – *Trompenaars F., Hampden-Turner C.* Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business. London: Nicholas Brealey Publishing, 2003.
- Yusuf et al. 2014 – *Yusuf B., Zulkifli Z., Rashid I., Kamil S.* A Study of Barriers of Cross-Cultural Communication in Electronic-Based Companies // *The International Journal of Social Sciences*. 2014. Vol. 27, № 1. P. 97–117.

**REFERENCES**

- Anthology of World Philosophy. In 4 Vols. Vol. 1. Philosophy of Antiquity and the Middle Ages. Part 1*, 1969. Moscow, Mysl Publ.
- Barlybaev H.A., 2003. *General Theory of Globalization and Sustainable Development*. Moscow, GD RF.
- Bakhtin M.M., 1986. *Aesthetics of Verbal Creativity*. Moscow, Iskusstvo Publ.
- Mezhuyev V.M., 2000. The Problem of Modernity in the Context of Modernization and Globalization. *Politiya*, no. 3, pp. 102-115.
- Taylor E., 2009. *Primitive Culture*. Moscow, Terra Publ., vol. 1.
- Spengler O., 1993. *The Decline of Europe: Essays on the Morphology of World History*. Moscow, Mysl Publ., vol. 1.
- Carey J.W., 1992. *Communication As Culture*. Boston, Unwin Human.

- Deardorff D.K., 2011. Assessing Intercultural Competence. *New Directions for Institutional Research*, no. 149, pp. 65-80.
- Ferri G., 2018. *Intercultural Communication: Critical Approaches and Future Challenges*. London, Palgrave Macmillan.
- Gokmen G., 2017. Clash of Civilization and the Impact of Cultural Differences on Trade. *Journal of Development Economics*, vol. 127, pp. 449-458.
- Gokmen G., 2019. Clash of Civilizations Demystified. *European Journal of Political Economy*, vol. 60, pp. 1-13.
- Haghirian P., 2011. *Successful Cross-Cultural Management: A Guide for International Managers*. New York, Business Expert Press.
- Hall E.T., 1987. *Hidden Differences. Studies in International Communication*. Tokyo, Bungel Shunju.
- Hofstede G., 1980. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, SAGE Publications.
- House R.J., Hanges P.J., Ruiz-Quintanilla S.A., Dorfman P.W., Javidan M., Dickson M., Gupta V., 1999. *Cultural Influences on Leadership and Organization: Project GLOBE. Advances in Global Leadership*. Stamford, JAI Press, pp. 171-233.
- Inglehart R.F., 2018. *Cultural Evolution: People's Motivations are Changing and Reshaping the World*. New York, Cambridge University Press.
- Jameson F., 2000. Globalization and Political Strategy. *New Left Review*, no. 4, pp. 49-68. URL: <https://newleftreview.org/issues/II4/articles/fredric-jameson-globalization-and-political-strategy>.
- Klyukanov I.E., 2005. *Principles of Intercultural Communication*. Boston, MA, Pearson Education.
- Lewis B., 2006. *When Cultures Collide. Leading Across Cultures*. Boston, Nicholas Brealey Publishing.
- Matveev A.V., Nelson P.E., 2004. Cross-Cultural Communication Competence and Multicultural Team Performance: Perceptions of American and Russian. *International Journal of Cross-Cultural Management*, vol. 4, iss. 2, pp. 253-270.
- McPhail T.L., 2010. *Global Communication: Theories, Stakeholders and Trends*. Malden, Wiley-Blackwell Publishing.
- Patel F., Li M., Sooknana P., 2011. *Intercultural Communication: Building a Global Community*. New Delhi, SAGE Publications.
- Schwartz S.H., 2004. Mapping and Interpreting Cultural Differences Around the World. *Comparing Cultures, Dimensions of Culture in a Comparative Perspective*. Leiden, Brill, pp. 43-73.
- Trompenaars F., Hampden-Turner C., 2003. *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. London, Nicholas Brealey Publishing.
- Yusuf B., Zulkifli Z., Rashid I., Kamil S., 2014. A Study of Barriers of Cross-Cultural Communication in Electronic-Based Companies. *The International Journal of Social Sciences*, vol. 27, no. 1, pp. 97-117.

### Information About the Author

**Yulia P. Ten**, Doctor of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Professor, Department of Management and Innovation, Financial University under the Government of the Russian Federation, Prosp. Leningradsky, 49, 125993 Moscow, Russian Federation, YPTen@fa.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2387-6243>

### Информация об авторе

**Юлия Павловна Тен**, доктор философских наук, доцент, профессор Департамента менеджмента и инноваций, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, просп. Ленинградский, 49, 125993 г. Москва, Российская Федерация, YPTen@fa.ru, <https://orcid.org/0000-0003-2387-6243>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.9>

UDC 316:61

LBC 60.561.6

## TOURISM DURING THE COVID-19 PANDEMIC: FORMATION OF SELF-PRESERVATION BEHAVIOR IN RISK CONDITIONS

**Natalya N. Khomutova**

North-Western State Medical University named after I.I. Mechnikov, Saint Petersburg, Russian Federation

**Evgeniy S. Vasiliev**

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

**Mariya B. Poltavskaya**

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

**Abstract.** The article investigates self-preservation behavior under risk conditions (COVID-19 pandemic) in the field of tourism. The practices of self-preservation behavior directly depend on the attitude to health as a value, they are implemented as a result of conscious and responsible behavior. Health is an exhaustible resource, its maintenance depends on the lifestyle of the actors. It is shown that the basis of self-preservation behavior is socialization and biological, psychological and physical characteristics of a person that determine the individualized trajectory of a personality focused on “self-project” (creation and improvement of oneself). The formation of everyday practices of self-preservation behavior is associated with both traditional patterns of behavior and personal strategies, which in modern society need to be analyzed by taking into account the latest trends caused by the pandemic. The article compares the initial “pre-pandemic” attitudes of self-preservation behavior with their current state, analyzes the process of their formation. During the COVID-19 pandemic, the unavailability of full-fledged medical care was compensated by the possibility of health tourism, which can be considered as a variant of self-preservation behavior. Other types of tourism (cultural and entertainment, event, etc.) in some cases can be considered as risky, not health-oriented practices. The dynamics of motivation of self-preservation behavior in the tourism sector in the conditions of the COVID-19 pandemic is analyzed. Firstly, the combination of the need for well-being and the desire to improve performance and stress relief is reviewed. Secondly, the activity of using tourist services is restricted due to the fear of getting sick with coronavirus. Thirdly, the Russians lay the responsibility for maintaining health on the state and the Institute of health care. Fourth, the focus of consumers of tourist services is shifting towards medical and health tourism, and tourist routes abroad are also being chosen to get vaccinated against COVID-19 with vaccines approved by WHO.

**Key words:** health, self-preserving behavior, everyday practices, tourism, COVID-19 pandemic, social risks, lifestyle.

**Citation.** Khomutova N.N., Vasiliev E.S., Poltavskaya M.B. Tourism During the COVID-19 Pandemic: Formation of Self-Preservation Behavior in Risk Conditions. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 75-87. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.9>

УДК 316:61

ББК 60.561.6

## ТУРИЗМ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19: ФОРМИРОВАНИЕ САМОСОХРАНИТЕЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ РИСКА

**Наталья Николаевна Хомутова**

Северо-Западный государственный медицинский университет им. И.И. Мечникова,  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

**Евгений Сергеевич Васильев**

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

**Мария Борисовна Полтавская**

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

**Аннотация.** В работе исследуется самосохранительное поведение в условиях риска (пандемии COVID-19) в сфере туризма. Практики самосохранительного поведения напрямую зависят от отношения к здоровью как ценности, реализуются в результате осознанного и ответственного поведения. Здоровье является исчерпаемым ресурсом, его поддержание зависит от образа жизни акторов. Показано, что базой самосохранительного поведения выступает как социализация, так и биологические, психологические и физические особенности человека, определяющие индивидуализированную траекторию личности, ориентированную на «самопроект» (создание и улучшение себя). Формирование повседневных практик самосохранительного поведения связано как с традиционными паттернами поведения, так и с личностными стратегиями, которые в современном обществе необходимо анализировать с учетом последних тенденций, обусловленных пандемией. В статье сопоставлены исходные «допандемийные» установки самосохранительного поведения с их текущим состоянием, проанализирован процесс их формирования. Во время пандемии COVID-19 недоступность полноценной врачебной помощи компенсировалась возможностью лечебно-оздоровительного туризма, что можно представить как вариант самосохранительного поведения. Иные виды туризма (культурно-развлекательный, событийный и т. д.) в некоторых случаях можно рассматривать как рискованные, не ориентированные на сохранение здоровья практики. Проанализирована динамика мотивации самосохранительного поведения в сфере туризма в условиях пандемии COVID-19: во-первых, сочетание потребности в хорошем самочувствии и желания повышения работоспособности, снятие стресса; во-вторых, ограничение активности использования туристских услуг, обусловленное страхом заболеть коронавирусом; в-третьих, возложение россиянами ответственности за сохранение здоровья на государство и институт здравоохранения; в-четвертых, смещение фокуса потребителей туристских услуг в сторону лечебно-оздоровительного туризма, а также выбор туристических маршрутов за рубеж для получения прививки от COVID-19 вакцинами, одобренными ВОЗ.

**Ключевые слова:** здоровье, самосохранительное поведение, повседневные практики, туризм, пандемия COVID-19, социальные риски, образ жизни.

**Цитирование.** Хомутова Н. Н., Васильев Е. С., Полтавская М. Б. Туризм в период пандемии COVID-19: формирование самосохранительного поведения в условиях риска // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 75–87. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.9>

## Введение

В сфере туризма в условиях пандемии COVID-19 произошли серьезные изменения, которые были вызваны не только неблагоприятной экономической обстановкой, но и трансформацией ценностных установок, моделей поведения, введением новых практик. В данной работе туризм рассматривается как сфера, которую определяют не только потребительские практики, но и практики самосохранительного поведения акторов, серьезно трансформирующиеся с 2020 года.

Туризм включает разнообразные продукты, в том числе лечебно-оздоровительные и спортивные туры, что способствует сохранению и поддержанию здоровья. В то же время угроза заболевания стала причиной осторожного отношения к культурно-развлекательным, религиозным и иным турам, которые ограничены объявлением многими странами локда-

унов, закрытием границ. В данной статье авторы намерены выявить, каким образом оценивать акторов, потребляющих туристические продукты в условиях пандемии COVID-19: как рискующих своим здоровьем граждан или как реализующих практики самосохранительного поведения?

Целью данной работы стал анализ подходов к изучению самосохранительного поведения в сфере туризма, сбор и анализ статистических и эмпирических данных, выявление динамики мотивов самосохранительного поведения россиян в процессе потребления туристских продуктов.

## Теоретические аспекты исследования и обзор литературы

Проблема самосохранения как важнейшей составляющей «культуры здоровья» воз-

растает по мере наблюдающейся в последние годы стагнации процесса общего оздоровления населения планеты. Если прежде господствовало мнение о том, что улучшение социальных условий является основным фактором нормализации здоровья людей, фактически неизбежно сопутствующим доступу к хорошему питанию, современной медицине и другим благам современной цивилизации, то наблюдения последних десятилетий заставляют внести корректировку в устоявшуюся систему взглядов на данную проблему. В развивающихся странах третьего мира повышение уровня жизни и охвата населения доступной медицинской помощью, как правило, приводит к «демографическому взрыву», который в свою очередь вызывает новые социальные проблемы. В развитых, преимущественно западных, странах физическая акселерация и оздоровление через несколько поколений нередко сменяется гиподинамией, «эпидемией ожирения», ростом сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний. Свой вклад в эти негативные тенденции вносит и связанное с информатизацией изменение формата трудовой деятельности и повседневного образа жизни: отсутствие физических нагрузок в процессе выполнения задач, «сидячая» работа в офисах и дома через сеть Интернет (онлайн, «удаленная», «дистанционная» и др.), что отчетливо проявилось в период принудительного ограничения перемещений людей во время пандемии COVID-19 [Хомутова 2020].

Изменение образа и ритма жизни затрагивает и сферу отдыха, предоставляя большой объем информации для принятия решений в области планирования туристских поездок. Возникает необходимость оформления обязательной медицинской страховки при поездке за рубеж, наличия ряда прививок, без которых не только не безопасно посещать определенные территории, но запрещено на законодательном уровне. Сфера туризма оказывается ярким примером формирования самосохранительного поведения. Отмеченные тенденции показывают изменения в отношении людей к собственному поведению как основному источнику формирования и сохранения своего здоровья.

Понятие «самосохранительное поведение» в научной литературе рассматривается с

различных сторон, преимущественно со стороны поведенческих факторов в демографических процессах [Кулькова 2020]. Важность установок поведения личности и значимость понятий «самосохранение», «здоровьесбережение» в стратегическом плане относительно человеческого капитала оставляют тему актуальной несколько десятилетий. Например, А.И. Антоновым была предложена идея самосохранительного поведения как «системы действий и отношений, направленных на сохранение здоровья в течение полного жизненного цикла, на установку продления срока жизни в пределах этого цикла» [Антонов 1998, 313].

В научной литературе наряду с понятием «самосохранительное поведение» используются синонимичные понятия «здоровьесберегающее поведение», «витальное поведение», «здравоохранительное поведение» и др. В данной работе мы будем использовать понятие «самосохранительное поведение», исследуя которое С.А. Вангородская отмечает насыщение понятия, включение в исследование таких аспектов, как «универсальный характер самосохранительного поведения, проявляющийся в его связи со всеми сферами жизни и видами поведения (репродуктивного, потребительского и т. д.)» [Вангородская 2017, 22], в том числе анализ саморазрушительного поведения. Среди прочих компонентов необходимо выделять «осознанность поведения», «деятельность по минимизации рисков для здоровья», «продление творческого долголетия», «сознательные действия индивида по сохранению своего здоровья в биологическом, психологическом и социальном отношениях». С.А. Вангородская формулирует следующее понятие: «Самосохранительное поведение – это сознательная деятельность индивида, направленная на поддержание оптимальных параметров биологического, психологического и социального здоровья и минимизацию субъективно осознаваемых рисков» [Вангородская 2017, 24]. Биологический, социологический и социальный компоненты (ориентации) самосохранительного поведения выделяет Т.Н. Шушунова [Шушунова 2009].

Мотивация самосохранения основывается на биологических и социальных компонентах. К биологическим факторам относится и психологическое поведение индивида. Р.Ф. Таф-

лингер отнес к биологическим основам человеческого поведения три основных элемента: самосохранение, воспроизводство человека и методы повышения самосохранения и воспроизводства (автор назвал жадность инстинктивной реакцией человеческой природы, которая влияет на поведение) [Taflinger... web]. В данном контексте интересен анализ поведения индивида с позиций психофизиологических реакций на пандемию.

Призыв людей к заботе о себе на общественном уровне не является действующей технологией, если она не закреплена паттернами поведения, накопленными в процессе социализации. Помимо призыва развивать спорт, улучшать условия для занятий физической культурой, в общественном сознании граждан должно формироваться понимание ценности здоровья. Очевидно, что для достижения благополучия в этой сфере жизни необходима радикальная трансформация мышления, взгляда на самих себя как индивидуумов, представляющих значимость. Спортивный комплекс, построенный в неблагополучном районе, с грязными «серыми» улицами, плохими дорогами, старыми домами едва ли окажет существенное влияние на желание жителей близлежащих кварталов заняться решением проблемы самосохранения. Скорее информационное виртуальное пространство победит в этой негласной схватке между спортивным комплексом и компьютером, который снабдит сознание коммерческими предложениями по улучшению своего здоровья. Если полные негатива кинематограф, телевидение, Интернет и социальные сети будут продолжать оказывать деструктивное влияние на людей, никакие новые поликлиники и самые современные медицинские центры не достигнут своих целей. Очевидно, что путь к самосохранению лежит через обретение понимания «самоценности», душевного равновесия, позитивного восприятия жизни, развитие коммуникации в реальном времени и пространстве. У человека должны быть высокие жизненные цели и ясное осознание смысла своего существования. Там, где не сформирован позитивный «образ будущего», нет и благополучного настоящего.

В работе А.В. Короленко предложена классификация теоретических подходов к ин-

терпретации самосохранительного поведения, выделены: медицинский, психологический и социолого-демографический подходы [Короленко 2018]. Ключевым элементом медицинского подхода является медицинская активность и соблюдение норм здорового образа жизни (ЗОЖ); в фокусе внимания психологического подхода находятся такие компоненты самосохранительного поведения, как изучение мотивации, выявление самооценки текущего состояния здоровья, определение цели, систем действий и контроль результата; социолого-демографический подход исследует потребности в здоровье и долголетию, выявляет установки и самооценку здоровья, социально одобряемые нормы, мотивы и предпринимаемые акторами действия.

Несмотря на то что одним из основных смысловых элементов понятия «самосохранение здоровья» является сознательное, целенаправленное поведение индивида, исследователи отмечают, что в российском обществе до сих пор наблюдается «низкая культура здоровьесбережения». Это связано как с несовершенством системы здравоохранения, так и с избираемым человеком образом жизни [Ушакова 2010, 4].

Рассматривая в соотношении общественное и индивидуальное здоровье, самосохранительное поведение оценивается как технология сбережения человеческого капитала и элемент национального богатства. Таким образом, важнейшей стороной самосохранительного поведения выступает образ жизни личности, который основан на ценностных ориентациях индивида и его жизненных установках.

В условиях пандемии выбор активной стратегии отдыха россиянами (туристские поездки, турпоходы, отдых в санаторно-курортных учреждениях и др.) можно рассматривать как элемент самосохранительного поведения. Физическая активность, реализуемая через туристские практики, является одним из способов снять стресс, накопившееся напряжение и в целом направлена на сохранение и поддержание здоровья, так как одна из важных составляющих самосохранительного поведения – медицинская активность (обращение к врачу при первых признаках болезни, регулярные медицинские осмотры) – оказалась се-

годня недоступной для многих россиян ввиду перепрофилирования клиник под ковидные госпитали, отмены плановых операций. В то же время поездка в санаторно-курортное учреждение, возможность выбрать место отдыха и лечения стали для россиян, ориентированных на туристские практики, вариантом самосохранительного поведения.

Проблематика изменения туристической сферы в России в период пандемии COVID-19 стала активно изучаться отечественными исследователями [Акентьева, Кротов, Маршанцев 2021; Логунцова 2020]. Вопросы обеспечения самосохранения при осуществлении туристских поездок обсуждались в научной литературе еще до пандемии COVID-19. Т.В. Ватлина и С.А. Щербакова поднимают проблему инфекционной безопасности как фактора развития туристской деятельности регионов [Ватлина, Щербакова 2015]. В трудах Н.В. Зайцевой предпринимаются попытки формирования риск-ориентированных моделей защиты прав пользователей туристскими услугами (см., например: [Зайцева, Май, Кирьянов 2017]). Напрямую на здоровье влияет санаторно-курортное лечение, этим вопросам посвящены исследования А.И. Шпакова, В.В. Войтова и др. (см., например: [Шпаков и др. 2019]). Изменения отношения к своему здоровью, практики самосохранительного поведения населения РФ во время пандемии COVID-19 анализируются в работе А.А. Шабуновой [Шабунова 2020].

Рассматривая субъективную мотивацию, исследователи выделяют противоположные траектории: с одной стороны, самосохранение (активность), с другой – саморазрушение (приверженности вредным привычкам). Саморазрушение может иметь характер «осознанный (когда человек жертвует своим здоровьем для достижения поставленной цели) или неосознанный (поведение человека при плохой информированности о симптомах болезни, влиянии вредных привычек)» [Симаева, Алимпиева 2010, 55]. Траектории «саморазрушительного и самосохранительного поведения» диалектически взаимосвязаны: человек может вести нездоровый образ жизни, ощущая болезнь как конфликт между телом и сознанием [Шляпентох, Шубкин, Ядов (ред.) 1999]. Лишаясь гармонии, индивид способен вернуться на путь «самосохранения».

Самосохранительное поведение может идти по разным траекториям. Первая траектория – формирование повседневных практик под воздействием традиционных паттернов поведения, закрепленных в ходе социализации личности. Данная стратегия подразумевает заботу о здоровье, правильное питание, своевременное обращение в лечебные учреждения, доверие к врачам, отсутствие вредных привычек либо их минимизацию. Например, «активность респондентов, ориентированная на улучшение здоровья, проявляется в попытках изменить свой образ жизни, чтобы сделать его более благоприятным для здоровья – увеличить физическую активность, привести в норму свой вес, уменьшить употребление жиров, соли, сахара, алкоголя, а также бросить курить», а «самосохранительное поведение включает в себя владение минимальными, необходимыми в повседневной жизни навыками самоконтроля» [Ображей, Подвальская 2010, 267]. В данной траектории формирование ценностных ориентаций, рационализация своего поведения и нормы социализации играют первостепенное значение.

Вторую траекторию формирования субъективных практик самосохранительного поведения можно охарактеризовать как «либерально ориентированную». Формообразование данных практик основано на индивидуальных предпочтениях, тенденциях моды, ценностях свободы, они характеризуются наличием спонтанности и переменчивости выбора. Именно о такой практике можно говорить, обобщая опыт исследователей молодежных ориентаций здоровья. Здоровье детей в определяющей степени зависит от здоровья родителей, их образа жизни до зачатия, в период беременности и первых лет существования. Между тем в среде молодежи не редко поведение, которое культивирует «прожигание жизни» и похожие практики. Многочисленные исследования молодежных ориентаций показывают, что здоровый образ жизни, выступая ценностью для студентов, не является для них четкой стратегией действий [Самыгин С.И., Самыгин П.С., Попов 2012]. Таким образом, отсутствие понимания важности самосохранения оказывает пагубное влияние на акторов, обрекает на врожденное нездоровье потомков. Налицо последствия отмеченного выше отсутствия осознания ценности и смысла самосохранения.

**Результаты исследования**

Экономические и социальные практики населения, связанные с реализацией своих потребностей в сфере туризма, претерпели изменения, внесенные в жизнь населения всей планеты пандемией COVID-19, оказали заметное влияние и на формирование самосохранительного поведения в области туризма. С.А. Вангородская отмечает, «что социально-политические, социально-экономические, инфраструктурные и социально-психологические факторы играют значительную роль в формировании основных моделей самосохранительного поведения населения российских регионов» [Вангородская 2018, 22].

Для более полного понимания произошедших процессов обратимся к статистическим данным, характеризующим изменения в туристской сфере РФ за период, охватывающий 2016–2020 гг., а также, в некоторых случаях, первый и второй квартал 2021 г. (табл. 1).

Если в «допандемийный» период туристская отрасль показывала относительно небольшой, но

уверенный рост в объеме 3–4 % от года к году, то с 2020 г. картина меняется. Хотя внутри самой индустрии видны существенные изменения: в 2018 г. заметно увеличились объемы оказания услуг санаторно-курортных организаций и услуг средств размещения (11 % и 16 % соответственно), а в 2019 г. средства размещения показали отрицательную динамику (см. табл. 1).

По причине введения ряда ограничений на передвижение 2020 г. стал неблагоприятным для индустрии туризма. Снижение объема услуг достигает почти 50 %. Однако можно обратить внимание на интересную закономерность: если объем туристских услуг в 2020 г. снизился на 49 %, то объем предоставления услуг санаторно-курортных организаций – на 33 %, то есть в меньшей степени; объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения – на 27 % (рис. 1). Обусловлены данные тенденции спецификой оказания этих видов услуг, а также мерами государственной поддержки, оказывающими регулирующее воздействие на перемещение населения в рамках страны и за ее пределы.

Таблица 1

**Услуги населению в сфере туризма, оказанные в 2016–2020 гг., млрд руб.**

Показатель	2016 г.	2017 г.	2017 г. / 2016 г.	2018 г.	2018 г. / 2017 г.	2019 г.	2019 г. / 2018 г.	2020 г.	2020 г. / 2019 г.
Объем туристских услуг	161	166,6	3 %	172,1	3 %	179,8	4 %	91,9	-49 %
Объем услуг санаторно-курортных организаций	120	112,3	-6 %	124,8	11 %	127,2	2 %	85,5	-33 %
Объем услуг средств размещения	213	219,9	3 %	255,7	16 %	247,3	-3 %	181,6	-27 %

Примечание. Составлено по: [Платные услуги... web].



Рис. 1. Услуги населению в сфере туризма, оказанные в 2017–2020 гг., млрд руб



Хотелось бы отдельно рассмотреть ситуацию в сфере услуг санаторно-курортных учреждений. Меньшее падение объема в этом случае связано с характером и условиями их предоставления конечному потребителю. Несмотря на введение правительством ряда ограничений на перемещения населения по территории РФ, санаторно-курортные организации, предоставляющие свои услуги по назначению медицинских учреждений, оказались в положении, когда новые дополнительные преграды частично совпадали с уже существующими и не перекрыли полностью поток клиентов. Для того чтобы воспользоваться услугами санаторно-курортных учреждений населению пришлось прикладывать дополнительные усилия в виде получения разрешений, участвовать в прививочных процедурах, сдавать тесты, но введение ограничений и запреты не заблокировали полностью возможность получать, а соответственно, и оказывать услуги по лечебно-оздоровительному отдыху в санаторно-курортных учреждениях. Также наблюдались факты смещения потребительского спроса с услуг рекреационного отдыха на услуги пребывания в санаторно-курортных учреждениях, туристический поток в которые оказал дополнительную поддержку данному сектору туристской деятельности. Намерение воспользоваться санаторно-курортными услугами в период пандемии, когда запись к врачу и посещение медучреждений ограничены, можно рассматривать как установку на самосохранительное поведение населения.

Пандемия сказалась на туристской отрасли в первую очередь рядом существенных, в некоторых случаях предельных ограничений, снизивших мобильность населения [Gössling, Scott, Hall 2021], создавших условия, в которых невозможно оказание подавляющего числа туристских услуг, а также в некоторые временные периоды полностью исключивших возможность посещения других стран. Так, объем услуг по выезду за рубеж составил 11,5 млрд долл. США в 2018 г., 11 млрд долл. США – в 2019 г., 2,9 млрд долл. США – в 2020 г. (рис. 2).

Показатели сократились в несколько раз и не упали до нуля только из-за того, что локдаун начался не в начале года. Эти особенности хорошо проиллюстрированы на примере квартальных данных за 2021 г. (см. табл. 2). Можно наблюдать, что показатели первого квартала 2021 г. составляют менее трети от показателя аналогичного периода 2020 г., данные второго квартала нельзя корректно сравнивать с данными второго квартала прошлого года в силу их малого объема, что выливается в чрезвычайно высокий прирост (3000 %) при расчете динамики на основе малого числа наблюдений.

Итак, общая картина ситуации в туристской отрасли становится ясна из приведенных и проанализированных статистических показателей. Обратимся к вопросам изменения самосохранительных практик населения при реализации туристских услуг в этих непростых условиях повышенного риска.

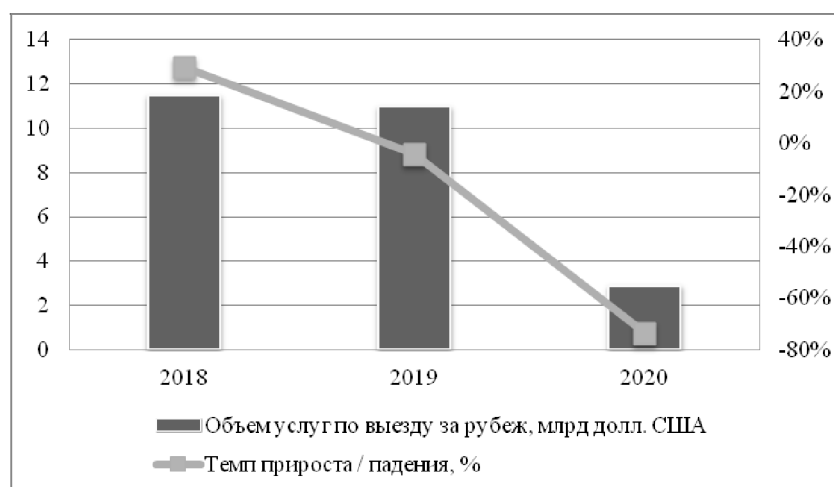


Рис. 2. Объем туристских услуг по выезду за рубеж, 2018–2020 гг.

Итоги выборочного наблюдения поведенческих факторов, влияющих на состояние здоровья россиян в 2018 г. [Выборочное наблюдение... web] демонстрируют, что 83 % опрошенных считают именно себя ответственными за состояние своего здоровья. Данные за 2020 г. представлены в мониторинге физического здоровья населения Вологодской области, проводимом каждые два года ФГБУН ВолНЦ РАН (табл. 3).

На первый взгляд ситуация за два года изменилась не сильно, но стоит обратить вни-

мание на два распределения. Первое распределение – общее: население снизило собственную ответственность за свое здоровье на 1,3 % и переложило ее на другие институты / группы, суммарно увеличив эту нагрузку на 8,3 %.

В частности, в течение 2020 г. большую ответственность за здоровье населения, по сравнению с предыдущими данными, должны возложить на себя сфера здравоохранения в лице медицинских работников (+2,8 %) и государство, роль которого, по мнению опрошенных, выросла на 5,6 % (рис. 3).

Таблица 2

Основные показатели по выездным туристическим поездкам, I–II кварталы 2020–2021 гг.

Показатель	I квартал 2021 г.	II квартал 2021 г.	Прирост I квартал 2021 г. к I кварталу 2020 г., %	Прирост II квартал 2021 г. к II кварталу 2020 г., %
Число въездных туристических поездок, тыс.	1163,5	1653,7	-69,4	2385,6
Число выездных туристических поездок, тыс.	2252,4	3601,3	-67,8	3001,1
Объем услуг по выезду за рубеж, млрд долл. США	0,4	0,6	-72,2	60,6

Примечание. Составлено по: [Розничная торговля... web].

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Кого Вы считаете ответственным за Ваше здоровье?», 2018 и 2020 гг., % от числа ответивших

Ответ	2018 г.	2020 г.	2020 г. / 2018 г.
<b>Ответственность лежит на мне</b>	<b>87,3</b>	<b>86,0</b>	<b>-1,3</b>
Считают себя ответственными за свое здоровье	87,3	86,0	-1,3
<b>Ответственность лежит на других</b>	<b>86,0</b>	<b>94,3</b>	<b>8,3</b>
Медицинские работники	38,3	41,1	2,8
Государство	18,5	24,1	5,6
Семья, родственники	18,2	18,0	-0,2
Работодатель	6,0	5,9	-0,1
Затрудняются ответить	5,0	5,2	0,2

Примечание. Составлено по: [Шабунова, Нацун, Короленко 2021, 14].

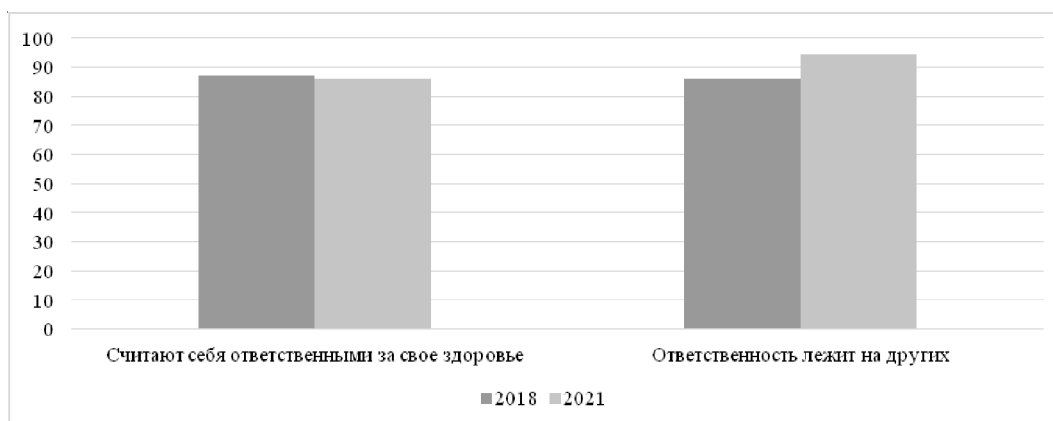


Рис. 3. Распределение ответственности за здоровье, 2018–2020 гг., % от числа ответивших

Те «другие», на кого возлагают ответственность респонденты, – прежде всего медицинские работники и государство. Суммарная ответственность этих двух акторов выросла за два года с 56,8 до 65,2 %, то есть на 8,4 %. Оценка ответственности работодателей, а также семьи и родственников фактически не изменилась.

Отношение человека к собственному здоровью, поведенческие модели в отношении своего здоровья содержат такие предотвратимые факторы риска, как употребление табака, неправильное питание, отсутствие физической активности и др. Эти факторы поддаются самоконтролю, и ответственность за их соблюдение возлагается на себя. Наличие установок и применение здоровьесберегательных практик зависит как от личной ответственности, осознанности, так и от внешних факторов (доступности и качества объектов социальной инфраструктуры, услуг здравоохранения и т. п.). Изменение поведенческих факторов происходит, с одной стороны, вследствие изменения образа жизни, мотивации, отношения населения к своему здоровью; с другой стороны, на эти факторы могут оказывать влияние активизация регулирующих воздействий со стороны государства и общества.

Можно предположить, что выдвигание на первый план принципиальной позиции государства по вопросам регулирования рисков нивелирует значимость личной ответственности за собственное сохранение здоровья каждым индивидом. Личная мотивация в сохранении здоровья уступает место принятым и

одобренным социальным нормам, воздействующим на поведенческие практики индивидов.

Рассмотрим, что лежит в основе формирования самосохранительных мотивов населения. Для нашего исследования важным изменением является повышение значимости для населения такого мотива, как «желание повысить (сохранить) работоспособность», который поменялся местами с «нежеланием сталкиваться с медициной». Таким образом, основным изменением в практике самосохранения в 2020 г. стал выход на первый план мотива «потребность в хорошем самочувствии», который трансформируется в повышение работоспособности, что помогает увереннее себя чувствовать в сложных условиях пандемии (табл. 4). В то же время нежелание напрямую сталкиваться с медициной наряду с возросшей потребностью в хорошем самочувствии и привели к тому, что выбор россиян сместился в сторону санаторно-курортных услуг во внутреннем туризме.

Нами был проведен экспертный опрос специалистов, работающих в организациях Волгоградской области, реализующих туристские продукты (выборка целенаправленная, 7 экспертов). Эксперты отмечают, что туристы активно интересуются, какие меры безопасности организованы в местах предоставления услуг, ориентированы на посещение мест, в которых меньше туристов, также эксперты отмечают новую тенденцию – вакцинный туризм за рубеж (в Сербию, Италию, Венгрию, Германию, Хорватию). Признанные Всемирной организацией здравоохранения вакци-

Таблица 4

## Динамика самосохранительных мотивов, 2018 и 2020 гг., % от числа ответивших

№ п/п	Самосохранительные мотивы	2018 г.	2020 г.	2020 г. / 2018 г.	Важность в 2020 г. по отношению к важности в 2018 г. (меньше – важнее)
1	Потребность в хорошем самочувствии	42,2	46,6	4,4	1/1
2	Нежелание доставлять хлопоты, быть обузой близким	39,4	39,5	0,1	2/2
3	Желание повысить (сохранить) работоспособность	<b>28,3</b>	<b>30,8</b>	2,5	<b>3/5</b>
4	Страх заболеть	29,0	30,5	1,5	4/4
5	Нежелание сталкиваться с медициной	<b>29,6</b>	<b>29,1</b>	-0,5	<b>5/3</b>
...	...				
11	Стремление достичь значимых целей в жизни (в работе, учебе)	9,3	9,8	0,5	11/11

Примечание. Составлено по: [Шабунова, Нацун, Короленко 2021].

ны Pfizer и Johnson & Johnson, надеются акторы, позволят им в будущем путешествовать без ограничений. В то же время потребители таких услуг – акторы с высокими доходами, высоко мотивированные на самосохранительное поведение, имеющие для поддержания здоровья материальные возможности.

### Выводы

В итоге можно с уверенностью отметить наличие взаимосвязи между особенностями формирующегося самосохранительного поведения в условиях риска и потребительским поведением индивидов при выборе услуг в сфере туризма. Анализ динамики изменения экономических показателей РФ в области туристской индустрии позволил провести сопоставление с выявленными тенденциями формирования новых практик самосохранения населения РФ, а также описать, как они влияют на процесс выбора и потребления туристских услуг в условиях возросшего риска, и прийти к следующим выводам.

Основными тенденциями самосохранительных практик населения в условиях пандемии становятся сочетание мотивов хорошего самочувствия и повышение работоспособности, что укрепляет уверенность в завтрашнем дне конкретного индивида. В то же время страх болезни увеличился по сравнению с «допандемийным» этапом несущественно (всего на 1,5 %) и продолжает оставаться на 4-м месте среди самых значимых мотивов. Данные тенденции в определенной степени ограничивают активность в принятии решений об использовании туристских услуг.

В условиях жесткой регулятивной политики ответственность за самосохранение население постепенно перекладывает с собственных плеч на государство и институт медицинского обслуживания, признавая таким образом первичную роль правительственных институтов в успешном решении проблемы пандемии. Самосохранительные практики получили дополнительный стимул в виде повышения осторожности в планировании долгосрочной деятельности на фоне принятия новых установленных социальных норм, воздействующих на поведенческие практики индивидов, и следования им.

Статистические данные по экономической ситуации в туристской отрасли также демонстрируют, что самосохранительные практики трансформируются в соответствии с политикой государства. В условиях множества ограничений фокус потребителей туристских услуг сместился частично в сторону оздоровительных услуг санаторно-курортных учреждений, а также выбора путешествий по России, что проявилось в том, что меньше всего пострадал сектор гостиниц и других средств размещения.

Экспертный опрос показал, что большая часть ограничительных мер признается туристами как необходимые к исполнению. Соответственно, их снятие или частичное послабление становится сигналом к активизации потребления доступных туристских услуг. Однако полного восстановления интереса к туризму, а следовательно, и возвращения как основного, так и отложенного спроса в основном не случилось, не считая случаев покупки туристских продуктов для реализации прививочной компании вакцинами, одобренными ВОЗ.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Агентьева, Кротов, Маршанцев 2021 – *Агентьева Е.В., Кротов А.В., Маршанцев Д.О.* Трансформация туристской сферы в период пандемии в России // Географические исследования Сибири и Алтае-Саянского трансграничного региона: материалы Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 85-летию со дня рождения Виктора Семеновича Ревякина. Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2021. С. 89–97.
- Антонов 1998 – *Антонов А.И.* Микросоциология семьи (методология исследования структур и процессов). М.: Nota Bene, 1998.
- Вангородская 2017 – *Вангородская С.А.* Самосохранительное поведение: проблема содержания понятия в отечественной социологии // Среднерусский вестник общественных наук. 2017. Т. 12, № 4. С. 20–29.
- Вангородская 2018 – *Вангородская С.А.* Факторы самосохранительного поведения населения региона (по результатам эмпирических исследований) // Научный результат. Социология и управление. 2018. Т. 4, № 2. С. 13–26.
- Ватлина, Щербакowa 2018 – *Ватлина Т.В., Щербакowa С.А.* Инфекционная безопасность как фактор развития современного туризма (на при-

- мере Смоленской области) // Проблемы безопасности российского общества. 2015. № 1. С. 34–40.
- Выборочное наблюдение... web – Выборочное наблюдение поведенческих факторов, влияющих на состояние здоровья россиян в 2018 году [Федеральная службы государственной статистики] // [https://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/ZDOR/Factors2018\\_2812/index.html](https://www.gks.ru/free_doc/new_site/ZDOR/Factors2018_2812/index.html).
- Зайцева, Май, Кирьянов 2017 – *Зайцева Н.В., Май И.В., Кирьянов Д.А.* Научно-методические подходы к формированию риск-ориентированной модели контрольно-надзорной деятельности в сфере защиты прав потребителей // Анализ риска здоровью. 2017. № 2. С. 4–15.
- Короленко 2018 – *Короленко А.В.* Модели самосохранительного поведения населения: подходы к изучению и опыт построения // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11, № 3. С. 248–263. DOI: 10.15838/esc.2018.3.57.16
- Кулькова 2020 – *Кулькова И.А.* Влияние пандемии коронавируса на демографические процессы в России [Human Progress. 2020. Т. 6, вып. 1] // [http://progress-human.com/images/2020/Tom6\\_1/Kulkova.pdf](http://progress-human.com/images/2020/Tom6_1/Kulkova.pdf).
- Логунцова 2020 – *Логунцова И.В.* Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 80. С. 50–67. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063.
- Ображей, Подвальская 2010 – *Ображей О.Н., Подвальская В.С.* Актуальность изучения самосохранительного поведения населения // Социологический альманах. 2010. № 1. С. 262–269.
- Платные услуги... web – Платные услуги населению в сфере туризма [Федеральная служба государственной статистики] // [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/7-1\(1\).xlsx](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/7-1(1).xlsx).
- Розничная торговля... web – Розничная торговля, услуги населению, туризм [Федеральная служба государственной статистики] // <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/tab-in-tur.html>.
- Самыгин, Самыгин, Попов 2012 – *Самыгин С.И., Самыгин П.С., Попов М.Ю.* Здоровье в системе ценностных установок современной российской молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2012. № 12/1. С. 199–203.
- Симаева, Алимбиева 2010 – *Симаева И.Н., Алимбиева А.В.* Охрана здоровья и образование: институциональный подход. В 2 ч. Ч. 1. Калининград: БФУ им. И. Канта, 2010.
- Ушакова 2010 – *Ушакова Я.В.* Практики самосохранительного поведения студенческой молодежи: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Н. Новгород, 2010.
- Хомутова 2020 – *Хомутова Н.Н.* Фактор страха как причина «самомедиализации» пациента // Здоровье населения и качество жизни. Ч. 1: электрон. сб. материалов VII Всерос. с междунар. участием заоч. науч.-практ. конф. / под ред. проф. В.С. Лучкевича. СПб., 2020. С. 274–280.
- Шабунова 2020 – *Шабунова А.А.* Здоровье и самосохранительное поведение населения в контексте COVID-19 // Социальное пространство. 2020. Т. 6, № 3. С. 1–7. DOI: 10.15838/sa.2020.3.25.1.
- Шабунова, Нацун, Короленко 2021 – *Шабунова А.А., Нацун Л.Н., Короленко А.В.* Укрепление общественного здоровья: баланс ответственности государства и гражданина // Проблемы развития территории. 2021. Т. 25, № 4. С. 7–23. DOI: 10.15838/ptd.2021.4.114.1.
- Шляпентох, Шубкин, Ядов (ред.) 1999 – *Шляпентох В.Э., Шубкин В.Н., Ядов В.А. (ред.)*. Катастрофическое сознание в современном мире в конце XX века: (По материалам международных исследований). М.: Моск. обществ. науч. фонд: Ин-т социологии РАН: Ун-т штата Мичиган, 1999.
- Шпаков и др. 2019 – *Шпаков А.И., Войтов В.В., Кубиньска З., Заворски К., Глебович О.А., Коннон М.Б., Хованская Г.Н.* Осведомленность пациентов, находящихся на санаторно-курортном лечении, о значении физиопрофилактики // Вопросы организации и информатизации здравоохранения. 2019. № 3 (100). С. 75–82.
- Шушунова 2009 – *Шушунова Т. Н.* Самосохранительное поведение: методологические основания исследования // Вестник Белорусского национального технического университета. 2009. № 5. С. 101–106.
- Gössling, Scott, Hall 2021 – *Gössling S., Scott D., Hall C.M.* Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19 // Journal of Sustainable Tourism. 2021. № 29 (1). P. 1–20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.
- Taflinger... web – *Taflinger R.F.* The Biological Basis of Human Behavior // <https://public.wsu.edu/~taflinge/biology.html>.

## REFERENCES

- Akentieva E. V., Krotov A. V., Marshantsev D. O., 2021. Transformation of the Tourist Sphere During the Pandemic in Russia. *Geograficheskie*

- issledovaniya Sibiri i Altae-Sayanskogo transgranichnogo regiona: materialy Mezhdunar. nauch.-prakt. konf., posvyashch. 85-letiyu so dnya rozhdeniya Viktora Semenovicha Revyakina.* Barnaul, Izd-vo AltGU, pp. 89-97.
- Antonov A.I., 1998. *Microsociology of the Family (Methodology of Research of Structures and Processes)*. Moscow, Nota Bene Publ.
- Vangorodskaya S.A., 2017. Health Behavior: The Problem of the Notion in Sociology. *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk*, vol. 12, no. 4, pp. 20-29.
- Vangorodskaya S.A., 2018. The Factors of Self-Preservation Behavior of the Population in the Region (Based on Empirical Studies). *Nauchnyy rezul'tat. Sotsiologiya i upravlenie*, vol. 4, no. 2, pp. 13-26.
- Vatlina T.V., Shcherbakova S.A., 2015. Infectious Safety As a Modern Tourism Development Factor (On the Example of Smolensk Region). *Problemy bezopasnosti rossiyskogo obshchestva*, no. 1, pp. 34-40.
- Selective Observation of Behavioral Factors Affecting the Health of Russians in 2018. *Federal State Statistics Service*. URL: [https://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/ZDOR/Factors2018\\_2812/index.html](https://www.gks.ru/free_doc/new_site/ZDOR/Factors2018_2812/index.html).
- Zaitseva N.V., May I.V., Kiryanov D.A., 2017. Scientific-Methodological Approaches to Designing Risk-Oriented Model of Control and Surveillance Activities in the Sphere of Consumer Rights Protection. *Analiz riska zdorov'yu*, no. 2, pp. 4-15.
- Korolenko A.V., 2018. Patterns of Population's Self-Preservation Behavior: Research Approaches and Building Experience. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, vol. 11, no. 3, pp. 248-263. DOI: 10.15838/esc.2018.3.57.16.
- Kulkova I.A., 2020. The Impact of the Coronavirus Pandemic on Demographic Processes in Russia. *Human Progress*, vol. 6, iss. 1. URL: [http://progresshuman.com/images/2020/Tom6\\_1/Kulkova.pdf](http://progresshuman.com/images/2020/Tom6_1/Kulkova.pdf).
- Loguntsova I.V., 2020. Touristic Industry in the Time of Coronavirus Pandemic: Challenges and Perspectives. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyy vestnik*, no. 80, pp. 50-67. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063.
- Obrajei O.N., Podval'skaya V.S., 2010. Actual Character of the Study of People's Self-Protective Behavior. *Sotsiologicheskii al'manakh*, no. 1, pp. 262-269.
- Paid Services to the Population in the Field of Tourism. *Federal State Statistics Service*. URL: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/7-1\(1\).xlsx](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/7-1(1).xlsx).
- Retail Trade, Public Services, Tourism. *Federal State Statistics Service*. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/tab-in-tur.html>.
- Samygin S.I., Samygin P.S., Popov M.Yu., 2012. Health in Value Orientation System of Modern Russian Youth. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, no. 12/1, pp. 199-203.
- Simaeva I.N., Alimpieva A.V., 2010. *Health Protection and Education: An Institutional Approach. In 2 Parts. Part 1.* Kaliningrad, BFU im. I. Kanta.
- Ushakova Ya.V., 2010. *Practices of Self-Preservation Behavior of Student Youth: Sociological Analysis. Cand. sociol. sci. abs. diss.* Nizhny Novgorod.
- Khomutova N.N., 2020. The Fear Factor As a Reason for "Self-Medicalization" of a Patient. Luchkevich V.S. (ed.). *Zdorov'e naseleniya i kachestvo zhizni. Ch. 1: elektron. sb. materialov VII Vseros. s mezhdunar. uchastiem zaoch. nauch.-prakt. konf.* Saint Petersburg, pp. 274-280.
- Shabunova A.A., 2020. Population's Health and Self-Preservation Behavior Within the Context of COVID-19. *Sotsial'noe prostranstvo*, vol. 6, no. 3, pp. 1-7. DOI: 10.15838/sa.2020.3.25.1.
- Shabunova A.A., Natsun L.N., Korolenko A.V., 2021. Strengthening Public Health: Balance of Responsibility of the State and a Citizen. *Problemy razvitiya territorii*, vol. 25, no. 4, pp. 7-23. DOI: 10.15838/ptd.2021.4.114.1.
- Shlyapentokh V.E., Shubkin V.N., Yadov V.A. (eds.), 1999. *Catastrophic Consciousness in the Modern World at the End of the Twentieth Century Based on the Materials of International Studies*. Moscow, Mosk. obshchestv. nauch. fond, In-t sotsiologii RAN. Un-t shtata Michigan.
- Shpakov A.I., Voitov V.V., Kubinska Z., Zaworski K., Glebovich O.A., Konon M.B., Khovanskaya G.N., 2019. Awareness of Sanatorium Patients About the Importance of Physioprophyllaxis, *Voprosy organizatsii i informatizatsii zdravooxraneniya*, no. 3 (100), pp. 75-82.
- Shoushounova T.N., 2009. Self-Preservation Behavior: Methodological Grounds for Research. *Vestnik Belorusskogo nacional'nogo tekhnicheskogo universiteta*, no. 5. pp. 101-106.
- Gössling S., Scott D., Hall C.M., 2021. Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, no. 29 (1), pp. 1-20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708.
- Taflinger R.F. *The Biological Basis of Human Behavior*. URL: <https://public.wsu.edu/~taflinger/biology.html>.

### **Information About the Authors**

**Natalya N. Khomutova**, Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Department of Social Sciences and Humanities, Economics and Law, North-Western State Medical University named after I.I. Mechnikov, Prosp. Piskaryevsky, 47, 195067 Saint Petersburg, Russian Federation, [Khomutova\\_nn@mail.ru](mailto:Khomutova_nn@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-0157-2428>

**Evgeniy S. Vasiliev**, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Service and Tourism, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, [vasileves@volsu.ru](mailto:vasileves@volsu.ru), <https://orcid.org/0000-0002-8798-9880>

**Mariya B. Poltavskaya**, Candidate of Sciences (Sociology), Associate Professor, Department of Sociology and Politology, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, [poltavskaya@volsu.ru](mailto:poltavskaya@volsu.ru), <https://orcid.org/0000-0001-7275-626X>

### **Информация об авторах**

**Наталья Николаевна Хомутова**, кандидат философских наук, доцент кафедры социально-гуманитарных наук, экономики и права, Северо-Западный государственный медицинский университет им. И.И. Мечникова, просп. Пискаревский, 47, 195067 г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, [Khomutova\\_nn@mail.ru](mailto:Khomutova_nn@mail.ru), <https://orcid.org/0000-0002-0157-2428>

**Евгений Сергеевич Васильев**, кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса и туризма, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, [vasileves@volsu.ru](mailto:vasileves@volsu.ru), <https://orcid.org/0000-0002-8798-9880>

**Мария Борисовна Полтавская**, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и политологии, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, [poltavskaya@volsu.ru](mailto:poltavskaya@volsu.ru), <https://orcid.org/0000-0001-7275-626X>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.10>

UDC 316.334.56

LBC 60.59

## IN SEARCH OF THE “REAL”: TO THE QUESTION OF AUTHENTICITY INTERPRETATION IN THE CONCEPT OF SOCIAL SPACE BY H. LEFEBVRE

**Kseniia N. Kalashnikova**

Institute of Economics and Industrial Engineering, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences,  
Novosibirsk, Russian Federation;  
Novosibirsk State University, Novosibirsk, Russian Federation

**Abstract.** At the present time, contradictory processes are taking place in cities: on the one hand, the commodification of the unique features of the city, on the other, the erasure of differences and the loss of the city’s “soul”; painstaking work on branding territories, and at the same time, their depressing similarities. The question remains relevant: what analytical concepts can be used to describe and explain the transformations taking place in cities? This article proposes the concept of authenticity as a research tool. This concept is becoming more and more popular in the social sciences, but it is mainly used in theoretical works and is practically not used in applied research. This is due to the lack of a unified approach to the sociological definition of authenticity, and, as a consequence, to the absence of stable indicators for measuring it in empirical research. This article provides an overview of approaches to the definition of authenticity, a method for their classification is proposed (authenticity as an objective characteristic, as a social construct and as a feeling). Authenticity as an objective characteristic is based on confirmed authorship or attribution to time, place, technology. Authenticity as a constructed category is based on the perception of images of a place, its symbols and statuses. Authenticity as a human feeling arises in the process of individual and collective activity in space and is characterized as a feeling of “rootedness”, “reality” and the usefulness of experience. It is possible to catch these three manifestations and describe authenticity in its multidimensionality by applying the concept of social space by H. Lefebvre, the “spatial triad”, which consists of representations of space, space of representations and spatial practices.

**Key words:** authenticity, social space, “spatial triad”, Lefebvre, city, commodification, aestheticization.

**Citation.** Kalashnikova K.N. In Search of the “Real”: To the Question of Authenticity Interpretation in the Concept of Social Space by H. Lefebvre. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 88-99. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.10>

УДК 316.334.56

ББК 60.59

## В ПОИСКАХ «НАСТОЯЩЕГО»: К ВОПРОСУ ОБ ИНТЕРПРЕТАЦИИ АУТЕНТИЧНОСТИ В КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА А. ЛЕФЕВРА

**Ксения Николаевна Калашникова**

Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения РАН,  
г. Новосибирск, Российская Федерация;  
Новосибирский национальный исследовательский государственный университет,  
г. Новосибирск, Российская Федерация

**Аннотация.** В настоящее время в городах происходят противоречивые процессы: с одной стороны – коммодификация уникальных черт города, с другой – стирание различий и утрата «души» города; кропотливая работа над брендингом территорий и в то же время их угнетающее сходство. Актуальным остается



вопрос: с помощью каких аналитических концепций можно описать и объяснить трансформации, происходящие в городах? В данной статье в качестве исследовательского инструмента предлагается концепция аутентичности, которая становится все более популярной в социальных науках, однако в основном используется в теоретических работах и практически не применяется в прикладных исследованиях. Это связано с отсутствием единого подхода к социологическому определению аутентичности и, как следствие, с отсутствием устойчивых индикаторов для ее измерения в эмпирическом анализе. В данной статье представлен обзор подходов к определению аутентичности, предложен способ их классификации (аутентичность как объективная характеристика, как социальный конструкт и как чувство). Аутентичность как объективная характеристика основана на подтвержденном авторстве или отнесенности ко времени, месту, технологии. Аутентичность как сконструированная категория основана на восприятии образов места, его символов и статусов. Аутентичность как чувство человека возникает в процессе индивидуальной и коллективной деятельности в пространстве и характеризуется как ощущение «укорененности», «настоящести» и полноценности опыта. Уловить эти три проявления и описать аутентичность в ее многомерности возможно с помощью концепции социального пространства А. Лефевра, «пространственной триады», которая состоит из репрезентаций пространства, пространства репрезентаций и пространственных практик.

**Ключевые слова:** аутентичность, социальное пространство, «пространственная триада», Лефевр, город, коммодификация, эстетизация.

**Цитирование.** Калашиникова К. Н. В поисках «настоящего»: к вопросу об интерпретации аутентичности в концепции социального пространства А. Лефевра // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 88–99. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.10>

В последние годы слово «аутентичность» становится популярным и за пределами академических кругов. В крупных городах появляются «аутентичные» кафе и рестораны. Этот маркер для пространств такого рода становится знаком качества и подтверждением того, что еда – настоящая, атмосфера – уникальная, а посетители – ценители или же снобствующие эстеты. В исследованиях туристического опыта постулируется, что люди в повседневной жизни не чувствуют себя «настоящими» и для того, чтобы ощутить подлинность жизни и своей личности, им необходим туристический опыт [Robinson web; Wang 1999]. Архитекторы в профессиональном дискурсе обосновывают различные характеристики объекта, которые делают его аутентичным; что стоит сохранять, а что реконструировать, и как сделать так, чтобы место ощущалось «настоящим» [Wesener 2016; Zhang 2018; Weiler, Gutschow (eds.) 2017]. Менеджеры и маркетологи заняты поисками и конструированием аутентичности бренда и организации [Athwal, Harris 2018; Becker, Wiegand, Reinartz 2019; O'Neill, Houtman, Aupers 2014]. Аутентичность сегодня – это инструмент, придающий дополнительную ценность материальным объектам, а также опыту жизни человека в городе. В связи с этим социологи зачастую рассматривают процессы, в ходе которых аутентичность интерпретируется, созда-

ется и используется различными акторами [Benz 2015; Kendall 2017; Зукин 2019]. В данной статье мы попытаемся объяснить, в чем специфика концепции аутентичности как исследовательского инструмента.

Следует отметить, что в урбанистических исследованиях последних лет используется целый ряд теоретических конструктов, помогающих получить описания города и его феноменов сквозь призму человеческого опыта. Большинство из них многозначны и даже метафоричны, а определения зачастую даются в авторской интерпретации без единого, универсального объяснения: «территориальная идентичность» [Strelnikova web; Ваньке, Полухина 2018], «образ города» [Линч 1982], «атмосфера» города [Шишова 2018] и многие другие. Концепция аутентичности не является исключением: развившись в 70-е во многом благодаря работе Лайонела Триллинга «Искренность и подлинность» («Sincerity and Authenticity») [Trilling 1972], она до сих пор не получила четкого определения.

Парадоксально, что исследователи, уходя от четких определений, подробно описывают противоречия и проблемы, которые маркируют как «связанные с аутентичностью»: проблема конфликтов вокруг судьбы исторического наследия [Zhang 2018], проблема использования категории «аутентичность» в качестве катализатора джентрифи-

кации бывшего промышленного района [Зукин 2019], проблема доверия потребителей [Becker, Wiegand, Reinartz 2019]. Это лишь несколько из значительного количества тем, в которых аутентичность становится ключевым элементом в формате «как есть», без попыток эмпирической интерпретации понятия, а значит, без возможности корректного социологического измерения в прикладных исследованиях. Проблема аутентичности в контексте пространственного развития привлекательна для исследователей, так как она позволяет заглянуть «за» и обнаружить неочевидные связи и ответы. Но как мыслить социальное пространство таким образом, чтобы аутентичность естественно вписывалась в более широкую теорию? Существуют различные трактовки социального пространства [Филиппов 2008], нами была выбрана концепция А. Лефевра по нескольким причинам: во-первых, в данной теории обнаружен оригинальный выход из дихотомического рассмотрения социального пространства; во-вторых, для исследований аутентичности в контексте пространственного развития в целом характерен неомарксистский взгляд на социальную справедливость [Зукин 2019]; в-третьих, Лефевр на концептуальном уровне закладывает представления о властных диспозициях, которые могут стать очень продуктивными на этапе выдвижения гипотез исследования. Таким образом, целью проводимого исследования является последовательная реконструкция концепции аутентичности (обзор определений понятия «аутентичность», классификация подходов к его пониманию), а также интерпретация этой концепции с точки зрения концепции социального пространства А. Лефевра. В качестве эмпирической базы данной статьи выступили материалы библиометрического анализа.

### **Общий обзор понятия «аутентичность» и специфики его использования**

Становление концепции аутентичности имеет многовековую историю. Считается, что представления о ней зародились в Древней Греции. Слово «*authenticos*» образовано от *authentēs*, которое сочетает в себе «я» и «деятель» или «бытие». В связи с этим дол-

гие века слово обозначало «автора» или человека, который способен действовать независимо от влияния окружения [Давыдов 2006]. В Средние века значение немного изменилось и приблизилось к современному – как «оригинальное», противоположное подделке. Эпоха Просвещения возродила интерес к аутентичности как к характеристике человеческой личности. Так, Ж.-Ж. Руссо считал, что аутентичность – это черта присущая человеческой природе, но общественное устройство, разделение труда и фрагментированный характер отношений между людьми привел к тому, что люди лишились ее (см.: [Williams 2020]).

В словарях слово «аутентичный» имеет обычно значение ‘соответствующий подлинному, действительный, верный, основанный на первоисточнике’ [Вишнякова 1999, 28], подобное представленному во многих исследованиях, – ‘настоящий’, ‘противоположный искусственному’ [Kendall 2017; Wesener 2016; Соловьева 2009].

В настоящий момент «аутентичность» становится все более популярным понятием и все чаще используется в обыденной речи. Google выдает около 150 млн результатов на поисковый запрос «authenticity» и почти 1 млн на «аутентичность». Такая популярность может быть обусловлена «кризисом аутентичности», который описывается в психологии как потеря самого себя, глубинное противоречие между тем, что человек делает, и тем, кем он себя на самом деле считает [Вагин 2018], а в контексте городского развития «конфликт между корпоративным городом и городской деревней мы ощущаем как кризис аутентичности» [Зукин 2019, 320]. Проблема искусственности и самих себя, и окружающих пространств подталкивает к познанию других культур и поиску «настоящего». Например, для туристов «аутентичность» служит маркером места, которое непременно стоит посетить, чтобы окунуться в атмосферу определенной культуры или эпохи [Хлевнюк 2014, 103].

В научных публикациях можно наблюдать заметный рост использования исследуемого понятия начиная с 2015 г., причем на 2017 и 2019 гг. приходится скачки, свидетельствующие об усилении интереса (см. рис. 1).

Можно предположить, что рост числа публикаций, в которых авторы обращаются к аутентичности, означает развитие различных подходов к ее пониманию. Однако, как показывает проведенный нами библиометрический анализ: во-первых, повседневные трактовки не всегда совпадают с толкованиями, которые предлагают исследователи; во-вторых, число этих трактовок множится вместе с ростом числа публикаций. Кроме того, тематические направления работ, использующих концепцию аутентичности, крайне широко: существенная часть относится к естественным, техническим и информационным дисциплинам, но мы сосредоточимся на областях, близких к социальным наукам: сфера туризма и досуговая сфера, социология, менеджмент, история, философия и другие.

#### Типичные трактовки аутентичности в научных исследованиях

Проанализируем смысловые компоненты понятия «аутентичность», предлагаемые авторами выбранных направлений. Исследования из сферы градостроительства, которые описывают процесс реновации исторических районов города, при определении аутентичности зачастую опираются на документы рекомендательного характера. Одним из первых документов является Венецианская хартия 1964 г., в которой указано, что цель реставрации – это «сохранение и выявление эстетических и исторических ценностей памятника. Она основывается на уважении подлинности материала и достоверности документов» [Международная

хартия... web]. Позже Юнеско начинает заниматься формированием Списка объектов Всемирного наследия, на основании во многом критерия их аутентичности. Подробно на мировом уровне аутентичность была описана в Нарском документе о подлинности в 1994 году. Этот документ отличался тем, что в вопросе реновации он не ограничивался лишь материальным аспектом. В нем, помимо дизайна и формы конкретного объекта наследия, закреплены такие его характеристики, как функциональное использование, традиции и дух места [The Nara Document... web].

Таким образом, аутентичность в рамках такого взгляда – это нечто, объективно существующее. Характеристика (и материальная, и нематериальная), которую необходимо грамотно оценить и использовать в процессе реставрации или иного вида трансформации пространства. Однако в литературе встречаются и другие пути определения аутентичности. Дэвид Леман с коллегами в обзорной статье с лаконичным названием «Аутентичность» выделяют несколько подходов к ее толкованию [Lehman et al. 2019].

Первый – это аутентичность как *единство* внутреннего содержания сущности и его внешних проявлений. Такая трактовка близка к пониманию аутентичности в древние времена, когда большое внимание уделялось подлинности личности, которая может быть «самой собой». Вопрос, на который стремятся ответить исследователи в рамках этого подхода, – насколько сущность правдива по отношению к самой себе? Важную роль в данном подходе играет метафора Гоффмана о «пе-

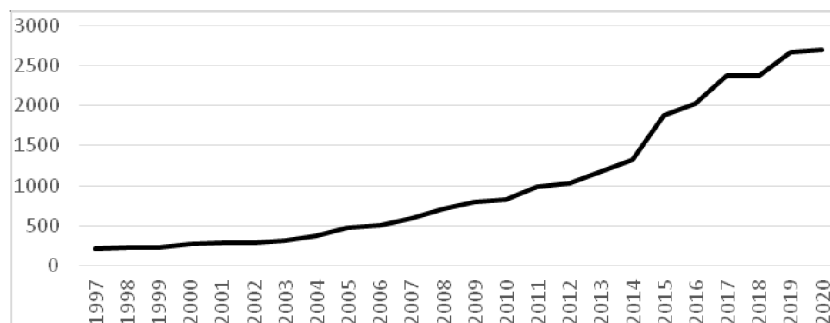


Рис. 1. Количество публикаций, в заглавии, ключевых словах или в аннотации которых встречается слово «Authenticity»

*Примечание.* Составлено автором с использованием данных научной базы ISI Web of Science [ISI Web of Science web], общее количество релевантных публикаций – 26 228.

реднем» и «заднем» плане. Считается, что на «переднем» плане мы исполняем роли, заданные обществом, но «настоящее Я» находится на «заднем» плане. Он представлен следующими направлениями исследований [Lehman et al. 2019]:

– *я-концепция* (self-concept). Аутентичность как истинная, сущностная самость (self). Исследования, основывающиеся на таком представлении, посвящены зачастую «заднему» плану как репрезентации истинной самости. Данное направление характерно скорее для психологического взгляда;

– представление об аутентичности как *самопрезентации*, напротив, концентрируется на «переднем» плане, на том, как сущность презентует себя. В данном направлении рассматривается как восприятие «переднего» плана «другими» (клиентами, коллегами и т. д.), позволяет им сделать вывод об аутентичности или неаутентичности сущности. Частный случай самопрезентации – это самопрезентация бренда, организации.

Второй подход подразумевает, что сущность аутентична в той степени, в которой она *соответствует* социальной категории, к которой была отнесена. Направление отличается от предыдущего тем, что основа аутентичности не внутри сущности, а конструируется извне. Направления исследований в данном подходе [Lehman et al. 2019]:

– соответствие категории. Определение, что аутентично, а что нет происходит в публичном дискурсе. Особую роль в этом процессе играют профессионалы, специалисты, которые обладают авторитетом для придания статуса аутентичности;

– реинтерпретация категорий. Данный подход акцентирует внимание на намеренном конструировании образа аутентичности, который формируется с течением времени, с целью получения различных преимуществ.

Третий подход определяет аутентичность как *связь*. Так же, как и в предыдущем подходе, основа аутентичности находится за пределами сущности, но на этот раз она имеет конкретное выражение – это человек, место или время. Вопрос: действительно ли сущность связана с чем-то, как это заявлено? Выделяется несколько тематических направлений [Lehman et al. 2019]:

– происхождение. Указание на «настоящее» как на авторство. Подлинность может быть оценена на основе воспринимаемого качества или убеждения, что объект содержит след его автора;

– перенесение. Акцент на связи не с автором, а с культурами, временами и местами, которая порождает ценность сущности;

– символизм. В отличие от работ, написанных в рамках предыдущих двух тем, исследования в данном направлении показывают, что физические пространственно-временные связи не нужны для того, чтобы субъект считался подлинным. Вместо этого индивиды предпочитают сосредоточиться на конкретных признаках в объектах, которые для них представляют подлинность. Таким образом, эти исследования показывают, каким образом члены аудитории по-своему проводят символические связи к месту, времени или человеку, тем самым совместно производя аутентичность.

Рассмотренная выше классификация представляется особенно ценной с учетом того, что она не ограничивается каким-либо одним направлением социальных наук и применима к различным исследованиям из сфер маркетинга, туризма, менеджмента, психологии, социологии.

Нин Ванг (Ning Wang) представляет комплексное переосмысление аутентичности в сфере туризма. Она предлагает следующее разделение подходов к ее определению (см. табл. 1).

В работе Андреаса Весенера представлен схожий взгляд на различные значения аутентичности [Wesener 2016]. Он выделяет:

1. Рассмотрение аутентичности с реалистской точки зрения. Как действительное качество объекта.

2. Рассмотрение аутентичности с конструктивистской точки зрения. Как сконструированное качество объекта.

3. Рассмотрение аутентичности с «опытной» (experiential) точки зрения, которая включает в себя:

– опыт происхождения (связь с историей, наследием и традицией места);

– опыт преемственности (связь с процессами и структурами, которые прошли через поколения, и сохранение функционального и символического значения в настоящее время);

– опыт потенциальности и актуальности (связь с опытом «становления самого себя», достижением и реализацией индивидуальных целей, подлинной возможностью быть в мире).

Различное понимание термина «аутентичность» предложено также в книге Ш. Зукин «Обнаженный город. Смерть и жизнь аутентичных городских пространств». Ключевая идея книги – идея аутентичности. Причем используется она в разных значениях. Во-первых, это показатель «стильности». Аутентичность опыта переживания пространства, подлинность зданий становятся инструментами повышения стоимости недвижимости, привлечения обеспеченных жителей. В этом случае аутентичность становится ресурсом власти, которая способствует тому, что город «теряет душу» [Зукин 2019]. Во-вторых, аутентичность можно понимать как право «укорениться» в пространстве, жить в нем, а не потреблять. «Аутентичность в этом смысле – это не театральная декорация исторических зданий, как в Сохо, и не игра ярких огней, как на Таймс-сквер; это непрерывный процесс жизни и работы, постепенное выстраивание будничного опыта, ожидание того, что соседи и здания, которые есть здесь сейчас, останутся тут и завтра» [Зукин 2019, 26]. Аутентичность в таком случае наоборот становится средством возрождения города, возвращения его «души».

Эдвард Брюнер в своем исследовании реконструированной деревни, в которой жил Авраам Линкольн в 1830-х гг., выделяет следующие типы понимания аутентичности [Bruner 1994]:

– аутентичность как воспринимаемая достоверность или убедительность исторической местности;

– аутентичность, не просто как воспринимаемая схожесть с оригиналом, но полная, безупречная копия;

– аутентичность как исключительно оригинальность, не допускающая воспроизведения;

– аутентичность как «лицензированность», действительность с юридической точки зрения.

### Классификация подходов

Представленный выше обзор определенных позволяет выделить 3 условных направления: аутентичность как объективная характеристика, аутентичность как конструкт и аутентичность как чувство (см. табл. 2). Также в таблице отображен переход к индикаторам, применимым для анализа эмпирических данных.

Выведенные индикаторы возможно найти в нарративах. Основываясь на том, каким образом рассматривается в них аутентичность, можно сделать вывод о том, каким образом обосновывается подлинность места.

Таблица 1

### Три типа аутентичности в туристическом опыте

Объектная (Object-Related) аутентичность в туризме	Аутентичность, связанная с деятельностью в туризме (Activity-Related)
Под объективной аутентичностью понимается подлинность оригиналов. Соответственно, подлинный опыт в туризме приравнивается к эпистемологическому опыту (т. е. познанию) подлинности оригиналов	Экзистенциальная аутентичность относится к потенциальному экзистенциальному состоянию Бытия, которое должно быть активировано туристической деятельностью. Соответственно, подлинный опыт в туризме состоит в том, чтобы достичь этого активированного экзистенциального состояния Бытия в рамках процесса посещения туристических мест. Экзистенциальная аутентичность может не иметь ничего общего с аутентичностью посещаемых объектов
Под конструктивной аутентичностью понимается аутентичность, проецируемая туристическими объектами или туристическими производителями на посещаемые объекты с точки зрения их образов, ожиданий, предпочтений, убеждений, полномочий и т. д. Существуют различные версии аутентичности в отношении одних и тех же объектов. Соответственно, подлинный опыт в туризме и подлинность посещаемых объектов являются составляющими друг друга. В этом смысле подлинность посещаемых объектов фактически является символической подлинностью	

Примечание. Источник: [Wang 1999, 352].

## Обобщение классификаций подходов к определению аутентичности

Трактовки аутентичности	Подходы из классификаций	Обобщение	Индикаторы («это аутентично, потому что...»)
Аутентичность как объективная характеристика	1. Аутентичность как <i>связь</i> с человеком, местом или временем [Lehman et al. 2019]. 2. Объективная аутентичность, как <i>подлинность</i> оригиналов [Wang 1999]. 3. <i>Реалистская</i> точка зрения [Wesener 2016]. 4. Аутентичность как <i>оригинальность</i> и <i>безупречная копия</i> [Bruner 1994]	Понимание аутентичности как объективной характеристики, основанной на подтвержденном авторстве или отнесенности к времени, месту, технологии	У этого есть автор. Это относится к определенной культуре. Это было создано в то время. Это произведено по особой (традиционной) технологии. Это единственное в своем роде
Аутентичность как конструкт	1. Сущность аутентична в той степени, в которой она <i>соответствует</i> социальной категории, к которой была отнесена [Lehman et al. 2019]. 2. Конструктивная аутентичность как <i>проецируемые образы</i> , ожидания и предпочтения [Wang 1999]. 3. <i>Конструктивистская</i> точка зрения [Wesener 2016]. 4. Аутентичность как <i>показатель «стильности»</i> [Зукин 2019]. 5. Аутентичность как <i>воспринимаемая схожесть или лицензированность</i> [Bruner 1994]	Понимание аутентичности как сконструированной категории, основанной на восприятии образов места, его символов и статусов	Это имеет статус «наследие». Это похоже на то, что считают таковым (например, это выглядит как «типичный заводской район»). Я читал об этом в блоге (или другом СМИ). Здесь много брендовых / авторских магазинов. Это культовое / креативное / уникальное / оригинальное инновационное место. Это имеет лицензию
Аутентичность как чувство	1. Аутентичность как <i>единство</i> внутреннего содержания сущности и его внешних проявлений [Lehman et al. 2019]. 2. Экзистенциальная аутентичность достигается через <i>деятельность</i> и связана с <i>внутренним состоянием</i> человека [Wang 1999]. 3. « <i>Опытная</i> » аутентичность [Wesener 2016]. 4. Аутентичность как <i>право «укорениться»</i> в пространстве [Зукин 2019]	Понимание аутентичности как чувства человека, возникающего в процессе индивидуальной и коллективной деятельности в пространстве и характеризующегося как ощущение «укорененности», «настоящести» и полноценности опыта	Я погружаюсь в ту эпоху и чувствую при этом ностальгию / свою причастность / связь с окружающими людьми. Я чувствую себя здесь таким, какой я есть / могу быть самим собой. Я чувствую, что это «мое» место / что оно соответствует моей идентичности

## Концепция социального пространства

## А. Лефевра

Уловить аутентичность в ее многозначности способен, на наш взгляд, такой концептуальный инструмент, как «пространственная триада» А. Лефевра.

«Пространство (социальное) есть продукт (социальный)» [Лефевр 2002, 27] – это положение является одним из основополагающих в концепции А. Лефевра. Однако истинность этого положения ускользает по причине

наличия иллюзий, искажающих восприятие пространства [Лефевр 2002]. Одни делают акцент на его ментальных отражениях, превнося язык как сферу конструирования реальности («иллюзия прозрачности»). Другие же наоборот делают акцент на материальности, на природности и плотности пространства («реалистическая иллюзия»). Эти иллюзии подкрепляют одна другую и не дают увидеть социальное пространство в его целостности. В теории А. Лефевра пространство неотделимо от процесса производства и воспроиз-

водства социальных отношений, которые всегда имеют пространственное воплощение. В связи с этим оно постоянно в движении, формации и идеологии производят его и изменения в социальных отношениях находят в нем свое воплощение, так же и пространство может повлиять на отношения и связи.

Таким образом, важно видеть пространство комплексно, сразу в нескольких измерениях. С этой целью А. Лефевр вводит свою центральную идею многомерности социального пространства – «пространственную триаду» [Лефевр 2015], которая состоит из репрезентаций пространства, пространства репрезентаций и пространственных практик.

Репрезентации пространства, пожалуй, – наиболее однозначно понимаемая составляющая. Это пространство ментальности и текстов экспертов, работа которых заключается в мыслительных манипуляциях с городской средой: архитекторов, географов, урбанистов, философов и т. д. Это измерение находится под контролем, так как средства дешифровки пространственных практик – знаки и коды – и знания о пространстве подчинены власти, идеологии. Этот срез относится к главенствующему способу производства и находит свое «объективное выражение» в фабриках, памятниках, офисах и т. д. [Бедаш 2012].

Пространства репрезентаций – это проживаемое пространство («lived spaces» [Marrifield 2006]), значения, которыми наделяется пространство в ходе повседневного опыта. Это нерелексируемый живой повседневный опыт. В этом пространстве рождаются и поддерживаются невербальные символы [Лефевр 2015]. Это измерение образует то, что делает нашу общественную жизнь более стабильной и наполненной ценностями: знакомые с детства улицы, любимое место в парке, дорога домой [Бедаш 2012].

Пространственные практики – практики производства материальной формы социального пространства, а также практики упорядочивания социальной жизни. Именно на уровне пространственных практик происходит объединение первых двух элементов социального пространства в теории А. Лефевра. Это срез воспринимаемого пространства. «Она (пространственная практика. – К. К.) тесно связывает в воспринимаемом пространстве

повседневную реальность (времяпрепровождение) и реальность городскую (маршруты и сети, соединяющие места работы, “частной” жизни и досуга)» [Лефевр 2015, 52].

Социальное пространство, таким образом, производится на стыке осмысленного, проживаемого и воспринимаемого уровней. Ценность такого недихотомического взгляда в том, что А. Лефевр обозначает «для нас разницу между физическим пространством как объектом чувственного восприятия и социального опыта, пространством как объектом осмысления и пространством как объектом манипулирования – физического и символического» [Зукин 2015, 406].

Объединить эти две мыслительные конструкции – представление о многоликости аутентичности и неоднородности социального пространства – можно следующим образом (см. рис. 2).

На уровне репрезентаций пространства производятся показатели аутентичности как объективной характеристики сообществом профессионалов, например в ситуациях оценки ценности архитектурной среды: действительно ли рассматриваемые объекты можно отнести к определенному времени или культуре? Если в связи с определенной экспертизой эта отнесенность доказана, то аутентичность среды обладает объективным характером.

На уровне пространств репрезентации проявляется аутентичность как чувство и происходит ее привязка к персональным конструкциям идентичности. В качестве примера проявления аутентичности как чувства можно привести опыт нахождения в среде, имитированной под определенную историческую эпоху или место. Даже если окружающие объекты не обладают аутентичностью как объективной характеристикой, человек может испытать спектр чувств, которые делают место аутентичным на уровне его восприятия. Показателен с этой точки зрения опыт китайских поселений, имитирующих архитектурные стили старых европейских городов [Piazzoni 2018].

На уровне пространственных практик предыдущие два уровня объединяются. Репрезентации пространства проявляются в формальных запретах на определенные формы

вмешательства в пространства в различных памятниках, а со стороны коммерческих сил – в дизайнерских приемах, которые призваны создать ощущение аутентичности. Аутентичность как чувство может проявлять себя, например: в определенных маршрутах горожан, любимых заведений, магазинах, в которые предпочитают ходить, так как они ассоциируются с «настоящим» наполнением территории; в повседневных действиях, которые делают место уникальным на уровне хореографии, зрительных, слуховых и других ощущений. Здесь же проявляется аутентичность как конструкт, когда формальные и неформальные признаки и действия, символы и статусы создают конструкцию, которая считается как аутентичная, маркируется соответствующим образом.

Также на этом уровне считается доминирование репрезентаций пространства. Так как именно они имеют больший вес в процессе производства воспринимаемого, физического пространства. Представление о том, что аутентично, а что нет, характерное для профессионалов и закрепленное в документах, обладает большей трансформирующей силой, чем образы, символы и представления, обладающие значимостью на уровне пространств репрезентаций.

### Заключение

Таким образом, были рассмотрены подходы к определению аутентичности начиная с философских и психологических ранних трактовок и заканчивая классификациями, акцентирующими внимание на аутентичности и как на объективной характеристике, и как на социальном конструкте, и как, наконец, на эмоциональном состоянии человека.

Аутентичность – это полезный инструмент изучения городов или определенных мест в них. Но, выражаясь словами Ш. Зукин, аутентичность «шизоидна». Она может восприниматься и как нечто реально существующее, и как искусный социальный конструкт. «Реальна она или нет, но аутентичность становится инструментом власти» [Зукин 2019, 22]. Неоднозначность понимания аутентичности стала причиной сложностей операционализации этого термина. В статье был выдвинут вариант обобщения подходов к определению аутентичности и способов их выявления.

Полученные в результате этого подходы к трактовке аутентичности: как объективной характеристики, как социального конструкта и как чувства – находят свое отражение в восприятии горожан и, соответственно, в производимых нарративах. В этих нарративах специ-

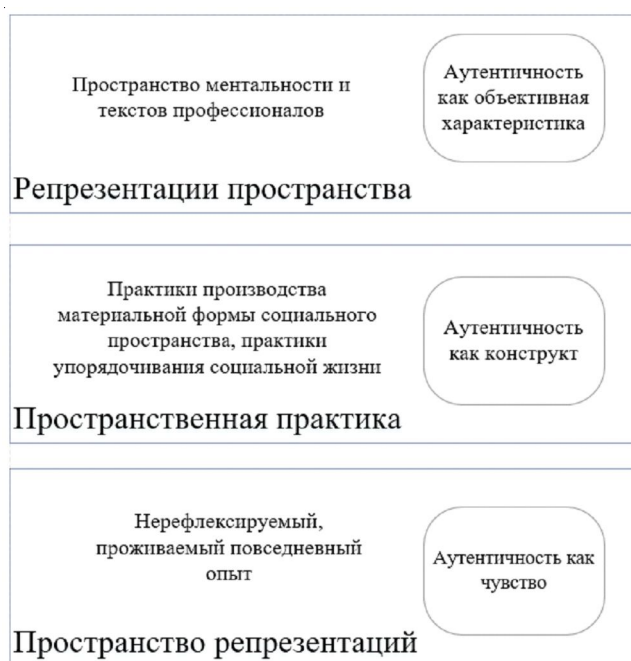


Рис. 2. Многомерная аутентичность, вписанная в «пространственную триаду» А. Лефевра



фическим образом сплетаются «исходные» черты места, его корни и его новые начала, которые производятся каждым поколением.

Использование концепции социального пространства А. Лефевра позволило объединить рассмотренные трактовки в одной концептуальной схеме. Такой инструмент способен описать аутентичность как многомерный феномен и, кроме того, уловить властные противоречия, обладающие конфликтным потенциалом. В процессе редевелопмента в некоторых случаях объектом коммодификации становятся не только материальные объекты сами по себе, но и их аутентичность, причем и как объективная характеристика, и как чувство. Корни места в таких условиях эстетизируются и привлекают потребителей «настоящей» городской жизни, любителей «новой мрачности» (*nouveau grit*) [Зукин 2019]. Однако так происходит не всегда. При отсутствии выгоды от коммодификации аутентичность не просто не наделяется эстетическими свойствами, но подвергается уничтожению. И в первом, и во втором случае страдают зачастую «молчаливые» пользователи пространства, незащищенные слои населения, не обладающие значительными запасами экономического и соответствующего изменениям культурного капитала. Их представление об аутентичности места и их территориальная идентичность могут не соответствовать изменениям, которые осуществляются без их участия.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бедаш 2012 – *Бедаш Ю.А.* Концепция социального пространства Анри Лефевра // *Вестник ТГПУ*. 2012. Т. 11, № 126. С. 219–224.
- Вагин 2018 – *Вагин Ю.* Креативные и примитивные. Основы онтогенетической персонологии и психопатологии. Екатеринбург: Ridero, 2018.
- Ваньке, Полухина 2018 – *Ваньке А., Полухина Е.* Территориальная идентичность в индустриальных районах: культурные практики заводских рабочих и деятелей современного искусства // *Laboratorium: Russian Review of Social Research*. 2018. Т. 10, № 3. С. 4–34. DOI: 10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34.
- Вишнякова 1999 – *Вишнякова С.М.* Профессиональное образование: словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика. М.: НМЦ СПО, 1999.
- Давыдов 2006 – *Давыдов В.Н.* Культурная аутентичность и коренные народы: институциональные процессы и политика идентичности // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2006. Т. 9, № 3. С. 93–109.
- Зукин 2015 – *Зукин Ш.* Культуры городов. М.: НЛЮ, 2015.
- Зукин 2019 – *Зукин Ш.* Обнаженный город. Смерть и жизнь аутентичных городских пространств. М.: Изд-во Института Гайдара, 2019. 360 с.
- Лефевр 2002 – *Лефевр А.* Производство пространства // *Социологическое обозрение*. 2002. Т. 2, № 3. С. 27–29.
- Лефевр 2015 – *Лефевр А.* Производство пространства. М.: Strelka Press, 2015.
- Линч 1982 – *Линч К.* Образ города. М.: Стройиздат, 1982.
- Международная хартия... web – Международная хартия по консервации и реставрации памятников и достопримечательных мест (Венецианская хартия) // [http://icomos.org.ru/images/docs/1964\\_Mezhdunarodnaya%20hartiya%20po%20konservacii%20i%20restavracii.pdf](http://icomos.org.ru/images/docs/1964_Mezhdunarodnaya%20hartiya%20po%20konservacii%20i%20restavracii.pdf).
- Соловьева 2009 – *Соловьева А.Н.* Концептуализация аутентичности в контексте глобализации культуры // *Вестник Северного федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*. 2009. № 2. С. 137–141.
- Филиппов 2008 – *Филиппов А.Ф.* Социология пространства. СПб.: Владимир Даль, 2008. 285 с.
- Хлевнюк 2014 – *Хлевнюк Д.* Подлинность новодела // *Царицыно: аттракцион с историей*. М.: НЛЮ, 2014. С. 86–113.
- Шишова 2018 – *Шишова Е.С.* Атмосфера городских пространств: от метафоры к языку описания // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2018. Т. 21, № 4. С. 85–103. DOI: 10.31119/jssa.2018.21.4.4.
- Athwal, Harris 2018 – *Athwal N., Harris L.C.* Examining How Brand Authenticity is Established and Maintained: The Case of the Reverso // *Journal of Marketing Management*. 2018. Vol. 34, № 3/4. P. 347–369. DOI: 10.1080/0267257X.2018.1447008.
- Becker, Wiegand, Reinartz 2019 – *Becker M., Wiegand N., Reinartz W.J.* Does It Pay to Be Real? Understanding Authenticity in TV Advertising // *Journal of Marketing*. 2019. Vol. 83, № 1. P. 24–50. DOI: 10.1177/0022242918815880.
- Benz 2015 – *Benz T.A.* Urban Mascots and Poverty Fetishism: Authenticity in the Postindustrial City // *Sociological Perspectives*. 2015. Vol. 59, № 2. P. 460–478. DOI: 10.1177/0731121415583103.
- Bruner 1994 – *Bruner E.M.* Abraham Lincoln As Authentic Reproduction: A Critique of

- Postmodernism // *American Anthropologist*. 1994. Vol. 96, № 2. P. 397–415.
- ISI Web of Science // <https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search>.
- Kendall 2017 – *Kendall P.* The Location of Cultural Authenticity: Identifying the Real and the Fake in Urban Guizhou // *The China Journal*. 2017. № 77. P. 93–109. DOI: 10.1086/688851.
- Lehman, Connor, Kovacs, Newman 2019 – *Lehman D.W., Connor K.O., Kovacs B., Newman G.E.* Authenticity // *Academy of Management Annals*. 2019. Vol. 13, № 1. P. 1–42. DOI: 10.5465/annals.2017.0047.
- Marrifield 2006 – *Marrifield A.* Henri Lefebvre: A Critical Introduction. N. Y.; L.: Routledge, 2006.
- O'Neill, Houtman, Aupers 2014 – *O'Neill C., Houtman D., Aupers S.* Advertising Real Beer: Authenticity Claims Beyond Truth and Falsity // *European Journal of Cultural Studies*. 2014. Vol. 17, № 5. P. 585–601. DOI: 10.1177/1367549413515254.
- Piazzoni 2018 – *Piazzoni M.F.* Authenticity Makes the City: How “the Authentic” Affects the Production of Space // *Planning for Authenticities*. N. Y.; L.: Routledge, 2018. P. 154–169.
- Robinson web – *Robinson P.D.* Prosuming Visuality, Authenticity and Urban Exploration Within Tourist Experiences // <https://core.ac.uk/download/pdf/77012175.pdf>.
- Strelnikova web – *Strelnikova A.* Old and New Residents of Former Industrial Neighborhood: Differences and Identities // <https://www.hse.ru/data/2018/12/14/1144746811/84SOC2018.pdf>.
- The Nara Document... web – The Nara Document on Authenticity // <https://www.icomos.org/charters/nara-e.pdf>.
- Trilling 1972 – *Trilling L.* Sincerity and Authenticity. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1972.
- Wang 1999 – *Wang N.* Rethinking Authenticity in Tourism Experience // *Annals of Tourism Research*. 1999. Vol. 26, № 2. P. 349–370.
- Weiler, Gutschow (eds.) 2017 – *Weiler K., Gutschow N. (eds.)*. Authenticity in Architectural Heritage Conservation. Cham: Springer International Publishing, 2017. DOI: 10.1007/978-3-319-30523-3.
- Wesener 2016 – *Wesener A.* ‘This Place Feels Authentic’: Exploring Experiences of Authenticity of Place in Relation to the Urban Built Environment in the Jewellery Quarter, Birmingham // *Journal of Urban Design*. 2016. Vol. 21, № 1. P. 67–83. DOI: 10.1080/13574809.2015.1106915.
- Williams 2020 – *Williams J.P.* Authenticity // *Ritzer G., Rojek C. (eds.)*. The Blackwell Encyclopedia of Sociology. Oxford, John Wiley & Sons Ltd, 2020. P. 1–2. DOI: 10.1002/9781405165518.wbeosa090.pub2.
- Zhang 2018 – *Zhang Y.* Negotiating Authenticity in China’s Urban Historic Preservations – the Case of the Kuan and Zhai Alleys in Chengdu // *Heritage and Society*. 2018. Vol. 11, № 2. P. 79–104. DOI: 10.1080/2159032X.2019.1587968.

## REFERENCES

- Bedash Yu.A., 2012. The Concept of Social Space by Henri Lefebvre. *Vestnik TGPU*, vol. 11, no. 126, pp. 219-224.
- Vagin Yu., 2018. *Creative and Primitive. Foundations of Ontogenetic Personology and Psychopathology*. Ekaterinburg, Ridero Publ.
- Van’ke A., Polukhina Ye., 2018. Territorial Identity in Industrial Areas: Cultural Practices of Factory Workers and Contemporary Artists. *Laboratorium: Russian Review of Social Research*, vol. 10, no. 3, pp. 4-34. DOI: 10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34.
- Vishnyakova S.M., 1999. *Professional Education Dictionary. Key Concepts, Terms, Current Vocabulary*. Moscow, NMTs SPO.
- Davydov V.N., 2006. Cultural Authenticity and Indigenous Peoples: Institutional Processes and Identity Politics. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, vol. 9, no. 3, pp. 93-109.
- Zukin Sh., 2015. *The Cultures of Cities*. Moscow, NLO Publ.
- Zukin Sh., 2019. *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. Moscow, Izd-vo Instituta Gaydara.
- Lefebvre H., 2002. Production of Space. *Sotsiologicheskoye obozreniye*, vol. 2, no. 3, pp. 27-29.
- Lefebvre H., 2015. *Production of Space*. Moscow, Strelka Press Publ.
- Lynch K., 1982. *Image of the City*. Moscow, Stroyizdat Publ.
- International Charter for the Conservation and Restoration of Monuments and Sites (The Venice Charter)*. URL: [http://icomos.org.ru/images/docs/1964\\_Mezhdunarodnaya%20hartiya%20po%20konservacii%20i%20restavracii.pdf](http://icomos.org.ru/images/docs/1964_Mezhdunarodnaya%20hartiya%20po%20konservacii%20i%20restavracii.pdf).
- Solov'yeva A.N., 2009. Conceptualization of Authenticity in the Context of Cultural Globalization. *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye i sotsial'nyye nauki*, no. 2, pp. 137-141.
- Filippov A.F., 2008. *Sociology of Space*. Saint Petersburg, Vladimir Dal' Publ.
- Khlevnyuk D., 2014. The Authenticity of the Remake. *Tsaritsyno: attraktsion s istoriyey*. Moscow, NLO Publ., pp. 86-113.
- Shishova E.S., 2018. The Atmosphere of Urban Spaces: From Metaphor to the Language of Description. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*,

- vol. 21, no. 4, pp. 85-103. DOI: 10.31119/jssa.2018.21.4.4.
- Athwal N., Harris L.C., 2018. Examining How Brand Authenticity is Established and Maintained: The Case of the Reverso. *Journal of Marketing Management*, vol. 34, no. 3/4, pp. 347-369. DOI: 10.1080/0267257X.2018.1447008.
- Becker M., Wiegand N., Reinartz W.J., 2019. Does It Pay to Be Real? Understanding Authenticity in TV Advertising. *Journal of Marketing*, vol. 83, no. 1, pp. 24-50. DOI: 10.1177/0022242918815880.
- Benz T.A., 2015. Urban Mascots and Poverty Fetishism: Authenticity in the Postindustrial City. *Sociological Perspectives*, vol. 59, no. 2, pp. 460-478. DOI: 10.1177/0731121415583103.
- Bruner E.M., 1994. Abraham Lincoln As Authentic Reproduction: A Critique of Postmodernism. *American Anthropologist*, vol. 96, no. 2, pp. 397-415. ISI Web of Science // <https://www.webofscience.com/wos/woscc/basic-search>.
- Kendall P., 2017. The Location of Cultural Authenticity: Identifying the Real and the Fake in Urban Guizhou. *The China Journal*, no. 77, pp. 93-109. DOI: 10.1086/688851.
- Lehman D.W., Connor K. O., Kovacs B., Newman G. E., 2019. Authenticity. *Academy of Management Annals*, vol. 13, no. 1, pp. 1-42. DOI: 10.5465/annals.2017.0047.
- Marrifield A., 2006. *Henri Lefebvre: A Critical Introduction*. New York, London, Routledge.
- O'Neill C., Houtman D., Aupers S., 2014. Advertising Real Beer: Authenticity Claims Beyond Truth and Falsity. *European Journal of Cultural Studies*, vol. 17, no. 5, pp. 585-601. DOI: 10.1177/1367549413515254.
- Piazzoni M.F., 2018. Authenticity Makes the City: How “The Authentic” Affects the Production of Space. *Planning for Authenticities*. New York, London, Routledge, pp. 154-169.
- Robinson P.D. *Prosuming Visuality, Authenticity and Urban Exploration Within Tourist Experiences*. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/77012175.pdf>.
- Strelnikova A. *Old and New Residents of Former Industrial Neighborhood: Differences and Identities*. URL: <https://www.hse.ru/data/2018/12/14/1144746811/84SOC2018.pdf>.
- The Nara Document on Authenticity*. URL: <https://www.icomos.org/charters/nara-e.pdf>.
- Trilling L., 1972. *Sincerity and Authenticity*. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Wang N., 1999. Rethinking Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research*, vol. 26, no. 2, pp. 349-370.
- Weiler K., Gutschow N. (eds.), 2017. *Authenticity in Architectural Heritage Conservation*. Cham, Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-319-30523-3.
- Wesener A., 2016. ‘This Place Feels Authentic’: Exploring Experiences of Authenticity of Place in Relation to the Urban Built Environment in the Jewellery Quarter, Birmingham. *Journal of Urban Design*, vol. 21, no. 1, pp. 67-83. DOI: 10.1080/13574809.2015.1106915.
- Williams J.P., 2020. Authenticity. Ritzer G., Rojek C. (eds.). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Oxford, John Wiley & Sons Ltd., pp. 1-2. DOI: 10.1002/9781405165518.wbeosa090.pub2.
- Zhang Y., 2018. Negotiating Authenticity in China’s Urban Historic Preservations – the Case of the Kuan and Zhai Alleys in Chengdu. *Heritage and Society*, vol. 11, no. 2, pp. 79-104. DOI: 10.1080/2159032X.2019.1587968.

### Information About the Author

**Kseniia N. Kalashnikova**, Junior Researcher, Department of Social Problems, Institute of Economics and Industrial Engineering, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Prosp. Akademika Lavrentyeva, 17, 630090 Novosibirsk, Russian Federation; Senior Lecturer, Department of General Sociology, Novosibirsk State University, Pirogova St, 2, 630090 Novosibirsk, Russian Federation, Kalashnikova345@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8400-6332>

### Информация об авторе

**Ксения Николаевна Калашникова**, младший научный сотрудник отдела социальных проблем, Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения РАН, просп. Академика Лаврентьева, 17, 630090 г. Новосибирск, Российская Федерация; старший преподаватель кафедры общей социологии, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, ул. Пирогова, 2, 630090 г. Новосибирск, Российская Федерация, Kalashnikova345@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8400-6332>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.11>

UDC 316.772

LBC 60.026

## SOCIAL INCLUSION REFLECTED IN THE IMAGES OF MODERN ADVERTISING

Zhanna E. Vavilova

Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russian Federation

**Abstract.** Today's rapid transformation of the social landscape, coupled with expansion of the media space and intensive digitalization in various areas of public life, focuses humanitarian research on overcoming the problem of alienation, rejection, and intolerant attitude towards the Other. Inclusion in a broad sense is a large-scale process that penetrates various spheres of life of modern society, to which advertising can also be attributed. At the same time, the topic of inclusive advertising, as well as the term itself, is a lacuna in Russian-language philosophical and interdisciplinary research. The purpose of the article is to outline the contours of inclusive transformations that are related to advertising mechanisms, and to put forward a typology of advertising based on the use of images of 'special' people. The analysis of examples of advertising communication attempts to identify trends of social transformations in this specific segment. Such an analysis might help to apply positive experience of inclusion in Russia, using prerequisites for inclusion both in reality and in the media, where advertising belongs. The article dwells upon the concept of visual normalization which acts at the superindividual level of reality construction, supported and shared by communities through visuality, including advertising. The paper allows for drawing certain conclusions regarding a possible inversion of values in consumer society in connection with proliferation of inclusive advertising; it is resumed that traditional utopianism, idealization of a person and a product inherent in advertising, as well as dystopism, focusing on negative phenomena that is typical of the genre of social advertising, give way to advertising without prejudice, based on the use of representative images that convey the diversity of modern society.

**Key words:** inclusion, advertising, image, social advertising, tolerance, visuality, visual normalization.

**Citation.** Vavilova Zh.E. Social Inclusion Reflected in the Images of Modern Advertising. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 100-108. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.11>

УДК 316.772

ББК 60.026

## ПРЕЛОМЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИНКЛЮЗИИ В ОБРАЗАХ СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЫ

Жанна Евгеньевна Вавилова

Казанский государственный энергетический университет, г. Казань, Российская Федерация

**Аннотация.** Сегодня стремительное трансформирование социального ландшафта, сопряженное с экспансией медиапространства и интенсивной дигитализацией в различных областях общественной жизнедеятельности, фокусирует гуманитарные исследования на преодолении проблемы отчуждения, непринятия, нетолерантного отношения к Другому. Инклюзия в широком смысле – это масштабный процесс, охвативший разнообразные сферы жизни современного общества, к которым можно отнести и рекламные коммуникации. При этом тема инклюзивной рекламы, как и сам термин, является лакуной в русскоязычных философских и междисциплинарных исследованиях. Цель статьи – очертить контуры инклюзивных трансформаций, отраженных в образах современной рекламы, и выдвинуть типологию рекламы, затрагивающей особенности здоровья или внешности человека. В анализе примеров рекламных коммуникаций, осуществляемых организациями разных стран, предпринимается попытка выявить тенденции социальных трансформаций в отношении этого феномена. Такое исследование призвано помочь применить положительный опыт

инклюзии в России, по-новому структурируя общественную сферу, используя предпосылки для инклюзии как в реальном пространстве, так и в медиасреде, частью которой выступает рекламный поток. В статье концептуализируется понятие визуальной нормализации, под которой подразумевается конструирование реальности на надындивидуальном уровне, разделяемое членами сообщества в визуальной модальности, в том числе посредством рекламных коммуникаций. Формулируется ряд выводов относительно возможной инверсии ценностей общества потребления в связи с пролиферацией инклюзивной рекламы; делается заключение о том, что традиционная утопичность, идеализирование человека и товара, присущее рекламным коммуникациям, а также антиутопизм, акцентирование внимания на негативных феноменах, характерное для жанра социальной рекламы, уступают место рекламе без предвзвешенности, основанной на использовании репрезентативных образов, передающих разнообразие современного социума.

**Ключевые слова:** инклюзия, реклама, образ, социальная реклама, толерантность, визуальность, визуальная нормализация.

**Цитирование.** Вавилова Ж. Е. Преломление социальной инклюзии в образах современной рекламы // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 100–108. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.11>

## Введение

Дискурс об инклюзии стал трендом последних лет в нашей стране; в период пандемии, когда каждый смог ощутить тяжесть социальной изоляции и недоступности привычных благ, рефлексия на тему инклюзии обрела особый смысл. Сегодня курс на инклюзию манифестируется в разнообразных сферах общественной жизни – от педагогики до урбанистики: по тому, как преобразуется городская среда, уже сейчас можно определить, насколько этот дискурс трансформирует реальность.

Еще одна область, которую инклюзия также не обошла стороной, – это реклама; при этом тема инклюзивной рекламы остается лакуной в русскоязычных философских и междисциплинарных исследованиях – исключение составляет социальная реклама, смежный феномен, в котором могут быть задействованы механизмы инклюзии. В связи с этим попытаемся проанализировать рекламу с точки зрения инклюзивных трансформаций, отраженных в коммуникативном потоке, и выдвинуть типологию рекламы, использующей образы людей с особенностями здоровья или внешности.

Инклюзивная реклама входит в понятие инклюзивного маркетинга, предполагающего ориентацию на аудитории, ранее исключенные из маркетинговой коммуникации, и их вовлечение в маркетинговые процессы, такие как определение их потребностей, создание продукта для удовлетворения этих потребностей, налаживание взаимоотношений по реализации этого продукта и т. д. Реклама известна сво-

ими стигмами. В учебниках маркетинга и рекламы 90-х создание некоего обольстительного образа, лежащего затем в основе стереотипа, провозглашалось необходимым для укрепления связи между продуктом и идеей (интересная антология таких образов представлена в книге Х. Кафтанджиева «Герои и красавицы в рекламе» [Кафтанджиев 2008]). Рекламный мир был призван соблазнять, искушать, уговаривать последовать за собой в страну неограниченного потребления, где сбываются любые желания. Сегодня сегментацию начинают отделять от сегрегации, исключения из маркетинговой коммуникации определенных групп людей по какому-либо признаку; расширение целевой аудитории теперь происходит не только за счет увеличения доли на рынке, но и за счет пересмотра участников рыночных отношений и создания соответствующих им образов.

Рекламный образ – это виртуальный конструкт, возникающий из осколков опосредованной, отчужденной телесности: репрезентация и восприятие соматического ложится в основу самоопределения потребителя рекламы, для которого виртуальный образ становится суррогатом собственного тела в виртуальном мире, где соматике нет места. Фиксирование этого образа гарантирует лояльность марке и всему товарному миру, проекция которого окружает человека, погруженного в рекламный поток. Этот мир обретает плотность, когда потребление выходит из сферы созерцания в сферу коллекционирования, накопления вещей, образы которых конструируют рекламный мир. Так материальное бы-

тие выкристаллизовывается из символической формы, воссоздается посредством потребления сначала транслируемого образа, а затем и вещи.

Этот механизм – инициирование потребления образа с целью трансформирования вещного мира – присущ разным видам рекламы в различной степени. Проанализируем три вида рекламных сообщений с точки зрения их связи с инклюзивными процессами, протекающими в современном обществе.

### Образы социальной рекламы

Во-первых, традиционно связывается с инклюзией социальная реклама. Ее цель – проинформировать общественность о проблемах социума, изменить или сформировать отношение и поведенческие паттерны членов коллектива, в том числе по отношению к людям с ограниченными возможностями [Мезинова, Попова, Смирнова web]. Согласно закону о рекламе, распространение социальной рекламы обязательно для рекламодателя в пределах пяти процентов годового объема размещаемой рекламы [Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 web, ч. 3 ст. 1]; введение пятипроцентной квоты вскоре должно распространиться и на интернет-рекламу [Устинова web]. В связи с представленностью социальной рекламы в разных медиа сегодня можно говорить о ее многожанровости и отходе от формата традиционной телерекламы [Вайнер web].

Законодательное регулирование социальной рекламы говорит о признании важности этого инструмента социализации для нашей страны, хотя, по оценкам специалистов, она занимает слишком маленькую долю общего рынка рекламы, по сравнению с США и Великобританией, и нуждается в поддержке частного бизнеса и образовательных организаций, помимо помощи государственных структур [Сазонова, Волкова 2014]. Тем не менее можно с легкостью найти примеры русскоязычной социальной рекламы, которая помогает изменить отношение в обществе к людям с ограниченными возможностями; с информативными обзорами видеороликов социальной рекламы по развитию инклюзии можно ознакомиться на портале Агентства соци-

альной информации. В одном из новейших материалов портала размещен видеоролик Департамента труда и социальной защиты населения Москвы, который был признан лучшим в номинации «Социальная ответственность и устойчивое развитие» Московского международного фестиваля корпоративного видео. Ролик посвящен деликатной теме – как корректно общаться с людьми с инвалидностью, как обращаться к ним, как привлечь внимание слабослышащего или невидящего человека, как называть их и т. д. Так, если в обществе не принято касаться постороннего человека, то, по словам невидящего участника съемок, легкое прикосновение к тому, кто не видит собеседника, вполне приемлемо для привлечения его внимания. Вывод авторов проекта – «Универсальных правил нет. Есть тактичность и неравнодушие» [Некрасова web]. Здесь реклама, коммуникативный инструмент, сама задает правила коммуникации, которые необходимо знать всем, кто участвует в инклюзивных процессах – профессионально, как, например, педагоги инклюзивных учреждений, и повседневно, как все члены социума, которые могут столкнуться с необходимостью общаться с инвалидом. Такие ситуации могут породить дискомфорт для всех участников коммуникации, поэтому обозначение границ общения необходимо для его минимизации на этапе, когда инклюзия только начинает реализовываться в реальности, а не на бумаге. Часто нацеленная на эмоциональное воздействие, такая реклама – всегда вызов толерантности, сталкивающий Я и Другого, иного, не такого, как Я. Она не может оставить равнодушным, безразличным; она апеллирует к человеку, вынуждая его признать Другого во всей его инаковости, непохожести, а это есть рациональная, истинная толерантность [Миннуллина 2013].

Часто на форумах обсуждают социальную рекламу, ее политкорректность: не маргинализирует ли она и без того уязвимую группу людей, внушая широкой публике страх перед инвалидами. Социальная реклама «Выбирай, куда посадить ребенка», запущенная в рамках проекта «Все равно?!», реализуемого оператором наружной рекламы Russ Outdoor с 2010 г. [Какое кресло выберешь? web], напрямую не связана с формированием паттер-

нов поведения по отношению к людям с особенностями здоровья, однако в пропаганде использования детских автокресел задействован образ инвалидной коляски, что вызвало шквал противоречивых откликов в сети; многие пользователи убеждены, что сравнение автокресла с инвалидным креслом некорректно и неделикатно по отношению к людям с проблемами передвижения, а также закрепляет негативный стереотип в связи с использованием средства, которое призвано помогать человеку, что в принципе тормозит инклюзивные процессы, протекающие сейчас в обществе. Вариации на эту тему можно обнаружить на билбордах в городах разных стран, и везде она сопровождается многочисленными комментариями в сети. Это неудивительно, ведь инклюзия лежит в основе виртуальной коммуникации: это квинтэссенция преодоления телесных ограничений; именно здесь формируется и распространяется идеология бодипозитива, ведущая человека к отказу от стереотипов в восприятии телесности.

Как отмечают исследователи рекламы Техасского университета, любой из образов может вызвать негативную реакцию при просмотре рекламы: инвалидность, неравное изображение пола или статуса в сочетании с едва уловимыми негативными визуальными сигналами (люди разных категорий на контрастирующих черном и белом фонах, более высокое или низкое изображение людей разных статусов относительно друг друга и т. д. [Panol, McBride web]). Сегодня западных ученых волнует проблема мисрепрезентации, когда рекламные образы формируют стереотипное представление об инвалидах у тех, кто в реальности с этой группой людей не контактирует [Shelton web]. Вероятно, это неизбежно, пока в рекламной индустрии не будет больше представителей того сегмента общества, на который нацелена реклама. Репрезентация всегда обречена в той или иной мере отдаляться от реальности. Пока же размещение этих образов в рекламе способствует выходу на диалог, открытию обсуждения. Любые отклики на рекламу, негативные или позитивные, позволяют резюмировать: сообщение не прошло незамеченным; выбранные образы стали эффективным средством для привлечения внимания публики к проблеме; даже если один

человек задумается и выскажет эту мысль вслух, разместит отклик на комментарий, делает репост и т. д., это может стать первым шагом к ее обсуждению и решению.

### **Реклама товаров для людей с ограниченными возможностями здоровья**

Это второй тип рекламы, который можно выделить в контексте проблемы инклюзии. Поскольку она связана с производством и реализацией специфического товара, здесь особенности здоровья или состояния человека становятся товарообразующим фактором, а значит, принципом сегментации рынка, и информационное сообщение рассчитывается непосредственно на потребителей специфического товара или услуги (медицинские приборы и оборудование, средства реабилитации, медикаменты и т. д.). Часто это высокотехнологичный товар, следовательно, довольно дорогой. При этом нельзя сказать, что его коммуникационное сопровождение соответствует его свойствам – например, кто сталкивался с рекламой инвалидных кресел, сравнимой с рекламой автомобилей? И то и другое является средством передвижения человека, но если автомобиль рекламируется с привлечением высоких бюджетов, с участием профессиональных актеров и съемочной команды и в результате предстает в высококачественном медиапродукте, часто не уступающем по размаху голливудским блокбастерам, то реклама инвалидных кресел для русскоязычной аудитории чаще всего представляет собой видеобзор пользователя или отчетный ролик от научно-исследовательского учреждения-разработчика или завода-изготовителя приспособления – возможно, более информативный и вызывающий доверие, но совершенно лишенный той мощной визуальной составляющей, в которой заключается основной рекламный потенциал. Очевидно, что это индустрия совсем иного уровня, нежели чем автомобилестроение, поэтому она так же нуждается в поддержке, как и социальная реклама.

К этому же типу можно отнести рекламу онлайн-сервисов и программного обеспечения, телевизионных и радиопрограмм для населения с особыми потребностями. Напри-

мер, анонсы Паралимпийских игр традиционно используют видеоряд с изображением подчеркнута деформированной телесности, где физические дефекты не только не скрываются, а, напротив, демонстрируются крупным планом. Здесь образы соответствуют контексту, но это не сообщение с места реальных событий, а реклама, медиапродукт, в котором транслируется, что все мы разные, но у всех есть возможность жить полной жизнью – заниматься спортом или смотреть, как им занимаются другие – на определенном канале (сайте, портале и т. д.). Тем самым каждый из нас входит в целевую аудиторию производителей товара, все мы включены в механизм потребления. Таргетинг, кастомизация, учет профиля потенциального потребителя – эти технологии задействуют процесс типизации индивидуальных желаний с помощью рекламных конструктов, влияющих как на массовую аудиторию, так и на узкий социальный сегмент.

Часто реклама представляет собой гибридную форму: здесь могут рекламироваться товары для людей с ограниченными возможностями, при этом присутствует элемент социальной рекламы, привлечение внимания к проблемам инвалидов. Рекламный ролик фирмы Canadian Tire «Мы все играем за Канаду» пропагандирует приобщение к инклюзивным практикам с детства. Мальчик, играющий в баскетбол, видит соседского ребенка в инвалидном кресле. В следующем кадре ребенка приглашают вступить в игру на его условиях – все дети на площадке кидают мяч сидя: кто в тележке, кто на детском трехколесном велосипеде, кто на офисном стуле на колесиках [Canadian Tire web]. Предполагается, что рекламируются шины для инвалидной коляски, но поднятие социальной тематики служит и целям имиджевой рекламы, закреплению узнаваемости компании как социально ответственной и формированию лояльности и вне этого узкого сегмента рынка.

#### **Реклама «с человеческим лицом»**

Наконец, к третьему типу можно отнести новый тренд – рекламу товаров общего потребления, предназначенных не исключительно для людей с ограниченными возможностями, но с использованием образов, харак-

терных для второго типа рекламы. Такая реклама кастомизирована под конкретный сегмент потребления, хотя сам рекламируемый товар отмечен более широким спросом (например, одежда, детские игрушки, продукты питания, бытовая техника, средства гигиены и т. д.) По сути, это весь вещный мир, окружающий современного человека, независимо от состояния его здоровья или других особенностей. Рекламный дискурс, разворачивающийся вокруг вещи, описывающий и одновременно конструирующий виртуальный мир гипотетического обладания ею, связан с потребностью человека желать и предвкушать, надеяться на реализацию этого желания; этот же нарратив предлагает рациональный, конкретный план действия для реализации мечты [Вавилова 2019]. А ведь мечтать свойственно любому из нас, это то, что присуще человеку независимо от его качеств, состояния здоровья, ситуации, в которой он оказался.

При этом до недавнего времени образы людей с ограниченными возможностями в рекламе не присутствовали. Сегодняшняя ситуация парадоксальна, ведь реклама изначально утопична: в отличие от социальной, часто носящей черты антиутопии, традиционная коммерческая реклама всегда стремилась к использованию образов, приближенных к идеалу, хотя и адаптированных под целевую аудиторию (здоровые розовощекие школьники, сияющие улыбкой ухоженные домохозяйки и т. д.). Сейчас все чаще на экранах и билбордах появляются не модели или актеры, а «реальные» представители целевой аудитории: мужчины, женщины и дети с разным весом, конституцией и цветом кожи. Можно упомянуть кампании по продвижению косметических средств, в которых задействованы образы людей, различающихся по комплекции, цвету и типу кожи (например, Body Hero от Glossier или Show Us от Dove). В немодельной внешности участвующих в проектах женщин закодировано рекламное сообщение: каждая женщина может выглядеть так же; даже если ее тело не соответствует каким-то стандартам, товар придаст ему здоровый вид, сияние, упругость. Такие приемы лежат в основе создания рекламы «с человеческим лицом», для реальных людей, как близких, так и далеких от стереотипов красоты.



Цель такой рекламы, при всей социальной ориентированности, – поиск точек дифференциации, конкурентного преимущества, направленный на получение прибыли за счет демонстрации приверженности инклюзии. Здесь допускается, что мечтать об автомобиле новой марки, о модном купальнике, об инновационном средстве по уходу за телом может абсолютно любой человек, а реклама осуществляет функцию обратной связи – производитель товара понял, чего хочет потребитель (сам товар или возможность его использования, «быть как все», почувствовать уважение, и т. д.), и отражает это в своем сообщении. Именно в такой рекламе воплощается право человека на инаковость, отличие, уникальность и признается тот факт, что неравенство – основа разнообразия любой системы, в том числе общественной.

Приведем несколько примеров такого типа рекламы. В 2016 г. компания Lego выпускает первую игрушку в инвалидном кресле. Письмо о выпуске такой игрушки в виде петиции собрало 20 000 подписей [Izadi web]. В 2015 г. магазины розничной торговли Target в США включили в каталог детских костюмов для праздника Хэллоуин фотографии детей на костылях. Этот шаг не сопровождался никаким информационным освещением, что вызвало самые теплые отклики публики: «Включение детей с особыми нуждами в рекламу помогает им выйти в реальный мир, не привлекая излишнего внимания со стороны прочей публики. Такая нормализация детской инвалидности бесценна» [Stern web]. Ранее, в 2012 и 2014 гг., в этом же каталоге размещались фотографии детей с синдромом Дауна. Сегодня дети с трисомией, детским церебральным параличом и другими визуально заметными особенностями рекламируют одежду различных марок (River Island, Marks and Spencer, Dolores Cortés и т. д.). Более того, открываются модельные агентства, специализирующиеся на представительстве моделей разнообразной внешности: «Талант и красота не зависят от того, сколько у Вас ног или с каким состоянием Вы родились. Как специализированное модельное агентство, мы стремимся изменить восприятие красоты, инвалидности и разнообразия», – заявлено на сайте агентства Zebedee

[Zebedee web]. При этом представительство моделей классической внешности также не исключается – иначе это противоречило бы самому понятию инклюзии как вовлечения каждого человека, независимо от его качеств, в общественные процессы.

В этих случаях мы можем наблюдать, как работают механизмы визуальной нормализации, когда член общества сравнивает себя с образом, демонстрируемым в средствах массовой информации, Интернете или в наружной рекламе, чтобы прийти к выводу, что он настолько же «нормален» и принадлежит к «обществу нормальных». Это социальный, надындивидуальный уровень конструирования реальности, поддерживаемый и разделяемый членами сообщества посредством визуализации. Таким образом тенденции общественных трансформаций выкристаллизовываются через трансляцию в образах и даже обладатель нестандартной внешности может стать активным участником в процессе конструирования реальности.

При этом производители рекламы часто забывают о простых правилах, которые необходимо соблюдать для поддержания эффективной коммуникации, обращая внимание на то, как аудиторией будут восприниматься цвета, шрифты, на оформление гиперссылок и субтитров, на аудиосопровождение видеороликов, размещение в доступных местах и т. д. [Timke web]. Игнорирование этих аспектов может говорить о невнимательности к нуждам населения, об инвестировании в инклюзивный имиджмейкинг без приверженности самой инклюзии.

Сегодня проводится достаточно много рекламных кампаний коммерческих организаций, использующих образы людей с особенностями, однако они не стали настолько повседневными, чтобы о них перестали упоминать, обсуждать, оценивать искренность производителей и считать возможную прибыль от роста продаж. Стоит ли говорить об инверсии ценностей общества потребления в связи с пролиферацией инклюзивной рекламы, или это лишь симулякр, камуфляж, создающий видимость попыток решить одну из социальных проблем? По оптимистическим оценкам, «становление инклюзии в современном социокультурном пространстве как куль-

туры приятия Другости свидетельствует об осознании социумом общецивилизационной значимости уникальности Бытия каждого индивида, независимо от каких-либо личностных особенностей, в контексте решения проблемы социального воплощения...» [Судакова 2017, 198]. Возможно, инклюзивная реклама – это просто симптом переключения постмодернистского дискурса с его критикой всего и вся и заикленностью на тексте, возврат к человеку. Как отмечает британский портал Campaign, ключевым моментом здесь является «отношение к людям как к личностям и без ярлыков. А у средств массовой информации, маркетинга и рекламы есть возможность помочь избавиться от социальных предрасудков в отношении инвалидности, сделав ее более заметной» [Magee web]. Несомненно одно – при дефиците непосредственного контакта между различными членами общества с их особенностями, включая телесные дисфункции, необычную внешность или ментальные расстройства, реклама может стать еще одной точкой трансгрессии в мир Другого, а на уровне социальной политики – инклюзивной мерой, способствующей разрушению барьеров между людьми.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вавилова 2019 – *Вавилова Ж.Е.* Реклама как утопический конструкт: новые тенденции мифотворчества в современном информационном обществе // Информационное общество. 2019. № 1/2. С. 116–121.
- Вайнер web – *Вайнер В.* Коубы, клипы и кино: 11 видеоформатов социальной рекламы НКО [Филантроп. Электронный журнал о благотворительности] // <https://philanthropy.ru/analysis/2019/05/28/76171>.
- Какое кресло выберешь? web – Какое кресло выберешь? [Проект социальной рекламы «Все равно?!»] // <http://vse-ravno.net/campaigns/security/kakoe-kreslo-vyberesh>.
- Кафтанджиев 2008 – *Кафтанджиев Х.* Герои и красавицы в рекламе. СПб.: Питер, 2008.
- Миннуллина 2013 – *Миннуллина Э.Б.* Рациональная толерантность как принцип этики дискурса // Теория и практика общественного развития. 2013. № 9. С. 27–31.
- Мезинова, Попова, Смирнова 2018 – *Мезинова Г.Н., Попова С.Л., Смирнова С.Б.* Анализ социальной рекламы и способы повышения ее эффективности [Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 7] // [https://www.online-science.ru/m/products/social\\_science/gid4695/pg0](https://www.online-science.ru/m/products/social_science/gid4695/pg0).
- Некрасова web – *Некрасова М.* Лучшее корпоративное видео – 2021: о правилах общения с людьми с инвалидностью [Агентство социальной информации] // <https://www.asi.org.ru/news/2021/03/17/rolik-o-pravilah-obshheniya-s-lyudmi-s-invalidnostyu-stal-pobeditelem-konkursa-luchshee-korporativnoe-video-2021>.
- Сазонова, Волкова 2014 – *Сазонова Е.С., Волкова О.А.* Социальная реклама как инструмент продвижения традиционных семейных ценностей в России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7, Философия. Социальные технологии. 2014. № 5 (25). С. 43–59.
- Судакова 2017 – *Судакова Н.Е.* Философская рефлексия феномена инклюзии: социальные механизмы самоидентификации в современном информационном пространстве // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 4 (78). С. 196–199.
- Устинова web – *Устинова А.* Уквотить за живое: соцрекламу в интернете хотят сделать обязательной [Известия. 2021. 10 фев.] // <https://iz.ru/1122693/anna-ustinova/ukvotit-za-zhivoe-sotcreklamu-v-internete-khotiat-sdelat-obiazatelnoi>.
- Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 web – Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» // [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968).
- Canadian Tire web – Canadian Tire. Going Viral for All the Right Reasons [Youtube] // <https://www.youtube.com/watch?v=xAJyG15wqik&t=28s>.
- Izadi web – *Izadi E.* The Disabled Lego Figures That Have Sparked Actual Tears of Joy [Independent. 2016. 1 Febr.] // <https://www.independent.co.uk/news/world/lego-disabled-figures-buy-where-shop-a6846216.html>.
- Magee web – *Magee K.* The Invisibles: Why Are Portrayals of Disability So Rare in Advertising? [Campaign. 2016. 9 Sept.] // <https://www.campaignlive.co.uk/article/invisibles-why-portrayals-disability-so-rare-advertising/1407945>.
- Panol, McBride web – *Panol Z.S., McBride M.* Disability Images in Print Advertising: Exploring Attitudinal Impact Issues [Disability Studies Quarterly. 2001. Vol. 21, № 2] // <https://dsq-sds.org/article/view/279/307>.

- Shelton web – Shelton S. Not an Inspiration for Existing: How Advertising Uses Physical Disabilities As Inspiration: A Categorization and Model [Conference: AEJMC Southeast Colloquium. Fort Worth, Texas, March 2017] // [https://www.researchgate.net/publication/318648522\\_Not\\_an\\_inspiration\\_for\\_existing\\_How\\_advertising\\_uses\\_physical\\_disabilities\\_as\\_inspiration\\_A\\_categorization\\_and\\_model](https://www.researchgate.net/publication/318648522_Not_an_inspiration_for_existing_How_advertising_uses_physical_disabilities_as_inspiration_A_categorization_and_model).
- Stern web – Stern C. Target Praised by Parents After Featuring a Young Disabled Girl Dressed As Elsa from Frozen in Its Latest Halloween Costumes ad [Daily Mail. 2015. 26 October] // <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-3290516/Target-praised-parents-featuring-young-disabled-girl-dressed-Elsa-Frozen-latest-Halloween-costumes-ad.html>.
- Timke web – Timke E. Disability and Advertising [Advertising & Society Quarterly. 2019. Vol. 20, № 3] // <https://muse.jhu.edu/article/736400>
- Zebedee web – Zebedee // <https://www.zebedeemanagement.co.uk>.
- Sazonova E.S., Volkova O.A., 2014. Public Service Advertising As a Tool of Promoting Traditional Family Values in Russia. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7, Filosofiya*, no. 5 (25), pp. 43-59.
- Sudakova N.E., 2017. The Phenomenon of Inclusion in the Perspective of Philosophical Reflection: Russia on the Way to the Accepting Society. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, Kul'turologiya i iskusstvedenie. Voprosy teorii i praktiki*, no. 4 (78), pp. 196-199.
- Ustinova A., 2021. Quota for a Living: Social Advertising Mandatory on the Internet. *Izvestiya*, 2021, February 10. URL: <https://iz.ru/1122693/anna-ustinova/ukvotit-za-zhivoe-sotcreklamu-v-internete-khotiat-sdelat-obiazatelnoi>.
- Federal Law No. 38-FZ Dated March 13, 2006 “On Advertising”. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968).
- Canadian Tire. Going Viral for All the Right Reasons. *Youtube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xAJyG15wqik&t=28s>.
- Izadi E., 2016. The Disabled Lego Figures That Have Sparked Actual Tears of Joy. *Independent*, February 1. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/lego-disabled-figures-buy-where-shop-a6846216.html>.
- Magee K., 2016. The Invisibles: Why are Portrayals of Disability So Rare in Advertising? *Campaign*, 2016, September 9. URL: <https://www.campaignlive.co.uk/article/invisibles-why-portrayals-disability-so-rare-advertising/1407945>.
- Panol Z.S., McBride M., 2001. Disability Images in Print Advertising: Exploring Attitudinal Impact Issues. *Disability Studies Quarterly*, vol. 21, no. 2. URL: <https://dsq-sds.org/article/view/279/307>.
- Shelton S., 2017. Not an Inspiration for Existing: How Advertising Uses Physical Disabilities As Inspiration: A Categorization and Model. *Conference: AEJMC Southeast Colloquium. Fort Worth, Texas, March 2017*. URL: [https://www.researchgate.net/publication/318648522\\_Not\\_an\\_inspiration\\_for\\_existing\\_How\\_advertising\\_uses\\_physical\\_disabilities\\_as\\_inspiration\\_A\\_categorization\\_and\\_model](https://www.researchgate.net/publication/318648522_Not_an_inspiration_for_existing_How_advertising_uses_physical_disabilities_as_inspiration_A_categorization_and_model).
- Stern C., 2015. Target Praised by Parents After Featuring a Young Disabled Girl Dressed As Elsa from Frozen in Its Latest Halloween Costumes Ad. *Daily Mail*, October 26. URL: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-3290516/Target-praised-parents-featuring-young-disabled-girl-dressed-Elsa-Frozen-latest-Halloween-costumes-ad.html>.
- Timke E., 2019. Disability and Advertising. *Advertising & Society Quarterly*, vol. 20, no. 3. URL: <https://muse.jhu.edu/article/736400>.
- Zebedee. URL: <https://www.zebedeemanagement.co.uk>.

## REFERENCES

- Vavilova Zh.E., 2019. Advertising As a Utopian Construct: New Trends in Myth-Making in the Modern Information Society. *Informatsionnoye obshchestvo*, no. 1-2, pp. 116-121.
- Vainer V., 2019. Coubs, Clips and Cinema: 11 Video Formats of Social Advertising of NGOs. *Filantrop. Elektronnyj zhurnal o blagotvoritelnosti*. URL: <https://philanthropy.ru/analysis/2019/05/28/76171>.
- Which Chair Will You Choose? *Social Advertising Project “All the Same?!”*. URL: <http://vse-ravno.net/campaigns/security/kakoe-kreslo-vyberesh>.
- Kaftandzhiyev H., 2008. *Heroes and Beauties in Advertising*. Saint Petersburg, Piter Publ.
- Minnullina E.B., 2013. Rational Tolerance As a Principle of Discourse Ethics. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no. 9, pp. 27-31.
- Mezinova G.N., Popova S.L., Smirnova S.B., 2018. Analysis of Social Advertising and Ways to Improve Its Effectiveness. *Gumanitarnye, socialno-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, no. 7. URL: [https://www.online-science.ru/m/products/social\\_science/gid4695/pg0](https://www.online-science.ru/m/products/social_science/gid4695/pg0).
- Nekrasova M., 2021. Best Corporate Video of 2021: On the Rules of Communication with People with Disabilities. *Agentstvo socialnoj informatsii*. URL: <https://www.asi.org.ru/news/2021/03/17/rolik-o-pravilah-obshheniya-s-lyudmi-s-invalidnostyu-stal-pobeditelem-konkursaluchshee-korporativnoe-video-2021>.

**Information About the Author**

**Zhanna E. Vavilova**, Candidate of Sciences (Philosophy), Assistant Professor, Department of Philosophy and Media Communications, Kazan State Power Engineering University, Krasnoselskaya St, 51, 420066 Kazan, Russian Federation, zhannavavilova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0247-8257>

**Информация об авторе**

**Жанна Евгеньевна Вавилова**, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и медиакоммуникаций, Казанский государственный энергетический университет, ул. Красносельская, 51, 420066 г. Казань, Российская Федерация, zhannavavilova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0247-8257>



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.12>

UDC 316.42

LBC 60.56

## A SEMIOTIC APPROACH TO UNDERSTANDING THE SOCIOCULTURAL LANDSCAPE OF THE REGION

Alexander N. Pleschenko

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

**Abstract.** The article deals with the phenomenon of sociocultural landscape, which in modern conditions integrates, along with social and cultural components, their semantic components. Based on the concept of sociocultural landscape of the region as a sign system, functioning on the model of the text, it is substantiated that the development of such a concept acquires semiotic character. It is emphasized that the development of the concept of semiotics of sociocultural landscape of the region is adequate to the general logic of the development of sociological knowledge. The object of research in this article is understood as a material space, which includes a sociocultural element in its territory, where huge intersecting dynamic structures, which we define as a sociocultural landscape, inevitably line up. This fluid, spatio-temporal structure is perceived as a system of landscapes composed of different communication flows. The aim of the study is to overcome the limitations of the concept of the regional urbanized landscape and demonstrate the integrative functions of the sign in the formation of social structure and processes in the regional sociocultural landscape. One of the main results of the article, is the conclusion that the sociocultural landscape of the Volgograd region is a frontier, frontier cultural landscape. In modern sociocultural landscapes, the old cultural heritage preserved in the form of tangible objects, traces of traditional human activities and signs of global culture and modern communication, may be dominant and determine the course of many social processes taking place in this territory. In this regard, to consider the specificity of the sociocultural landscape as a sociological object of knowledge and to penetrate into the essence of the specificity of the problem under study, it is necessary to use a semiotic approach.

**Key words:** sociocultural landscape, semiotics, region, cultural text, postmodernism, communication, globalization.

**Citation.** Pleschenko A.N. A Semiotic Approach to Understanding the Sociocultural Landscape of the Region. *Logos et Praxis*, 2021, vol. 20, no. 4, pp. 109-116. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.12>

УДК 316.42

ББК 60.56

## СЕМИОТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ЛАНДШАФТА РЕГИОНА

Александр Николаевич Плещенко

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассматривается феномен социокультурного ландшафта, который в современных условиях интегрирует в себе наряду с социальными и культурными составляющими их смысловые компоненты. На основе концепции социокультурного ландшафта региона как знаковой системы, функционирующей по модели текста, обосновывается, что ее развитие приобретает семиотический характер. Подчеркивается, что разработка идеи концепции семиотики социокультурного ландшафта региона адекватна общей логике развития социологического знания. Под объектом исследования в данной статье понимается материальное пространство, включающее в свою территорию социокультурный элемент, где неизбежно выстраиваются огромные, пересекающие друг друга динамические структуры, которые мы и определяем как социокультурный ландшафт. Эта подвижная пространственно-временная структура воспринимается как система ландшафтов, состоящая из различных коммуникационных потоков. Цель исследования – преодолеть ограниченность представлений о региональном урбанизированном ландшафте и продемонстрировать интегративные

функции знака в формировании социальной структуры и процессов в региональном социокультурном ландшафте. Одним из основных результатов работы является вывод о том, что социокультурный ландшафт Волгоградской области является фронтальным, приграничным культурным ландшафтом. В современных социокультурных ландшафтах старое культурное наследие, сохраненное в виде материальных объектов, а также следы традиционной деятельности людей и знаки глобальной культуры и современной коммуникации могут быть доминирующими и определяющими ход многих происходящих на этой территории социальных процессов. В связи с этим предлагается рассматривать специфику социокультурного ландшафта как социологического объекта знания с использованием семиотического подхода.

**Ключевые слова:** социокультурный ландшафт, семиотика, регион, культурный текст, постмодернизм, коммуникация, глобализация.

**Цитирование.** Плещенко А. Н. Семиотический подход к пониманию социокультурного ландшафта региона // *Logos et Praxis*. – 2021. – Т. 20, № 4. – С. 109–116. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2021.4.12>

## Введение

Институционализация термина «социокультурный ландшафт» в терминологическом аппарате пространственных исследований связана с такими неклассическими понятиями, как «место» (place), представляющее собой земельный участок (land), и «подвижность» (scare) (пер. с англ. ‘ускользать’, ‘свалить’, ‘избежать’). Термин landscape вполне может быть применен и применяется к глобальным и локальным измерениям социальной реальности, он также подходит к исследованию современных структур общества, наделенных подвижностью («текучая современность» [Бауман 2008]).

Изучение сущности социологической проблематики социокультурных аспектов территориальности (приграничности, периферийности, ландшафтов, ареалов, районов, регионов) имеет важное значение для полноценного понимания не только социальной динамики, но и для перманентной работы с социальной статикой. Помимо широкого понимания философской категории пространства в последнее время актуальным становится изучение конкретных точек, ареалов, районов постсоветского культурного ландшафта. Обычно в этом жанре изучаются конкретные населенные пункты. Несмотря на доминирующую в социологической науке позитивистскую трактовку пространства как некоего вместилища множества эмансипированных социальных единиц, в статье концептуализируется пространство социоантропогенного ландшафта как некоего обитаемого места, изобилующего метафизическими символами и смыслами. Рассмотрение вопроса о социокультурном ландшафте

в поле символических форм современной культуры и современного общества позволяет ответить на вопросы о природе индивида, личности, человека, его идентичности, его отличительных особенностях от других форм жизни, а также о специфическом способе бытия человека в современном мире. Кроме того, анализ в данном аспекте способствует пониманию современной культурной ситуации и более полному раскрытию глубины исследуемой проблемы с выбранной исследовательской позиции. При этом следует сказать, что в основе символических форм культуры (язык, миф или религия, наука), которые являются исторически сложившимися и неотъемлемыми структурами общества, лежат понятия знака и символа как структурных элементов человеческого познания.

## Материалы и метод

К проблеме использования семиотики в социологии, антропологии, философии обращались представители различных школ и направлений. На наш взгляд, наиболее актуальными для рассмотрения этого аспекта проблемы в рамках данной работы являются труды Ю.М. Лотмана, А. Лефевра, Р. Барта. Их работы посвящены исследованию символа, языка, мифа, религии и науки как форм культуры, появляющихся в процессе исторического развития общества, а также самостоятельного и творческого развития человека в процессе познания окружающей действительности.

Культура всегда выступает основой для получения, накопления и передачи опыта внутри определенного социального процесса или

социальной структуры в целом. Символ в рамках общества и культуры является тем способом трансляции опыта, воспользоваться которым можно лишь находясь в поле данной культуры и ее символических форм: мифа, религии и науки. Культура же выступает при этом структурной целостностью, содержащей в себе эти элементы, в которых происходит формирование пространства, в данном случае социокультурного ландшафта.

Среди подходов к анализу социокультурного ландшафта можно выделить социокультурный, представленный Н.И. Лапиным, Л.А. Беляевой [Лапин, Беляева 2010], и антропологический подход, который развивался американскими школами [Уорнер 2000]. Однако семиотический подход к рассмотрению социокультурных структур, процессов и институтов обладает рядом преимуществ. В формирующемся глобальном пространстве он диктуется преобладанием разнообразных визуальных концептов в современном мире, позволяет понять множество социокультурных феноменов изучаемого объекта.

Семиотические методы применимы для разнообразных объектов исследования, не только для традиционных институтов, но и многих, не так четко на сегодняшний день формализованных социальных процессов. При тщательной разработке подхода возможно по-новому проследить проблему «ядра» (центр) и «периферии» (приграничье). Схожие инструменты уже достаточно давно освещены неомарксистской школой мир-системного анализа [Валлерстайн 2001]. Эта концепция схожа также с лотмановским выделением в семиосфере объекта «ядра» и «периферии». В глобализированном мире социокультурных ландшафтов происходит размывание центра коммуникации, что также становится некой семиотической проблемой. Покажем, как семиотическим путем возможно исследование конкретного социокультурного ландшафта.

### Результаты и обсуждение результатов

Процессы по преобразованию социокультурной сферы с едиными аксиологическими установками и единообразно выверенными процедурами управления легко заметны. Например, в концепции Ю.М. Лотмана показана

«динамика формирования единой централизованной культуры из различных и отделенных друг от друга мозаичных культур» [Лотман 1970, 22–26]. Также при господстве концепции постмодернизма в архитектуре социокультурного ландшафта наталкиваемся на необходимость использования интерпретационных, метафоричных, ассоциативных концепций схожих с эстетикой постмодерна.

Наименее подходящим методологическим приемом (по мнению французского социолога А. Лефевра) для понимания общественного пространства выступает метафора «лист бумаги», на котором изображены переменные и вариации социальных и культурных детерминант [Лефевр 2015]. Таким путем феномен пространства может восприниматься неверно. Лишенное каких-либо качеств ландшафт-пространство выступает гомогенным и нейтральным, «чистым». Однако по своей сути подлинное пространство есть многомерное и текучее, что и отражает сам термин «ландшафт» (landscape). Неожиданность пространства социального и пространства геометрического подчеркнута еще в представлениях П.А. Сорокина [Сорокин 1992, 297–307]. Рассматривая динамичный социокультурный ландшафт региона в целом как систему (ethnoscape, mediascapes, technoscapes, finanscape, ideoscapes) [Appadurai 1996], мы также сталкиваемся со многими «текстами», «знаками». Этот анализ социокультурного ландшафта возможен с помощью инструмента постструктуралистской метафоры «прогулка по тексту» Р. Барта. Подразумеваемая лингвистический текст, исследователь перемещает его из линейного дискурса в трехмерное социокультурное место [Барт 1989].

Под воздействием той же эстетики постмодерна современные инженеры, архитекторы и прочие планировщики сооружений и инфраструктур создают особые интерактивные тексты. «Множество способов организации пространств, в них переплетаются языки разнообразных видов искусств и возникает “трансархитектура события”» [Маньковская 1994, 39].

Полноценное функционирование жизни «среднего индивида» [Маркузе 2002] несколько оторвано от культуры, отделено от цивилизации, когда, находясь в городе или сельс-

ком поселении, этот индивид рассматривает местность как что-то лишь утилитарное, он не заинтересован культурной сферой, совершенно безразличен к памяти, символике, знакам, идентичностям того социокультурного ландшафта, где он пребывает. Анализируя феномен культурного ландшафта в работах Ж. Деррида, Е. Гурко отмечает: «В этом городе, низведенном до состояния скелета, еще живут некоторые призраки культуры, фантомы значения, которые только и удерживают его от перехода в природное состояние» [Гурко 1999, 36]. В любом периферийном российском регионе одновременно равнозначно и иерархично редуцируется огромное множество текстов социокультурного ландшафта. Человек выступает уже не просто создателем этих текстов, а является реципиентом знаков социокультурного ландшафта, персонифицированных именно для него: «... между Я и миром не существует перехода, существует лишь истина мира и мышление, соответствующее миру» [Мерло-Понти 1996, 8–9]. А из этого следует, что социокультурный ландшафт содержит в себе характерные антропогенные черты. Также можно сделать вывод, что в общем социокультурном ландшафте существует огромный информационный потенциал [Дулина, Беликова, Парамонова 2019]. Личность переносит в реальность свое понимание законов мироздания, свой способ понимания текстов, а олицетворением этого миропонимания является и знаковый, смысловой, культурный аспект в архитектуре, инфраструктуре, а они, в свою очередь, уже являются главными составляющими социокультурного технологического ландшафта (*technoscapes*), который помогает в реализации утилитарных функций города.

Обратимся далее к феномену городской архитектуры как к одному из главных семиотических компонентов. В условиях урбанизации, когда современная технологичная структура, плотно сконцентрированная на определенном участке организации существования общества, развивается в процессе активного формирования поселений с определенной численностью жителей. Формируется социокультурный урбанизированный ландшафт, то есть урбанизация распространяется на руральный ландшафт. Природное и индустри-

альное материальное окружение играет важную социальную роль. Эти материальные сооружения способны служить основой коллективной памяти и системой знаков коммуникации внутри групп. Будучи манипуляторами общественным сознанием посредством созданных ими материальных сооружений, архитекторы и инженеры могут проявлять заинтересованность в продуцировании определенных образов и символов у населения. Урбанизированный ландшафт должен формировать в сознании населения представления о культуре взаимодействия, доверии, ценностях, социальной ответственности.

В российских городах смешение строительных стилей и образцов можно наблюдать повсеместно. Например, «читая» социокультурный ландшафт г. Волгограда, обнаруживаем тотальное разнообразие старых архитектурных построек и рядом – новейших объектов и строительных сооружений. В таком пространстве наблюдается огромное стилевое разногласие и переплетение бесчисленных знаков. Чтение этого пространственного текста обнажает некий смысл и одновременно уничтожает какой-либо смысл, это и объяснимо: визуальное построение одного непротиворечивого текста в рамках современного социокультурного ландшафта является невыполнимой задачей. Ведь в подобном месте созданные тексты подчинены разным коммуникативным потокам и правилам кодирования. Несмотря на универсальность способов семиотизации, мы можем наблюдать, например, учреждения, созданные в рамках современного городского пространства с целью формирования технологической культуры, экологической культуры, культуры здоровьесбережения и др. («технопарки», «парки для занятия спортом», «оздоровительные комплексы», «фитнес-клубы»). Однако эти феномены и практики прошли институализацию в тех сферах (техника, экология, медицина), которые изначально не относились к области высокой культуры и лишь в условиях мейнстрима попкультуры получили социокультурную институционализацию.

Очень часто даже одно сооружение или здание дробится семиотически чужеродными элементами, которые относятся к совершенно разнородным культурным кодам. Не-



редко можно наблюдать полуразрушенные и неухоженные верхние этажи многоквартирного дома, входящие в контраст с только что открывшимся на первом этаже этого дома заведением (кофейня, магазин и т. д.). В связи с необходимостью владельцев обозначить себя или привлечь рекламой в свое заведение текст урбанизированной среды неизбежно коррелируется с прилегающим ландшафтом и интегрируется в него, после чего формируется мозаичный, разнообразный уличный контекст, который может не устраивать или создавать оппозицию эстетическим ощущениям наблюдателя. Легкомысленная вывеска в духе современной поп-культуры зафиксирована и совершенно не сочетается с пафосной и монументальной площадью, построенной в 50–60-е гг. XX в., на которой присутствуют более сложные композиции малой архитектуры с включением цветника или фонтана. Городской социокультурный ландшафт содержит в себе чувственный элемент. Он осмысливается через разум и чувства человека, через его восприятие и социальную коммуникацию, оказывает на него интенсивное воздействие посредством создания внешних знаков (благоустройство территории, архитектура и т. д.). Образ человека и его внешний вид, общий имидж трансформируются вместе с изменением ландшафта или с переходом человека в другой социокультурный ландшафт.

Также в процессе своего развития и повышения культурного уровня восприятие индивидом пространства меняется, недвижимые на первый взгляд структуры ландшафта пересекаются в нем самом и оказывают на него огромное влияние. Социокультурный ландшафт города – важнейший аспект антропогеносферы, в котором протекание всех информационных и институциональных процессов характеризуется высокой интенсивностью. Социальное тело и облик человека имеют свои отличительные особенности и специфические черты, сформированные в разных социокультурных ландшафтах. Однако наибольшим вместительством смыслов и полисемантической надделены те точки ландшафта, где по причине географических особенностей (труднодоступность, высота над уровнем моря и т. д.) и культурной специфики человек и общество ощущают влияние сакрального. На-

пример, древнегреческие боги обитали на горе (возвышенность), а самое сокровенное понятие европейской средневековой христианской культуры – рай – изображался на географической карте мира того времени как расположенный далеко от Западной Европы (Terra Incognita – земля неизведанная). В Волгоградской области местом, характеризующимся полисемантическими свойствами, является Мамаев курган. По объективным причинам нам понятно, что в первую очередь это высота, которая была важнейшим стратегическим объектом в ходе Сталинградской битвы [Мамаев Kurgan... web]. Однако влияние этой природной возвышенности связано также с древними архетипическими образами и знаками. Социокультурный ландшафт несет в себе большую или меньшую вероятность создания определенного концептуального образа у различных наблюдателей. Архетипичность или глубинная мифологичность пограничного социокультурного ландшафта региона реконструируется также на материалах описаний границ русских территорий XVII в., где когда-то пролегал Ногайский шлях. Локализация социокультурного ландшафта в таком контексте выступает как приграничная. Современная Волгоградская область на юге официально граничит с двумя регионами, которые представляются как не относящиеся в ассоциативном плане к русской идентичности, – это Республика Калмыкия и регион, традиционно ассоциирующийся с «татарским», – Астраханская область (несмотря на то что большинство населения Астрахани составляют русские [Астраханская... web]). Мир приграничного социокультурного ландшафта открывается восприятию в виде исторических нарративов – преданий, рассказов, создаваемых при помощи различных культурных кодов, языков, наречий, идентичностей, топонимов, поскольку «социальная реальность упорядочена посредством словаря» [Бергер, Лукман 1995]. Сама по себе современная Россия и государства, когда-то существовавшие на ее территории, представляли собой типичную «фронтирную» (пограничную) культуру. Находясь на пересечении Европы и «дикого поля» (Азии), они стремились отразить свою особенность, продемонстрировать свою уникальную цельность и инаковость. Эти настроения лег-

ли в основу конструирования российской идентичности, где проблема самобытности занимает центральное место. В контексте культуры России, ее истории правильнее было бы называть эти территории приграничьем и окраинами. Возникает момент, когда набор интросубъективных ощущений (общепризнанных смыслов) встраивается в коллективную память, становится стереотипно стабильным. При этом, однако, сохраняется вариативность в восприятии. Тексты пограничного социокультурного ландшафта и способ его расшифровки или прочтения обусловлены уровнем культуры и социальной ответственности, образованности человека. Существуют различные знаки в ландшафте, некоторые имеют в себе конфликтные послылы для разнообразных сообществ, субкультур, идентичностей [Со скандалом... web]. Иногда каждый знак или код социокультурного ландшафта формирует и несет в себе особый образ, между членами одной структуры возникает общее принципиальное согласие в понимании, а наблюдатели, сгруппированные в разнородные кластеры по возрасту, полу, занятости, темпераменту, культурному уровню, воспринимают эти символы неоднозначно. Те, кто стремятся моделировать пространство для множества людей, должны выявлять точки согласия и «единодушия» в рамках этих коллективов, действующих внутри социокультурного ландшафта. Также отметим, что социокультурный ландшафт уже сам по себе в изобилии формирует и трансформирует тексты.

### Выводы

Применение семиотического подхода позволяет описать механизм трансформации городского социокультурного ландшафта в процессе функционирования урбанизированной культуры.

Семиотика социокультурного ландшафта исследует поток знаков культуры, культурные тексты, объективированные в виде культурных учреждений. Данные культурные объекты изначально воспринимались как продукт своеобразного культурного мейнстрима, случайно сложившегося в процессе удовлетворения нужд населения в потреблении, досуге, развлечениях и культурно-массовых меро-

приятиях. В крупных городах наиболее интенсивные потоки технологических, финансовых, этнических и идеологических структур формируются и встраиваются в текст его социокультурного ландшафта. Эти пересечения потоков создают точки интенсивной коммуникации, где происходит плотный обмен ресурсами и информацией. Понимание текстов социокультурного ландшафта помогает избежать крайностей «одномерных» трактовок пространства городской социальной и культурной жизни, увидеть неразрывную связь и взаимодействие множества ипостасей бытия современного горожанина и его идентичности со средой обитания. Помимо совокупности материальных артефактов или набора социально-демографических практик можно увидеть их детерминанты и «прочитать» кодированные элементы городской и областной культуры и ее институтов. Анализ культурных знаков и следов коммуникаций разнообразных идентичностей с использованием ассоциативного, семиотического подхода позволяет сделать вывод о том, что ландшафт волгоградского региона является «приграничным» или «фронтирным» социокультурным ландшафтом. При этом, хотя знаковая система социокультурного ландшафта дает возможность понять происходящие процессы, сама по себе она не носит завершенного характера и выступает как перманентный процесс воспроизводства и поглощения смыслов. В этом противоречии отражается динамика социальных процессов и институтов социокультурного урбанизированного ландшафта.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Астраханская... web – Астраханская область – Основные сведения (по данным Росстата на 1 января 2018 года) // <http://worldgeo.ru/russia/reg30>.
- Барт 1989 – *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика: Поэтика. М.: Прогресс, 1989.
- Бауман 2008 – *Бауман З.* Текущая современность. СПб.: Питер, 2008.
- Бергер, Лукман 1995 – *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995.
- Валлерстайн 2001 – *Валлерстайн И.* Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. СПб.: Унив. кн., 2001.

- Гурко 1999 – Гурко Е. Тексты деконструкции. Деррида Ж. *Differance*. Томск: Водолей, 1999.
- Дулина, Беликова, Парамонова 2019 – Дулина Н.В., Беликова Е.О., Парамонова В.А. Коммуникация религиозных символов в социокультурном ландшафте региона // Религия и Коммуникация: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. Минск: Ковчег, 2019. С. 186–191.
- Лاپин, Беляева 2010 – Лاپин Н.И., Беляева Л.А. Программа и типовой инструментарий «Социокультурный портрет региона России» (Модификация – 2010). М.: МФРАН, 2010.
- Левевр 2015 – Левевр А. Производство пространства. М.: Strelka Press, 2015.
- Лотман 1970 – Лотман Ю.М. Структура художественного текста. М.: Искусство, 1970.
- Маньковская 1994 – Маньковская Н.Б. «Париж со змеями» (Введение в эстетику постмодернизма) М.: ИФРАН, 1994.
- Маркузе 2002 – Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М.: АСТ, 2002.
- Мерло-Понти 1996 – Мерло-Понти М. В защиту философии. М.: Гуманит. лит., 1996.
- Со скандалом... web – Со скандалом и верой в правое дело: в Волгограде открыли памятник Сталину // <https://v1.ru/text/gorod/2019/12/20/66410101>.
- Сорокин 1992 – Сорокин П. Социальная и культурная мобильность // Человек, цивилизация, общество. М.: Политиздат, 1992.
- Уорнер 2000 – Уорнер У. Живые и мертвые. М.; СПб.: Унив. кн., 2000.
- Appadurai 1996 – Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.
- Mamayev Kurgan... web – Mamayev Kurgan Memorial Complex “To the Heroes of the Battle of Stalingrad” [Official Website of UNESCO] // <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/5936>.
- Barth R., 1989. *Selected Works: Semiotics: Poetics*. Moscow, Progress Publ.
- Bauman Z., 2008. *Fluid Modernity*. Saint Petersburg, Piter Publ.
- Berger P., Lukman T., 1995. *Social Construction of Reality. A Treatise on the Sociology of Knowledge*. Moscow, Medium Publ.
- Wallerstein I., 2001. *Analysis of World Systems and the Situation in the Modern World*. Saint Petersburg, Universitetskaya kniga Publ.
- Gurko E., 1999. *The Texts of Deconstruction. Derrida J. Differance*. Tomsk, Vodoley Publ.
- Dulina N., Belikova E., Paramonova V., 2019. Communication of Religious Symbols in the Socio-Cultural Landscape of the Region in the Collection. *Religion and Communication. Proceedings of the 5<sup>th</sup> International Scientific and Practical Conference*. Minsk, Kovcheg Publ., pp. 186-191.
- Lapin N.I., Belyaeva L.A., 2010. *Program and Standard Tools “Socio-Cultural Portrait of the Russian Region” (Modification-2010)*. Moscow, MFRAN.
- Lefevre A., 2015. *Production of Space*. Moscow, Strelka Press Publ.
- Lotman Yu., 1970. *The Structure of the Artistic Text*. Moscow, Iskusstvo Publ.
- Mankovskaya N.B., 1994. “Paris with Snakes” (*Introduction to the Aesthetics of Postmodernism*). Moscow, IFRAN.
- Marcuse G., 2002. *Eros and Civilization. One-Dimensional Man: A Study of the Ideology of a Developed Industrial Society*. Moscow, AST Publ.
- Merlot-Ponty M., 1996. *In Defense of Philosophy*. Moscow, Gumanitarnaya literatura Publ.
- With a Scandal and Faith in a Just Cause: A Monument to Stalin Was Opened in Volgograd*. URL: <https://v1.ru/text/gorod/2019/12/20/66410101>.
- Sorokin P.A., 1992. *Social and Cultural Mobility. Chelovek, civilizatsiya, obshchestvo*. Moscow, Politizdat Publ.
- Warner W., 2000. *The Living and the Dead*. Moscow, Saint Petersburg, Universitetskaya kniga Publ.
- Appadurai A., 1996. *Modernity in General: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Mamayev Kurgan Memorial Complex “To the Heroes of the Battle of Stalingrad”. *Official Website of UNESCO*. URL: <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/5936>.

## REFERENCES

*Astrakhan Region – Basic Information (According to Rosstat Data As of January 1, 2018)*. URL: <http://worldgeo.ru/russia/reg30>.

**Information About the Author**

**Alexander N. Pleschenko**, Candidate for a Degree, Department of Sociology and Social Technologies, Assistant, Department of Business Law, Arbitration and State Process, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, pleshchenko@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4531-3847>

**Информация об авторе**

**Александр Николаевич Плещенко**, соискатель кафедры социологии и социальных технологий, ассистент кафедры предпринимательского права, арбитражного и гражданского процесса, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, pleshchenko@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4531-3847>

---

---

Миссия журнала «Logos et Praxis» – создание единого информационного и коммуникативного пространства для специалистов в области наук о человеке, обществе и культуре.



Свою задачу редакция журнала видит как в привлечении к сотрудничеству известных ученых, так и в поддержке научной активности молодых исследователей. Журнал призван содействовать распространению результатов научных исследований и созданию дискуссионного поля для обмена научными достижениями и исследовательским опытом между представителями различных сфер социального знания.

В журнале представлены теоретические статьи, а также результаты прикладных исследований социальной направленности.

Рубрика журнала «Философия» соответствует отрасли науки 09.00.00 Философские науки, рубрика журнала «Социология и социальные технологии» соответствует отрасли науки 22.00.00 Социологические науки.

---

---

### **Уважаемые читатели!**

Подписка на I полугодие 2022 года осуществляется по «Объединенному каталогу. Пресса России. Газеты и журналы». Т. 1. Подписной индекс 20989.

Стоимость подписки на I полугодие 2022 года 1 397 руб. 44 коп.  
Распространение журнала осуществляется по адресной системе.

---

---

*Logos et Praxis* is an academic journal aiming at creating a unified informational and communicative environment for scholars in the field of Human, Social and Cultural



Sciences. The editorial board of the journal aims at attracting both well-known academics and young researchers. We publish both theoretical and empirical Social Science articles. We invite authors from various Social Science disciplines, such as Philosophy, Sociology, Cultural Studies, Pedagogy, Social Psychology. Interdisciplinary studies in the field of Social Sciences are welcome. The journal accepts original articles only on the

basis of peer review system.

The journal heading “Philosophy” corresponds to academic branch 09.00.00 Philosophical Sciences, the journal heading “Sociology and Social Technologies” corresponds to academic branch 22.00.00 Sociological Sciences.

---

---

**Dear readers!**

Subscription for the 1<sup>st</sup> half of 2022 is carried out through  
“The United Catalog. Russian Press. Newspapers and Journals”. Vol. 1.  
The subscription index is 20989.

The cost of subscription for the 1<sup>st</sup> half of 2022 is 1397.44 rubles.  
Distribution of the journal is carried out through the address system.

---

---

## УСЛОВИЯ ОПУБЛИКОВАНИЯ СТАТЕЙ В ЖУРНАЛЕ «LOGOS ET PRAXIS»

1. Редакционная коллегия журнала «Logos et Praxis» принимает к печати оригинальные авторские статьи.

2. Подача, рецензирование, редактирование и публикация статей в журнале являются бесплатными.

3. Авторство должно ограничиваться теми, кто внес значительный вклад в концепцию, дизайн, исполнение или интерпретацию опубликованного исследования. Все они должны быть указаны в качестве соавторов.

4. Статья должна быть актуальной, обладать новизной, содержать постановку задач (проблем), описание основных результатов исследования, полученных автором, выводы. Представляемая для публикации статья не должна быть ранее опубликована в других изданиях.

5. Авторы несут полную ответственность за подбор и достоверность приведенных фактов, цитат, статистических и социологических данных, имен собственных, географических названий и прочих сведений, за точность библиографической информации, содержащейся в статье.

6. В случае обнаружения ошибок или неточностей в своей опубликованной работе автор обязан незамедлительно уведомить об этом редактора журнала (или издателя) и сотрудничать с ним, чтобы отменить статью или внести в нее исправления.

7. Автор обязан указать все источники финансирования исследования.

8. Представленная статья должна соответствовать **принятым журналом правилам оформления**.

9. Текст статьи представляется по электронной почте на адрес редколлегии журнала (jvolsu7@gmail.com). Бумажный вариант не требуется. **Обязательно** наличие сопроводительных документов.

10. Полнотекстовые версии статей, аннотации, ключевые слова, информация об авторах на русском и английском языках размещаются **в открытом доступе (Open Access)** в Интернете.

**Отправка автором** рукописи статьи и сопроводительных документов на e-mail редакции jvolsu7@gmail.com является формой **акцепта оферты** на принятие договора (публичной оферты) предоставления права использования произведения в периодическом печатном издании «Logos et Praxis».

Редколлегия приступает к работе со статьей после получения всех сопроводительных документов по электронной почте.

Решение о публикации статей принимается редакционной коллегией после рецензирования. Редакция оставляет за собой право отклонить представленные статьи или отправить их на доработку на основании соответствующих заключений рецензентов. Переработанные варианты статей рассматриваются заново.

Среднее количество времени между подачей и принятием статьи составляет восемь недель.

**Более подробно о процессе подачи, направления, рецензирования и опубликования, а также о правилах оформления научных статей смотрите на сайте журнала <https://psst.jvolsu.com> в разделе «Для авторов».**

---

---

---

---

**CONDITIONS OF PUBLICATION  
IN *LOGOS ET PRAXIS***

1. The Editorial Staff of *Logos et Praxis* publishes only original articles.
  2. The submission, reviewing, editing and publication of articles in the journal are free of charge. No author fees are involved.
  3. Authorship should be limited to those who have made a significant contribution to the conception, design, execution, or interpretation of the reported study. All those who have made significant contributions should be listed as co-authors.
  4. An article must be relevant, must have a novelty and include a task (issue) statement, the description of main research results and conclusions. The submitted article must not be previously published in other journals.
  5. The author bears full responsibility for the selection and accuracy of facts, citations, statistical and sociological data, proper names, geographical names, bibliographic information and other data contained in the article.
  6. When the author discovers a significant error or inaccuracy in his/her own published work, it is the author's obligation to promptly notify the journal editor or publisher and cooperate with the editor or publisher to retract or correct the article.
  7. The author must disclose all sources of the financial support for the article.
  8. The submitted article must comply with the **journal's format requirements**.
  9. Articles should be submitted in electronic format only via e-mail [jvolsu7@gmail.com](mailto:jvolsu7@gmail.com). The author **must** submit the article accompanied by cover documents.
  10. Full-text versions of published articles and their metadata (abstracts, key words, information about the author(s) in Russian and English) are available in the **Open Access** on the Internet.
- Submitting an article** and cover documents via the indicated e-mail [jvolsu7@gmail.com](mailto:jvolsu7@gmail.com) the author **accepts the offer** of granting rights (public offer) to use the article in *Logos et Praxis* printed periodical. The Editorial Staff starts the reviewing process after receiving all cover documents by e-mail. The decision to publish articles is made by the Editorial Staff after reviewing. The Editors reserve the right to reject or send submitted articles for revision on the basis of the relevant opinions of the reviewers. Revised versions of articles are reviewed repeatedly. The review usually takes 8 weeks.
- For more detailed information regarding the submission, reviewing, and publication of academic articles please refer to the journal's website <https://psst.jvolsu.com/index.php/en/> (section "For Author").**
- 
-