



Санкт-Петербургский
государственный
университет
www.spbu.ru

Новейшие и классические методы исследования социальных изменений

*Сборник научных статей
по итогам VII Социологической Школы СПбГУ*

30 октября – 3 ноября 2017 года



Санкт-Петербургский
государственный
университет
www.spbu.ru



НОВЕЙШИЕ И КЛАССИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

*Сборник научных статей
по итогам VII Социологической Школы СПбГУ*

30 октября–3 ноября 2017 года



Санкт-Петербург
2018

ББК 60.5
Н72

Главный редактор: Е.С. Богомяглова
Ответственный секретарь: Е.В. Евсикова

Н72 Новейшие и классические методы исследования социальных изменений: Сборник научных статей по итогам VII Социологической Школы СПбГУ 30 октября – 3 ноября 2017 года / Под ред. Е.С. Богомягловой. — СПб.: Скифия-принт, 2018. — 156с.

ISBN 978-5-98620-307-2

Сборник научных статей «Новейшие и классические методы исследования социальных изменений» издается по итогам VII Социологической школы СПбГУ, организованной факультетом социологии Санкт-Петербургского государственного университета. Данный научный и образовательный проект существует с 2011 года, привлекая каждый год новых участников — заинтересованных студентов, молодых ученых, только начинающих академическую карьеру, и лекторов, представляющих передовые направления современных социологических исследований.

В сборнике представлены статьи участников Школы (студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей), а также всех желающих, отражающие результаты теоретических и эмпирических исследований по широкому кругу тем: от изучения современных форм коммуникации и онлайн-активности до обращения к нейросоциологическим методам и размышлениям об анализе кино в социологической перспективе. Размещенные материалы демонстрируют своеобразный срез интересов современных молодых ученых и позволяют сделать вывод о наиболее востребованных и актуальных направлениях исследований. Сборник может быть интересен профессиональным социологам, представителям социального и гуманитарного знания, а также аспирантам и студентам.

ББК 60.5
Н72

ISBN 978-5-98620-307-2

© Коллектив авторов, 2018
© Санкт-Петербургский
государственный университет, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Богомяжкова Е.С., Евсикова Е.В.</i>	
Предисловие	5
<i>Тараненко А.С.</i>	
Нейросоциологические методы изучения влияния зеркальных механизмов функционирования мозга на социальные процессы.	9
<i>Глухова М.Е.</i>	
Изменение положения женщины в политике в России с начала XX века до наших дней.	20
<i>Василенко Е.В.</i>	
Антифеминистские дискурсивные практики в российской онлайн-среде.	38
<i>Архипова О.В., Тавровский А.В.</i>	
Онлайн-петиции на портале change.org: дискурсивное конструирование и легитимация требований	57
<i>Морозова В.О.</i>	
Практики обмена музыкой в цифровом пространстве как современная форма социального капитала	67
<i>Дупак А.А.</i>	
Образ советского человека в современном российском кино о космосе	79
<i>Набокин И.И.</i>	
Понятие культового кино в социологии	95
<i>Чернова Е.А.</i>	
Коммуникативные стратегии самопрезентации водителей в рамках дорожного движения	105
<i>Рамазанов Т.М.</i>	
Подходы к изучению межорганизационной коммуникации	117
<i>Ваневская П.Н.</i>	
Пространственная конфигурация антикафе в контексте социоантропологического анализа (на примере кейса «Антикафе «Мансарда» в Санкт-Петербурге»)	129
<i>Борискина М.В.</i>	
Мода как социальный код конкретного исторического времени	140
<i>Галькевич К.В.</i>	
Новейшие и классические методы исследования социальных изменений	146
Информация об авторах	154



CONTENT

<i>Elena S. Bogomiagkova, Ekaterina V. Evsikova</i>	
Foreward	5
<i>Anna S. Taranenko</i>	
Neurosociological Methods of Studying the Effects of Mirror Mechanisms of Brain Function in Social Processes	9
<i>Maria E. Glukhova</i>	
Evolution of the Status of Women in Politics in Russia from the Beginning of the Twentieth Century to the Present Day	20
<i>Elizaveta V. Vasilenko</i>	
Antifeminist Discursive Practices in the Russian Online-Sphere	38
<i>Olga V. Arkhipova, Alexander V. Tavrovskiy</i>	
Petitions on Change.org Website: Constructing Discourse and Legitimizing Claims	57
<i>Vitaliia O. Morozova</i>	
Music Sharing Practices in Digital Space as a Modern Form of Social Capital	67
<i>Anna A. Dupak</i>	
The Image of Soviet Person in the Contemporary Russian Films about Space.	79
<i>Ivan I. Nabokin</i>	
The Concept of Cult Cinema in Sociology.	95
<i>Elizaveta A. Chernova</i>	
The Communicative Strategies of Self-Presentation of Drivers within Road Traffic	105
<i>Timur M. Ramazanov</i>	
Approaches to the Study of Inter-Organizational Communication	117
<i>Polina N. Vanevskaya</i>	
Spatial Configuration of Anti-Cafe in the Context of Social Anthropology («Mansarda» Anti-Cafe Case Study)	129
<i>Maria V. Boriskina</i>	
Fashion as a Social Code of the Specific Historical Time	140
<i>Karina V. Galkevich</i>	
New and Classical Research Methods of Social Changes	146
Authors	154



*Елена Сергеевна Богомякова,
Екатерина Валерьевна Евсикова*
Санкт-Петербургский государственный университет

*Elena S. Bogomiakova,
Ekaterina V. Evsikova*
St.-Petersburg State University

ПРЕДИСЛОВИЕ

Foreward

На протяжении последних семи лет на факультете социологии Санкт-Петербургского государственного университета живет и развивается научно-образовательный проект «Социологическая школа СПбГУ», привлекающий студентов, аспирантов и магистрантов из разных уголков России и ближнего зарубежья. С 30 октября по 3 ноября 2017 года состоялась очередная, уже седьмая по счету, Школа, что становится хорошей традицией и своеобразной визитной карточкой факультета. В этом году участниками стали студенты из двенадцати городов России, а также двух городов Республики Беларусь (см. рис. 1).

На четыре осенних дня факультет социологии СПбГУ, где проводится мероприятие, становится площадкой для научной дискуссии как профессиональных социологов, так и студентов, еще только начинающих академическую карьеру. Участники получают возможность полностью погрузиться в процесс обучения, а также обсудить наиболее острые вопросы современной науки, познакомиться с новыми концепциями и методами социологического исследования. Школа способствует объединению и воспроизводству социологического сообщества, включению новых молодых поколений в исследовательский процесс, повышает привлекательность и статус СПбГУ в глазах потенциальных абитуриентов (бакалавриат, магистратура, аспирантура), а также участников и лекторов из других вузов России.

Возникнув в 2011 году по инициативе активных студентов, поддержанной преподавателями кафедры теории и истории социологии СПбГУ в лице проф. А. О. Бороноева, доц. Е. С. Богомяковой, доц. М. В. Ломоносовой, Социологическая школа СПбГУ превратилась в регулярное мероприятие, объединяющее жаждущую новых знаний молодежь и именитых ученых, обладающих авторитетом в академических кругах. Колоссальную

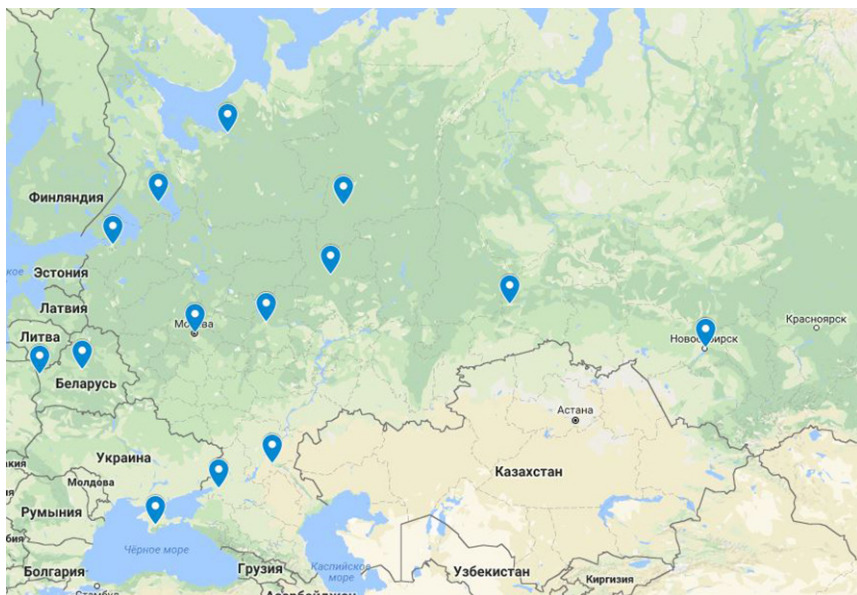


Рисунок 1. Карта городов-участников

организационную работу проводят студенты, магистранты, аспиранты, как выступающие полноправными членами Программного комитета Школы, так и работающие в качестве волонтеров. Без их помощи и участия Социологическая школа СПбГУ вряд ли могла состояться в интерактивном формате, который является ее отличительной особенностью. В 2017 году стоит особенно отметить работу аспирантов факультета социологии: Г. А. Николаенко, Е. В. Евсиковой, В. С. Сергеева.

Обычно Школы являются тематическими. В 2017 году вся мировая общественность отмечала 100-летие Великой русской революции. Не осталось в стороне и социологическое сообщество. Данный юбилей — это повод не только критически взглянуть на события уходящего века, но и обратиться к будущему современных обществ. В связи с этим VII Социологическая школа СПбГУ была посвящена рассмотрению новейших и классических методов исследования социальных изменений и предполагала два крупных тематических блока. В первый блок вошли непосредственно вопросы социальных изменений (в том числе глобальных трансформаций и революций) и их отражения в социологической теории. Лекторы второго направления обращались к новейшим методам изучения социальных

изменений, в том числе порожденных интенсивным развитием информационных технологий и социальных сетей, их сравнению с классическими социологическими методами и подходами, оценке эвристического потенциала и перспектив использования обеих групп методов. В качестве ключевых лекторов Школы были приглашены Д. В. Иванов, М. В. Ломоносова, И. И. Юкина, Л. В. Земнухова, А. В. Кнорре, А. А. Новкунская, А. М. Хохлова, А. М. Пивоваров, М. М. Соколов, С. В. Лаврова, Е. А. Островская, Л. И. Ятина, М. М. Русакова, А. А. Блохин, Е. С. Богомяткова, В. С. Сергеев. Интерактивный формат мероприятия и организацию групповых дискуссий обеспечивали Е. А. Николаенко, Е. В. Евсикова, В. С. Сергеев.

В сборнике «Новейшие и классические методы исследования социальных изменений» представлены результаты авторских эмпирических исследований и теоретические обзоры студентов — участников VII Социологической школы и всех желающих. Содержание сборника в этом году получилось немного эклектичным, трудно выделить какие-то направления и разделы, что свидетельствует о многообразии интересов современных студентов и оригинальности их подходов к традиционным темам. Открывает сборник статья А. С. Тараненко, отражающая новейшие тенденции в социологической методологии, а именно потенциал использования нейросоциологических методов в изучении влияния зеркальных механизмов функционирования мозга на социальные процессы. Развернутый анализ изменения положения женщины в российской политике с начала XX века до наших дней с выделением трех основных периодов представлен в статье М. Е. Глухой.

Далее следует несколько статей, посвященных изучению новых социальных практик в современном онлайн-пространстве. Е. В. Василенко обратилась к крайне актуальной теме — анализу антифеминистских дискурсивных практик в российской онлайн-среде, а О. В. Архипова и А. В. Тавровский исследуют онлайн-петиции на портале change.org как площадку дискурсивного конструирования социальных проблем и легитимации требований. В. О. Морозова берется за оригинальный сюжет и размышляет о практиках обмена музыкой в цифровом пространстве как современной форме социального капитала.

Интерес представляют материалы, отражающие потенциал социологии в исследовании кино. А. А. Дупак анализирует образ советского человека в современном российском кино о космосе, а И. И. Набокин обращается к феномену культового кино и осуществляет попытку его социологического осмысления. Коммуникация является постоянным объектом внимания молодых ученых. В сборнике также представлены материалы, демонстрирующие этот неугасающий интерес. В статье Е. А. Черновой проводится



анализ коммуникации между современными водителями легковых автомобилей на дорогах Санкт-Петербурга, а именно особенностей невербальной коммуникации. Т. М. Рамазанов осуществляет детальный обзор основных подходов к изучению межорганизационной коммуникации.

П. Н. Ваневская изучает пространственную конфигурацию антикафе в контексте социоантропологического анализа, обращаясь к кейсу антикафе «Мансарда» в Санкт-Петербурге. В материале М. В. Борискиной представлены социальные и символические аспекты феномена моды, а статья К. В. Галькевич посвящена рассмотрению новейших и классических методов исследования социальных изменений. Школа носит междисциплинарный характер, и, как правило, и лекции ведущих ученых, и статьи студентов-участников пересекают дисциплинарные границы.

В сборнике представлены материалы, прежде всего, молодых ученых, которые являются попыткой, и весьма удачной, реализовать свой научный и исследовательский потенциал. Для большинства авторов это первый опыт написания научного текста, однако этот факт отнюдь не умаляет достоинств представленных здесь статей. Студенты зачастую берутся за новые и актуальные вопросы, только возникающие в повестке современной социологии. Именно этим сборник и хорош — это площадка для своеобразной «пробы пера», а также возможность обсудить самые смелые и оригинальные темы и проблемы. Мы надеемся, что представленные здесь материалы привлекут внимание не только студентов и профессиональных социологов, но и широкой публики.

Анна Сергеевна Тараненко
Санкт-Петербургский государственный университет

Anna S. Taranenko
St.-Petersburg State University

НЕЙРОСОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ВЛИЯНИЯ ЗЕРКАЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МОЗГА НА СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ

Neurosociological Methods of Studying the Effects of Mirror Mechanisms of Brain Function in Social Processes

Аннотация. На нынешнем начальном этапе развития нейросоциологии представителям двух взаимодействующих наук важно знать о достижениях в техниках и методологии другой дисциплины. Одним из направлений изучения нейросоциологии потенциально могли бы стать исследования работы зеркальных нейронов — нервных клеток, которые активизируются как при совершении индивидом какого-либо действия, так и при наблюдении за тем, как кто-то другой совершает действие с аналогичной целью. Зеркальный механизм позволяет человеку распознавать цели действий, намерения, эмоции, речь, таким образом являясь важным участником многих социальных процессов.

В нейросоциологическом эксперименте применяются неврологические техники и социологические методологии. К первым относятся вживление микроэлектродов, электроэнцефалография (ЭЭГ), магнитоэнцефалография (МЭГ), транскраниальная магнитная стимуляция (ТМС), электромиография (ЭМГ), позитронно-эмиссионная томография (ПЭТ), функциональная магнитно-резонансная томография (фМРТ), ближняя инфракрасная (БИК) спектроскопия. Социологической частью исследования является его «драматургическая» составляющая — то, каким именно будет воздействие на испытуемого. Кроме того, именно общественные науки дают теоретические обоснования нейросоциологическим исследованиям.

Ключевые слова: нейросоциология, социальная нейронаука, зеркальные нейроны, эксперимент, междисциплинарные исследования.



Abstract. At the current initial stage of the development of neurosociology, representatives of two collaborating sciences should know about achievements in techniques and methodology of the other discipline. One of the fields of neurosociological research could become studies of the functioning of mirror neurons — neuro cells that signal when individual commites action or observe someone who commites the action with the same purpose. The mirror mechanism allows the person to recognize the goals of actions, intentions, emotions — therefore it is an important participant of many social processes.

There are neurological techniques and sociological methodology in neurosociological experiment. The first is the microelectrode implantation, electroencephalography (EEG), magnetoencephalography (MEG), transcranial magnetic stimulation (TMS), electromyography (EMG), positron emission tomography (PET), functional magnetic resonance imaging (fMRI), near infrared (NIR) spectroscopy. The sociological part of the study is its “dramatic” component — what will be the impact on the subject. In addition, the social sciences provide theoretical foundation for neurosociological research.

Keywords: neurosociology, social neuroscience, mirror neurons, experiment, interdisciplinary research.

Развитие современных методов в неврологии позволило этой науке проникнуть в смежные и совсем не смежные дисциплины, в том числе и в социологию. В результате симбиоза неврологии и социологии появляется новая междисциплинарная наука нейросоциология. Нейросоциология изучает социальные явления, используя методы и знания неврологии и социологии. Такой подход позволяет более полно восстановить звенья цепочки причинно-следственной связи, описывающей социальные явления. Неврология при этом дополняется учитыванием социальных факторов, способных влиять на мозговые процессы; возможностью избежать биологического детерминизма — убежденности в том, что физиологические явления полностью объясняют поведение человека; акцентированием внимания на макропроцессах, эффект которых может «перекрывать» влияние нейронных процессов. Социологии в этом сотрудничестве наук удастся уйти от убежденности в первичности социального, что очевидно невозможно, так как в ходе эволюции гены появились раньше общества [Шкурко, 2011].

Конечно, беря в учет только лишь социологию и неврологию, мы не можем всесторонне изучить общественные процессы. Соединение этих двух наук позволяет нам учитывать только лишь биологический и социальный фактор, что делает необходимым их сотрудничество также и с другими науками.

В этой статье речь пойдет о возможностях совместного изучения зеркальных нейронов и социальных процессов с целью обнаружить их взаимное влияние друг на друга. Данное взаимодействие уже изучается в рамках нейросоциологии и социальной нейронауки. Пока в научном дискурсе нет единого взгляда на отношение двух этих дисциплин между собой (входит ли одна в другую, и если нет, то чем различаются предметы их изучения), поэтому в данной работе условимся, что это два синонимичных названия одного междисциплинарного направления.

Что такое зеркальные нейроны?

Это нервные клетки, которые активизируются как при совершении индивидом какого-либо действия, так и при наблюдении за тем, как кто-то другой совершает действие с аналогичной целью [Rizzolatti, 2016]. Нейроны возбуждаются также в том случае, когда индивид лишь слышит, как совершается какое-либо действие (например, стук молотка, шум миксера) [Kohler, 2002], или представляет это. Особенно сильный сигнал от мозга исходит, когда человек пытается повторить наблюдаемое действие [Бауэр, 2009].

При этом нейроны кодируют не объект (например, изображение человека) и даже не действие (сокращение мышц), а цель этого действия — результат, ради которого оно совершается (взять орех, чтобы съесть его). Так, нейроны активизируются, когда одно и то же действие выполняется человеком, роботом или специальным инструментом [Rizzolatti, 2014, p. 678]. Эксперименты с обезьянами показали, что некоторые зеркальные нейроны возбуждаются даже тогда, когда наблюдаемый агент смотрит на предмет, но не выполняет действия. К этому можно присовокупить данные о том, что намеренное невыполнение действия вызывает в коре головного мозга человека активность, аналогичную той, которая может быть при выполнении этого действия. Все это позволяет предположить, что зеркальные нейроны дают человеку представление не только о цели, но и о намерениях других людей [Bonini, 2014].

Изначально, когда зеркальные нейроны только были открыты, ученые говорили лишь об отдельных нейронах с зеркальным свойством в некоторых отделах головного мозга. Однако сейчас, когда такие нейроны найдены во многих зонах коры, впору говорить о зеркальном механизме как об основном принципе функционирования головного мозга. Так, зеркальные нейроны найдены в нижней и верхней теменных долях, соматосенсорных областях, вентральной и дорсальной частях премоторной коры, вторичной



моторной зоне, нижней лобной извилине, середине поясной извилины, в гиппокампе, передней поясной коре, вентромедиальной префронтальной коре и в островке.

Здесь важно оговориться, что далеко не только зеркальный механизм обеспечивает понимание нами других людей. Участки мозга с этими нейронами позволяют человеку лишь определять цели действия, эмоции человека и различать формы этих проявлений. Однако они не занимаются, например, оценкой чужих психических состояний [Rizzolatti, 2016].

Зеркальные нейронные процессы необходимо отделять от когнитивных процессов социального познания, которые также могут выполнять функцию отражения действия других через их логическое осмысление. Разница заключается в том, что при когнитивном восприятии наблюдатель осознает эмоции другого, но не чувствует их; при работе же зеркального механизма наблюдатель ощущает эти эмоции, буквально переживая их [Rizzolatti, 2006, p. 60].

Самзеркальный механизм еще не изучен до конца. Его первооткрыватель Джакомо Риззолатти считает, что пока неясно, способствует ли он рассуждениям о сознании другого, и если да, то как именно это происходит, можно ли развивать способность к пониманию другого [Rizzolatti, 2016].

Хотя многие его коллеги, а также представители других, в том числе социальных, наук более смелы в своих выводах о влиянии зеркальных процессов на социальную жизнь. Так, ученые делают выводы об участии зеркальных механизмов в эволюционном развитии языка и культуры, понимании речи и действий друг друга [Rizzolatti, 2016]. В контексте зеркальных механизмов говорят об их роли в формировании общего intersubъективного мира [Gallese, 2003], распространении эмоций, идей и действий в толпе и в обществе, об их участии в процессах воспитания, социализации, адаптации [Бауэр, 2009], эмпатии [Rizzolatti, 2016], обучения, в формировании самоидентичности, влиянии СМИ на модели поведения человека, причинах социопатии [Бауэр, 2009] и даже в распознавании улыбки [Caruana, 2017]. Большинство из перечисленного является социальными процессами, изучаемыми социологией, что еще раз подтверждает значимость зеркальных механизмов функционирования мозга для социологического знания.

Методы изучения зеркальных нейронов

Работу зеркальных механизмов изучают с помощью эксперимента. При этом используются техники неврологии и социальных наук. К неврологическим техникам относятся:

1. Вживление микроэлектродов в нейрон или рядом с ним. Это инвазивный метод, который позволяет определить активность каждого отдельного нейрона. Кроме высокой точности он удобен тем, что позволяет проводить продолжительные исследования без значительных ограничений в пространстве (в отличие, например, от МРТ). Однако, по этическим соображениям, людям нельзя вживлять электроды без необходимости. Именно поэтому подобные исследования в основном проводятся на обезьянах: так впервые и были обнаружены зеркальные нейроны [Gallese, 1996]. В случае с людьми микроэлектроды для исследований можно использовать, только когда их вживляют в ходе лечения или диагностики болезни. Так происходит с больными эпилепсией, что и позволяет проводить эксперименты с ними [Mukamel, 2010]. Правда, при этом допустимо изучать активность зеркальных нейронов лишь в областях эпилептических очагов.
2. Электроэнцефалография (ЭЭГ) — это метод записи электрической активности различных отделов головного мозга. Критерием для выделения активности зеркальных нейронов является регистрация мю-ритма — колебаний на частоте 8–13 Гц в моторных областях головного мозга. Когда человек находится в покое, этот ритм проявляется себя активно. Подавляется мю-ритм, когда человек двигается или наблюдает движение. Это вовсе не означает, что мю-ритм напрямую отражает активность зеркальных нейронов, однако его можно использовать в качестве показателя их активности, так как механизмы их реакции аналогичны. ЭЭГ уступает другим методам по точности определения активности различных участков нейронных сетей (пространственной разрешающей способности), из-за чего исследователю бывает трудно отделить один ритм от другого [Махин, 2012].
3. Магнитоэнцефалография (МЭГ) — регистрация магнитной составляющей электромагнитного поля головного мозга [Энциклопедический словарь по психологии...]. Несмотря на то что это неинвазивный метод, его пространственная точность сопоставима с данными, получаемыми с помощью микроэлектродов [МЭГ: природный магнетизм...]. Кроме того, все три



перечисленных метода обладают высоким временным разрешением. В частности, при МЭГ минимальная длительность нейронной активности, которую способен зарегистрировать прибор [Справочник технического переводчика...], составляет 1 мс [Научно-образовательный центр...], в то время как, например, у МРТ этот показатель начинается от 20 мс.

4. Транскраниальная магнитная стимуляция (ТМС) — это неинвазивный метод, при котором вплотную к голове подносится электромагнитная катушка. Вокруг нее образуется магнитное поле, вызывающее токи в моторной коре. Эти токи становятся причиной моторного двигательного потенциала в соответствующих конечностях, который и регистрируется прибором. Благодаря работе зеркальных механизмов наблюдение за действиями людей увеличивает амплитуду этого потенциала, что и позволяет исследовать их данным методом. Более того, при длительной, повторяемой ТМС можно на непродолжительное время снизить функции той или иной зоны мозга. Благодаря этому можно точно определить, какую роль играет зеркальный механизм при осуществлении конкретной функции [Риццолатти, 2012].
5. Электромиография (ЭМГ) — это метод исследования токов действия мышц во время их работы. Токи отводятся либо с помощью тонких платиновых электродов, вводимых в изучаемые мышцы, либо накладыванием электродов на кожу (над мышцами). Конечно, инвазивный вариант является более точным, чем неинвазивный. Этот метод подходит для изучения роли зеркальных нейронов в стимуляции работы конкретных мышц, например, лица [Риццолатти, 2012] или руки.
6. Позитронно-эмиссионная томография (ПЭТ) — метод, позволяющий получать трехмерные изображения внутренних органов. Сначала человеку внутривенно вводят радиофармпрепарат, который распределяется по его телу. Далее сканер испускает на обследуемые части тела гамма-излучение, которое вынуждает химическое вещество в крови излучать фотоны. Они интерпретируются компьютерными программами, что позволяет изучать функции различных частей тела [Научно-технический энциклопедический словарь]. При изучении зеркальных нейронов с помощью ПЭТ исследуют изменение кровотока различных участков головного мозга при выполнении заданий и наблюдении за ними [Риццолатти, 2012, с. 112], [Rizzolatti, 1996] Полученные данные сравнивают с активностью тех же участков в спокойном

состоянии. Преимуществом этого метода является высокая точность получаемых изображений, недостатком — то, что испытуемый должен быть максимально неподвижным и расслабленным, что делает и без того искусственные условия эксперимента еще более искусственными.

7. Функциональная магнитно-резонансная томография (фМРТ) — неинвазивный метод, измеряющий изменения в токе крови, вызванные нейронной активностью головного или спинного мозга. В ответ на активацию той или иной области головного мозга в ней изменяются параметры гемодинамики, что приводит к снижению уровня дезоксигемоглобина и повышению уровня оксигемоглобина, что влияет на интенсивность сигнала при нейровизуализации [Селивёрстов, 2014]. Здесь испытуемому также необходимо лежать неподвижно, однако в МР-томографы может быть встроен экран, благодаря которому можно давать участнику исследования визуальные стимулы и задания с джойстиком. Как и при ПЭТ, здесь проводится сравнение изображений, сделанных при различных состояниях [Аграфонов, 2011].
8. Ближняя инфракрасная (БИК) спектроскопия — это метод мониторинга изменений состояния биологических тканей с использованием светового излучения. Действие этого метода основано на знании о том, что быстрые изменения в рассеивании света нервной тканью отражают нейронную активность. Кроме того, БИК-спектроскопия позволяет измерять изменения в концентрации гемоглобина и кислорода в крови, которые говорят о более долгосрочной реакции (10 с) на воздействие. БИК-спектроскопия превосходит ПЭТ и МРТ по временному разрешению [Квашнева, 2013]. Кроме того, это единственно возможный способ измерения изменения скорости движения крови по сосудам у младенцев в сознании, а именно этот показатель чаще всего измеряют в исследованиях зеркальных нейронов с применением БИК-спектроскопии [Kajiume, 2013].

Эти методы традиционно нехарактерны для социологии: ее представители обычно не обладают достаточными знаниями для их применения. Однако понимание роли нейромеханизмов в социальных процессах должно подталкивать социологов как к освоению подобных методов, так и к формированию междисциплинарных исследовательских команд с привлечением нейрочученых.

Социологической частью нейросоциологического эксперимента можно назвать его «драматургическую» составляющую — то, каким именно



будет воздействие на испытуемого. Кроме того, именно общественные науки дают теоретические обоснования нейросоциологическим исследованиям.

Для подтверждения роли социологии при формулировании теории нейросоциологических исследований рассмотрим работу «Зеркальные нейроны и теория симуляции» [Gallesea, 1998]. Ее авторы: Витторио Галлезе, физиолог, стоявший у истоков открытия зеркальных нейронов вместе с Джакомо Риззолатти, и Элвин Голдман, философ, исследователь внутренней модели сознания «другого» (theory of mind). Текст опубликован вскоре после открытия зеркальных нейронов, в 1998 году, и написан с целью дать неврологическое обоснование теории симуляции.

В работе рассматриваются две философские теории внутренней модели сознания «другого» — теория теории и теория симуляции. Идея первой заключается в том, что люди понимают друг друга через создание умозрительных заключений о поведении другого, основанных на здравом смысле. Здесь познающий субъект является беспристрастным теоретиком. В теории симуляции познание сознания другого заключается в попытке копировать, имитировать и подражать психической активности познаваемого агента.

Разумеется, именно последнюю теорию ученые решили подтвердить с применением данных о работе зеркальных механизмов. Как было известно уже тогда, во время наблюдения за чужими-то действиями зеркальные нейроны человека воспроизводят это действие — то есть происходит ровно то, что постулируется в теории симуляции. В качестве опровержения теории авторы приводят экспериментальные данные о том, что наблюдение за действиями может вызывать у наблюдателя не только внутреннюю, нейронную активность, но и внешнюю — сокращение мышц, а это означает, что познающий субъект точно не является беспристрастным наблюдателем, считают ученые.

Также они ссылаются на другой эксперимент, участниками которого были люди с поражениями в префронтальной коре. Наблюдая за жестами экспериментатора, они вынужденно повторяют его действия, не в силах удержаться от этого. Из этого авторы делают предположение, что обычные люди при наблюдении за чужими действиями планируют сделать то же самое, но нормально работающая тормозная система организма останавливает их. Таким образом, в данной работе философская теория о социальном познании и социальном поведении стала основой для интерпретации экспериментальных неврологических данных.

Следующая работа может служить иллюстрацией роли социальных наук при создании «драматургии» нейросоциологического эксперимента. Уже в 2000-х годах группа ученых, среди которых были вышеназванные

неврологи Риззолатти и Галлезе, вновь вернулись к теории стимуляции при планировании эксперимента с изучением зеркальных нейронов [Iacoboni, 2005]. Авторы усомнились в утверждении о том, что зеркальный механизм позволяет понимать цели и намерения действий других людей: на тот момент научные данные говорили скорее об участии зеркальных нейронов в распознавании действий. Например, в случае с хватанием предмета можно было сказать, что зеркальный механизм позволяет наблюдающему понять, что это хватание, но не то, зачем именно действующий субъект хватается данный предмет.

Для того чтобы узнать, участвует ли зеркальный механизм в распознавании намерений, ученые с помощью МРТ измеряли активность зеркальных нейронов людей, просматривающих видеоклипы, на которых были изображены схожие ситуации, но в различных контекстах. При подготовке видео ученые исходили из соображения о том, что контекст действия влияет на определение наблюдателем его цели. Поэтому сравнивалась реакция зеркальных нейронов наблюдателя, например, на забираение чашки со стола в момент начала чаепития (говорящее о том, что действующий субъект планирует пить чай) и после окончания чаепития (указывающее на то, что планируется уборка). Выяснилось, что в первом случае активность зеркальных нейронов была выше, чем во втором. Из этого ученые сделали вывод, что «в нижней лобной доле человека есть набор нейронов, кодирующих причины действия и по-разному реагирующих на различные намерения» [Iacoboni, 2005]. Таким образом, в данном исследовании знание о социальном поведении и способе социального познания человеком (различение намерений действий через их контекст) послужило основой для создания стимулов в эксперименте.

В свете наличия общего интереса социологии и неврологии к зеркальным механизмам мозга и потребности обеих наук в знаниях друг друга перспективным видится также использование специфических социологических и неврологических методов в рамках одного исследования.

Заключение

Несмотря на то что зеркальные нейроны являются важной частью социального взаимодействия, пока их изучением и использованием в качестве части объяснительной модели в своих теориях по большей части занимаются представители неврологии, психологии и когнитивных наук. Даже в вышеприведенном примере с использованием теории симуляции социальные науки представляет философия, а не социология.



Причина такой ситуации может быть в недооценке социологами роли нейронных процессов в социальной жизни человека, отсутствии у социологов базовых знаний по неврологии, пока еще недостаточно развитой междисциплинарности в науках. В любом случае недостаточная проработка такого междисциплинарного подхода лишь дает социологам и неврологам дополнительный повод для развития нейросоциологии.

Литература

1. *Аграфонов А., Петрайкин А., Ахадов Т.* Активация структур мозга по данным фМРТ при просмотре видеосюжетов и припоминании показанных действий // Журнал высшей нервной деятельности. 2011. Том 61, № 5. — С. 553–564.
2. *Бауэр И.* Почему я чувствую, что чувствуешь ты. Интуитивная коммуникация и секрет зеркальных нейронов. — Издательский дом Вернера Регена, 2009. — 112 с.
3. *Квашнева К., Илюхина В., Крыжановский Э., Чистов А.* Ближняя инфракрасная топография и спектоскопия в исследовании мозговой активности // Биотехносфера. 2013. № 2 (26). — С. 33–37.
4. *Махин С. А.* Система «зеркальных нейронов»: актуальные достижения и перспективы ЭЭГ-исследований // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Биология, химия». 2012. № 1. — С. 142–146.
5. *Риццолатти Д., Синигалья К.* Зеркала в мозге: О механизмах совместного действия и сопереживания. — М.: Языки славянских культур, 2012. — 208 с.
6. *Селивёрстов Ю., Селивёрстова Е., Коновалов Р., Кротенкова М., Иллариошкин С.* Функциональная магнитно-резонансная томография покоя: возможности и будущее метода // Бюллетень Национального общества по изучению болезни Паркинсона и расстройств движений. 2014. — С. 16–19.
7. *Шкурко А. В.* На пути к нейросоциологии // Социологические исследования. 2011. № 4. — С. 13–22.
8. МЭГ: природный магнетизм мозга // Сайт рабочей группы «Нейротехнологии» при министерстве образования и науки России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.нейротехнологии.рф/articles?id=95> (дата обращения: 21.11.2017).
9. Научно-образовательный центр нейрокогнитивных исследований (МЭГ-центр) // Сайт Московского государственного психолого-педагогического университета [Электронный ресурс]. URL: <http://old.mgppu.рф/projectpages/index/60> (дата обращения: 25.11.2017).
10. Научно-технический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. URL: <https://dic.academic.ru/contents.nsf/ntes/> (дата обращения: 26.11.2017).
11. Справочник технического переводчика. Интент. 2009–2013 [Электронный ресурс]. URL: https://technical_translator_dictionary.academic.ru/ (дата обращения: 23.11.2017).
12. Энциклопедический словарь по психологии и педагогике. [Электронный ресурс]. URL: http://psychology_pedagogy.academic.ru/ (дата обращения: 20.11.2017).

13. *Bonini L., Maranesi M., Livi A., Fogassi L., Rizzolatti G.* Ventral Premotor Neurons Encoding Representations of Action during Self and Others' Inaction // *Current Biology*. 2014. Volume 24, Issue 14. — P. 1611–1614.
14. *Caruana F., Avanzini P., Gozzo F., Pellliccia V., Casaceli G., Rizzolatti G.* A mirror mechanism for smiling in the anterior cingulate cortex // *Emotion*. 2017. № 17 (2). — P. 187–190.
15. *Gallese V.* The Roots of Empathy: The Shared Manifold Hypothesis and the Neural Basis of Intersubjectivity // *Psychopathology*. 2003. № 36. — P. 171–180.
16. *Gallese V., Fadiga L., Fogassi L., Rizzolatti G.* Action recognition in the premotor cortex // *Brain*. 1996. № 119. — P. 593–609.
17. *Gallese V., Goldman A.* Mirror neurons and the simulation theory of mind-reading // *Trends in Cognitive Sciences*. 1998. Volume 2, Issue 12. — P. 493–501.
18. *Iacoboni M., Molnar-Szakacs I., Gallese V., Buccino G., C Mazziotta J., Rizzolatti G.* Grasping the Intentions of Others with One's Own Mirror Neuron System // *PLOS Biology*. 2005. Vol. 3, N 3. — P. 79.
19. *Kajiume A., Aoyama-Setoyama S., Saito-Hor Y.i, Ishikawa N., Kobayashi M.* Reduced brain activation during imitation and observation of others in children with pervasive developmental disorder: a pilot study // *Behav Brain Funct*. 2013. № 9. — P. 21.
20. *Kohler E. et al.* Hearing sounds, understanding actions: action representation in mirror neurons // *Science*. 2002. № 297. — P. 846–848.
21. *Mukamel R., Ekstrom A., Kaplan J., Iacoboni M., Fried I.* Single-Neuron Responses in Humans during Execution and Observation of Actions // *Current Biology*. 2010. Volume 20, Issue 8. — P. 750–756.
22. *Rizzolatti G., Cattaneo L., Fabbri-Destro M., Rozzi S.* Cortical Mechanisms Underlying the Organization of Goal-Directed Actions and Mirror Neuron-Based Action Understanding // *Physiological Reviews*. 2014. № 2. — P. 655–706.
23. *Rizzolatti G., Fadiga L., Matelli M., Bettinardi V., Paulesu E., Perani D., Fazio F.* Localization of grasp representations in humans by PET: 1. Observation versus execution // *Experimental Brain Research*. 1996. Volume 111, Issue 2. — P. 246–252.
24. *Rizzolatti G., Fogassi L., Gallese V.* Mirrors In The Mind // *Scientific American*. 2006. № 11. — P. 54–61.
25. *Rizzolatti G., Sinigaglia S.* The mirror mechanism: a basic principle of brain function // *Nature Reviews Neuroscience*. 2016. № 17. — P. 757–765.



Мария Евгеньевна Глухова
Санкт-Петербургский государственный университет

Maria E. Glukhova
St.-Petersburg State University

ИЗМЕНЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ЖЕНЩИНЫ В ПОЛИТИКЕ В РОССИИ С НАЧАЛА XX ВЕКА ДО НАШИХ ДНЕЙ

Evolution of the Status of Women in Politics in Russia
from the Beginning of the Twentieth Century to the
Present Day

Аннотация. В данной статье рассматривается эволюция положения женщины в России как субъекта политики в период с начала XX века и до наших дней. Приведенная работа представляет собой обзор теоретических и эмпирических исследований отечественных ученых, посвященных анализу положения женщины в политике в России. Автором была предпринята попытка выстроить зачастую разрозненные данные в единую картину, характеризующую эволюцию женской политической деятельности. Прослеживается изменение отношения власти к женщине как политическому деятелю на протяжении как советской, так и современной истории России. С опорой на приведенные в первой части статьи теоретические положения существующее гендерное соотношение в государственных органах власти признается асимметричным, а политическое участие женщин в современной России характеризуется как политическая маргинальность. В заключительной части статьи сопоставляются данные опросов общественного мнения россиян по вопросам женского политического участия и представляются способы преодоления гендерной асимметрии, предложенные различными российскими исследователями и законодательными органами Российской Федерации.

Ключевые слова: женщина в политике, гендерная политика, гендерная асимметрия.

Abstract. This paper examines the evolution of the position of a woman in Russia as a subject of politics in the period from the beginning of the 20th century to

the present day. This work is a review of theoretical and empirical research of Russian scientists devoted to the analysis of the status of women in politics in Russia. The author made an attempt to build often disparate data into a single picture that characterizes the evolution of women's political activity. A change in the State attitude to a woman as a politician during both Soviet and modern history of Russia is traced. Based on the theoretical propositions presented in the first part of the article, the existing gender ratio in state authorities is recognized as asymmetric, and the political participation of women in modern Russia is characterized as political marginalization. The final part of the article compares the data of Russian public opinion polls on women's political participation and presents ways to overcome gender asymmetry, proposed by various Russian researchers and legislative authorities of the Russian Federation.

Keywords: woman in politics, gender policy, gender asymmetry.

Распространение феминистских исследований привело к изменению взгляда на роль женщины в обществе в целом и в политике в частности. Ушло в прошлое некогда доминировавшее в западной политологии представление о политической пассивности женщин. В связи с этим нарастает научный интерес к изучению проблемы участия женщины в политике и факторов, определяющих характер этого участия. Исследователи выделяют две концепции, касающиеся присутствия женщин в политической жизни общества [Айвазова, 2004]. Первая из них — концепция интегральности, предполагающая массовую интеграцию женщин в политику. Предполагается, что это вызовет благоприятные последствия, в частности, снижение напряженности во взаимодействии публичной и приватной сфер жизни [Айвазова, 2004]. Деятельность женщин-политиков чаще всего направлена на развитие и финансирование социальных программ [Шведова, 2016]. Большинство исследователей придерживаются мнения, что гендерный паритет является одним из факторов установления демократического строя общества [Шведова, 2016; Айвазова, 2004]. Среди других причин необходимости интеграции женщин в политику исследователи называют, прежде всего, неполноту отражения человеческого опыта и потенциала в политике, сформированной только мужчинами, и неэффективность принятых решений, а также игнорирование гендерных последствий и экономических и политических факторов, влияющих на жизнь женщин [Шведова, 2016; Темкина, 1996]. Из-за особенностей, присущих «женской власти», по мнению некоторых исследователей, смена мужской элиты на женскую называется ими «гендерной альтернативой» [Ионов, 2000].

Вторая концепция политического участия женщин отсылает к идее политической маргинальности как контексту существования женщин и



так называемых меньшинств [Айвазова, 2004]. Несмотря на то что, взятые вместе, эти «меньшинства» представляют собой большинство, их интересы чаще всего полностью игнорируются в политике. И если они и добиваются возможности реализации своих политических амбиций, то только в сферах образования, здравоохранения, социальной политики, названных некоторыми исследователями «маргинальными» [Темкина, 1996].

Широкое распространение в свое время получила концепция Г. Хофстеде, в которой выделяются маскулинные и феминные общества [Hofstede, 1980; Hofstede, Arrindell, Best, 1998]. Отличительная черта маскулинного общества — выраженная дифференциация в ценностных ориентациях мужчин и женщин. Так, мужчинам приписывается жесткость, напористость, ориентация на достижение успеха, а женщинам — мягкость и сдержанность, озабоченность качеством жизни. Феминным обществам не свойственно разделение «женских» и «мужских» качеств и ценностных ориентаций. Однако отнесение общества к феминной или маскулинной культуре не дает основания говорить о степени гендерной дифференциации [Бутовская, 2008].

В России вопрос о гражданском равноправии женщин впервые по-настоящему возникает в 1905 году в момент учреждения Государственной думы [Айвазова, 2009]. По закону о порядке выборов в Думу женщины оказались лишены права избирать и быть избранными, а политические права были предоставлены только мужчинам. Это событие стало катализатором деятельности женских организаций: для достижения своих целей они использовали собрания, митинги, демонстрации, коллективные петиции в органы государственной власти. 19 марта 1917 года женщины из различных слоев населения, выступавшие на многотысячном митинге, организованном различными женскими организациями под руководством «Лиги равноправия женщин», добились от Временного правительства Февральской революции расширения нормы «всеобщего избирательного права» с помощью важного уточнения: «всеобщего» без различия пола [Айвазова, 2009].

Период после Октябрьской революции характерен отказом от старых норм и попыткой выработать новые, соответствующие новой идеологии. Изменению подверглась гендерная система, под которой исследователи понимают «совокупность политических и социальных институтов, культурных норм и идеологии, которые определяют поведение, роли, взаимодействие и сознание людей в зависимости от их пола» [Воронина, 2016]. Новой идеологической основой для создания норм и правил выступила марксистская концепция эмансипации женщин, направленная на активное вовлечение всех членов общества в производство, разрушение традиционной патриархальной семьи и установление общего быта [Воронина,

2016]. Для достижения этих целей был проведен ряд реформ, вследствие которых женщины юридически были уравнены в правах с мужчинами. Прежде всего, были введены официальные квоты, регламентирующие представительство женщин в органах власти (хотя следует заметить, что процент женщин, выдвинутых по квотам, был равен 14,7 [Кочкина, 1999]). Однако, несмотря на это, политическая роль женщин была ограничена во многом социальной сферой и функциями социальной защиты, вопросами семьи, материнства и детства [Здравомыслова, Темкина, 1996]. Политика признавалась однозначно мужским делом, а женщине не предписывалось стремление к карьере [Здравомыслова, Темкина, 1996].

Гендерная система, сформировавшаяся в 30-е годы XX века в советском обществе, соединила марксистские постулаты и традиционные российские ценности [Здравомыслова, Темкина, 1996]. В результате включения женщин в трудовые ресурсы нового советского общества женщины начинают осваивать новые социальные роли, добиваясь высокого положения, власти или достатка. Формируется пласт так называемой женской элиты. По результатам исследований Галины Силласте, женская элита состоит из представительниц различных групп населения, которых объединяет обладание высоким социальным статусом и поддержка определенной системы ценностных ориентаций [Силласте, 1994]. Силласте выделяет три этапа эволюции женских элит в России, совпадающих с историческими рамками советского времени (1917–1985), перестройки (1985–1991) и современности (после 1991) [Силласте, 1994]. В период становления советского государства зарождалась и существовала вплоть до перестройки «номенклатурная женская элита». Женщины в высокой степени интегрированы в сферы политической, научной и культурной жизни и в меньшей степени включены в экономику. Женская политическая элита состояла из руководительниц среднего звена в партийном и государственном аппарате. Большой процент женщин в политике обеспечивался существованием системы квот и неписанных правил, например, что число женщин, занятых на руководящих должностях в партийной работе должно быть не меньше их удельного веса в партии (с 30-х гг. XX в. приблизительно 30%) [Силласте, 1994; Хасбулатова, 2001]. Другой пласт женской политической элиты состоял из женщин, оказывающих скрытое, опосредованное влияние на принятие политических решений, а именно жен, дочерей, матерей, близких родственниц и любовниц мужчин, занимающихся партийно-государственной и общественной деятельностью. Примеры такого влияния, например, на подбор кадров или решение различных проблем общественной жизни Силласте находит в мемуарной литературе [Силласте, 1994]. Однако необходимо отметить, что в массовом сознании отсутствовал образ женщины —



«серого кардинала» в политике. О. А. Хасбулатова говорит о том, что жены партийных руководителей должны были поддерживать имидж женщины — хранительницы очага, который дополнял образ мужчины — активного политического деятеля, отдающего всего себя государству и народу [Хасбулатова, 2001].

Советская власть наделила представительниц политической элиты такими привилегиями, как власть в рамках своих полномочий, высокий социальный статус и престиж, различные материальные блага. Однако, как и рядовой советский гражданин, женщины в политике были лишены личной и коллективной свободы [Силласте, 1994]. Партийная дисциплина определяла отбор кандидатур и сами назначения на должности, ограничивала возможности женщин в проникновении в высшие эшелоны власти.

В советское время женская политическая элита не была однородной, а состояла из отдельных «фракций», не проявлявших себя публично, однако объединявшихся вокруг общих интересов: партийно-государственная деятельность, обязанности депутата, должности в сферах науки, культуры, образования и здравоохранения. При всех специфических особенностях, свойственных каждой группе, женские политические элиты объединяла общая для всех система наград, почетных званий и различного рода поощрений [Силласте, 1994].

Характеризуя гендерную структуру советского общества, Е. Здравомыслова и А. Темкина рассматривают процесс формирования гендерной идентичности советской женщины. В ходе первичной социализации в детских садах, дошкольных учреждениях, позднее — в школах и детских общественных организациях велась подготовка девочек к роли «работающей матери», которая предполагала вспомогательную роль в сфере общественного труда и реализацию материнского предназначения [Здравомыслова, Темкина, 1996].

Одним из дополнительных источников информации о политике, проводимой в отношении женщин с целью их интеграции в советское общество, можно считать женские журналы. Так, Ю. Гусевой был проведен анализ советских журналов XX века, таких как «Крестьянка» и «Работница». В 20-х годах XX века женские журналы повествовали о том, что путь женщин в политику лежит через непростую борьбу с мужчинами. Основным мотивом начала политической карьеры женщин признается попытка освободиться от мужского гнета (но не стремление к построению карьеры). Женщины предупреждаются о возможных трудностях, с которыми они столкнутся при реализации своих политических амбиций, а также описываются первые женские победы на политической арене. Исследователь приходит

к выводу, что репрезентация образа женщины-политика в женских журналах того времени являлась заказом от государства [Гусева, 2002].

С 30-х годов и до 1941-го в женских журналах снижается уровень пропаганды политической карьеры и появляются интервью и рассказы о том, чем конкретно занимаются женщины-депутаты, их истории о себе, в которых неизбежно подчеркивается основная роль советской власти в их судьбе [Гусева, 2002].

Начиная с конца 40-х и до первой половины 80-х годов XX века статьи о женщинах-политиках становятся более эмоциональными. Очерки о героинях начинаются с описания их несчастной жизни до революции по сравнению с тем счастьем, которое они испытывают при советской власти. Женщина описывалась, прежде всего, как представитель своей профессии, рассказывалось о некоторых нюансах ее работы, отдельное внимание уделялось фактическим результатам ее деятельности. Примерно в 60-х годах XX века в женских журналах появляется фотография женщины-политика в кругу семьи, возникает описание ее внешности и характера. Подчеркиваются такие ее качества, как скромность и профессионализм, о личной жизни по-прежнему умалчивается [Гусева, 2002].

Подвергая анализу публичные заявления партийных лидеров советского времени, можно выявить некоторые гендерные стереотипы, характеризующие роль женщины в политике в тот период. В исследовании О. А. Хасбулатовой показано, что В. И. Ленин видел роль женщин в обеспечении работы социальной сферы (распределение продуктов питания, обустройство детских садов, школ и больниц) и «помощь мужчине» своими организаторскими способностями [Хасбулатова, 2001]. Высказывания И. В. Сталина подчеркивают роль женщины как воспитательницы молодого поколения нового, советского типа, для чего женщинам необходимо было получить образование и стремиться к общественной деятельности. В 60–80-х годах XX века советская власть находилась в поиске компромисса между общественной ролью женщины как рабочей силы и ее семейными «функциями», обусловленного необходимостью повышения рождаемости [Воронина, 2016]. В период нахождения у власти Н. С. Хрущева в Программе КПСС была закреплена главенствующая позиция государства по отношению к женскому политическому и общественному участию. Предполагалось наделять женщин более легкой работой, чтобы дать женщине возможность совмещать материнские обязанности и участие в общественном труде. Л. И. Брежнев продолжил развивать этот подход. На партийных съездах звучали доклады, доказывавшие необходимость дополнительных льгот для женщин с целью обеспечения возможности для нее осуществить свою роль как матери [Хасбулатова, 2001].



Нетрудно проследить, как постепенно менялся дискурс власти: от необходимости освободить женщин от быта, дать им возможность на равных участвовать в общем труде до необходимости предоставить им более легкие работы и льготы, чтобы дать им возможность реализовать себя в сфере семьи и воспитания детей.

Итак, доминирующее влияние женщин было замкнуто в границах частной сферы. Однако можно ли говорить о том, что из-за субъективной оценки второстепенности частного перед публичным, общественным женщины всегда находились на вторых ролях? Некоторые исследователи, например С. Чуйкина, Е. Здравомыслова и А. Темкина, сходятся в том, что при социализме частная сфера приобретает особый характер, так как своеобразно замещает отсутствие свободной общественной сферы [Чуйкина, 1996; Здравомыслова, Темкина, 1996]. В связи с трудностями контроля приватной сферы она стала исполнять функции квазиобщественной жизни. Кухня, традиционно будучи сферой женского доминирования, в советское время становится еще и символом интеллектуальной свободы, особенно значимым в период развития диссидентского движения [Чуйкина, 1996].

Участие женщин в диссидентском движении может быть отдельным показателем их политической активности в период 1956–1986 годов. С помощью анализа интервью С. Чуйкина показывает причины вовлечения женщин в политическую деятельность, а именно такие значимые события вторичной социализации, как вовлеченность в неформальные кружки и среды; чтение книг и критическое восприятие событий, конфликты с советской системой и влияние значимых других. Исследователь рассматривает три волны диссидентского движения среди женщин, в частности участие в подпольных кругах (50–60-е годы), диссидентских группах (70–80-е) и феминистских движениях (1979–1982 годы). Для каждого периода характерны свои мотивы участия женщин. Так, основными мотивами участия женщин в подпольных кружках были солидарность с участниками движения и относительная депривация (поиск коллективной идентичности). Фоновым мотивом была приверженность целям-ценностям диссидентских движений. Участницы диссидентских групп стремились к профессиональной реализации и сознательно выбирали инакодействие. Сценарии вовлечения для этих групп были одинаковыми: названный автором «декабристский», когда женщина вовлечена в движение в результате замужества, и «товарищеский» — более распространенный, в котором женщины вовлекались как товарищи по борьбе. Для участниц феминистских движений основным мотивом политического участия было стремление к творческой самореализации (и невозможность достичь этого в условиях цензуры), в меньшей степени — приверженность целям-ценностям движения.

Был также и прагматический мотив: очень часто участницы феминистских движений высылались за границу. Основным сценарием вовлечения было приглашение к публикации в журнале, посвященном проблемам женщин, или приглашение к участию в дискуссии [Чуйкина, 1996].

Таким образом, можно говорить о том, что, несмотря на существовавшую на заре советского общества идею включения женщины в общественную жизнь, в том числе и в сфере политики, практически полное отсутствие женщин в высших политических кругах, исключение их из сферы принятия решений привело к тому, что в советском обществе воспроизводилась модель политической маргинальности женщин [Темкина, 1996]. Советская гендерная система может быть охарактеризована как «советский патриархат», не только не снижающий патриархальные нормы, но и усиливающий их [Воронина, 2016]. Социологическая традиция, формирующаяся с 80-х годов, не рассматривала женщину как самостоятельный субъект политики, учитывалось лишь «обще-среднее» общественное мнение [Силласте, 2004].

Период перестройки может быть определен как один из ключевых факторов становления современного политического участия женщин. Согласно Е. Здравомысловой и А. Темкиной, этот период может быть определен термином Э. Гидденса «ресоциализация». Под ним понимают процесс, в ходе которого происходит разрушение ранее устоявшихся норм и паттернов поведения, вслед за которым начинается процесс усвоения или создания новых норм и правил (так называемых эмерджентных норм) [Здравомылова, Темкина, 1996]. Согласно концепции авторов, в период социализации и ресоциализации происходит воспроизводство и развитие гендерной культуры общества. Этим определяется важное значение периода перестройки для понимания современного состояния политического участия женщин.

Как уже было сказано, в ходе первичной социализации девочек готовили к исполнению роли «работающей матери», которая в публичной сфере при профессиональной самореализации оставалась на вторых позициях. Женщины, чья политическая деятельность началась или продолжалась в период перестройки, наблюдали в своих семьях именно эту модель [Здравомылова, Темкина, 1996]. Подобные нормы и паттерны, усвоенные ими в детстве и юношестве, были пересмотрены во время перестройки.

Постсоветская власть тем временем предлагала новое видение гендерной политики, которое характеризуется некоторыми исследователями как весьма противоречивое [Воронина, 2016]. Официальная позиция власти в это время провозглашала политику возвращения женщины в семью. М. С. Горбачев в своей речи подчеркивал, что семья и дети — это истинное



женское предназначение [Хасбулатова, 2001]. Однако по его же указу в стране было сформировано 250 женсоветов.

Изменения отразились и в характере публикаций о женщинах-политиках в женских журналах. В газетных статьях, помимо описания внешности женщины, начинают появляться факты о ее личной жизни, рассматривается ее личная биография. Подчеркивается ценность семьи и мужа для женщины [Гусева, 2002]. СМИ вновь проявили себя как зеркала официальной, транслируемой позиции власти.

Несмотря на изменения в выборном законодательстве, «номенклатурная женская элита» была мало затронута изменениями — она оставалась немногочисленной, организованно-сплоченной, лично преданной политическому лидеру и стремящейся защитить интересы женской части населения [Силласте, 1994]. Назначение А. Бирюковой на пост заместителя Председателя Совета Министров и избрание Г. Семеновой в состав Политбюро ЦК КПСС и другие назначения женщин на высокие посты «сверху» способствовало формированию «старо-новой» политической элиты, которая, однако, по характеристикам была похожа на «старую», номенклатурную, и находилась с ней в непротиворечивом союзе [Силласте, 1994].

Перестройка предоставила новые культурные, политические, социальные и психологические возможности для возникновения различных общественных движений [Темкина, 1996]. 1990–1991 годы в процессе активного формирования и развития новых партий и идейно-политических движений руководящие посты в этих объединениях занимают многочисленные женщины-активистки, которые резко отличаются от номенклатурной элиты и даже противостоят ей. Таким образом, в годы перестройки, по мнению Г. Силласте, сосуществовало три типа женской политической элиты, что привело к процессу более динамичной циркуляции элит, который продолжался вплоть до 1991 года.

Постперестроечный период характеризуется попыткой официальной власти следовать за Западом на пути к демократии. Россия стала участницей подавляющего большинства международных договоров и конвенций, провозглашающих ликвидацию дискриминации. В 1993 году заявленная в Конституции установка на демократическое развитие страны предполагала развитие всестороннего гендерного равенства, обеспечение женщины как юридически, так и фактически всеми правами человека. В продолжение этой конституционной нормы появляется ряд правовых документов, которые, однако, носили сугубо декларативный характер (не были предусмотрены ни финансовые, ни организационные ресурсы для их обеспечения) [Айвазова, 2007; Воронина, 2016]. Также формируется ряд органов, призванных содействовать обеспечению гендерного равноправия в стране

(среди них Комиссия по делам женщин, семьи и демографии при Президенте РФ, Комитет по делам женщин, семьи и молодежи в Государственной думе, Комиссия по делам женщин при председателе Совета Федерации, Комиссия по вопросам положения женщин при Правительстве РФ, департамент по делам детей, женщин и семьи в Министерстве труда и социального развития). Однако существование этих органов обеспечивалось лишь постановлениями правительства или других государственных органов, в связи с чем они полностью зависели от руководства той или иной государственной структуры, следовательно, не могли оказать реальной поддержки в защите и обеспечении прав женщин. Также вышеперечисленные органы действовали в основном на федеральном уровне, не имея региональных представительств. Еще одна особенность — отсутствие в государственной системе единого концептуального подхода к целям программы по обеспечению гендерного равенства и способам их достижения [Айвазова, 2004]. Постепенно эти органы исчезли, так и не выполнив поставленных перед ними задач [Воронина, 2013; 2016].

Активное политическое участие, характерное для начала перестройки, впоследствии идет на спад в период экономических реформ (1992–1995) [Темкина, 1996]. Женские движения, возникающие в этот момент (например, «Женщины России», «Женщины Петербурга») не получили широкой поддержки населения ввиду общего снижения заинтересованности в политике. Женское политическое участие оставалось маргинальным явлением, а отмена квот снизила их шансы на присутствие в выборных органах власти. Так, при проведении выборов в Городское собрание Санкт-Петербурга в 1994 году была избрана всего одна женщина [Темкина, 1996].

После 1991 года, согласно концепции Г. Силласте, происходит кризис женских политических элит. Он проявляется в резком уменьшении числа номенклатурной элиты (вследствие запрета КПСС, возникновения большого числа новых партий и движений, в которых женщины больше практически не принимали участия), усилении социальной и политической дискриминации женщин, в результате которых множество женщин потеряли свои места во властной структуре общества [Силласте, 1994]. Женская политическая элита, сохранившая свои позиции в это время, стала разрозненной и неспособной к удерживанию власти. В противовес этому увеличивается доля женщин на руководящих постах в бизнесе [Силласте, 1994]. По мнению Г. Силласте, именно женская «бизнес-элита» развивалась наиболее динамично, находилась в стадии подъема.

Новая, осложненная политическая ситуация породила новые сценарии прихода женщин в политику. До 1985–1989-х годов основным путем, ведущим к политической деятельности, был путь через политические



институты и профессиональные карьеры «старого образца» (государственные предприятия). Те, кто пришел в политику позднее, были рекрутированы через новые политические организации и профессиональные карьеры (например, бизнес) [Темкина, 1996].

В числе барьеров в политической деятельности женщины-политики в исследовании А. Темкиной называли негативное отношение к женскому политическому участию, дискриминацию, стереотип о том, что женщина может занимать только вторые роли. В качестве способов преодоления существовавших проблем интервьюируемые называли предоставление женщине права выбора и возможности реализации своих амбиций в профессиональной сфере, в том числе и в политике [Темкина, 1996].

Согласно исследованию, проведенному Ю. Зеликовой, происходит кризис гендерной идентичности: женщины считают, что им биологически предопределена роль матери, и хотят отказаться от роли работающей женщины, но также испытывают потребности в реализации в публичной сфере [Зеликова, 1996].

Общим итогом этого периода стала возросшая политическая пассивность женщин. Согласно данным опроса, проведенного исследовательским коллективом «ГАЛСИ» в 1991 году, уже 73 % женщин, вышедших из КПСС, не хотели вступать ни в какую политическую партию. В 1992 году это число среди работниц оборонной промышленности достигло 85 %, и только 2,5 % работниц оставались членами различных партий [Силласте, 1994]. В рыночной экономике признак пола становится одним из решающих факторов дискриминации в сфере труда [Силласте, 2004].

В конце XX столетия происходит резкое падение показателей, отражающих участие женщин в политике. На 1997 год женщин в Совете Федерации насчитывалось 0,5 %. Представленность женщин в верхних эшелонах власти была сведена к минимуму [Кочкина, 1999]. В исполнительной ветви власти представленность женщин была еще ниже: с 1990 года состав правительства менялся шесть раз, и каждый раз в него входило не более двух женщин (чаще всего не входило ни одной). В 1995 году всего две женщины были руководителями федеральных органов исполнительной власти. В Администрации Президента из более чем 100 руководящих постов женщины занимали всего лишь восемь. На региональном уровне в 1994 году женщины не были представлены в роли глав администраций во всех субъектах РФ. На местном уровне представленность женщин также крайне низкая — всего 2,16 %. В 1997 году из всех высших должностных позиций в региональной власти семь занимали политики-женщины. Распределение женщин и мужчин во властной структуре имеет пирамидальную структуру: так, на

более высоких должностях мужчин в три раза больше, чем женщин. Существование подобной гендерной пирамиды и нежелание официальной власти ее замечать позволяет исследователям предполагать, что политика государства направлена на поддержку доминирования мужчин [Кочкина, 1999].

В 90-х годах XX века отмечалось сокращение общего количества публикаций о женщинах, ведущих политическую деятельность. В середине 1990-х в статьях в женских журналах возникает интерес к проблеме «женского-мужского» предназначения в обществе. Исследователи отмечают сексистские настроения и большой интерес к внешности героини публикации, а также смещение акцента с ее профессиональной и политической деятельности на личную жизнь [Гусева, 2002].

В настоящий момент понятие «гендерное равенство» практически не используется в официальном дискурсе власти. С начала 2000-х в политике и культуре пропагандируются так называемые национальные ценности, видимо, так или иначе соотносящиеся с православием [Воронина, 2016]. Происходит развитие института выборов, что приводит, во-первых, к усилению роли СМИ как агента конструирования представлений о политике, а во-вторых, вынуждает кандидатов опираться на общественные представления при формировании имиджа [Кашина, Дмитрикова, 2009].

Обратимся снова к анализу СМИ, в частности — печатных изданий. Женщины, ведущие политическую деятельность, редко становятся героинями публикаций: 23 % против 77 % статей о политиках-мужчинах (на материалах исследования 2009 года). Анализ образа женщины-политика, выстраиваемого российскими СМИ, выявил акцент на ее роли хозяйки и редкое упоминание лидерских качеств (в основном пишут о деловой хватке и опыте). Наибольшую заинтересованность журналисты проявляют к личной жизни женщины и ее роли по отношению к мужчине [Кашина, Дмитрикова, 2009]. М. Кашина и Е. Дмитрикова при анализе российских газет пришли к выводу, что при нынешней силовой политике государства положительные характеристики образа политика (такие как сила и твердый характер) относятся в массовом сознании к мужчине — патриоту, решительному, уверенному в себе профессионалу, хозяину своей судьбы [Кашина, Дмитрикова, 2009]. К схожему выводу приходят в своем исследовании Т. Б. Рябова и О. В. Рябов. По их мнению, в России наиболее распространена такая форма гендерной метафоризации, при которой осуществляется маскулинизация Своих и феминизация Чужих. Гендерный дискурс, который определяется исследователями как система репрезентаций, основанных на различиях между полами, и представляющий собой способ символической организации мира в терминах бинарных



оппозиций, активно используется российскими политиками для создания не только своего собственного имиджа, но и образа действий всей страны на международной арене. Согласно Т. Б. Рябовой и О. В. Рябову, андроцентризм культуры ведет к установке иерархии социальных субъектов, маркируя их как мужественных или женственных. К значимым дискурсивным практикам построения имиджа лидера авторы относят военизацию, эротизацию и национализацию. В свою очередь, наделение политиков и целых стран феминными чертами в российском публичном дискурсе рассматривается как отрицательное явление, снижающее их авторитет. Чужие подвергаются демаскулинизации, в то время как свои, напротив, определяются в терминах маскулинности и эталоном политика становится образ «настоящего русского мужика» [Рябова, Рябов, 2010]. Ясно, что в таких условиях женщине-политику еще труднее добиться попадания в органы власти. В связи с этим женщины, ведущие активную политическую деятельность, часто вынуждены маскулинизировать свой имидж, отказываясь от феминных характеристик, подстраиваясь под мужской стандартизированный образ [Кашина, Дмитрикова, 2009; Фатыхова, 2011].

Опросы общественного мнения показывают, что отношение населения к женщинам-политикам все еще немного настороженное. В 2011 году, согласно опросу ФОМ, россияне предположили, что женщины могут успешно работать на постах министров культуры, здравоохранения, образования и науки (так высказалась приблизительно половина опрошенных). Самыми «неподходящими» для женщин были признаны кресла министра внутренних дел, министра обороны и директора ФСБ (в поддержку назначения женщин на эти места высказались менее 15 % опрошенных) [Женщины в русских сиденьях...].

В 2014 году был проведен опрос населения об участии женщин в политике. 60 % населения высказались в поддержку более активного участия женщин в политике, 27 % назвали политику «не женским делом». 44 % посчитали, что в ближайшие 10–20 лет пост президента, возможно, займет женщина (те же 44 % считают, что это невозможно). Из них 51 % мужчин считает это невозможным, а 50 % женщин — наоборот, вероятным. 57 % допустили для себя возможность проголосовать за женщину — кандидата на пост президента. Так высказались 46 % мужчин и 67 % женщин [Женщины в политике...]. Однако в 2017 году Левада-центр в ходе опроса выяснил, что 53 % россиян против того, чтобы главой государства выбрали женщину, 32 % считают, что в нашей стране нет подходящих женщин-кандидатов, 16 % респондентов вообще не поддерживают участие женщин в президентских выборах [Ищите женщину...]. В целом это соотносится с ранее упомянутым исследованием Т. Б. Рябовой и О. В. Рябова — в послед-

ние годы отмечалось усиление маскулинизации образа политического лидера (в том числе и на посту президента) [Воронина, 2016; Рябова, Рябов, 2010], что отразилось на восприятии женщины как способной или неспособной занимать самый высокий пост страны.

В 2016 году социологами Левада-центра был проведен опрос мнения населения касательно гендерного равенства в стране. 51 % мужчин и 75 % женщин считают обеспечение равноправия важной задачей. Слабая заинтересованность мужчин дает возможность исследователям предположить, что в обществе существует скрытый интерес на сохранение ситуации гендерной асимметрии. На вопрос о том, хотели бы они, чтобы женщины занимали высокие государственные посты наравне с мужчинами, положительно ответили только 50 % мужчин (и 78 % женщин). Участие женщин в политике не одобряют 30 % мужчин (одобряют — 66 %, среди женщин — 86 %) [Обыденный сексизм...].

Доля женщин в Государственной думе VII созыва составила 14,5 %. В 2016 году доля женщин в Совете Федерации составила 16,6 %, среди младших обеспечивающих специалистов на государственной службе доля женщин 87 %, среди руководителей — 42 %. Среди заместителей федеральных министров женщины составили 13 %, среди губернаторов — 4,7 % [Пол власти...].

В 2017 году ФОМ провел опрос о гендерном равноправии в России. 48 % россиян посчитали, что женщинам в России живется тяжелее, чем мужчинам, потому что вдобавок к обязанностям наравне с мужчинами женщины также вынуждены нести на себе все заботы о доме и воспитании детей (в 2002 году так считали 65 % опрошенных). Причем среди мужчин более распространено мнение, что женщинам и мужчинам живется одинаково (45 % против 34 % посчитавших, что женщинам приходится тяжелее). Большинство женщин считают, что им живется труднее (59 %). Тем не менее 54 % респондентов уверены, что у женщин и мужчин одинаковые возможности для реализации своих прав (эта цифра незначительно менялась с 2001 года). Всего 45 % респондентов считает, что женщины должны принимать активное участие в политике (среди женщин так думают 49 %, среди мужчин — 41 %). 40 % мужчин и 38 % женщин назвали политику «не женским делом» [0 женщинах...].

В октябре 2017 года Левада-центр снова провел исследование отношения россиян к участию женщин в политике. 52 % опрошенных заявили, что у мужчин больше шансов продвинуться по службе и построить карьеру, чем у женщин. Согласно их данным, только 21–23 % однозначно поддерживают участие женщин в политической деятельности, скорее одобряют — 48 %. Социологи Левада-центра отмечают снижение этого показателя по



сравнению с предыдущими годами. 16 % и 44 % определенно хотели бы и скорее хотели бы видеть женщин на высоких государственных постах (в 2006 году этот показатель был равен 35 % и 35 % соответственно) [Участие женщин...].

Таким образом, мы можем говорить о том, что в России на протяжении всего XX столетия реализуется концепция политической маргинальности женщин, так как они практически не представлены в политике и чаще всего занимают младшие и средние должности, добываясь высокого положения в основном в сферах социальной политики, образования и здравоохранения.

Исследователи выделяют несколько причин малой представленности женщин в политике и гендерной асимметрии. Во-первых, современные женщины-политики не имеют такого же опыта в управлении, ведении политической борьбы, не имеют столько же связей, как их коллеги-мужчины, так как они долгое время занимали самые младшие должности в органах власти. Существующая женская политическая элита, по мнению О. Б. Максимовой, не способна обеспечить преемственность и отличается высокой вертикальной мобильностью [Максимова, 2007]. Отмечается также наследие советской гендерной асимметрии, законодательный механизм выборов, политика партий, заключающаяся в недостаточном вовлечении и представлении женщин в выборные органы власти, а также пассивность женского движения [Максимова, 2007; Айвазова 2007]. Некоторые исследователи видят причину гендерной асимметрии в российской системе назначений, при которой назначения на высшие должности зависят от президента и его окружения, при этом предпочтение при выборе кандидата отдается мужчине [Кочкина, 1999]. Сами женщины отмечают, что их продвижению в политику мешают факторы социально-экономического характера, такие как необходимость ведения быта, воспитания детей и вынужденная занятость в наемном труде [Крац, 2004].

Исследователи предлагают различные пути преодоления гендерного неравенства в политике. Одно из самых распространенных предложений — введение мер позитивной дискриминации в отношении женщин — например, системы квот, которая регулировала бы как представленность женщин в различных органах власти, так и сами списки кандидатов, представленных партиями на выборах [Кочкина, 1999]. Однако не все исследователи согласны с таким методом решения проблемы: внедрение системы квот критикуется за возможное выделение женщин как особой категории людей, положение которых защищается политическими установками власти (то есть вероятность восстановления советской модели женщины-политика) [Максимова, 2007].

Государство также предлагает свое видение решения проблемы гендерной асимметрии. В феврале 2017 года Министерство труда с учетом предложений депутатов Государственной думы разработало Национальную стратегию действий РФ в интересах женщин на 2017–2022 годы. В документе содержатся ожидаемые результаты к 2022 году: доля женщин в законодательных органах власти — 30 % (вместо 14–15 % на региональном и федеральном уровнях в настоящее время), на руководящих должностях в политической сфере — 25 %. Также предполагается сократить разрыв в оплате труда женщин и мужчин на 10 %, снизить количество аборт, повысить занятость женщин в бизнесе и др. [Распоряжение Правительства РФ...].

Литература

1. Айвазова С. Г. Гендер и власть в современной России. Попытка нового подхода к старым проблемам // *Женщина в российском обществе*. 2007. № 2. — С. 3–12.
2. Айвазова С. Г. Гендерное измерение власти в современной России. К постановке вопроса // *Политическая наука*. 2004. № 1. — С. 160–182.
3. Айвазова С. Г. Политическое участие женщин: немного истории и теории // *Женщина в российском обществе*. 2009. № 3 (52). — С. 3–12.
4. Бутовская М. Л. Гендер в современном мире: реалии и перспективы женщин в сфере гендерного равенства // *Личность. Культура. Общество*. 2008. Т. 10, № 2. — С. 220–232.
5. Воронина О. А. Гендерное измерение политики и культуры в России // *Ярославский педагогический вестник*. 2016. № 4. — С. 172–177.
6. Воронина О. А. Политика гендерного равенства в современной России: проблемы и противоречия // *Женщина в российском обществе*. 2013. № 3 (68). — С. 12–20.
7. Гусева Ю. Динамика репрезентации образа женщины-политика в женских журналах [Электронный ресурс]. URL: http://www.a-z.ru/women_cd1/html/dinamika_reprezentacii.htm (дата обращения 05.04.2018).
8. Здравомыслова Е. А., Темкина А. А. Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период // *Труды ЦНСИ*. 1996. Т. 4. — С. 5–13.
9. Зеликова Ю. Женщины в благотворительных организациях Петербурга: мотивация участия // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период / под ред. Е. А. Здравомысловой, А. А. Темкиной. — СПб, 1996. — С. 82–96.
10. Ионов И. Н. Женщины и власть в России: история и перспективы // *Общественные науки и современность*. 2000. № 4. С. 75 — 87.
11. Кашина М. А., Дмитрикова Е. В. Гендерный аспект образа политика в российских СМИ: опыт контент-анализа петербургской прессы // *Личность. Культура. Общество*. 2009. Т. 11, № 3. — С. 393–401.
12. Кочкина Е. В. Женщины в российских органах власти // *Общественные науки и современность*. 1999. № 1. — С. 173–183.



13. Крац С. Взгляды женщин-парламентариев России на «женский вопрос» // Гендерная реконструкция политических систем / ред.-сост. Н. М. Степанова, Е. В. Кочкина. — СПб.: Алетейя, 2004. — 991 с.
14. Максимова О. Б. Политическая карьера женщин в России и странах Запада: сравнительный анализ // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2007. № 1. — С. 27–35.
15. Рябова Т. Б., Рябов О. В. Настоящий мужчина российской политики? (К вопросу о гендерном дискурсе как ресурсе власти) // Полис. 2010. № 5. — С. 48–63.
16. Силласте Г. Г. Гендерная социология: состояние, противоречия, перспективы // Социологические исследования. 2004. № 9. — С. 77–86.
17. Силласте Г. Г. Женские элиты в России и их особенности // Общественные науки и современность. 1994. № 1. — С. 112–121.
18. Темкина А. Женский путь в политику: гендерная перспектива // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период (сборник научных статей) / Центр независимых социальных исследований. — СПб, 1996. — С. 19–32.
19. Темкина А. Теоретические подходы к проблеме политического участия: гендерное измерение // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период (сборник научных статей) / Центр независимых социальных исследований. — СПб, 1996. — С. 13–18.
20. Фатыхова Д. Р. Имидж женщины — политического лидера: региональный аспект // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2011. № 3. — С. 10–17.
21. Хасбулатова О. А. Гендерные стереотипы в политической культуре: специфика российского опыта // Женщина в российском обществе. 2001. № 3–4. — С. 17–24.
22. Чуйкина С. Участие женщин в диссидентском движении (1956–1986) // Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период (сборник научных статей) / Центр независимых социальных исследований. СПб, 1996. С. 61–81.
23. Шведова Н. А. Политические партии и гендерное равенство // Женщина в российском обществе. 2016. № 4 (81). — С. 21–30 [Электронный ресурс]. Левада-центр. URL: <https://www.levada.ru/2016/04/13/obydennyj-seksizm-sushhestvuet-li-v-rossii-ravnopravie-polov/> (дата обращения: 28.04.2018).
24. Женщины в политике: за и против [Электронный ресурс]. Фонд «Общественное мнение». URL: <http://fom.ru/Politika/11369> (дата обращения: 22.04.2018).
25. Женщины в русских сиденьях [Электронный ресурс]. Фонд «Общественное мнение». URL: <http://fom.ru/Politika/10095> (дата обращения: 22.04.2018).
26. Ищите женщину [Электронный ресурс]. Левада-центр. URL: <https://www.levada.ru/2017/10/20/ishhite-zhenshinu/> (дата обращения: 22.04.2018).
27. О женщинах. Нужны ли женщинам и мужчинам равные права? [Электронный ресурс]. Фонд «Общественное мнение». URL: <http://fom.ru/posts/13225> (дата обращения: 30.04.2018).
28. Обыденный сексизм: существует ли в России равноправие полов?
29. Пол власти: сколько в России женщин-министров и женщин-депутатов? [Электронный ресурс] // Информационное агентство России — ТАСС. URL: <http://tass.ru/politika/3576455> (дата обращения: 28.04.2018).



30. Распоряжение Правительства РФ от 8 марта 2017 года № 410-р, Москва. Национальная стратегия действий в интересах женщин на 2017–2022 годы [Электронный ресурс]. Правительство Российской Федерации. URL: <http://government.ru/docs/26698/> (дата обращения: 02.05.2018).
31. Участие женщин в политике [Электронный ресурс]. Левада-центр. URL: <https://www.levada.ru/2017/10/16/uchastie-zhenshhin-v-politike-2/> (дата обращения: 10.04.2018).
32. *Hofstede G. and Associates. Masculinity and Femininity. The Taboo Dimension of National Cultures.* Sage Publications, 1998.
33. *Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values.* Beverly Hills / London, CA: Sage, 1980.



Елизавета Васильевна Василенко
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Elizaveta V. Vasilenko
National Research University "Higher School of Economics"

АНТИФЕМИНИСТСКИЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ В РОССИЙСКОЙ ОНЛАЙН-СРЕДЕ

Antifeminist Discursive Practices in the Russian Online-Sphere

Аннотация. В настоящее время Россия переживает возврат к гендерным ролям, определяемым в рамках патриархальных представлений. При этом исследователи доказывают, что в настоящее время публичные дискурсы конструируют российские гендерные и сексуальные идентичности через противопоставление «западным». Более того, наблюдается интенсификация антифеминистского дискурса, который стигматизирует феминисток как социальную группу и разделяет ряд предубеждений относительно феминизма как идеологии. В данной работе мы ставим себе цель внести вклад в проблему конструирования антифеминистского дискурса.

В первой главе мы обратились к обзору существующих работ. Мы сформулировали теоретические рамки исследования, описав, как изучаются феминистская и гендерная идентичности. Важной частью литературного обзора было дать определение антифеминизму, дискурсивным практикам и онлайн-коммуникации как ключевым концептам в данной работе. Вторая глава посвящена описанию инструментария, а также обоснованию выбора метода. Мы применяем критический дискурс-анализ Нормана Фэркло как качественный онлайн-метод. В заключительной главе приведены результаты нашего исследования. Мы исследовали содержание сайтов антифеминистской направленности и 40 дискуссий в социальной сети «ВКонтакте» и выявили ряд антифеминистских дискурсивных практик и репрезентаций феминизма, которые в конечном счете участвуют в конструировании антифеминистского дискурса. Так, мы показали, какие предубеждения относительно феминизма существуют и как они аргументируются. Наконец, в заключение мы показали возможные направления для дальнейшего исследования в области антифеминизма.

Ключевые слова: антифеминизм, идентичность, дискурс-анализ, Россия, публичная онлайн-среда, стереотипы.

Abstract. Researchers argue that there is a return to gender roles defined within the framework of patriarchal culture in modern Russia. Moreover, they say this phenomenon discursively construct Russian gender and sexual identities as opposite to Western that contribute to the power legitimation. We suppose that the dichotomy between “Us” and “Them” shapes the representations of feminism in Russia. The intensification of antifeminist movement, based on the “distorted” images of feminism, stigmatizes feminists as social group and their ideas. The goal of this paper was to discover the issue of antifeminist discourse. Firstly, we make a review of existed works in the study area. Further, we conceptualize the key concepts of this study — antifeminism, discourse, online communication. Secondly, we describe the methodology of the study and the method of online discourse analysis. We give our results in the third chapter where we reveal the antifeminist discursive practices and feminism representations, which contribute into antifeminism construction. Finally, we discuss the possible continuation of this study and the future development of the research of antifeminist discourse and identity.

Keywords: antifeminism, identity, discourse analysis, Russia, public online sphere, stereotypes.

Введение

Интернет открывает новые исследовательские возможности для изучения воспроизводства дискурсов и репрезентаций, отражающих социальные проблемы, с которыми мы сталкиваемся в реальности. Антифеминистский дискурс является одной из важных тем в настоящее время, при этом степень его теоретической разработки крайне мала, несмотря на различные существующие исследования репрезентаций гендерной и сексуальной идентичности в онлайн-среде [Chaplin, 2014; Rodat, 2014]. Исследователи не дают ответа на вопрос, из чего состоит антифеминистский дискурс и какие практики его воспроизводят. В данной работе мы попытаемся выявить, как конструируется антифеминистский дискурс в онлайн-среде, которую мы изучим на примере социальной сети «ВКонтакте».

В настоящее время Россия переживает возврат к гендерным ролям, свойственным патриархальной культуре. Более того, исследователи доказывают, что власть в России легитимируется через противопоставление гендерных и сексуальных идентичностей по отношению к западным [Riabov, Riabova, 2014]. Мы полагаем, что именно эта дихотомия искажает представление об идеях феминизма в сознании россиян. Обзор ряда статей показал, что феминизм как движение не до конца понимается людьми,



вследствие чего, несмотря на то что люди могут быть согласны с некоторыми идеями, они могут относиться к самому феминизму негативно из-за стигматизации феминистов(-ок).

При этом существует тенденция интенсификации антифеминистского дискурса, который стигматизирует феминисток как социальную группу и разделяет ряд предубеждений относительно феминизма как идеологии [Петиция за приравнение...]. Стоит отметить, что исследователи рассматривали феминистскую идентичность [Bargad, Hyde, 1991; Kelly, Gauchat, 2015], однако антифеминистская идентичность и дискурс, соответственно, не были изучены вовсе. Работы, которые содержат концепт антифеминизма, определяют понятие расплывчато, не уделяя ему должного внимания. Мы ставим себе цель внести свой вклад в проблему конструирования антифеминистского дискурса.

На наш взгляд, в России феминизм воспринимается негативно, так как в целом не отождествляется с реальными целями движения — по двум базовым причинам: (1) в СМИ освещаются в основном случаи, связанные с радикальными феминистками, (2) идеи феминизма как «искаженные представления о гендерных ролях» ассоциируются с собирательным абстрактным образом «Запада», в который чаще всего входят страны Западной и Центральной Европы и Америка, из-за чего россияне выстраивают свою идентичность как противоположную, а следовательно, не принимают феминистский дискурс.

Как любая идеология неравенства, антифеминизм конструируется дискурсивно, поэтому мы проанализируем антифеминистскую критику в России посредством дискурс-анализа. Мы предполагаем, что среда социальных медиа позволит составить типологию антифеминистских дискурсивных практик. Таким образом, мы хотим исследовать, к чему апеллируют те, кто называет себя антифеминистами. Цель данной статьи состоит в деконструировании антифеминистского дискурса через выявление дискурсивных практик. Эмпирическим объектом станут 40 постов (posts) с дискуссиями, которые разворачиваются под ними, на посвященных антифеминизму публичных страницах социальной сети «ВКонтакте» и содержание двух сайтов антифеминистской направленности.

В первой части статьи мы опишем феминизм как движение, его периодизацию и подходы, в которых он изучается. Мы также рассмотрим социологические подходы к определению гендера и гендерные идентичности в России. Наконец, мы последовательно рассмотрим понятия антифеминизма, дискурса и дискурсивных практик — то, что является ключевым для данной работы. Вторая часть посвящена описанию инструментария,

а также обоснованию выбора метода. В заключение будут приведены результаты нашего исследования, мы постараемся показать, как конструируется антифеминистский дискурс в онлайн-среде.

Феминизм и феминистские исследования

Несмотря на разнородность течений феминизма, все они объединены одной общей идеей преодоления неравенства между мужчинами и женщинами [Swirsky, Angelone, 2014]. Появившиеся изначально как women's studies («женские исследования»), позже feminist studies («феминистские исследования») и gender studies («гендерные исследования») оформились на рубеже 70-х годов XX века под влиянием феминистской политической мысли и парадигмальных сдвигов в социальных науках [Здравомыслова, Тёмкина, 2010, с. 767]. В российском контексте гендерные исследования появились в 1990-е годы. Особенное внимание они получили в области социологии семьи, сексуальности, заботы, эмоциональной сферы, здоровья, возраста и жизненного курса. Важно отметить, что в России гендерные исследования соотносятся с колебаниями политической конъюнктуры и следуют спросу международного и национального академического рынка.

В настоящее время, ввиду того что происходит откат к представлению о гендере в рамках патриархальной культуры, а антифеминистское движение становится все более интенсивным, однако еще не изученным, оказывается крайне актуальным, на наш взгляд, ответить на академический запрос об антифеминистской идентичности.

Гендерная, национальная и сексуальная идентичность. Возможности пересечения

Гендерные исследования сформировались под большим влиянием социально конструктивистской парадигмы [Девятко, 2003, с. 234]. Гендер является социальным конструктом и предписывается каждому человеку в зависимости от ее/его пола [Здравомыслова, Тёмкина, 2015]. Гендерные отношения являются продуктом конкретной культуры и контекстуальны. Однако неизменно они конструируются как отношения социального неравенства, отношения стратификации, которые необходимо рассматривать во взаимосвязи с другими социальными механизмами производства неравенства [Здравомыслова, Тёмкина, 2015, с. 272].



Теперь перейдем к современной гендерной проблематике в России. Для постсоветского времени характерно наличие конфликтующих идеологий, которые транслируют различные представления о мужественности и женственности [Здравомыслова, Тёмкина, 2015, с. 345]. Современный период исследователи называют «неотрадиционализмом», так как новые идеологи апеллируют к представлениям о некоторой «традиции», которая нуждается в возрождении и описывает «истинную» мужественность и женственность как новые гендерные идентичности. В 1990-е годы исследователи отмечали симптомы усиления гендерного неравенства (вытеснение женщины из публичного пространства, возвращение в сферу домохозяйства, феминизация бедности и безработицы, политическая эксклюзия). В 2010-е годы эти тенденции усилились, сопровождаясь активным продвижением идеи о «естественном женском предназначении» в дискурсах церкви и власти.

Интенсификация представлений о традиции и гендерных идентичностях, понимаемых в рамках патриархальной культуры, также сопровождается усилением гомофобии. Более того, ряд исследователей видят пересечение национальной и гендерной идентичности в России. Так, Олег и Татьяна Рябовы пишут, что власть в России легитимируется через противопоставление гендерных и сексуальных идентичностей по отношению к западным; репрезентации женственности и мужественности конструируют национальную идентичность («мы»). При этом гомосексуальность мыслится как «западный» феномен. Национализм также легитимирует гендерный порядок в российском обществе: гомосексуалы и феминисты маркируются как девиантные по отношению к гендерным идентичностям и, соответственно, «российскости» (*Russianness*) [Riabov, Riabova, 2014]. Таким образом, публичные дискурсы навязывают идентичности, противопоставляя патриархальные ценности как подлинные по отношению к западным. Надо отметить, что идея о пересечении национальной и гендерной (и сексуальной) идентичностей находит свое отражение и в других исследованиях [Stemas, Ganzervoort, 2015, p. 188].

Антифеминизм

В данной работе необходимо дать определение тому, что мы понимаем под антифеминизмом. К сожалению, работ по антифеминизму почти нет, а само понятие либо не объясняется вовсе, либо концептуализируется очень расплывчато.

Оккипинти пишет, что почти каждый исследователь, изучающий гендерные вопросы в постсоциалистической Восточной Европе, отмеча-

ет развитие того, что можно обозначить как *антифеминистское* движение (“anti-feminist” movement) [Oсchipinti, 1996]. Возвращение женщин к домашней сфере, воспитанию детей и ведению дома пропагандируется как мужчинами, так и женщинами как ключ к «лучшему обществу». Андерсон пишет, что в 1990-е годы началась эпоха постфеминизма и продолжается по сей день. Она определяет эту эпоху через деполитизацию феминистских целей и нарастание общего протеста против коллективного феминистского движения [Anderson, 2014].

Итак, антифеминизм является результатом взаимосвязи социальных и политических стратегий и текущих экономических процессов, сопровождающимся призывом к женщинам «возвратиться» к заботе о семье — домашней сфере, воспитанию детей и ведению дома, а также мнением о ненужности и устарелости феминизма. В общем исследователи отмечают, что нарастание общего протеста против коллективного феминистского движения сопровождается деполитизацией феминистских целей. Также в рамках антифеминистской концепции женщинам приписывается гиперсексуальность и ответственность за все свои жизненные события — через концепцию выбора.

Для того чтобы определить понятие «антифеминизм», мы обратились к работе о дискурсе и дискриминации Мартина Рэйзигла и Рута Водака [Reisigl, Wodak, 2001]. Мы рассмотрели, как исследуется расизм, как идеология неравенства и доминирования, для того чтобы по аналогии концептуализировать антифеминизм [Reisigl, Wodak, 2001, p. 8]. Основываясь на подходе к расизму Рэйзигла и Водака, мы определяем **антифеминизм** как *идеологическую установку, которая конструируется через негативные предубеждения по отношению к феминизму как идеологии и феминисткам как социальной группе. Для данной установки характерны представления о гендерной идентичности в рамках патриархальной культуры и идеи о том, что межполовое равенство достигнуто, а мужчины даже иногда подвергаются дискриминации.*

Критический дискурс-анализ

Мишель Фуко определяет дискурс как способ структурирования области знания и социальных практик. Дискурсы не только отражают и репрезентируют социальные общности и отношения, они конструируют их. В работе «Археология знания» Фуко развивает свою теорию дискурса, вводя понятие «дискурсивных формаций», которые обозначают определенные (гомогенные) способы говорения об объектах. Дискурсивные практики воспроизво-



дят дискурсивную формацию через отношения друг между другом, тем самым порождая структурированную область знания [Фуко, 1996, с. 204].

Сейчас подходы к анализу дискурса аналитически можно разделить на две группы согласно ориентации по отношению к дискурсу — «некритический» и «критический» подходы. Критические подходы отличаются тем, что описывают не только дискурсивные практики, но и показывают, как дискурс формируется отношениями власти и идеологий, а также как он далее влияет на социальные общности, социальные отношения и системы знаний [Fairclough, 1992]. Критический дискурс-анализ (КДА) берет свое начало в лингвистике и исследует роль дискурсов в воспроизводстве власти и доминирования [Зевелёва, 2015]. Критические исследования дискурса фокусируются на том, как язык, будучи инструментом культуры, влияет на распределение власти в процессе социального взаимодействия, а также конструирует область знания и возможных практик (body of knowledge) [Rogers, 2002].

КДА является междисциплинарной методологией, которая предпринимает попытку связать лингвистические подходы и социальную теорию. «Критический анализ дискурса есть методологический и теоретический инструмент, который денатурализует языковые практики, помещая власть и идеологию в порядок дискурса» [Rogers, 2002]. Однако И. Троцук отмечает, что критический дискурс-анализ является «не обладающим унитарной теоретической моделью аналитически разнородным направлением исследований, преодолевающим разрыв макроуровня (власть, доминирование, неравенство) и микроуровня (язык, дискурс, вербальное взаимодействие и коммуникация)» [Троцук, 2014].

Способ отображения социальных практик в языке есть «порядок дискурса». Порядок дискурса представляет собой сеть социальных практик с точки зрения языкового аспекта, к ним применяемого, при этом дискурс сам осуществляет контроль языковой изменчивости [Fairclough, 2004]. Дискурс, конструируемый через дискурсивные практики, имеет следующие три функции: идентичности, отношения и означивания. Как отмечает Зевелёва, «некоторые исследователи, изучающие биографии и идентичности, уже обратились к дискурсам, при этом не используя метод критического дискурс-анализа. Так, социолог культуры Стюарт Холл определил понятие “идентичность” как “временную привязанность к субъектным позициям, которые конструируют для нас дискурсивные практики”» [Зевелёва, 2015]. Именно через дискурсивные практики конструируется идентичность.

Таким образом, критические исследования дискурса, в частности подход самого Фэркло, изучают роль дискурсов в воспроизводстве власти и доминирования. Дискурс в рамках этого подхода определяется как «институционализированный способ коммуникации, который регулирует и

воспроизводит определенные социальные практики, а следовательно, является источником власти» [Зевелёва, 2015, с. 89].

Методология исследования

В ходе исследования были сформулированы следующие предположения:

- Мы ожидаем, что репрезентации феминизма будут отражать то, что цели феминизма не поняты. В частности, мы предполагаем, что встретим мнение о том, что «феминистки просто ненавидят мужчин».
- Также мы ожидаем, что репрезентации феминизма будут содержать отсылки к акциям радикальных феминисток, что будет отчасти объяснять, почему коллективное представление о феминизме часто оказывается радикальным.
- Идеи феминизма будут трактоваться как свойственные Западу, а соответственно, не приемлемые для России. При этом в данной дискурсивной практике будут отсылки к гендерным ролям в рамках патриархального дискурса, как свойственным российской культуре, и более «современным» гендерным ролям, как западным.
- Антифеминистский дискурс по той же причине будет пересекаться с гомофобным.

Метод отбора источников

«Дискурс-анализ представляет собой открытую исследовательскую программу в рамках социальных наук на стыке лингвистики, политологии и социологии» [Зевелёва, 2015]. Надо отметить, что в рамках этого метода не предполагается определенной методики формирования корпуса текстов для анализа.

Мы решили выявить типичные «места», где антифеминистский дискурс (потенциально) выстраивается наиболее активно. Так, были отобраны восемь наиболее многочисленных по количеству участников групп в социальной сети «ВКонтакте», посвященных антифеминистской идеологии. Далее мы определили наиболее «резонансные» темы (характерные для дискурса), для того чтобы посмотреть, как выстраивается дискурсивная нить (З. Йегер) [Зевелёва, 2015]. В каждом сообществе мы отобрали по пять записей, которые получили наибольший отклик (количество комментариев варьируется от 50 до 300), и составили корпус текстов из 40 постов, соответственно, и 40 дискуссий (под каждым постом). Мы также отобрали два существующих русскоязычных веб-сайта, посвященных антифеминизму



[Антифеминизм..., Корпорация мужчин...] и отобрали два текста, написанных в жанре манифеста. Первый являлся заглавной статьей сайта, второй получил наибольший резонанс среди читателей.

Метод анализа данных

Критический дискурс-анализ рассматривает язык как форму социальной практики. В данной работе мы рассмотрим антифеминистские дискурсивные практики в качестве коммуникативных событий (отдельный уникальный случай), которые будут проанализированы на основании дискуссий в социальной сети «ВКонтакте». За тексты как оформленные дискурсы, при этом влияющие на производство дискурсивных практик в результате восприятия и интерпретации читателем, будут взяты тексты антифеминистских сайтов. Таким образом мы проанализируем два типа дискурса, по Н. Фэркло, — в обоих случаях коммуникация будет опосредованной (онлайн-коммуникация), при этом в первом случае двусторонней, в то время как во втором — односторонней.

Результаты исследования

Ранее мы писали о том, что антифеминизм, как и любая идеология неравенства, конструируется дискурсивно. Поэтому мы и исследовали непосредственно онлайн-коммуникацию в рамках подхода критического дискурс-анализа. Далее мы опишем дискурсивные практики, каждая из которых укладывается в определенную тематику.

Напомним, что в рамках выбранной методологии мы отобрали восемь наиболее многочисленных по количеству участников (на конец 2016 года) публичных страниц социальной сети «ВКонтакте»:

	Название	Количество участников сообщества (чел.)
1	«Антифеминизм»	376
2	«Мужской шовинизм/Антибаба/За мужчин»	3 000
3	«Истории о женщинах. Истории о женщинах от мужчин и для мужчин»	3 378
4	«Пукан эмансипации»	4 157
5	«Зеркалим нещадно феминизм, аленизм и потребляедей»	5 347
6	«ЗА ПРАВА МУЖЧИН! — ЗА ПРАВА ЧЕЛОВЕКА»	7 358
7	«Мужское движение»	16 949
8	«ТНН (тян не нужны)»	22 065

Отметим, что сами названия групп могут быть проанализированы дискурсивно. Антифеминистский дискурс отражает преимущественно мужской взгляд, так как артикулируется преимущественно мужчинами.

Далее мы представим результаты исследования. Все выделенные темы-категории мы сопровождаем цитатами, взятыми из указанных публичных страниц. Оригинальная орфография и пунктуация авторов сохранены.

Для антифеминистского дискурса одной из важных идей является тема *выбора* и смежная с ней тема *ответственности*. Женщинам приписываются любые возможности, при этом женщина сама выбирает, как ей распорядиться телом или судьбой. Тема выбора тесно переплетается с темой ответственности и накладывается как на дискурс сексуальности, так и насилия. При этом насилие над женщиной оправдывается через упомянутые концепции выбора и ответственности. Женщина оказывается в данном случае субъектом, способным проявлять собственное мнение и волю и берущим ответственность на себя.

Еще одной важной темой является идея о *традиции*. Здравомыслы и Тёмкина отмечают, что с 2010-х годов усилились референции к какому-то общему представлению о «традиции», из-за чего нынешний период исследователи назвали «неотрадиционализмом». Это мы находим и в процессе конструирования антифеминистского дискурса. Так, антифеминисты часто апеллируют к неким «заповедям» или «историям древности»: «*Это ваше дело и ваш выбор, но потом не обижайтесь, что у вас семьи нормальной нет, ибо все заповеди и истории древности говорят, что женщина — хранительница очага, а мужчина — добытчик*» [Публичная страница «Антифеминизм»...].

Тема традиции зачастую переходит в идею *ностальгии*. Описывая современных женщин, антифеминисты апеллируют к более ранним временам, причем не к реальным фактам, а опять же к представлению о том, что было раньше: «*Раньше в деревнях бабы рожали по 10 детей, коров насли и были счастливы. А сейчас какие-то подобия жалкие нормальных женщин, работать не могут, сумку с магазина без машины не донести и вагины ушатаны в муку*» [Там же].

Так, мы определили, что данный дискурс неравенства отчасти конструируется через концепции выбора и ответственности, которая возлагается на женщину, отчасти через референции к традиции и тему ностальгии. Далее рассмотрим, как дискурсивно оправдывается доминирование мужчин через историческую (мифическую), биологическую и псевдонаучную аргументации.

«*И что, вы хотите сказать, в Древней Греции и Древнем Риме не было отъявленных феминисток? Они просто тогда так не назывались, одна Клеопатра чего стоит... у женщин были мальчики наложники, их позволяли себе женщины, вдовы богатых мужей и т. д. и т. п. Вспомните Садом и Гомору. Города по уши были феминизированы*» [Там же].



Выше представлен исторический, мифический тип аргументации. Идентичность феминистки сопряжена с представлением об искажении гендерных ролей, поэтому пример псевдонаучной аргументации, представленный ниже, показывает, как необходимо с помощью психотерапевта исправлять неверные идентичности: *«сходить к хорошему психотерапевту (мужского пола, естественно), который бы вправил мозг и рассказал про эти самые гендерные роли, короче вылечил женский инфантилизм»* [Там же].

В аргументациях биологического типа неравенство оправдывается через представления о гендерных ролях, обусловленных природой. Женщине предписывается как определяющее качество возможность рожать, что в дискурсе связывается со стереотипами о домохозяйстве. Тесно здесь вплетается и тема *сексуальности*, которая также является одной из образующих антифеминистский дискурс. Надо отметить, что все темы, которые мы выделяем в работе, наслаиваются друг на друга — дискурсивные практики образуют сложное переплетение, воспроизводя в конечном счете антифеминистский дискурс. Тема сексуальности преимущественно обсуждается через проблему сексуального насилия, в рамках которой происходит десубъективизация насильника и переложение ответственности на женщину. Сексуальное желание конструируется как неотъемлемая часть мужчины, с которой женщине «нужно считаться»:

«От вас требуется нормально одеваться, чтобы не провоцировать мужчины на изнасилование. Отучить мужчины от бессознательного поведения по отношению к женщинам невозможно, это как попросить волка стать вегетарианцем» [Там же].

Последний фрагмент показывает обесценивание проблемы изнасилований через представление о том, что *«не существует идеальной страны, где не было бы бардака»* [Там же].

Для антифеминистского дискурса характерно очень строгое представление о гендерных ролях в рамках патриархальной традиции. *«А то, что ты и остальные феминистки пытаетесь убедить всех женщин планеты в том, что патриархат негоден и давно заржавел, то ты ошибаешься. Сами замужние женщины вас посылают куда подальше»* [Там же].

Феминистка является стереотипным лейблом для данного дискурса, который активизирует представления о движении чайлдфри и лесбийской идентичности: *«Если бы твоя мать была феминисткой, тебя бы не было на свете. Поскольку им это не нужно»* [Там же]. Через стереотипные паттерны поведения также выстраивается оппозиция «нормальная женщина» — «феминистка».

Еще одной важной чертой в антифеминистском дискурсе, которую мы выделяем, является *объективация* женщин. Мизогинные термины

разного характера соседствуют с различными требованиями к женщине (ее внешнему виду, возрасту, поведению). В женщине отрицается личность и индивидуальность.

Гендерная идентичность особенно важна для нашей работы. Изначально мы предполагали, что именно она будет связана с представлением о феминистской идентичности в изучаемом нами дискурсе: *«Да никто скоро хотеть не будет из-за всеобщей доступности, в мужчинах умрет мужское (появятся гомики, педафилы и другие извращенцы) — и появятся они только потому, что женщины станут феминистками, потеряют свою природную привлекательность»* [Там же].

Приведенная цитата показывает, что в рамках антифеминизма феминистка мыслится как женщина, обладающая извращенной гендерной идентичностью, которая, соответственно, не может привлечь гетеросексуального мужчину. Гомосексуальная идентичность представляется тесно связанной с феминистской идентичностью, при этом она также отвергается как чуждый феномен. Феминисты и гомосексуалы в данном случае подвергаются через дискурсивные практики маргинализации и социальной эксклюзии: *«А ты спи вон со своей бабой в обнимку. <...>Обе сидите и страдаете недотрахом. Озабоченные и озлобленные феминистки»* [Там же].

Фрагмент показывает, что для участников анализируемых сообществ представление о феминистках автоматически активизирует также штампы об их гомосексуальности.

В отличие от гомосексуальной идентичности, которая ассоциируется в антифеминистском дискурсе с феминизмом, национальная и религиозная идентичности исключают феминистскую. Так, религиозность видится как несовместимая с феминизмом, при этом присущая антифеминистскому дискурсу. Мы можем отметить, что антифеминизм как идеология, развивающаяся в контексте интенсификации роли церкви, не мог не воспринять религиозность как одну из определяющих идентичностей, исключающей феминистскую. *«Ты понимаешь, что ты не можешь никому говорить о тупости. ты православная феминистка, хоспаде, Ты кричишь о вреде запрета абортв и в тоже время православная))»* [Там же].

Более того, феминистская идентичность оказывается переплетенной с национальной. Феминизм воспринимается как навязанное Западом движение: *«Я не удивлюсь, если твоя Софи вырастет лесбиянкой. Тем более с такой толерантной мамашей. Вы я гляжу далеко ушли от русских традиций и русской культуры, если волнуетесь о судьбе педерастов»* [Там же].

Говоря о гендерной дискриминации, эту тему следует разделить на две составляющих. Дискриминация мужчин как один из компонентов говорит о том, что именно мужчина в настоящее время дискриминируется как



обществом, так и государством: *«Оскорблять феминисток — святое дело и даже полезное! Покуда ущемляются мужские права в пользу женских — не жди от меня ничего хорошего, тварь!»* [Там же]. Этот дискурс вполне совпадает с феминистскими исследованиями по поводу дискриминации мужчин и насаждению маскулинности в патриархальном дискурсе. Наш вывод подтверждает предположение о том, что феминизм малоизвестен и разные его направления непонятны.

Отдельное место отведено теме дискриминации со стороны государства; алименты, налоги, армия, более высокий пенсионный возраст — все трактуется как привилегии женщинам и одновременно с этим дискриминация мужчин. В рамках этой темы также рождаются многочисленные обсуждения о меркантильности женщин.

Вторая же часть дискурса о дискриминации состоит в отрицании дискриминации женщин: *«Вы кричите о какой-то дискриминации, хотя в России, в правовом поле ее нет, если выходит за рамки закона — преступление. Жертвами преступлений становятся не только женщины, к дискриминации это не имеет отношения. Вот если тебя не берут на работу, потому что ты женщина, хотя ты образована и компетентна, то это дискриминация»* [Там же].

Интересно, что в антифеминистском дискурсе мы находим не только оправдание неравенства, но, напротив, тема оказывается проблемной для участников групп в «ВКонтакте». Более того, сама современная ситуация называется матриархатом.

Наконец, мы обратимся к анализу непосредственно языка, а не смыслов, которые скрываются за высказываниями. Для антифеминистского дискурса характерны различные мизогинного характера неологизмы, например, по отношению к женщинам в целом, «шкура», «вагиномрази», к феминисткам — «феминофашистки», «фемизьяны», к недевственницам — «порванки», «дешлюхизировать [общество]». Более того, в данном дискурсе само слово «феминистка» приобретает отрицательный окрас, становясь оскорблением: *«[Феминизм —] болезнь, поскольку нормальные люди, которых большинство (м и ж), этим не страдают»* [Там же].

Дискурсивные практики подкрепляются социальными онлайн-практиками. Так, когда дискуссия между человеком, который был не согласен с идеями публичной страницы, и участниками сообщества, длится достаточно долго, то администратор группы отправляет несогласного в черный список: *«Ну загнанную лошадь полагается пристрелить, так что ты отправляешься в БАН на год. У тебя есть год, чтобы стать патриархальной женщиной»* [Публичная страница «Мужской шовинизм/Антибаба/За мужчин»...].

Онлайн-коммуникация позволяет модерировать дискуссию, исключая ее участников из сообщества. Также она дает возможность людям не вступать в дискуссию, при этом выражая свое мнение, проставляя «лайки» к комментариям. Как оказалось, мы встретили не только текстовую коммуникацию, но и визуальную: участники, для того чтобы аргументировать свои слова, высылают картинки и видео, что значительно упрощает коммуникацию, позволяя не печатать свои мысли, а просто сослаться на определенный текст.

Причем через этот текст и происходит аргументация: *«Да вы просто экстремистки-сексистки-маньячки-мужененавистницы!!! <...> А вот видео, подтверждающее мои слова! Что вы делаете, это уже далеко не равные права — это ущемление противоположного пола всеми доступными способами и втаптывание его в грязь!!!»* [Публичная страница «Антифеминизм»...].

Надо отметить, что само понятие «феминизм» (и «феминистка») настолько стигматизировано, что слова девушки, которая называет себя феминисткой, отрицаются. Оппонент пытается донести через видео, что на самом деле она думает совершенно иначе, а феминизм совсем не такой, каким она себе его представляет.

Заключение

В данной работе мы предприняли попытку описать конструирование антифеминистского дискурса, что позволит описать антифеминистскую идентичность в последующих работах, которые попытаются закрыть лауну академического знания об антифеминизме. Проблемой нашего исследования являлся тот факт, что в настоящее время существует тенденция интенсификации антифеминистского дискурса, который стигматизирует феминисток как социальную группу и разделяет ряд предубеждений относительно феминизма как идеологии. Однако при этом в России происходит «неотрадиционалистская» тенденция в определении гендерных идентичностей и ролей. Мы хотели понять, какие именно способы аргументации использует антифеминизм. Будучи идеологией неравенства, антифеминизм конструируется дискурсивно, поэтому нам было важно показать, как дискурс рождается непосредственно в коммуникации. Дискурсивный метод анализа позволил нам это сделать. Итогом анализа стало выявление антифеминистских дискурсивных практик и существующих репрезентаций феминизма.

Репрезентации феминизма в общих чертах вписываются в дискурсы *угрозы матриархата, угрозы гетеросексуальности, угрозы традиции и лжи*. Для антифеминистского дискурса характерно представление о феминизме как о



радикальной идеологии, которую иногда называют «экстремистской», целью которой является переделка всей патриархальной системы с последующим доминированием над мужчинами.

Антифеминистские дискурсивные практики позволили нам проследить, как возникают эти репрезентации. Для антифеминизма концепция выбора и сопряженная с ней идея ответственности оказываются крайне важными, через них определяется поведение женщины. Женщина имеет право делать все и имеет любые возможности, а ее жизненная траектория — результат собственного волеизъявления. В частности, через эти концепции объясняется физическое и сексуальное насилие над женщинами.

Для антифеминистского дискурса характерна ретроспективная модель времени, его участники апеллируют к традиции и ностальгируют по тому, как было раньше. Традиция определяет как гендерную, так и сексуальную роль, приписываемую женщине. Это объясняется и тем, что Е. Здравомыслова и А. Тёмкина называют «неотрадиционализмом». В настоящее время вновь возникают референции к традиции при определении нормы. Здесь проявляется и *ностальгия*. Антифеминисты активно оперируют представлениями о том, «как было раньше», что вписывается в описанный нами «мифический тип» аргументации. Как мы уже писали выше, идентичность феминистки в антифеминистском дискурсе связывается с идеей об искажении гендерных ролей.

При этом патриархальные ценности также легитимируются историческим и биологическим способом аргументации. В аргументациях биологического типа межполовое неравенство представляется справедливым и обусловленным природой. То есть женским определяющим качеством является репродуктивная способность, а мужским — доминирующая социальная позиция. Тесно здесь вплетается и тема *сексуальности*, которая также является одной из образующих антифеминистский дискурс. Сексуальное желание для мужчины конструируется как неотъемлемое.

Также важно отметить, что феминистская идентичность стигматизируется и само слово используется как оскорбление. При этом вместе с понятием зачастую активизируются и иные стереотипы о феминистках как о лесбиянках и сторонницах чайлдфри-движения. Интересным результатом анализа является то, что мы и предполагали: российская национальная идентичность вступает в противоречие с феминистской и гомосексуальной идентичностями и фактически исключает две последние. Данные идентичности конструируются дискурсивно как навязанные, «западные», «чужие», не приемлемые для российского контекста.

Тема гендерной дискриминации в антифеминистском дискурсе проявляется в двух аспектах. С одной стороны, мы находим мнение о том, что

мужчины, а не женщины оказываются в угнетенном положении и испытывают дискриминацию как со стороны общества, так и государства. Особое негодование направлено именно на государство: алименты, налоги, армия, более высокий пенсионный возраст у мужчин — все это интерпретируется как женские привилегии. С другой стороны, дискриминация женщин отрицается: *«Вы кричите о какой то дискриминации, хотя в России, в правовом поле ее нет».*

В рамках данного исследования мы также изучили лингвистические средства исследуемого дискурса и выявили, что для антифеминизма характерны различные неологизмы, уничижающие женщин, и само слово «феминистка» используется как оскорбляющий «лейбл». Дискурсивные практики в онлайн-среде подкрепляются социальными практиками. Так, люди, отстаивающие феминистские идеи, исключаются из сообщества, отправляясь в «черный список». Соответственно, они не имеют возможность комментировать и оказываются в социальной эксклюзии по отношению к антифеминистскому сообществу.

В целом, когда мы начинали работать с полем, основным предложением было то, что действительные идеи феминизма в представлении россиян оказываются искаженными и непонятными, а также то, что это искажение происходит, во-первых, из-за того, что феминизм конструируется как «чужой», навязанный со стороны («западный»), а во-вторых, благодаря распространению информации об акциях радикальных феминисток. Действительно, идеи феминизма оказались перевернуты и искажены. Оригинальная идея равенства, присущая феминистской идеологии, подменяется идеей доминирования над мужчинами. В связи с чем мы делаем вывод, что идеи феминизма оказываются непонятыми. Также сторонники антифеминизма полагают, что эта идеология навязана «Западом» и несет в себе угрозу традиционным ценностям — гендерным идентичностям, патриархально определенным, и гетеросексуальности. Репрезентации феминизма также содержали отсылки к радикальному феминизму, что, видимо, и являлось решающим в конструировании представлений о движении.

Таким образом, в антифеминистском дискурсе сталкиваются два подхода: традиционалистский и неолиберальный. То есть, с одной стороны, в рамках традиционалистского подхода и женщины, и мужчины оказываются детерминированными биологическими характеристиками, а патриархальный строй есть идеальное распределение прав и обязанностей; с другой стороны, неолиберальный подход говорит о том, что на данный момент все уже равны между собой, а женщины иногда даже занимают доминирующую позицию, так как являются самостоятельными и субъектными, ставя мужчин в подчиненное и детерминированное положение.



Литература

1. Гидденс Э. Новые правила социологического метода // Теоретическая социология: Антология: в 2 ч. — М.: Книжный дом «Университет», 2002. — С. 281–318.
2. Девятко И. Ф. Социологические теории деятельности и практической рациональности. — М.: Аванти плюс, 2003. — 331 с.
3. Здравомыслова Е. А., Тёмкина А. А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие // Европейский университет в Санкт-Петербурге, 2015. — 768 с.
4. Зевелёва О. И. Дискурсивно-биографический подход в исследованиях репатриации (на примере российских немцев в Германии). Диссертация — НИУ ВШЭ, 2015. — 283 с.
5. Кимлика У. Современная политическая философия: введение // пер. с англ. С. Моисеева; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М.: Изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2010. — 592 с.
6. Константинов М. С. Этика заботы в феминистской политической философии // Политическая концептология. № 3. 2012. — С. 228–242.
7. Лугина Е. И. Применение критического дискурс-анализа в исследованиях новых религиозных движений, Социология и социальная работа // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия Социальные науки. № 4 (24). 2011. — С. 48–52.
8. Рождественская Е. Ю. Качественные онлайн-методы // Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы. Под редакцией А. В. Шашина, И. Ф. Девятко, С. Г. Давыдова. — М., 2016. — С. 391–416.
9. Троцук И. Дискурсивное конструирование социальной реальности: концептуальные основания и эмпирические приемы разоблачения «скверных» практик // Социологическое обозрение. Т. 13, № 2. 2014. — С. 206–224.
10. Фливерберг Б. Хабермас и Фуко — теоретики гражданского общества // Социологические исследования. 2000. № 2. — С. 127–136.
11. Фуко М. Археология знания: пер. с фр. / общ. ред. бр. Левченко. — К.: Ника-Центр, 1996. — 208 с.
12. Фуко М. Порядок дискурса // Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности. — М.: Касталь, 1996. — 448 с.
13. Антифеминизм. Мужской ответ на феминизм [Электронный ресурс] // Мужской альманах. URL: <http://menalmanah.narod.ru/antifem.html> (дата обращения: 15.03.2018).
14. Корпорация мужчин. [Электронный ресурс]. URL: <http://c0men.livejournal.com/> (дата обращения: 20.03.2018).
15. Петиция за приравнивание феминизма к терроризму собрала десять тысяч подписей [Электронный ресурс] // Официальный сайт газеты Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2015/08/27/feminism/> (дата обращения: 02.06.2017).
16. Публичная страница «Антифеминизм» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/vodka_vodka (дата обращения: 22.08.2017).
17. Публичная страница «ЗА ПРАВА МУЖЧИН! — ЗА ПРАВА ЧЕЛОВЕКА» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/masculism> (дата обращения: 22.08.2017).
18. Публичная страница «Зеркалим нещадно феминизм, аленизм и потребляедей» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/zerkalim_suk (дата обращения: 22.08.2017).

19. Публичная страница «Истории о женщинах. Истории о женщинах от мужчин и для мужчин» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/club65494985> (дата обращения: 22.08.2017).
20. Публичная страница «Мужское движение» [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/mensrights> (дата обращения: 22.08.2017).
21. Публичная страница «Мужской шовинизм/Антибаба/За мужчин» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/mans_jingois (дата обращения: 22.08.2017).
22. Публичная страница «Лукач эмансипации» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/femorukan_ru (дата обращения: 22.08.2017).
23. Публичная страница «ТНН (тян не нужны)» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/tnn_bro (дата обращения: 22.08.2017).
24. *Anderson K. J. Modern Misogyny: Anti-Feminism in a Post-Feminist Era // Oxford University Press, 2014.*
25. *Bargad A., Hyde J. S. Women's Studies: A Study of Feminist Identity Development in Women // Psychology of Women Quarterly, Vol 15, Issue 2, 1991. P. 181–201.*
26. *Barrett M., Phillips A. Destabilizing Theory: Contemporary Feminist Debates // Stanford University Press, 1992.*
27. *Chaplin T. Lesbians Online: Queer Identity and Community Formation on the French Minitel // Journal of the History of Sexuality, Vol. 23, No. 3, 2014.*
28. *Crawley S. L., Foley L. J., Shenan C. L. Creating a World of Dichotomy // Introduction to Pace, Gender, Sexuality, and Social Class, edited by S. Ferguson, 2013.*
29. *December J. Units of Analysis for Internet Communication // Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 1, Issue 4, 1996.*
30. *Deutsch F. M. Undoing Gender // Gender and Society, Vol. 21, No. 1, 2007.*
31. *Fairclough N. Analysing discourse: Textual analysis for social research. London, UK: Taylorand Francis e-Library, 2005.*
32. *Fairclough N. Discourse and Social Change, Cambridge: Polity, 1992.*
33. *Kelly M., Gauchat G. Feminist Identity, Feminist Politics: U.S. Feminists' Attitudes toward Social Policies // Sociological Perspectives, Vol 59, Issue 4, 2015. P. 855–872.*
34. *Kuntsman A. Webs of hate in diasporic cyberspaces: the Gaza War in the Russian-language blogosphere // Media, War & Conflict, 3 (3), 2010.*
35. *Makarychev A., Medvedev S. A. Biopolitics and Power in Putin's Russia // Problems of Post-Communism. 2015. Vol. 62. No. 1.*
36. *McRobbie A. Beyond postfeminism // Public policy research, 2011.*
37. *Me n L. Identity and discursive practice: doing gender on the football pitch // Discourse & Society, Vol. 12, No. 6, 2001.*
38. *Munro E. Feminism: A Fourth Wave? // Political Insight, 2013.*
39. *Ochchipinti L. Two Steps Back?: Anti-Feminism in Eastern Europe // Anthropology Today, Vol. 12, No. 6, 1996.*
40. *Park J. Interpersonal and Affective Communication in Synchronous Online Discourse // The Library Quarterly: Information, Community, Policy, Vol. 77, No. 2, 2007.*
41. *Reisigl M., Wodak R. Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism // Routledge, 2001.*
42. *Riabov O., Riabova T. The Remasculinization of Russia? Gender, Nationalism, and the Legitimation of Power Under Vladimir Putin // Problems of Post-Communism, Vol. 61, No. 2, 2014.*



43. *Rodat S.* Cyberqueer — Major Topics And Issues In Current Research // *Revista Romana de Sociologie*. 2014, Vol. 25, Issue 5/6.
44. *Rogers R.* Between Contexts: A Critical Analysis of Family Literacy, Discursive Practices, and Literate Subjectivities // *Reading Research Quarterly*, 37 (3), 2002.
45. *Schiffrin D., Tannen D., Hamilton H. E. (eds).* *The Handbook of Discourse Analysis* // Blackwell Publishing, 2003.
46. *Sremac S., Ganzervoort R. R.* *Religious and Sexual Nationalisms in Central and Eastern Europe: Gods, Gays and Governments* // Brill Academic Publishers, 2015.
47. *Swirsky J. M., Angelone D. J.* Femi-Nazis and Bra Burning Crazies: A Qualitative Evaluation of Contemporary Beliefs about Feminism // *Curr Psychol*, 33, 2014.
48. *Szelewa D.* The second wave of anti-feminism? Post-crisis maternalist policies and the attack on the concept of gender in Poland // *Gender, Equal Opportunities, Research*, Vol. 15, № 2, 2014.
49. *Tong R.* *Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction*. — Boulder: Westview Press, 2009.
50. *West C., Zimmerman D. H.* *Doing Gender* // *Gender and Society*, Vol. 1, No. 2, 1987.

*Ольга Викторовна Архипова,
Александр Владимирович Тавровский*
Санкт-Петербургский государственный университет

*Olga V. Arkhipova,
Alexander V. Tavrovskiy*
St.-Petersburg University

ОНЛАЙН-ПЕТИЦИИ НА ПОРТАЛЕ CHANGE. ORG: ДИСКУРСИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ И ЛЕГИТИМАЦИЯ ТРЕБОВАНИЙ

Petitions on Change.org Website: Constructing Discourse and Legitimizing Claims

Аннотация. Данная статья посвящена конструированию дискурса онлайн-петиций и легитимации требований их авторов. В фокусе внимания — петиция в защиту Исаакиевского собора от его передачи РПЦ, размещенная в российском сегменте глобальной платформы Change.org. Авторы рассматривают имеющиеся в России онлайн-пространства для гражданских инициатив, исследуют роль платформы Change.org среди них. Для анализа текста петиции и комментариев к ней были использованы методология критического дискурс-анализа Н. Фэркло и «теория графов» Л. Болтански и Л. Тевено.

Ключевые слова: онлайн-петиция, критический дискурс-анализ, Change.org, интернет-коммуникация, Русская православная церковь, Исаакиевский собор, реституция, Л. Болтански, Л. Тевено.

Abstract. This article deals with the discourse of online petitions, particularly with the legitimization of their author's claims. The authors analyze a petition in defense of Saint Isaac's Cathedral in Saint Petersburg against its transfer to the Russian Orthodox Church. This petition was placed in the Russian segment of the global platform Change.org. The authors consider the online space for civil initiatives in Russia, discussing the role of the Change.org platform. The theoretical framework for exploring the text of the petition and comments to it is constituted by N. Fairclough's critical discourse analysis and the theory of orders of worth by L. Boltanski and L. Thevenot.



Keywords: online petition, critical discourse analysis, Change.org, internet communication, Russian Orthodox Church, Saint Isaac's Cathedral, restitution, L. Boltanski, L. Thevenot.

Введение

В современном мире расширяющейся демократии мы являемся свидетелями формирования нового пространства для обмена мыслями и гражданских волеизъявлений на базе Интернета.

Жанр интернет-петиций занимает значительное место в современном дискурсе социальных проблем. Исследователи считают, что практика использования петиций полезна как для граждан, так и для власти — эти обращения «могли бы стать формой коммуникации, инструментом обратной связи с общественностью, а также лакмусом настроений, тенденций и наблевших проблем» [Демушина, 2016, с. 176]. С другой стороны, Е. Морозов, А. Брейер и Ф. Биал [Демушина, 2016] относят данную форму к так называемому диванному активизму, или слактивизму, т. е. деятельности, имитирующей участие в политической жизни. И. Ричард предполагает, что после неудачной подачи петиции люди могут потерять доверие к политическим институтам. Однако есть и позитивные взгляды на роль онлайн-петиций как стимулирующих к политическому участию форм, например, В. Чедвика, П. Крукшенка и Н. Эдельманна [Демушина, 2016, с. 177].

Объектом нашего исследования выступает российский сегмент онлайн-платформы для создания петиций Change.org, предметом — практики конструирования дискурса отдельной кампании на базе петиции «Требуем остановить передачу Исаакиевского собора в ведение РПЦ!» [Петиция Не допустим передачу Исаакиевского...]. Нам важно, как люди заявляют свои утверждения-требования и к каким ценностям отсылают при их формулировании. Выбор данной темы петиции определяется, во-первых, процессом «десекуляризации» объектов культурного наследия в России и, во-вторых, активным участием общественности в кампаниях против этого.

В настоящем исследовании мы попытались выявить особенности интернет-петиций, проанализировать, какое место среди них занимает Change.org, и провести критический дискурс-анализ петиции и комментариев к ней.

Change.org как онлайн-пространство гражданской инициативы

Особенности интернет-петиций

Современное пространство коммуникации населения и власти расширяется и все чаще включает в себя виртуальные сообщества. И. В. Ксенофонтова полагает, что в интернет-сообществах формируется особый вид социальной солидарности, имеющий, кроме традиционных характеристик («мы»-концепция, режим эмоционального обмена с выражением согласия и поддержки, готовность к совместным действиям), специфические черты (отсутствие видимых границ группы, «глобальность», расширение способов аргументации и верификации, особые формы эмоционального одобрения и поддержки) [Степанова, 2016, с. 139].

Виртуальность обращения, независимая от хронотопа, приводит к созданию единого коммуникативного пространства. Платформы обращений снабжены интерактивными возможностями для их обсуждения и оперативными каналами для связи с подписантами, что удерживает их в кампании и вовлекает в новые. Благодаря анонимности меньшее значение имеет личное представительство: онлайн-петиции уравнивают пользователей. Любая петиция имеет двойного адресата: она обращена и к органам власти, и к публике, публичное внимание легитимирует ее и заставляет действовать, — все это позволяет нам отнести петицию как жанр массовой коммуникации к группе агитационно-пропагандистских жанров [Пупкова, 2010, с. 35].

Пространство онлайн-петиций в России

Несмотря на то что форма петиции имеет глубокие корни в России, онлайн-петиции появились в нашей стране совсем недавно.

Указом РФ от 4 марта 2013 года был создан интернет-ресурс «Российская Общественная инициатива» (РОИ) [Российская общественная...], где каждый совершеннолетний гражданин, зарегистрировавшись на портале Госуслуг, может подать свою инициативу в соответствии с определенной формой. Инициатива помещается на данном ресурсе, если проходит экспертную проверку на соответствие Конституции, оценку актуальности и обоснованности методов решения. Далее она помещается на голосование и в случае, если набирает 100 000 подписантов, то отправляется в экспертные рабочие группы по разработке мер реализации [Указ Президента РФ от 4 марта...].

На конец сентября 2017 года на портале РОИ на голосовании находилось 2 278 инициатив, на рассмотрении не было ни одной, а решение было принято по 25 инициативам [Российская общественная...].



Следует сказать, что онлайн-платформа для размещения петиций Change.org гораздо популярнее своего бюрократического аналога. Платформа была создана в США в 2007 году как глобальный проект. В 2015-м сайт преодолел отметку в 100 000 000 пользователей по всему миру, в России насчитывается 4 500 000 активных пользователей [Change.org, Материал из Википедии...]. Официальный сайт позиционирует платформу так: «На Change.org люди со всего мира начинают свои гражданские кампании, находят сторонников и вместе с теми, кто принимает решения, осуществляют важные для них перемены» [Change.org].

Тематика петиций в российском сегменте платформы очень широкая — от решения локальных проблем города до помощи конкретным лицам, чаще всего представителям уязвимых и слабозащищенных социальных групп (люди с ограниченными возможностями, сироты, пенсионеры). Поднимаются проблемы здравоохранения (халатность врачей, плохие условия обслуживания), проблемы городской среды, образования, защиты прав животных и многие другие.

Change.org — открытая платформа с разными группами участников: авторы петиций (индивидуальные и коллективные) и их сторонники, адресаты петиций, СМИ. Кроме того, платформа — это социальный бизнес, все средства идут на поддержание работы платформы и выполнение миссии. Над российским сегментом Change.org работают всего два сотрудника. Платформа Change.org — самая популярная в России. Согласно статистике, на Change.org в среднем две победы в неделю [Change.org]. Д. Савелов — сотрудник российского сегмента портала — считает причиной популярности платформы то, что «люди видят победы, люди видят, что это работает» [Как устроен Change.org...].

Говоря об успешности петиций, следует заметить, что «победы» часто подразумевают достаточный для изменения положения дел общественный резонанс, а не точное исполнение требований обращения. Именно внимание СМИ и властей позволяют добиться полного или частичного решения, поэтому победой можно считать повышенный интерес в информационном пространстве, усиление видимости поднятой проблемы в публичном дискурсе.

Если сравнить Change.org и РОИ, то можно заметить, что темы некоторых петиций совпадают, но на государственном портале волнующие общественность инициативы цензируются и, как следствие, лишь небольшая часть может дойти до этапа реализации. В этом смысле можно говорить, что большей силой воздействия и претворения в жизнь обладает Change.org, несмотря на юридическую силу официального портала. Большая эффективность обусловлена иным механизмом достижения целей: кампании практически

не подвержены цензуре, платформа доступнее и проще и на ней работает неформальная идентификация пользователей, в противовес привязке РОИ к portalу Госуслуг. Третья причина — это равноправное взаимодействие с различными субъектами, заинтересованными в исполнении тех или иных требований, в отличие от государственного сайта, где обращение подается по принципу субординации. Кроме того, эффективность Change.org зависит от целого ряда механизмов сетевой коммуникации: создатели петиций удерживают внимание аудитории с помощью обновления новостей, связанных с петицией, подписавшим петицию настойчиво предлагают ее распространить в социальных сетях и на других площадках, каждому подписавшему предлагаются петиции, которые, по мнению платформы, могли бы его заинтересовать, каждую неделю пользователям рассылается список петиций, вызвавших резонанс, пользователи могут оставлять комментарии и т. д.

Помимо двух вышеназванных платформ, можно выделить несколько аналогичных ресурсов: «Петиции Президенту», «Демократор.ру», «Наше Мнение», Online Petition.ru, а также отдельные группы в социальных сетях «ВКонтакте» и Facebook. Однако охват у них гораздо меньше, чем у РОИ и Change.org, поэтому их роль незначительна. Однако эти ресурсы также создают информационное поле для продвижения общественных инициатив, подтверждая заинтересованность граждан в подобных формах онлайн-демократии и политического участия.

Методология и результаты исследования

В июле 2015 года Санкт-Петербургская епархия Русской православной церкви (РПЦ) обратилась к городским властям с просьбой передать ей здание Исаакиевского собора в безвозмездное пользование, что вызвало недовольство значительной части горожан и привело к публичному противостоянию различных групп общественности, власти и РПЦ. Возникли общественные кампании за и против передачи собора. В конце 2016 года власти Санкт-Петербурга приняли решение передать Русской православной церкви (РПЦ) Исаакиевский собор, имеющий статус государственного музея-памятника, в безвозмездное пользование с сохранением музейно-просветительских функций. В рамках кампании против данной реституции на платформе Change.org была создана изучаемая нами петиция.

Данная инициатива была создана на портале 24 июля 2015 года коллективным автором, именующим себя «Жители и гости Санкт-Петербурга». Она была направлена губернатору Санкт-Петербурга Г. С. Полтавченко и президенту РФ В. В. Путину. За 2,5 года петиция набрала более 200 тысяч подписчиков, имела 48 обновлений, отслеживавших



основные события, связанные с кампанией, и была закрыта в декабре 2017 года.

Для анализа текста петиции был использован критический дискурс-анализ Н. Фэркло [Fairclough, 2003], были выделены участники, объекты, сценарии, преобладающие риторика, основной метод построения текста и отношений в нем. В данной работе дискурс определяется как язык в действии, как способ репрезентации реальности. Единицей анализа выступает текст петиции и комментарии к ней.

Для определения легитимации приведенных в петиции аргументов была использована «теория градов» Л. Болтански и Л. Тевено [Болтански, Тевено, 2013]. В ситуации публичного спора люди пользуются неодинаковыми обоснованиями справедливости, апеллируя к ценностям того или иного града, выстроенным в определенную иерархию, что составляет определенный порядок ценностей. Град здесь — модель идеально справедливого общества. Исследователи строят свою концепцию, полагая, что все эти порядки являются вариациями одной общей модели, различающимися лишь принципами величия, то есть универсальными принципами, превосходящими частные свойства людей.

Для построения своей концепции исследователи отбирают определенные принципы, лежащие в основе града. Две основные аксиомы для образования града — это принцип общности человеческой природы и принцип различия. Совмещение этих требований является проблематичным и задает главное противоречие модели. Принцип общности заключается в определении границ человеческого сообщества, в том, что все люди в равной степени обладают человеческой природой, и, таким образом, данный принцип исключает такие модели, в которых люди могут быть разделены на полноценных и неполноценных. Являясь необходимым допущением, данная конструкция представляет собой упрощенную политическую метафизику, которую можно назвать эдемом или идиллией. Второй принцип как раз исключает формирование эдемов и идиллий. Он допускает различия между людьми, формирование у них разных состояний, положений и предполагает, что члены общества могут действовать в соответствии со своими состояниями.

Множество состояний открывает возможность для достижения соглашений и для возникновения разногласий. При этом все состояния должны обладать общим достоинством и люди должны иметь равную возможность доступа ко всем состояниям, включая благополучие высшего состояния. Однако достижение высшего состояния требует платы или жертвы. Это требование снимает противоречие между общностью человеческой природы и упорядочением состояний людей.

Наконец, последняя аксиома связана с понятием «общего блага»: оно противопоставляется эгоистичному наслаждению, которым нужно пожертвовать ради достижения состояния «высшего величия» [Болтански, Тевено, 2013, с. 127–134].

Исследователи выделяют град благодати и вдохновения, патриархальный град, рыночный град, град репутации, гражданский град, научно-технический град. Каждому из них соответствует определенный ценностный набор, упорядоченный по принципу величия.

В граде благодати порицанию подвергаются земные блага и интересы (самолюбие, стяжательство, гордость, стремление к «почестям и обязанностям», телесная связь, зависимость от чужого мнения), в противопоставление благам небесным: смирению, аскетизму, жертвенности, духовному обогащению.

Рыночный град предполагает достижение порядка в обществе на основе рыночного отношения, что объединяет людей посредством редких благ, получить которые хотят все. Поведение людей рассматривается как разумные и приемлемые действия. Важнейшим благом является богатство.

В патриархальном порядке величия, основанном на личной зависимости и иерархии, как высший общий принцип рассматриваются дом и семья. Положение людей определяется четкой иерархией. Любые связи между людьми в данном граде мыслятся по образу рода и отношений в семье. Легитимность власти определяется самоотречением и отказом от эгоизма, ее привилегии компенсируются жертвами других.

Град репутации предполагает, что величие человека зависит от мнения других, с помощью этого определяется значимость человека, то есть принцип величия здесь — это уважение.

В гражданском граде превыше всего стоит коллективное благо, ради которого граждане поступают своими личными интересами. Принципом величия выступает общая воля.

Научно-технический град основывается на объективном характере вещей, полезность здесь определяется как удовлетворение потребностей. Главным законом для государства является расчет затрат, а величие людей измеряется степенью их полезности для общества.

В соответствии с этими моделями был проанализирован текст петиции, комментарии к ней и произведена их классификация.

Текст петиции строится на принципе контраста, основной сценарий — дискредитация захвата: используемые в тексте структуры предстают как предвосхищение негативных последствий передачи: *«передача приведет к...», «усилий будет недостаточно...», «придется платить...», «будет ликвидировано...»*. Здесь активно используется риторика подозрения



в отношении РПЦ. Далее следует сравнение данных перспектив с настоящим статусом музея, поскольку этот объект занимает третье место по посещаемости среди туристических достопримечательностей города, является объектом всемирного наследия ЮНЕСКО. Это демонстрирует масштаб и уникальность объекта, а признание мирового сообщества в лице ЮНЕСКО повышает его символическую ценность. Текст петиции подводит к тому, что проблема передачи Исаакиевского музея существует и делать этого ни в коем случае нельзя.

Текст данной петиции опирается по большей части на ценности гражданского града, но встречаются и элементы рыночной легитимации. Можно считать, что авторы петиции, обращаясь к разным категориям населения, добились от подписантов плюрализма обоснований сохранения статуса музея-памятника. В комментариях к петиции были выявлены различные топосы (риторические *topoi*), относящиеся к логике того или иного града. Под топосами мы подразумеваем общие места, типичные темы, к которым обращаются участники в процессе аргументации.

Например, Д. Б. (здесь и далее даются инициалы пользователей) пишет о необходимости быть скромнее, отсылая к религиозному авторитету: *«Иисус первым делом выгнал торгашей из храмов, а у нас церковь напоминает лавку»*. Ярким примером является другой пользователь — А. Л., который обращается к религиозному дискурсу для обоснования справедливости своего мнения в защиту сохранения Исаакия. Он использует топос солидарности: *«Кому-то очень хочется разделить и поссорить между собой в очередной раз русский народ. <...> Не избежать геенны огненной, если не соединимся в этот час без страха против козней лукавого врага»*. А. Л. использует крайне важный и популярный топос конфликта идентичностей: *«Никому не удастся поставить грязное пятно на нашей Церкви, на нашем русском народе, на его истории и завоеваниях и смешать его с мало понятным РПЦ»*. То есть он проводит жесткую границу между национальным сознанием русского народа и институтом Русской православной церкви. Еще одна часть его высказывания вновь вводит топос недоверия народа к РПЦ: *«В народе не просто распространены, а царствуют самые темные суеверия, идолопоклонство. А пастыри в это время занимаются паркуром, «байками» и др., очень возлюбив мир, который сами призывают ненавидеть»*. Здесь используется символ провластных групп — байкеры — и отсылка к акции, которая была проведена в защиту РПЦ совместно с байкерами [Автопробег в поддержку Русской...]. Это заявление — классическое обоснование мнения с позиций града благодати и вдохновения. Автор упрекает религиозную структуру, что она отошла от вдохновения и аскетизма и обратилась к земным радостям,

недопустимым и осуждаемым в этом граде. Чаще всего им пользуются верующие, тем самым ставя религиозную структуру РПЦ в оппозицию вере.

Встречались также и другие примеры противопоставления идентичностей, например, *«я верующая, но я петербурженка»* или *«собственник Россия, а не сектантская организация»*. Во втором примере представлено символическое отделение русской церкви от России.

Более других представлен научно-технический град в виде атеистических ценностей или ценностей материальной культуры: *«мой Бог — это квантовая механика»*, *«вкладывайте силы в науку»*, а Н. Н. хочет, чтобы *«Россия стала вновь страной космонавтов, а не страной попов»*. И. Ш. использует логические приемы, понятие «мысль» в своем заявлении, чтобы через них выразить свои ценности: *«Категорически против передачи МУЗЕЯ-памятника!! Надеюсь, логическое мышление позволит выделить мысль «почему против»»*.

Топосы гражданского града на платформе гражданских инициатив оказались в дефиците, но существуют примеры обоснования через защиту прав работников музея. Помимо этого, пользователи рассматривают риски возможного ущемления прав посетителей. Например, И. С., экскурсовод, пишет, что РПЦ *«до отвращения занимается коммерциализацией»*, а на объектах, что уже перешли в ведение церкви (Соловецкий монастырь), охрана очень строго обходится с посетителями, *«как церберы»*, т. е. выказывается беспокойство за ограничение доступа к объекту культурного наследия после передачи. *«Церковь своим поведением призывает к мести!»* — это заявление свидетельствует о стремлении отстаивать свои права, права своей группы на пользование культурным благом.

Часто встречается топос экономического ущерба как часть оправдания через отсылку к рыночному граду, предположение, что после передачи РПЦ самоокупающийся музей перестанет платить налоги, что невыгодно государству, хотя это обращено также и к необходимости рационально просчитывать риски для государства, что выступает неотъемлемой частью града науки и техники.

В комментариях к петиции встречается и обращение к патриархальному граду:

— консервативный топос, или топос нежелания перемен. Здесь основным аргументом является исторический факт, что Исаакиевский собор никогда не был в собственности РПЦ и, как следствие, не должен быть. Пользователи предлагают *«оставить все как есть, и будет правильно»* и говорят о том, что *«не слишком ли много дурацких экспериментов»*;

— топос апелляции к истории. Он задает коллективную память или места памяти, связанные с собором, например, Александр II, подвиг Победы, блокадный Ленинград (даже составлено письмо блокадников в защиту



Исаакия как музея [Обновление о петиции Открытое письмо...]), «гимн победе над Наполеоном в камне».

Таким образом, авторы петиции, обращаясь к разным категориям населения, добиваются плюрализма обоснований сохранения статуса музея-памятника. Со своей стороны, пользователи в комментариях также используют различные топосы, относящиеся к тому или иному граду, среди которых преобладает научно-технический град.

Потенциал исследований онлайн-петиций довольно большой. Как инструмент демократии онлайн-инициативы могут продемонстрировать специфику коммуникации населения и власти, а также служить барометром волнующих население социальных проблем. Они также раскрывают эмоциональный мир просителей, являясь средствами эмоциональной коммуникации и катарсиса участников.

Литература

1. Болтански Л., Тевено Л. Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов. — М.: Новое литературное обозрение, 2013. — 576 с.
2. Демушина Н. О. Порталы электронных петиций как форма взаимодействия институтов власти и граждан в России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2016. № 4. — С. 176–181.
3. Степанова Н. Б. Онлайн-петиция как новый жанр интернет-коммуникации // Язык в различных сферах коммуникации: материалы II Междунар. науч. конф. — Чита: Забайкальский государственный университет, 2016. — С. 138–141.
4. Change.org — онлайн-платформа для петиций [Электронный ресурс]. URL: <https://www.change.org/> (дата обращения: 23.04.2017).
5. Change.org [Электронный ресурс] // Википедия — свободная энциклопедия. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Change.org> (дата обращения: 30.01.2018).
6. Автопробег в поддержку Русской православной церкви [Электронный ресурс] // Videоканал Правда.Ру — приложение к интернет-порталу Правда.Ру. — URL: <https://youtube.com/watch?v=u6XctJvj0x0> (дата обращения: 15.09.2017).
7. Как устроен Change.org, на какие деньги он существует, какие петиции становятся успешными и почему [Электронный ресурс] // Такие дела. Журнал. — URL: <https://takiedela.ru/2015/12/change-org/> (дата обращения: 13.02.2017).
8. Пулкова В. А. Петиция как жанр французского экологического дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2010. № 589. — С. 33–45.
9. Российская общественная инициатива [Электронный ресурс]. URL: <https://www.roi.ru/> (дата обращения: 23.04.2017).
10. Указ Президента РФ от 4 марта 2013 г. № 183 [Электронный ресурс] // Гарант.ру. Информационно-правовой портал. — URL: <http://garant.ru/hotlaw/federal/460360/#ixzz4hEeRZ5a> (дата обращения: 23.04.2017).
11. Fairclough N. Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research. London: Routledge, 2003. — 288 p.

Виталия Олеговна Морозова
Санкт-Петербургский государственный университет

Vitaliia O. Morozova
St.-Petersburg State University

ПРАКТИКИ ОБМЕНА МУЗЫКОЙ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Music Sharing Practices in Digital Space as a Modern Form of Social Capital

Аннотация. В данной статье автор анализирует современные практики обмена информацией (sharing) на примере пользователей социальной сети «ВКонтакте» в контексте влияния онлайн-сетевых отношений на формирование музыкальных предпочтений. Работа опирается на обзор концепций социального капитала, сформулированных П. Бурдьё, Р. Д. Патнемом и Дж. С. Коулманом. В результате эмпирического исследования молодежи, как наиболее активной аудитории по потреблению музыкального контента, был выявлен ряд факторов, влияющих на формирование музыкального вкуса пользователей социальных сетей в современном медиaprостранстве и их практики прослушивания музыки. Обнаружено, что обмен музыкальными композициями между акторами сети оказал наибольшее влияние на процесс формирования музыкального вкуса.

Ключевые слова: социальные сети, социальный капитал, практики обмена, коммуникативные практики, социология музыки.

Abstract. In this paper modern information sharing practices on the example of users of the social network "VK" in the context of impact of online networking on the formation of musical preferences make up the main focus of the author's analysis. The concept of social capital, formulated by P. Bourdieu, R. D. Putnam and J. S. Coleman is reviewed and discussed in this paper. As a result of an empirical research among young people, as the most active audience on the consumption of music content, a number of factors influencing the formation of the musical taste of users of social networks in the contemporary media space and their listening practices have been identified, among which sharing is one of the dominant.



Keywords: social networks, social capital, sharing practices, communicative practices, sociology of music.

Будучи объектом изучения не только экономической науки, но также социологии и культурологии, понятие социального капитала основывается на общем для всех понимании сопричастности индивидов к группе и высоком уровне доверия между акторами социальной сети. На сегодняшний день «социальная сеть», являясь фундаментальным понятием социологической теории, приобретает несколько иное значение за счет развития новых средств коммуникации. Трактование «сети» как платформы для массовой коммуникации людей в Интернете становится все более релевантным и более операционально верным в контексте исследований Интернета, нежели ее классическое толкование как сетевой структуры взаимоотношений в географической плоскости.

На протяжении более десяти лет социальная сеть «ВКонтакте» предоставляла бесплатный доступ к разделу «Музыка» (ранее — «Аудиозаписи»)¹. За все время своего существования данная платформа стала одним из источников формирования музыкального вкуса множества пользователей, особенно молодежи, за счет обеспечения возможности свободного доступа к музыке и возможности обмениваться ею в ходе онлайн-коммуникации. Таким образом, в современном цифровом пространстве не только появился новый канал, опосредующий процесс формирования музыкального вкуса, но и произошло зарождение новой формы социального капитала, где практики обмена музыкальными композициями выступают в качестве его базиса.

Изучение особенностей шеринга музыкой предусматривает рассмотрение комплекса факторов в контексте нескольких теоретических рамок — теории социального капитала, теории вкуса и музыкальных исследований.

Начнем с обращения к теории социального капитала. Согласно концепции П. Бурдье, социальный капитал представляет собой ресурс, доступный индивиду благодаря включению в сетевую структуру взаимоотношений. Они характеризуются наличием взаимных обязательств и возможностью получения выгоды от участия в данных отношениях. Д. С. Коулмен, продолжая и развивая идеи П. Бурдье, разрабатывает понятийный аппарат, который позволяет определить механизмы воспроизводства социального

¹ В конце апреля 2017 года социальная сеть «ВКонтакте» перезапустила музыкальный раздел. Ныне данный раздел называется «Музыка» — по состоянию на 03.10.2017.

капитала. Наибольший интерес для нас представляет введенное Коулменом понятие информационного потенциала как отправной точки для действий между индивидами, в то время как социальные отношения опосредуют его реализацию за счет возникающих в процессе практик обмена. Тезис Р. Патнема заключается в том, что социальный капитал возникает лишь в социальных сетях, основанных на нормах взаимности и доверии. С ростом доверия между членами сетевой структуры повышается благосостояние граждан [Блок, Головин, 2015].

Общими и фундаментальными для данных концепций социального капитала являются взаимоотношения индивидов, как основополагающие элементы, и доверие, возникающее в процессе взаимодействия и повышающее вероятность получения выгод от участия. Также стоит отметить, что из всех трех компонентов социального капитала, включающих в себя сети, нормы взаимности и доверие, последнее является одной из самых изученных областей. К изучению данного феномена обращались как Р. Патнем, так и С. Лаззарини, Е. Глайзер и К. Капра, рассматривая доверие в отношении альтруизма и благосостояния [Шейна, Паклина, 2015]. Для нас важным представлялось понимание доверия как фактора, способствующего установлению практик обмена музыкальными композициями между индивидами. Однако, если обращаться к происхождению понятия «капитал», можно заметить, что оно имеет экономическую коннотацию, подразумевающую его монетарность и выраженность в денежной форме. Социальный капитал, в отличие от денежного, сложно измерять и связан с взаимодействиями акторов внутри социальной группы. Ввиду акцента на социальных отношениях понятие социального капитала как социальных коммуникативных активов, данное Н. А. Головиным и М. Блок [Блок, Головин, 2015, с. 106], кажется более операционально верным в контексте нашего исследования.

Для изучения особенностей формирования музыкального вкуса мы также обращались к теории вкуса П. Бурдьё. Автор описывал вкус как систему классификации индивидов в социальной иерархии, детерминирующую повседневные практики людей [Бурдьё, 2002; Бурдьё, 2005]. Таким образом, музыкальный вкус является одним из каналов самоидентификации индивида и групп. В 90-х годах XX века Р. Петерсон развивает концепцию всеядности, опровергающую теорию Бурдьё, ставя под сомнение тезисы о гомологии социальной и культурной стратификации из-за тенденции смешения культурных практик [Peterson, 2005].

Нами также были рассмотрены несколько основных направлений изучения музыки:



1. Музыка как социальный феномен — на основании работ Т. Дауда, [Dowd, 2007], Ф. Болмана [Bohلمان, 2011], Л. МакКормик [МакКормик, 2010] и К. Смолла [Small, 1998].
2. Музыка как установленная система тональности — в трудах музыковедов и музыкальных социологов, особенно А. Н. Сохора [Сохор, 1976] и А. С. Оголевца [Оголевец, 1941].
3. Музыка как товар (вследствие процессов коммодификации) — в контексте теории глэм-капитализма Д. В. Иванова [Иванов, 2015] и теории воображаемых потоков А. Аппадурри [Фурс, 2003].

В силу того что понятие шеринга широко используется в психологии при групповой терапии, мы решили уточнить данное понятие во избежание ложного толкования. В связи с этим мы определили термин «шеринг» как практики обмена, что позволяет нам конкретизировать взаимодействия индивидов в процессе онлайн-коммуникации. Практики обмена музыкой возникают между индивидами в процессе коммуникации, основанной на доверии. Таким образом, мы можем проследить взаимосвязь понятий шеринга и социальных коммуникативных активов, общим для которых являются интеракции людей.

Эмпирическое исследование практик шеринга музыкой в цифровом пространстве как формы социального капитала

Для понимания сущности практик шеринга музыкальными композициями в современном медиапространстве нами было проведено эмпирическое исследование, основанное на качественной методологии полуструктурированного интервью. Целью исследования стало выявление влияния практик шеринга музыкальными композициями в социальной сети на формирование музыкального вкуса пользователей в современном медиапространстве.

В качестве исследовательских вопросов выступили следующие:

1. Что влияет на формирование музыкального вкуса в современном медиапространстве?
2. Каков спектр музыкальных предпочтений у респондентов?
3. Как и для чего респонденты слушают музыку?
4. Как пересекаются сферы публичного и приватного в контексте обмена музыкой?
5. Как, почему и с кем происходит шеринг?

Мы исходили из предположения, что, благодаря развитию и использованию современных медиатехнологий, социальные сети, будучи широко используемыми молодежью, выступают посредником при формировании музыкального вкуса пользователей за счет предоставления возможности коммуницировать и обмениваться музыкой в режиме онлайн.

Исследование проводилось методом полуструктуризованного интервью. Интервью проводились нами как в онлайн-режиме при помощи программы Skype, так и очно. Выборка данного исследования была сформирована на основе принципов доступности и стихийности. Основными критериями отбора информантов выступили их возраст (от 18 до 30 лет) и активное использование ими социальных интернет-сетей. В исследовании приняло участие 13 человек (6 молодых людей, 7 девушек), студенты высших учебных заведений различных направлений и активные пользователи социальной сети «ВКонтакте». В качестве предмета исследования были выбраны способы и стратегии обмена музыкой, то есть устойчиво воспроизводящиеся в пространственно-временном континууме практики пользователей в формировании музыкальных предпочтений.

В структуру гайда интервью были включены следующие тематические блоки:

- Статус информанта как слушателя: как он определяет «хорошую музыку», какие жанры он предпочитает слушать, как оценивает собственный музыкальный вкус в сравнении с окружающими.
- Практики прослушивания музыкальных композиций: чем руководствуется интервьюируемый при отборе музыки, в каких ситуациях он ее слушает и какие платформы он для этого использует.
- Источники формирования музыкальных предпочтений, в том числе в ретроспективе: устойчивые воспроизводящиеся практики информантов по поиску и прослушиванию музыкальных композиций в раннем возрасте и этапы формирования вкуса.
- Разграничение публичного и приватного пространства в социальной сети: какой музыкой пользователь готов делиться в процессе онлайн-коммуникации и с кем он готов ею поделиться.

В структуру гайда мы также включили контрольные вопросы.

В ходе интервью нами были получены эмпирические данные, на основании которых были сделаны следующие выводы, раскрывающие особенности практик шеринга музыкой в социальных сетях.

Во-первых, музыкальные предпочтения индивида характеризуются своей *подвижностью*, поскольку находятся в процессе формирования на протяжении всей его жизни. Однако они обладают относительно *устойчивой внутренней структурой* ввиду сформированного в школьный период или же под конец обучения в школе базиса. Данная структура характеризуется наличием определенного спектра исполнителей или музыкальных жанров, которых пользователь прослушивает чаще всего.

Во-вторых, наблюдается тенденция *фрагментарности прослушивания композиций*. Отношение информанта к песне формируется примерно



в первые 30 секунд звучания (обычно информанты округляли значение именно до 30 секунд), или же пользователь проматывает ее по принципу «начало — середина — конец».

В-третьих, нами было отмечено изменение в сторону *ситуативности вкуса*. Отвечая на вопрос о том, что для них является хорошей музыкой, информанты говорили о той, которая коррелирует с их психологическим состоянием на момент прослушивания. Таким образом, выбор музыкальной композиции задается смысловыми и временными параметрами ситуации. Конечно, несмотря на всеядность предпочтений, во многих случаях сохраняются классические каноны понимания хорошей музыки как элитарной, классической. Особенно данные суждения присущи людям, имеющим как минимум начальное музыкальное образование или занимающимся музыкой профессионально.

Анализируя содержание ответов информантов, мы выделили следующие источники, влияющие на формирование музыкальных предпочтений:

Во-первых, *социальное окружение*, включающее в себя как семью, так и друзей. Интересным представляется влияние семьи, которое трактуется респондентами как навязывание культурных установок и ограничение доступа к музыке. Несмотря на сохранение некоторой общности интересов, все же наблюдается тенденция дистанцирования или же ухода от музыки, предлагаемой близкими родственниками.

Интервью № 11: *«Конечно, это отличается, потому что тогда мне, грубо говоря, навязывали, и музыкальный вкус складывался из того, что мне давали слушать. Сейчас я вправе выбирать сама».*

Обмен музыкальными композициями в онлайн-формате опосредует влияние социального окружения на музыкальные практики. Ориентация на группу признания и поддержание *групповой идентичности* детерминируют процесс шеринга музыкой между пользователями социальных сетей. Получение признания со стороны сверстников выступает в качестве нематериальной выгоды от участия в процессе шеринга музыкой.

Интервью № 3: *«Приятно, когда люди скидывают скриншот... а на нем — вся скинутая мной музыка».*

Стоит отметить, что представительницы женского пола более склонны к прослушиванию и положительной оценке плей-листа партнера. Несмотря на то что данный феномен не подвергается рефлексии с их стороны, но он также направлен на получение признания. Однако музыкальное направление и (или) музыкальная композиция должны пройти проверку временем — своеобразный фильтр.

Интервью № 5: *«Если мне нравится человек, то начинаю слушать его музыку, и она автоматически начинает мне нравиться. Если она не*

проходит проверку временем, то она отпадает. Я никогда бы не стала слушать фламенко, если бы не мой молодой человек. Потом я втянулась...».

Интервью № 8: *«Открыла, потому что хотела понравиться, наверное. Открыться, чтобы показать, что я готова на такие вещи».*

Во-вторых, влияние на вкус оказывают СМИ и социальные медиа. Так, в частности, телевидение (особенно музыкальные каналы MTV, Bridge TV, «Муз-ТВ» и т. д.) и радио играли одну из первостепенных ролей в формировании вкуса молодежи.

Однако самым важным для нас является влияние социальной сети «ВКонтакте». По словам интервьюируемых, сеть обеспечила им более широкий доступ к музыке, тем самым способствуя расширению предпочтений и их формированию. Примечательным стал комментарий одного из информантов, где он описал свой подход к поиску музыки как «гиперссылный»²:

Интервью № 10: *«Что касается «контакта»³ — прицелкивание по гиперссылкам. Скажем так, процесс выстроен на основании ассоциаций и дальше-дальше-дальше».*

Помимо прослушивания, пользователи делятся музыкой в социальной сети «ВКонтакте» следующим образом: посредством отправки композиций в личные сообщения и конференции с другими пользователями, репостов на свою страницу постов других пользователей и (или) сообществ, через написание собственных постов как на своей личной странице в социальной сети, так и в отдельных группах. Стоит отметить, что музыкальный плейлист воспринимается многими интервьюируемыми как маркер идентичности, за счет чего происходит разграничение публичного и приватного пространства в сети. Для многих пользователей обмен музыкой представляется в некоторой степени интимным процессом, поэтому они готовы делиться музыкой лишь с теми, с кем они состоят в близких отношениях.

В основе взаимоотношений между участниками шеринга лежит доверие, о чем свидетельствуют следующие отрывки:

Интервью № 13: *«Открыты моему молодому человеку. Его я абсолютно не стесняюсь. Он знает, что я слушаю, а я знаю, что он. Для нас это нечто интимное. Кроме него больше никому не открыты».*

Интервью № 9: *«Обожаю делиться музыкой с людьми. Если человек попадает в мои дружеские сети, то я начинаю их закидывать. Отправляю им все, что я безумно люблю. Пытаюсь выяснить или отправляю*

² Сохраняется авторское название озвученного во время интервью подхода.

³ Сленговое название социальной сети «ВКонтакте».



по одному треку одного исполнителя. Если что-то понравилось, то отправляю по 10 треков и так по нарастающей. И тогда я начинаю работать в этом направлении. Люблю, когда люди начинают разделять мои увлечения, в частности в музыке. Я не для галочки отправляю. Мне действительно важно: так я пытаюсь найти точки соприкосновения. Приятно, когда попадаешь и больше общего находишь».

Также практики шеринга предполагают взаимный обмен музыкой, поскольку у пользователей формируются взаимные ожидания относительно того, что тот, с кем они находятся в процессе коммуникации, также должен прислать им музыку. Цифровое пространство опосредует установление связей или сообществ на основании сходных музыкальных предпочтений пользователей. Индивиды могут актуализировать данную форму социального капитала и вступать в практики обмена с целью расширения собственного музыкального кругозора ввиду высокого уровня доверия к связям или сообществам. Нам представилось интересным, что оценочные суждения относительно композиций могут повлиять на уровень доверия. Нейтральные комментарии понимаются как латентная форма негативного отзыва, написанные из вежливости. В таком случае пользователь будет стараться не актуализировать данную форму социального капитала в дальнейшем процессе коммуникации, изменяя характер коммуникации:

Интервью № 12: «Ну вообще, главное, чтобы человек честно сказал4. Ненавижу, когда говорят «да, интересно» или «прикольно». Понимаю, что это не так. Сначала пытаюсь донести мягкими способами, что мне можно сказать честно. Если речь о каких-то моих любимых вещах, то я расстроюсь, но не более. Мол, жаль, что не сможем пообщаться об этом, ну, давай о чем-то другом. Вот если кто-то из друзей скинет мне песню, а она мне не понравилась, то я не вижу ничего такого, чтобы сказать, что мне не понравилось».

Возвращаясь к источникам формирования вкуса, мы выяснили, что они также зависят от хобби и увлечений, т. е. от рода деятельности и практик.

Три вышеупомянутых источника были определены нами как траектории опыта, представляющие собой бэкграунд информанта. Данная модель является первым фактором, влияющим на формирование музыкальных предпочтений.

Ситуативность, на основании содержания бесед с информантами, является вторым фактором, который включает в себя два аспекта:

⁴ Адресат о своем истинном отношении к отправленной ему композиции.

1. Практики прослушивания.
2. Компоненты композиции (текст песни, аранжировка, визуальное сопровождение).

Практики прослушивания были определены нами как устойчиво воспроизводящиеся в пространственно-временном континууме действия по прослушиванию музыкальных композиций на основе вкусовых предпочтений. Исходя из интервью, мы определили следующие практики:

1. Шумоизоляция — гарнитуры для прослушивания музыки стали почти что неотъемлемым атрибутом, вписанным в повседневные практики индивидов. Музыкальные плееры и иные технологические средства, позволяющие прослушивать музыку, выступают медиатором в процессах ежедневных передвижений по городу.
2. Фон — за счет прослушивания музыки задается ритм деятельности, способствующий созданию обстановки или же атмосферы для определенной деятельности.

Интервью № 2: *«Можно сказать, что практически постоянно [включая послушать], но именно когда что-то делаю, <...> т. е. музыку врубаю, когда что-то делаю, что-то механическое».*

3. Поддержание настроения — выбор композиции коррелирует с психологическим состоянием. Однако круг предпочтений детерминирует мажорный или минорный лад композиции.
4. Средство самоанализа — открытием для нас было узнать, что музыка служит одним из инструментов самопознания для информантов:

Интервью № 7: *«Мои наушники иногда выполняют роль барьера, позволяющего уйти в другое пространство... защита от внешнего негатива. Кажется, что через музыку много общаюсь сам с собой, и они помогают больше мне понять себя».*

Нами была выявлена тенденция формирования у пользователей ожиданий относительно того, как звучание мелодии и текст композиции должны коррелировать между собой. Информанты многократно приводили примеры того, как переводы не соответствовали их представлениям, в связи с чем укреплялось убеждение в том, что нужно избегать прочтения текста или перевода музыкальной композиции.

Таким образом, шеринг музыкальными композициями в социальных сетях играет одну из доминантных ролей в процессе формирования музыкальных предпочтений. В целом предпочтения складываются из «траекторий опыта» индивида, исходя из социального окружения индивида, его хобби и влияния СМИ на него в детстве, и «ситуативности», представляющей собой практики прослушивания и влияние компонентов музыкальной



композиции. Маркирование музыкального плей-листа как элемента виртуальной идентичности порождает разграничение публичного и частного пространства в сети. Высокий уровень доверия выступает условием, обеспечивающим процесс шеринга музыкой в социальных сетях, и детерминирует практики обмена. Дополненные взаимным обменом, представляющим собой действие нормы взаимности в процессе онлайн-коммуникации, музыкальные композиции становятся формой социального капитала пользователей, формирующей их музыкальный вкус.

Заключение

На основании проведенного эмпирического исследования нами была выведена «формула» музыкального вкуса, опирающаяся на такие факторы, как «траектории опыта» индивидов и «ситуативность» прослушивания. Она представляется нам наиболее релевантной и способствует более глубокому пониманию гибкой структуры вкуса как социального феномена и динамичности изменений в социокультурном и цифровом пространствах. В рамках полужформализованного интервью нами был описан эффект, производимый практиками шеринга музыкой, на формирование музыкального вкуса. Вследствие того что музыка представляется в качестве одного из маркеров виртуальной идентичности, пользователи разграничивают публичное и частное пространства в социальной сети, что детерминирует практики обмена. Мы выявили, что шеринг музыкальными композициями в социальной сети оказывает наибольшее влияние на формирование музыкального вкуса пользователей. Шеринг происходит по нескольким каналам: через общение тет-а-тет в онлайн-режиме, через отправку композиций в чаты, публикации на своей странице-профайле и через публикацию в группы. Музыкальные композиции проходят через стадии отбора, прежде чем трансформируются в форму социального капитала в цифровом пространстве. Стоит отметить, что практики обмена музыкой в процессе онлайн-коммуникации оказали наибольшее влияние на формирование музыкального вкуса пользователей. Шеринг между пользователями возникает при наличии или установлении сильных связей, основанных на доверии и ожиданиях. Однако нейтральная оценка отправленной композиции может подорвать доверие, поскольку понимается онлайн-собеседником как латентная форма негативного отзыва, незаинтересованности в обсуждении, но написанная из уважения к собеседнику. Тем не менее пользователь будет стараться прибегать к иным формам взаимодействия с данным индивидом, но не актуализируя данную форму социального капитала.

В данной работе нами были также проанализированы практики прослушивания музыки индивидами в сети и произведена их классификация. Было выделено несколько важных относительно формирования вкуса тенденций:

1. Тенденция ситуативности музыкального вкуса и дистанцирования от «навязываемых» паттернов прослушивания.
2. Трансформация подхода к прослушиванию композиций от целостного к фрагментарному.
3. Музыкальные предпочтения — подвижная, но внутренне относительно устойчивая структура, складывающаяся из траекторий опыта и ситуативности.
4. Формирование многоуровневого публичного и частного пространства в сети, определяющего паттерны шеринга: с кем и какими композициями обмениваться.

За счет динамичности развития социокультурного и виртуального пространств исследования в данной области способствуют более глубокому пониманию происходящих в них процессов и особенностей, обуславливающих культурные практики индивидов.

Литература

1. Блок М., Головин Н. А. Социальный капитал: к обобщению понятия // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. 2015. № 4. — С. 99–111.
2. Иванов Д. В. Глэм-капитализм. — Изд-во «Страта», книжная серия «Альтер фабрика», 2015. — 148 с.
3. Оголевец А. С. Основы гармонического языка. Фрагменты. — М. — Л., 1941.
4. Сохор А. Н. Музыка / Музыкальная энциклопедия. Т. 3. — М., 1976.
5. Фурс В. Арджун Аппадурай. «Современность» на просторе: культурные измерения глобализации // Социологическое обозрение. 2003. Т. 3, № 4. — С. 57–66.
6. Шеина М. В., Паклина С. Н. Социальный капитал: подходы к определению и измерению // Российский экономический интернет-журнал. 2015. № 3. — С. 1–22.
7. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения / пер. О. И. Кирчик, научное редактирование — Н. А. Шматко, В. В. Радаев [Электронный ресурс] // Экономическая Социология. 2005. Т. 6, № 3. — С. 25–49. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razlichenie-sotsialnaya-kritika-suzhdeniya> (дата обращения: 25.01.2018).
8. Бурдые П. Формы капитала // пер. М. С. Добряковой, научное редактирование — В. В. Радаев [Электронный ресурс] // Экономическая Социология. 2002. Т. 3, № 5. — С. 60–75. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205039/ecsoc_t3_n5.pdf (дата обращения: 10.10.2017).
9. Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии: учебное пособие / под ред. Г. С. Батыгина. — М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. — 248 с.



- [Электронный ресурс]. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/957/676/1219/gradoselskaaya_3.pdf (дата обращения: 01.10.2017).
10. Маккормик Л. Музыка как социальный перформанс / пер. М. Поликашина [Электронный ресурс] // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9, № 2. — С. 106–112. URL: https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/04/1211598550/soc_oboz_9_2.pdf (дата обращения: 10.05.2017).
 11. *Bohlmán P. V.* Ontologies of Music / Cook N., Everist M. Rethinking music. Oxford University Press, 2010. — P. 16–34.
 12. *Dowd T.* The Sociology of Music // 21st Century Sociology: A Reference Handbook (Volume 2), Edited by Clifton D. Bryant and Dennis L. Peck. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007. — P. 249–260.
 13. *Peterson R.* Problems in comparative research: The example of omnivorosity // Poetics. 2005. Vol. 33. Issue 5–6. — P. 257–282.
 14. *Small C.* Musicking: The Meanings of Performing and Listening. University Press of New England, 1998. — 227 p.

Список информантов

- Информант № 1 — студент, 20 лет.
- Информант № 2 — студентка, 21 год.
- Информант № 3 — студентка, 19 лет.
- Информант № 4 — студент, 21 год.
- Информант № 5 — студентка, 19 лет.
- Информант № 6 — студентка, 23 года.
- Информант № 7 — студент, 22 года.
- Информант № 8 — студентка, 20 лет.
- Информант № 9 — студент, 21 год.
- Информант № 10 — студент, 23 года.
- Информант № 11 — студентка, 20 лет.
- Информант № 12 — студент, 22 года.
- Информант № 13 — студентка, 20 лет.

Анна Андреевна Дурак
Санкт-Петербургский государственный университет

Anna A. Durak
St-Petersburg State University

ОБРАЗ СОВЕТСКОГО ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ КИНО О КОСМОСЕ

The Image of Soviet Person in the Contemporary Russian Films about Space

Аннотация. Представленное в статье исследование посвящено анализу образа советского человека в современных российских фильмах о космосе. За последнее десятилетие в широкий прокат вышло более 50 картин, действие которых разворачивается во времена СССР. Подобные исторические фильмы рассматриваются как один из инструментов формирования коллективной исторической памяти населения. Значительная часть (более 75%) кинокартин о Советском Союзе основана на реальных событиях. Наиболее востребованными темами в кино становятся ключевые события прошлого, такие как Великая Отечественная война или военно-космические достижения советского времени. В рамках исследования используется нарративный подход к анализу кино. Из этого следует, что основное внимание уделяется не степени правдоподобности и достоверности изображения исторических событий в кино, а тому, через какие системы ценностей создатели фильмов интерпретируют прошлое. В 2017 году в широком российском прокате появилось сразу две кинокартины о космосе: «Салют-7» (реж. К. А. Шипенко) и «Время Первых» (реж. Д. И. Киселев), оба фильма вышли при поддержке Министерства культуры РФ. По результатам анализа данных картин можно выделить два основных образа «советского человека», которыми преимущественно оперирует современное российское массовое кино.

Ключевые слова: образ советского человека, историческая память, нарративный анализ, историческое кино, фильмы о космосе.

Abstract. The main goal of the research is to analyze the image of soviet person in the contemporary Russian films about space. Over the past decade, more than 50 films about USSR times have appeared on the cinema screens in Russia. Such historical films are considered as one of the tools for forming



the collective historical memory of the nation. A significant part of films about the Soviet Union (more than 75%) is based on real events. The most popular topics of such films are the key events of the past, such as the Great Patriotic War or the military space achievements of the Soviet era. The study uses a narrative approach to the analysis of films. It means that the main attention is paid not to the degree of plausibility and reliability of the image of historical events in the cinema, but to those value systems according to which filmmakers interpret the past. During 2017 two films about space have appeared on the cinema screens in Russia: “Salyut-7” (directed by K. A. Shipenko) and “Time of Pioneers” (directed by D. I. Kiselev). Both films were released with the support of the Ministry of Culture. As a result of the analysis of those films, there are signed out two main images of the “Soviet person”, which modern Russian films are mainly operating with.

Keywords: image of soviet person, historical memory, narrative analysis, historical movies, films about space.

Сегодня российское общество находится в ситуации поиска оснований для формирования национальной идентичности. В связи с этим ведется активная работа по «возвращению» в коллективное сознание исторических образов, общих для всех символов, дающих представление о национальной истории как о целостном процессе [Евгеньева, 2012]. Наиболее заинтересованным актором в конструировании коллективных воспоминаний и контроле над исторической памятью выступает власть [Исаев, Пожидаева, 2016]. Активность власти на этом поле может проявляться в формировании определенного «исторического пространства» в обществе и общественном сознании [Мазур, 2013]. Это пространство включает все интерпретации прошлого, воплощаемые в произведениях науки и искусства, создании мест памяти, популяризации определенных праздников и дней памяти и т. д.

Особое место в коллективной памяти россиян занимают представления о Советском Союзе, ведь это не только значительный период отечественной истории, но и совсем недавнее прошлое, которое многие успели застать лично. Что же касается государственной политики в этой области, начиная с 2000-х годов в России начался процесс «реабилитации» советского прошлого [Титов, 2016]. Характеризовался он постепенным возвращением в культуру советских символов, традиций, праздников и т. д. Как результат — растущий интерес россиян к воспоминаниям о советском прошлом (в частности, к советскому кино, транслирующему привычные и стабильные позитивные образы и модели поведения) [Новикова, Чумакова, 2014]. Действия власти в области конструирования исторической памяти привели к формированию положительных воспоминаний о Советском Союзе. Сегодня в сознании россиян превалирует образ СССР в качестве

«стабильного государства с бесплатным образованием и медициной, качественными продуктами и счастливыми людьми» [Головашина, 2013, с. 197]. И тут работает не только механизм «избирательности памяти», стремящийся вытеснить из сознания человека негативные воспоминания и формирующий историческую память лишь на основе позитивных воспоминаний об «идеальном советском прошлом» [Евгеньева, 2012]. Подобный положительный образ основывается на поддерживаемых государством интерпретациях прошлого. Учитывая сегодняшние представления первых постсоветских поколений (основанные на наборе штампов из основных трансляторов социальной памяти), можно предположить, что с течением времени роль каналов формирования исторической памяти (в том числе визуальной информации) будет только расти [Головашина, 2013].

И действительно, начиная с 2008 года в России резко активизировались попытки использования СМИ и искусства для повышения интереса граждан к истории [Титов, 2016]. Одним из толчков к «массовизации» культуры стало принятие федеральной целевой программы «Культура России (2012–2018)», приоритетной целью которой является «сохранение российской культурной самобытности» [Министерство культуры РФ]. Поддержали эту тенденцию указы президента «О проведении в Российской Федерации Года культуры» [Указ о проведении Года культуры, 2014], и «О проведении в Российской Федерации Года российского кино» [Указ о проведении Года российского кино, 2016].

Во многом именно искусство берет на себя задачу осмысления и «переработки» исторической информации для формирования легко запоминающихся долговременных образов. В том числе в процессе формирования исторической памяти участвует и кинематограф, являющийся значимым инструментом формирования исторического сознания и исторической памяти (составляющей основу для самоидентификации как отдельной личности, так и общества в целом) [Мазур, 2013]. Сегодня кино рассматривают как одно из основных средств конструирования исторической памяти [Мазур, 2013], ведь оно сочетает черты искусства и СМИ, являясь одновременно и каналом трансляции памяти, и механизмом ее кодирования и интерпретации. Кинематограф создает «живые» образы прошлого, легко считываемые зрителями; удачно сочетает массовые ценности, общественные стереотипы и художественную уникальность, а также искусно вплетает это все в историческое пространство. Конструируемые фильмами образы прошлого формируют основу для дальнейших объяснительных и интерпретационных конструкций [Евгеньева, 2012]. Экранные образы часто воспринимаются как достоверные и быстро запоминаются,



поскольку приобщают зрителей к процессу как участников и свидетелей исторических событий.

Однако если говорить о роли кинематографа в формировании коллективной памяти, то надо учитывать несколько моментов. Во-первых, кино — это искусство, а значит, всегда присутствуют жанрово заданные моменты и художественные приемы. Во-вторых, над созданием фильма всегда работает целая команда специалистов (режиссер, сценарист, актеры), и у каждого из них может быть свое понимание событий, которое он будет стараться донести. В-третьих, кино создается не в вакууме, а значит, при анализе всегда надо иметь в виду социокультурный контекст, в котором происходила работа над фильмом. Если суммировать перечисленное выше, то кино как источник культурной памяти формируется (осознанно или неосознанно) на основе: исторических знаний о прошлом, субъективных позиций создателей и господствующих в обществе мыслей, мнений и ценностей.

В свою очередь, государство имеет возможность поддерживать производство и прокат тех или иных кинолент, выделяя субсидии на фильмы определенных направлений или тем. Так, в 2016 году, юбилейном с момента покорения космического пространства (55 лет с полета Ю. Гагарина), Министерство культуры включило в перечень приоритетных для субсидирования тем кинопроизводства следующую: «Первые в мире. Герои, события, свершения и приключения, изменившие мир» [Приказ Министерства культуры РФ...]. Как результат, в 2017 году на широкий экран выходят сразу две российские киноленты, посвященные покорению космоса: «Время Первых» (реж. Д. И. Киселев) и «Салют-7» (реж. К. А. Шипенко). Оба фильма получили государственную поддержку и собрали более 500 млн рублей за время своего пребывания в прокате (благодаря чему не только окупили затраченный на съемки бюджет, но и вышли на лидирующие позиции по кассовым сборам среди всех российских фильмов о Советском Союзе). Фильм «Салют-7» уже успел получить кинопремию «Золотой Орел» как лучший российский фильм 2017 года. Оба фильма в целом были высоко оценены кинокритиками. А. Долин следующим образом отозвался о картине «Салют-7»: *«Прекрасный благородный фильм, в котором соблюдение жанра — как триллера, так и производственного романа — не вступает в противоречие с увлекательностью, а следование реалиям времени — фантазии сценаристов и режиссера»* [Радиовести...]. Свое мнение о фильме «Время Первых» высказал кинокритик Я. Забалуев: *«В этом фильме есть фантастический и очень страшный кульминационный блок сцен в открытом космосе, есть выдающиеся актерские работы и похвальная точность деталей»* [Газета.RU...]. Кроме того, кинокартины получили положительные оценки киноаудитории, набрав достаточно

высокие рейтинги на интернет-портале «Кинопоиск» (средняя оценка для фильма «Время Первых» — 7,542 из 10; для фильма «Салют-7» — 7,483 из 10) [Кинопоиск...]. Все это говорит о повышенном внимании к фильмам как со стороны профессионального сообщества, так и среди массового зрителя.

Таким образом, актуально рассмотрение того, какую интерпретацию историческим событиям дает современное российское массовое кино, какой образ советского прошлого поддерживают российские власти и как космические достижения тех лет преподносятся сегодня. Исходя из этого, цель статьи — проанализировать образ советского человека в современном российском кино о космосе.

Нарративный подход к анализу кино

В качестве теоретико-методологических оснований исследования используется нарративный подход к анализу кино. Данный подход предполагает, что работа должна вестись не столько с содержанием и смысловым наполнением визуального текста, сколько с тем, каким образом и через использование каких средств это наполнение достигается. Нарративный анализ отталкивается от понимания того, что при чтении текста (кинотекста) «перед нами два события: событие, о котором рассказано в произведении, и событие самого рассказывания» [Салиева, 2012]. Исследователями нарратив рассматривается как «темпорально организованное повествование» [Richardson, 1990], «воспринимаемая последовательность неслучайным образом взаимосвязанных событий» [Franzosi, 1998], «механизм организации человеческого опыта» [Троцук, 2004]. Иными словами, нарратив представляет собой сюжетно-организованное повествование о некоторых событиях, распределенных во времени, имеющее завязку, кульминацию и развязку. Цель исследования нарративов состоит в выявлении тех систем ценностей, норм и установок, которые накладывают свой отпечаток на способ «рассказывания» и на авторскую интерпретацию событий [Тищенко, 2016]. Говоря о прошлом, люди склонны оценивать происходившее с позиции их сегодняшнего положения. Как следствие, в процессе повествования они могут опускать и видоизменять некоторые события прошлого, неосознанно искажать причинно-следственные связи и т. д. [Тищенко, 2016]. Аналогичная ситуация происходит и в современных исторических фильмах (в частности, в тех, что основаны на реальных событиях). Создатели подобных кинокартин сами отмечают необходимость сознательного искажения исторической действительности для большего правдоподобия или для «перевода истории на язык кино» [Моменты...].



Таким образом, при анализе фильмов, отображающих события прошлого, нас интересует не столько историческая истинность повествования, сколько интерпретация тех фрагментов реальности, на которые указывает повествование [Борисенкова, 2010].

Анализ фильмов

Целью статьи является анализ образа советского человека в современном российском кино на примере фильмов о космосе. В рамках данной работы проводился анализ двух фильмов о космосе, вышедших в 2017 году: «Время Первых» (реж. Д. И. Киселев) и «Салют-7» (реж. К. А. Шипенко). Обе картины основаны на реальных событиях, обе были выпущены при поддержке Министерства культуры РФ. При исследовании фильмов анализировалось экранное время (длительность эпизодов), посвященное отдельным персонажам и темам. На основе полученных данных выделялись ключевые сцены и эпизоды, наиболее содержательно-нагруженные диалоги/монологи. На следующем этапе анализировалась речь главных героев кинокартин и основные темы, которые затрагиваются в высказываниях персонажей. Это позволило оценить, как персонажи позиционируются по отношению к государству, к работе и т. д.

Фильмы «Время Первых» и «Салют-7» очень схожи в сюжетной организации и способе построения повествования. И в том, и в другом случае герои-космонавты получают ответственное задание от руководства и отправляются в космос на его выполнение. С Земли за ними следят из Центра управления полетами, дают указания и контролируют ситуацию. В обоих фильмах героям приходится сталкиваться с непредвиденными ситуациями, угрожающими жизни космонавтов и репутации СССР. Для разрешения ситуаций космонавты идут на риск и, как результат, выходят победителями. Действия фильмов разворачиваются во времена холодной войны: «Время Первых» — 1962–1963 годы; «Салют-7» — 1985 год. Отчасти это объясняет внимание создателей к военной тематике, которая встречается в обеих картинах, а также к присутствию военного дискурса в обоих фильмах. *«А если американцы захватят нашу станцию, это что будет? Вторжение?» — «Не просто вторжение. Мы обязаны будем ответить»* (разговор членов Министерства обороны, фильм «Салют-7»).

Несмотря на явное присутствие в фильме «Салют-7» темы противостояния США и России, В. Савиных (прототип одного из героев фильма) отмечает, что в действительности этот вопрос мало интересовал участников той операции. Космонавт считает, что подобное преподнесение

ситуации возникло из желания создателей фильма снять популярный блокбастер [EG.RU]. Западные страны преподносятся в фильмах как потенциальные противники в этой «мирной войне». Космонавты приравниваются к солдатам: *«Солдатам приходится умирать ради интересов своего государства»* (Каманин, фильм «Салют-7»), а космические победы — к военным.

«Время Первых»

Сюжетная организация фильма «Время Первых» строится вокруг истории о первом выходе человека в открытый космос. Для значительной части героев прототипами являлись живые люди, участники исторических событий 1963 года.

Как сказал в своем интервью продюсер картины Т. Бекмамбетов: *«Фильм полностью основан на информации, которую мы получили от Алексея Архиповича (Леонова)»* [Моменты...]. Сам же Леонов отметил лишь, что: *«На самом деле было еще страшнее. Ситуация, которую невозможно в кинематографе воспроизвести. Никогда об этом никто не говорил»* [РИА Новости...]. Продюсер также рассказывает о том, что перед созданием фильма было проведено немало мероприятий по изучению подробностей тех исторических событий: *«Съемочная группа выезжала на место посадки экипажа “Восхода-2”, и мы даже нашли свидетелей экспедиции по поиску космонавтов, нам все рассказали в мельчайших подробностях»*. В общем, как утверждает Т. Бекмамбетов: *«Для игрового кино — фантастически большой процент настоящего. Выдуманно только то, что необходимо для перевода истории на язык кино. Много людей рассказывало свои биографии, но, как правило, для увлекательности приходилось что-то додумывать, а в случае с Леоновым это не нужно. К тому же все это зафиксировано в документах, мы совершенно точно знаем, что он ни в чем не приврал»* [Моменты...].

По результатам анализа фильма можно выделить четырех основных героев. На экране они преимущественно появляются в двух тандемах. Первый: космонавты А. Леонов и П. Беляев. Второй: инженер-конструктор Королев и генерал-лейтенант Каманин. В обоих парах один из героев (Леонов и Королев) выводится на передний план. Их сцены и монологи более содержательно нагружены, даже в тех эпизодах, которые не являются сюжетообразующими. Их напарники (Беляев и Каманин) скорее играют роль спутников, уравновешивая своих партнеров по эпизодам. Через взаимодействие с последними и раскрываются персонажи Леонова и Королева.



Образы этих персонажей выстроены вокруг покорения космоса как мечты. И Леонов, и Королев склонны к романтизации. Выход в открытый космос для них не столько общественно значимая задача, сколько личная цель. Основная мотивация персонажей — долг перед самим собой, желание совершить невозможное, стать первыми. Главный герой настолько захвачен своей мечтой, что она ему даже снится: *«Я сквозь потолок звезды вижу. <...> я потолка не вижу»* (Леонов, фильм «Время Первых»). Тему «мечты» затрагивает в своем рассказе о фильме и продюсер Т. Бекмамбетов: *«Слоган нашего фильма — «Подними голову». Под этим девизом Алексей Архипович (Леонов) всю жизнь прожил. То есть надо жить мечтой!»* [Моменты]. Евгений Миронов, исполнивший роль Леонова, отметил, что *«Время Первых» — фильм «про удивительное время и про удивительных людей. Многие из них прошли и войну, и лагеря. И у них не только обиды на страну не было — они не разучились мечтать. Это очень русская черта — желание вырваться из привычного хода вещей»* [Штайнмюллер, 2017].

Что же касается Беляева и Каманина — они уравнивают своих напарников-романтиков, демонстрируя подчинение существующей государственной системе. В критических ситуациях герои руководствуются установками вышестоящего руководства, стараются с ними не спорить. Леонов и Королев преимущественно действуют согласно личным интересам, высоко ценя дружбу и взаимопомощь. В то время как Беляев смиренно принимает поступающие распоряжения о своем отстранении, Леонов заявляет начальству, что кроме как со своим другом и напарником Беляевым больше ни с кем в космос не отправится. *«Напарник у меня один. Я с другим не полечу»* (Леонов, фильм «Время Первых»). Королев в своих спорах с Каманиным несколько раз заступает за космонавтов, проявляя к ним скорее личное, нежели рабочее отношение: *«Сейчас меня волнуют не тысячи, а двое»* (Королев, фильм «Время Первых»). Каманин, как представитель министерства обороны, напротив, старается исключить личное отношение к происходящему: *«Мы с вами не сестры милосердия, Сергей Павлович. А государственные тайны — не предмет для экспериментов»* (Каманин, фильм «Время Первых»). Каманин оценивает ситуацию с позиции достижения государственных целей. Как результат, он ставит на первое место национальные, а не личные интересы. *«Мы не имеем права провалить всю космическую программу ради одного человека»* (Каманин, фильм «Время Первых»). В данном фильме, как в картине «Салют-7», встречается отсылка к войне и к существовавшему противостоянию СССР и Запада: *«Идет война. Холодная, но вполне реальная»* (Каманин, фильм «Время Первых»). Несмотря на это, в фильме Леонов и Королев не раз нарушают приказы и наставления начальства, поступая в критических ситуациях так, как

считают нужным. «Почему мы, а не кто другой? Чтобы мы решали невыполнимые задачи» (Леонов, фильм «Время Первых»); *«Неготовое изделие в космос не полетит. Тем более если там будут мои люди. Только через мой труп»* (Королев, фильм «Время Первых»). И в конечном счете герои добиваются своего и оказываются правы.

По заявлениям самого Леонова, он не выжил бы, если бы не нарушал инструкции и не ломал стереотипы [Штайнмюллер, 2017].

Различаются и представления главных героев о Родине и государстве. Для Беляева и Каманина «Родина» — это поступающие распоряжения начальства и работа на благо национальных интересов. *«Это как Родина прикажет»* (Беляев, фильм «Время Первых»); *«Программу тормозить не имеем права»* (Каманин, фильм «Время Первых»). Выход в космос — еще одна ступень в гонке вооружений, в противостоянии СССР и США. Поэтому можно умереть, но нельзя приземлиться на вражеской территории или нарушить приказ. *«Мы не имеем права сажать их на следующем витке. Корабль будет на территории противника»* (Каманин, фильм «Время Первых»). Для Леонова и Королева «Родина» — это совсем о другом, это более личное. Родина для них связана не столько с государством, сколько с Отечеством, его историей: *«...потом война <...> все погибли, так у всей страны, в каждой семье», «Да мы такое прошли, столько пережили <...> да я выгрызу дыру в этом люке и выйду»* (Леонов, фильм «Время Первых»); с его народом: *«Мы и так народ, который от рождения летает в кандалах. А представляете, если их снять, что было бы? Потеряли бы равновесие и разбились бы к чертям собачьим. Вот такой мы народ»* (Королев, фильм «Время Первых»); с домом и семьей *«...ты про девочек своих забыл? Они там форму глядят, папку встречать живого!», «Мне мои не простят. Кто Вику в первый класс поведет?»* (Леонов, фильм «Время Первых»).

Таким образом, в фильме «Время Первых» отмечается разница интересов отдельных людей и целей государства. Демонстрируется два основных способа взаимодействия человека с общественно-политической системой того времени (1960-е годы). Первый — соблюдение и трансляция существующих норм и правил, выполнение установок начальства и работа (жизнь) в интересах государства. Второй — отстаивание своей точки зрения, даже если она противоречит мнению начальства; постановка личных интересов выше служебных. Причем именно персонажей второго типа создатели фильма выдвигают на передний план.



«Салют-7»

Фильм «Салют-7» основан на реальных событиях 1985 года по спасению одноименной советской космической станции. Прототипами главных героев картины послужили реальные люди: космонавты В. Джанибеков и В. Савиных.

При написании сценария создатели фильма опирались на воспоминания В. Савиных, изложенные в книге «Записки с мертвой станции» [ТАСС]. Продюсеры также отметили большую подготовительную работу, проделанную перед написанием сценария и созданием фильма: *«Мы общались со специалистами из Центра подготовки космонавтов, РКК «Энергия», Музея космонавтики, корпорации «Роскосмос» и т. д.»* [Новая газета]. Однако, как отметил космонавт В. Савиных, многие моменты в фильме были преподнесены довольно «грубо и неправдоподобно» [EG.RU...]. Наличие расхождений фильма с реальной историей признают и создатели фильма. Они даже изменили фамилии главных героев, поскольку образы киноперсонажей существенно различались с биографиями реальных участников событий 1985 года [ТАСС...]. Так, космонавты Джанибеков и Савиных стали Федоровым и Алехиным.

По результатам анализа фильма было выделено четверо главных героев: космонавты Федоров и Алехин, руководитель полета Шубин и работник Минобороны Шумаков. Последний появляется в кадре значительно реже, чем остальные трое персонажей, однако является основным представителем военного ведомства (члены которого играют в фильме ключевую оппозиционную роль). В основном персонажи взаимодействуют в двух тандемах. Алехин работает с Федоровым в космосе, а Шумаков и другие члены Минобороны вместе с Шубиным контролируют операцию с Земли.

Персонажи Федорова и Шубина очень схожи с героями Леоновым и Королевым из «Времени Первых». Все четверо чувствуют себя «первопроходцами» и готовы рисковать ради совершения того, чего раньше никто никогда не делал: *«Не уверен, что у кого-то такое выйдет»* (космонавт Зайцев, фильм «Салют-7»). Герои не представляют своей жизни без космоса, потому берутся за невыполнимые задачи, пренебрегая собственной жизнью. Так, Федоров соглашается на стыковку с неуправляемой станцией ради очередного полета в космос (который прежде был закрыт для него медиками). В обоих фильмах герои не раз демонстрируют свои человеческие качества, ставят дружеские обязательства выше служебных. *«Переживаю за Витю»* (Федоров, фильм «Салют-7»). Шубин, как и Королев, берет на себя ответственность и заступает за космонавтов перед руководством. *«Степаньч, а за что мы боремся? Зачем мы ребятам рискуем? Это ж кусок железа...»* (Шубин, фильм «Салют-7»).

Герои склонны отстаивать свою точку зрения, даже если она противоречит позиции начальства. Иногда они идут на нарушение приказов, но в конечном счете оказываются правы и выходят из ситуации победителями. Основная мотивация персонажей — ответственность перед собой и перед своими близкими. Они выполняют не столько служебный, сколько личный долг, совершая подвиги не ради государства, а ради своей страны. Родину они ассоциируют, в первую очередь, со своим домом и своей семьей, а к продвигаемым государством коммунистическим идеям относятся с некоторой иронией. *«А какая жизнь у тебя была в СССР?» — «Дочь, жена, футбол и строительство коммунизма»* (Разговор Федорова с женой, фильм «Салют-7»).

Совершенно противоположную позицию занимает в фильме Шумаков. Этот персонаж задействован всего в нескольких эпизодах, не всегда значимых для сюжета, но являющихся ключевыми и наиболее смыслонагруженными сценами. Как представитель Министерства обороны, Шумаков прежде всего думает о национальных интересах. Он несколько раз предлагает сбить станцию с космонавтами, лишь бы советские космические разработки не достались американцам — врагам СССР в этой гонке вооружений. *«Мы не можем допустить американцев на нашу станцию», «Нельзя допустить, чтобы американцам в руки попали наши передовые технологии»* (Шумаков, фильм «Салют-7»). Шумаков ориентируется прежде всего на последствия, которые могут возникнуть для государства, не думая об отдельных людях, пусть и героях космоса. *«Если вы не полетите, мы будем вынуждены сбить ее ракетой»* (Шумаков, фильм «Салют-7»). То есть образ Шумакова строится вокруг исполнения служебного долга и отстаивания государственных (а не личных) интересов.

Что же касается «инженера в скафандре» Виктора Алехина — он занимает некоторую промежуточную позицию. Он, как и Шумаков, склонен к выполнению приказов и соблюдению указаний начальства, особенно поначалу. *«Без команды нельзя. <...> Ты слышал, что сказала Земля!»* (Алехин, фильм «Салют-7»). Однако, когда космонавт оказывается в критической и практически безысходной ситуации, его системы ценностей несколько изменяются. Алехин выдвигает на первое место дружеские обязательства и не соглашается с решением руководства о спуске его на землю: *«Я никуда не полечу один»* (Алехин, фильм «Салют-7»). Он осознает ответственность перед своим напарником и перед своими родными: *«Если я вернусь один, как я своему ребенку в глаза смотреть буду? И как я твоему ребенку в глаза буду смотреть?»* (Алехин Федорову, фильм «Салют-7»).

Таким образом, в фильме демонстрируются два диаметрально противоположных типа личности. Герои по-разному позиционируют себя



относительно существующей системы и ставят себе различные цели. В первом случае ключевую роль играет личная заинтересованность в работе и достижение персональных целей. Как результат — отстаивание своего мнения, даже если оно противоречит указаниям руководства. Во втором случае, напротив, интересы отдельного человека приравниваются к интересам государства. Следовательно, люди становятся трансляторами государственного (военного) дискурса и действуют, ориентируясь на поступающие распоряжения, выполняя свой служебный долг.

Выводы

1. Космические достижения — одна из ключевых тем, используемых для конструирования исторической памяти населения России. Существуют представления о том, что для формирования коллективных воспоминаний наиболее эффективны исторические события, представляющие собой «избранную общую славу» или «избранную общую травму» [Евгеньева, 2012]. Исходя из этого можно предположить, что наиболее значимым таким событием для нашей страны является Великая Отечественная война. Это подтверждает и тот факт, что из 53 фильмов о временах СССР, вышедших за последние 10 лет, 26 картин были связаны с событиями 1941–1945 годов. Тема космоса не так востребована в качестве полноценного сюжета для фильмов (космосу посвящены лишь 4 картины из 53). Однако упоминания о достижениях советской космонавтики (в частности, о полете Ю. Гагарина) встречаются во многих современных фильмах о Советском Союзе.

Таким образом, именно вокруг подобных ключевых событий прошло и осуществляется конструирование коллективных воспоминаний. Они становятся основой для формирования единых представлений о прошлом, способствующих сплочению населения.

2. По результатам анализа фильмов «Время Первых» и «Салют-7» можно выделить существование двух основных образов «советского человека». Разграничения этих образов основываются на двух критериях. Первый — степень согласия человека с существующей общественной системой, его отношение к власти и государству. Одни герои (Каманин, Шумаков) сами являются представителями властных структур и, как следствие, склонны следовать указаниям вышестоящих и покорно работать в рамках этой системы. Другие (Леонов, Королев, Федоров) разделяют понятия «государство» и «народ», относя себя к последнему. Поэтому позволяют себе нарушение служебных инструкций, в некоторых ситуациях действуя на свое усмотрение.

Второй критерий отличия образов — цели, которые преследуют персонажи в процессе выполнения заданий. Одни герои действуют исходя из государственных задач, отстаивают позицию власти. Действуя в контексте холодной войны, они рассматривают космические операции как значимые этапы гонки вооружений. Как результат, руководствуются национальными, а не личными интересами. Персонажи второго типа, напротив, действуют исходя из личных побуждений. Космос — их мечта. Они понимают, что могут сделать невозможное, и это их увлекает. Эти герои готовы рисковать ради покорения космоса, ради своих друзей и своей семьи.

Таким образом, мы можем видеть, что современное российское кино оперирует вполне определенными типажам «советских людей». В фильмах о космосе присутствуют два основных образа: 1. Представители власти (Каманин и Шумаков — работники Министерства обороны); 2. Герои-романтики (космонавты Леонов и Федоров; руководители полетов Королев и Шубин). Что касается персонажей Беляева и Алехина — они занимают некоторую промежуточную позицию. С одной стороны, они склонны к выполнению служебных инструкций (особенно Беляев — бывший военный летчик). С другой стороны, в критических ситуациях они руководствуются скорее личной позицией, нежели распоряжениями начальства. Исходя из персональных качеств, которые приписываются героям, и их места в сюжетной структуре фильма можно отметить, что именно герои-романтики преподносятся как положительные персонажи, ключевые для советского времени. Представителей власти, напротив, создатели фильмов окрашивают преимущественно отрицательно.

Исходя из личных характеристик персонажей, которые маркируются как «преимущественно положительные» или «преимущественно отрицательные», можно сделать вывод о том, какие системы ценностей осознанно или неосознанно поддерживает современное российское кино. Так, персонажей Королева, Леонова, Шубина и Федорова создатели фильма выводят на передний план как главных положительных героев. Все эти персонажи являются скорее индивидуалистами, нежели коллективистами: профессиональная самореализация — один из основных мотивов их деятельности. Условно «отрицательные» герои (Каманин, Шумаков), напротив, придерживаются ценностей коллективизма, принимая решения руководствуясь интересами большинства. *«Результаты колоссальной работы тысяч советских граждан останутся болтаться на орбите»* (Каманин, фильм «Время Первых»). Кроме того, Шумаков и Каманин, как представители военного ведомства, действуют прежде всего во исполнение своего служебного долга. Они чувствуют свою ответственность перед государством, особенно когда речь касается отстаивания национальных



интересов в холодной войне. Остальные персонажи долг перед государством воспринимают не столько в рамках противостояния СССР и США в гонке вооружений, сколько как необходимость отстаивания интересов своего народа. Отсюда их чувство ответственности перед своими близкими: семьей и друзьями. *«Значит, будем сбивать станцию до того, как к ней подлетят американцы (Представитель Минобороны, фильм «Салют-7») — «Товарищи, а вы вообще помните, что там два наших космонавта?» (Шубин, фильм «Салют-7»).*

3. Современные российские фильмы о космосе преимущественно демонстрируют профессионально-служебную деятельность героев, отставляя на второй план их повседневную жизнь. Обе кинокартины акцентируют внимание на отношениях СССР и Запада в годы холодной войны, что подчеркивается ярко выраженным военным дискурсом персонажей, особенно это касается представителей силовых ведомств: *«Солдатам приходится умирать ради интересов своего государства» (Каманин, фильм «Время Первых»).* Сюжетная канва фильмов организована вокруг конфликта внешнеполитических интересов государства и ценностей отдельных людей. При этом кинокартины практически не демонстрируют частную жизнь героев. Жены и дети космонавтов появляются лишь в нескольких эпизодах (их суммарное экранное время в картине «Время Первых» — 06:01 мин.; в картине «Салют-7» — 13:46 мин.). Значительно больше внимания уделяется рабочим отношениям персонажей и процессу выполнения ими служебных заданий. Фильмы являются своего рода блокбастерами, в которых героям приходится постоянно сталкиваться с непредвиденными трудностями и преодолевать множество критических ситуаций.

Таким образом, современные российские фильмы о космосе преимущественно демонстрируют существование советского человека в ситуациях, близких к военным. Моменты повседневной жизни и быта героев при этом опускаются, или сводятся к 4–5 относительно небольшим эпизодам, что делает фильмы сюжетно и эмоционально насыщенными.

Литература

1. Борисенкова А. Нарративный поворот и его проблемы // НЛЮ. 2010. № 103. — С. 327–333.
2. Головашина О. В. Образ Советского Союза в социальной памяти современных россиян (на материалах эмпирического исследования) // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 11. — С. 193–198.
3. Евгеньева Т. В. Историческая память и национально-государственная идентичность в современной России // Ценности и смыслы. 2012. № 5 (21). — С. 27–36.

4. *Исаев Е. М., Пожидаева И. В.* Популярная история в современной России: мифы, образы и представления о прошлом в спортивном историческом фильме // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология. 2016. Т. 11. № 4. — С. 128–136.
5. *Мазур Л. Н.* Образ прошлого: формирование исторической памяти // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2. Гуманитарные науки. 2013. № 3. — С. 243–256.
6. *Новикова А. А., Чумакова В. П.* Советские фильмы в новой медиасреде: идеализация или дискредитация представлений о прошлом // Обсерватория культуры. 2014. № 2. — С. 61–67.
7. *Салиева Л. К.* Нарративный анализ. История и современность. Сферы приложения // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2012. № 3. — С. 116–128.
8. *Титов В. В.* Политика памяти и формирование национально-государственной идентичности в России: роль институтов культуры и массмедиа // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2016. № 3. — С. 45–57.
9. *Тищенко Н. В.* Применение нарративного анализа в исследованиях культуры: pro et contra // Общество: философия, история, культура. 2016. Вып. № 2. — С. 208–212.
10. *Троцук И. В.* Нарратив как междисциплинарный методологический конструкт в современных социальных науках // Вестник РУДН. Серия «Социология». 2004. № 6–7. — С. 56–75.
11. *Штайнмюллер Э.* Эссе «Евгений Миронов: три ярких образа одного актера» // Метеор-Сити. 2017. № 3. — С. 25–36.
12. «Салют-7»: масштабный и новаторский триллер о подвиге советских космонавтов // Радиовести [Электронный ресурс]. URL: <https://radiovesti.ru/brand/61178/episode/1554457/> (дата обращения: 19.02.2018).
13. Кинопоиск [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru> (дата обращения: 14.12.2017).
14. Космонавты рассказали о грубых ляпах в фильме о станции «Салют-7» // EG.RU [Электронный ресурс]. URL: <https://www.eg.ru/culture/394376/> (дата обращения: 19.02.2018).
15. Кувалда, подвиг и сигарета // Новая газета [Электронный ресурс]. URL: www.povayagazeta.ru/articles/2017/10/07/74107-kuvalda-podvig-i-sigareta (дата обращения: 20.02.2018).
16. Леонов о фильме «Время Первых» // РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/culture/20170413/1492135130.html> (дата обращения: 19.01.2018).
17. Приказ Министерства культуры РФ «О приоритетных темах государственной финансовой поддержки кинопроизводства в 2016 году» // Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://old.mkrf.ru/documents/orders/detail.php> (дата обращения: 17.12.2017).
18. Русский космизм // Газета.RU [Электронный ресурс]. URL: https://www.gazeta.ru/culture/2017/04/05/a_10612703.shtml (дата обращения: 19.02.2018).
19. Тимур Бекмамбетов о фильме «Время Первых». Интервью // Моменты [Электронный ресурс]. URL: <https://momenty.org/afisha/i172213/> (дата обращения: 19.01.2018).



20. Указ о проведении Года культуры // Официальные сетевые ресурсы Президента Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/news/17944> (дата обращения: 17.12.2017).
21. Указ о проведении Года российского кино // Официальные сетевые ресурсы Президента Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/news/50463> (дата обращения: 17.12.2017).
22. Федеральная программа // Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://fcpkultura.ru/> (дата обращения: 17.12.2017).
23. Что мы знаем о фильме «Салют-7» // ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/kultura/4599595> (дата обращения: 19.02.2018).
24. *Franzosi R.* Narrative Analysis — or Why (and How) Sociologists should be Interested in Narrative // *Annual Review of Sociology*. 1998. Vol. 24.
25. *Richardson L.* Narrative and sociology. *Journal of Contemporary Ethnography*, 19 (1), 1990. — P. 116–135.

Иван Иванович Набокин
Санкт-Петербургский государственный университет

Ivan I. Nabokin
St.-Petersburg State University

ПОНЯТИЕ КУЛЬТОВОГО КИНО В СОЦИОЛОГИИ

The Concept of Cult Cinema in Sociology

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению понятия «культовое кино» в социологии. Феномен культового кино был порожден западной культурой в конце 50-х — начале 60-х годов XX века, а само понятие появилось лишь в 80-х годах XX века. С тех пор оно претерпело существенные изменения, а споры по поводу того, какие фильмы считать культовыми, ведутся до сих пор. В статье дается актуальное понятие «культового кино», описывается несколько подходов к определению культовости фильмов, а также описываются критерии и приемы, по которым снимается большинство культовых фильмов.

Ключевые слова: культовый кинематограф, субкультура, маргинальная группа, культовый режиссер, критерии культового кино.

Abstract. The article is devoted to the consideration of the concept of “cult cinema”. The phenomenon of cult cinema was engendered by Western culture in the late 50’s and early 60’s XX centuries, and the very concept of cult cinema appeared only in the 80’s XX centuries. Since that time, this concept has undergone various changes, and debates over what films are considered cultic is still being conducted. The article gives an actual notion of “cult cinema”, describes several approaches to the definition of the cult of movies, and also describes the criteria and techniques by which most cult films are built.

Keywords: cult cinema, subculture, marginal group, cult director, criteria of cult cinema.

Большинство людей хоть раз в своей жизни смотрели кино, будь то документальный фильм или кассовый голливудский блокбастер. Кино является одним из любимых средств развлечения для большинства людей, именно поэтому кино — такой привлекательный объект для многих исследователей. В данной статье мы сконцентрируемся на одном из феноменов кино, а именно речь пойдет о культовом кино. Специфика изучения культового



кинематографа в рамках социологии состоит в исследовании влияния, которое культовое кино оказывает на зрителей, в описании практик просмотра данного вида фильмов, а также анализе субкультур, которые проявляют наибольший интерес к данному феномену или формируются под его влиянием.

Для того чтобы перейти к определению понятия «культовое кино», нужно разобраться со значением понятия «культ». Термин «культ» имеет особенно много толкований. Практически каждый исследователь изобретает свой собственный вариант определения. В широком смысле культ означает почитание и поклонение [Николаев, 2013]. Все культы можно разделить на несколько групп в зависимости от объекта поклонения. Им может быть какое-нибудь божество, правящая личность, разум или, как в нашем случае, — кино.

Все эти культы имеют в своей основе следующие характерные критерии:

- а) высокая степень вовлеченности членов в жизнь культа;
- б) необычность культа, привлекающая общественное внимание;
- в) наличие определенной атрибутики.

В социологии понятие «культ» используется при обсуждении поведения, идентичности различных групп или социальных движений. Относительно кинематографа рассматривается узкая группа поклонников фильма, образующих подобие религиозного культа, который понимается как «...особая форма почитания кого-либо или чего-либо и связанные с этим ритуальные действия» [Николаев, 2013, с. 32]. Как видно из определения, феномен культового кино и религиозного культа связывает между собой поклонение определенным предметам (культовое кино — поклонение фильмам), а также совокупность обрядов и практик, связанных с этим почитанием. Поклонение культовому кино проявляется в регулярном просмотре фильма, каких-либо ритуалах при совместном просмотре (например, повторение фраз за героями киноленты или показ характерных жестов), в проведении тематических вечеринок, фестивалей, в покупке саундтреков, создании интернет-сайтов для обмена мнениями с такими же поклонниками фильма, а также в создании субкультур и даже религий. Для примера можно привести перепись населения в Австралии, во время которой большое количество населения в графе «религия» указали «джедаизм» или «джедай», что является отсылкой к культовой франшизе Джорджа Лукаса «Звездные войны». Хоть это была всего лишь шутка со стороны граждан Австралии, она несомненно дополняет собой определение культового кино [Павлов, 2016].

В широком смысле под культовым кино подразумевают такое кино, которое становится объектом поклонения у определенной, часто маргинальной, группы людей. Культовый фильм вызывает чувство того,

будто он создан специально для тебя. Культовое кино впервые появилось на Западе, главным образом в Нью-Йорке, в конце 50-х — начале 60-х годов. В те времена под такое определение попадали странные, эксцентричные или сюрреалистические фильмы с уникальными персонажами и сюжетом, которые чаще всего показывали вечером или ночью в грайндхаус-кинотеатрах (кинотеатры, показывающие в основном жанровые фильмы, эксплуатирующие какую-либо популярную тему в целях быстрого заработка) или кинотеатрах под открытым небом (драйв-инах). Среди полночных фильмов было множество таких, которые освещали табуированные темы секса и насилия. Грайндхаус-кинотеатры и драйв-ины дали развитие новой культуре просмотра кино. Зрители стали неоднократно пересматривать одни и те же фильмы, нередко приходили на сеанс в костюмах героев киноленты, а также громко обсуждали фильмы во время показа, что непосредственно способствовало вовлеченности в просмотр и тому, что зрители «проживали» фильм вместе с героями картины. Существовал и такой феномен, когда просмотры тех фильмов, которые обычно показывали ночью, резко падали из-за того, что их переносили на утренние часы. Давшие начало феномену культового кинематографа полуночные кинотеатры привели к тому, что культовое кино долгое время воспринималось именно как полуночное.

Затем в 80-х годах данный термин получил широкое распространение. Было определено понятие «культовый фильм», которое стали все чаще употреблять в различных статьях и научных работах. В те времена под этим термином понималось такое кино, к которому определенная аудитория испытывает устойчивый, неослабевающий интерес. В 90-х годах феномен пошел на спад, но затем с появлением таких картин, как «Криминальное чтиво» Квентина Тарантино, «Большой Лебовски» братьев Коэн и многих других, о культовом кино заговорили вновь.

Несмотря на то что культовое кино в своей основе — это прерогатива американцев, оно, конечно, добралось и до России. Главное отличие между западным феноменом и феноменом в России — это способы его потребления. В США культовое кино обычно потребляется через просмотр в публичном пространстве, тогда как в России он носит скорее приватный характер. Культовые сообщества в России пока не так распространены, как на Западе, где они являются предметом постоянного изучения и научных дискуссий последние два десятилетия, но все равно можно говорить и о культовом кино в России. На данный момент культовым российским кино в основном считаются только советские фильмы, такие как «Кин-дза-дза!» Георгия Данелии, «Гостья из будущего» Павла Арсенова, «Любовь и голуби» Владимира Меньшова и многие другие. У зрителей, выросших на этих фильмах, они вызывают приятную ностальгию по «старому-доброму советскому



кино», более современную же аудиторию они привлекают своей экзотичностью. Отраженная там советская реальность кажется современному зрителю довольно удивительной, а вкупе с большим количеством фраз, которые стали крылатыми, знакомыми всем саундтреками фильма приобретают ту полноту и сложность, которые характерны для культовых фильмов.

Исследователи культового кино говорят о нескольких точках зрения относительно того, какое кино можно считать культовым. Оксфордский английский словарь говорит, что культовые фильмы должны иметь «устойчивый призыв к относительно небольшой аудитории» и быть «не-мейнстримом». Именно поэтому одни исследователи считают, что культовые фильмы должны быть малобюджетными и иметь небольшую, но преданную аудиторию. Так в интервью, проведенном журналом *Cineaste* («Кинорежиссер») среди киноведов, многие из них противопоставляли культовое кино мейнстримному.

Другие исследователи не ограничиваются только малобюджетными фильмами, говоря о том, что статус культового фильма может приобрести и мейнстримное кино, и приписывают статус культового кино всем известным блокбастерам, таким как «Гарри Поттер», «Сумерки», «Голодные игры» [Самутина, 2002]. Однако, говоря о мейнстримных фильмах, они делают пометку, что такой фильм становится культовым не сразу, он должен пройти проверку временем и сохранить любовь преданных поклонников. Например, «Сумерки» в свое время был таким мейнстримным фильмом, но после нескольких лет пыл вокруг данной картины поутих и у этого фильма осталось только верное ядро фанатов, которое так же преданно продолжает пересматривать и любить данное кино [Павлов, 2016].

Большинство исследователей придерживаются мнения, что фильм, чтобы стать культовым, должен пройти проверку временем. Например, при выпуске фильма «Крадущийся тигр, затаившийся дракон» ему почти сразу был присвоен статус культового, но с течением времени он не смог соответствовать данной категории и потерял свой культовый статус. СМИ часто нарекают необычные фильмы культовыми даже тогда, когда это не нужно.

Все исследователи культовых фильмов сходятся в одном, а именно том, что культовое кино создают зрители. «Прежде всего, культовое кино — это стратегия зрительского восприятия, а не какое-то свойство самих фильмов как произведений культурной индустрии» [Самутина, 2008, с. 2]. Все определения так или иначе указывают на то, что вокруг таких фильмов существует преданное сообщество фанатов. Фанаты культового кино «активны» в отличие от «пассивных» зрителей мейнстримного кино. Это можно доказать в первую очередь тем, как фанаты культового кино переосмысливаются в любимых героях и играют их роли. Например, культовость фильма

«Большой Лебовски» можно проследить на различных фестивалях, которые переполнены поклонниками фильма, одетыми в фиолетовые комбинезоны и бросающимися фразами из фильма.

Наталья Самутина в своей статье «Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу» [Самутина, 2002] делит культовые фильмы на три большие группы. Первая группа — это культовая классика. «Заводной апельсин» Стенли Кубрика — пример такой культовой классики. Изъятие режиссером фильма в Великобритании вскоре после его выпуска не дало кино стать мейнстримным. Но фильм жил в форме видеокассет, которые передавались между подростками, что превратилось в маленький ритуал, длившийся в течение следующих трех десятилетий, пока фильм не был переиздан.

Вторая группа — *midnight movies* (полночные фильмы), которые, в свою очередь, делятся на трэш-кино, кино маргинальных групп и абсурдное кино. Говоря о трэш-кино, нельзя не вспомнить, как в 1985 году кинокомпания Troma Studios выпустила один из самых удивительных, но в то же время безвкусных фильмов из когда-либо созданных. Речь идет о «Токсичном мстителе» Майкла Херца и Ллойда Кауфмана. Это был один из самых успешных низкобюджетных культовых фильмов, представляющих собой пародию на героические фильмы. Сюжет фильма рассказывал о слабаке-уборщике, который после контакта с токсичными отходами был превращен в огромного монстра с суперсилой, что сподвигло его на борьбу с беззаконием. Фильм был так хорошо принят, что за ним последовало три продолжения о мутанте-супергерое.

И, наконец, третья группа фильмов, которую выделила Самутина, — это фильмы или сериалы с продолжением. Сюда можно отнести сагу о Бэтмене или сериал «Твин Пикс» Д. Линча.

Упомянув Д. Линча, необходимо сказать, что культовому фильму может присваиваться статус культового благодаря репутации режиссера. Любой фильм становится культовым, если его снимает культовый режиссер. К мнению таких режиссеров прислушиваются ведущие кинематографисты, а миллионы фанатов каждый год ждут их новые работы. Линч прошел долгий путь, чтобы заслужить статус культового режиссера. Его первой работой был фильм «Голова-ластик», выпущенный в 1977 году и получивший одобрение критиков. Следующим фильмом Линча был нетипичный, основанный на реальных событиях «Человек-слон». Фильм был номинирован на восемь премий, но так и не выиграл ни одной. Еще одним фильмом, закрепившим за Линчем статус культового режиссера, был скандальный «Синий бархат», который получил несколько наград и был хорошо оценен критиками.



Однако не всегда культовые фильмы являются шедеврами или удостоиваются различных премий, но это не мешает им завоевывать статус культового кино, так как последнее слово всегда остается за зрителями. Зрители даже самый плохой фильм могут сделать культовым, поэтому и существует такой феномен, когда культовый статус получают откровенно плохие фильмы. Именно поэтому среди грайндхаус-фильмов (фильмы категории В — малобюджетные коммерческие фильмы) так много культовых кинолент. Фильм настолько плох, что именно поэтому его и смотрят. Одним из пунктов, которые могут сделать фильм плохим, — это избыток клише, но, с другой стороны, наличие большого количества клише может обеспечить фильму культовый статус, «...именно потому, что в ней можно найти все архетипы, именно потому, что «Касабланка» цитирует тысячи и тысячи других фильмов, где каждый актер играет уже много раз сыгранную роль, именно поэтому она вызывает у зрителей впечатление, выходящее за рамки собственно текста» [Самутина, 2002, с. 5]. Именно взаимодействие этих клише между собой и делает фильм интересным для зрителя. Такой же прием, с избытком клише, был использован в фильме «Хижина в лесу» Д. Гуддарда, который был положительно оценен критиками и который нередко называют лучшим фильмом ужасов. Нередко говорят и о том, что культовый фильм является разрушителем всех существующих жанров и основоположником новых. Среди культовых фильмов распространена тенденция, когда они сочетают в себе сразу несколько, иногда совершенно разных, жанров.

«Культовое кино всегда маргинально», — говорит Александр Павлов в своей книге «Постыдное удовольствие» [Павлов, 2014, с. 273]. Само возникновение феномена культовости обычно связано с понятием маргинальной группы. Зритель культового кино в большинстве случаев концентрирует свое внимание не на сюжете и центральной теме фильма, а на его деталях и маргиналиях. Культовые фильмы дают возможность выражения своей сексуальной или творческой идентичности. Говоря о культовом фильме, необходимо определиться, для кого именно или какой группы он является культовым. Существует множество примеров, когда разные фильмы возводились в культ определенной группой. Так, например, панки возвели в культ «Юбилей» Д. Джармена и «Экспроприатор» А. Кокса, в которых главной темой является крушение порядка и воцарение хаоса. Не удивительно, что такой фильм, как «Дикие ангелы» Р. Кормана, который повествует о байкерской субкультуре, был возведен в культ упомянутыми байкерами. «Телесеть» С. Люмета стала объектом почитания журналистов и людей, связанных с медиаиндустрией. А «Волшебник страны Оз», который считается образцом стиля «кэмп», стал иконой для гомосексуалистов.

Заслужить культовый статус могут не только успешные режиссеры. Зачастую культ может образоваться вокруг плохого режиссера. Такая судьба постигла Эда Вуда-младшего, которому был присвоен статус «худшего режиссера всех времен», что и направило на него пристальное внимание аудитории. Главным фильмом, благодаря которому он и получил такой статус, был «План 9 из открытого космоса», рассказывающий о вторжении инопланетян в Калифорнию, которые оживили мертвых. Данный фильм считается самым глупым и худшим фильмом за всю историю кинематографа. После потери инвестиций своих проектов Вуд обратился к съемке порнографических фильмов, что не редкость среди культовых режиссеров, некоторые из которых начинали со съемок фильмов подобного жанра.

Еще одним фильмом, получившим статус одного из худших фильмов, был фильм П. Верховена «Шоугелз». Фильм был номинирован на рекордное число премий «Золотая малина», но со временем он все-таки получил статус культового кино, найдя своих зрителей, которые наслаждались просмотром этой неуклюжей эротики. Это не единственный случай такого феномена. Даже некоторые фильмы, признанные сейчас классическими и обязательными к просмотру, проваливались в прокате на момент выхода. Многие культовые фильмы были холодно приняты кинокритиками, когда их впервые продемонстрировали на экране, но затем они добивались культового статуса, находя отклик у немногочисленной аудитории. Обычно это происходило посредством рекомендаций из уст в уста. Встречаются и ситуации, когда фильм не приносил больших доходов, но вызывал интерес критиков.

Не только режиссер, но и правильно подобранные актеры могут сделать фильм культовым. Поэтому можно говорить о существовании такого феномена, как «культовый актер». Статус культового актера, как и статус культового режиссера или фильма, присвоенный сегодня, может перестать считаться таким завтра. Чаще всего это вопрос мнения, так как нет строгого правила или контрольного списка, чтобы оценить, что делает культовый фильм культовым. Фильм, являющийся культовым для одного зрителя, может не являться таковым для другого.

Тем не менее можно выделить несколько критериев выделения культовых фильмов:

1. Наличие большого количества клише.
2. «Магические кадры», которые делают фильм узнаваемым и запоминающимся. Наверное, каждый знает знаменитый кадр с Мэрилин Монро в развевающемся от порыва воздуха из вентиляционного люка платье в фильме.



3. Наличие уродства, как, например, в фильме «Человек-слон» Д. Линча.
4. Наличие сцен с лишением какой-либо части тела, чем изобилует фильм «Убить Билла» К. Тарантино.
5. Наличие выразительных, запоминающихся фраз, которые впоследствии могут стать «крылатыми фразами». «Культовые фразы обладают для поклонников фильма не меньшей ценностью, превращаясь в ритуальный набор сакральных текстов, пронизывающих будничную повседневную жизнь» [Самутина, 2002, с. 6].
6. Музыка. Некоторые культовые фильмы основаны на музыке, например, «Шоу ужасов Рокки Хоррора», или могут содержать запоминающийся саундтрек, как было с саундтреком к фильму «Криминальное чтиво», который является одной из составляющих узнаваемости фильма.
7. Трансгрессия. Трансгрессивным кино может быть по содержанию или по стилистике. Следовательно, культовое кино стремится к преодолению обыденных норм и установок, путем освещения табуированных тем или просто эпатажу зрителей.

Выделив данные критерии, возникает вопрос: можно ли намеренно снять культовый фильм или кино может стать культовым только в процессе взаимодействия со зрителями? Как видно на многих примерах, намеренное создание культового фильма возможно благодаря наполнению его элементами и приемами построения культовых фильмов. «...Культовое кино становится таковым не только потому, что его боготворят зрители, но и потому, что его конструируют, и неважно, как — посредством маркетинга, авторитета кинокритика или используют какую-либо иную стратегию» [Павлов, 2016, с. 154]. Кино должно содержать в себе такие элементы, которые отпугнут массовую аудиторию, но привлекут меньшую ее часть, которая и сделает фильм объектом поклонения. Голливуд увидел в культовом кино коммерческий потенциал. Режиссеры фильмов поняли, что есть некая область, которая будет привлекать внимание, и начали это использовать, поэтому все чаще можно заметить появление стандартизированных культовых фильмов.

Подведя небольшой итог, можно охарактеризовать культовые фильмы как проверенные временем, имеющие набор специфических для данных фильмов критериев и определенную группу поклонников кинокартины. Но такой подход к рассмотрению культовых фильмов все чаще признается консервативным. Ведь если культовых фильмов должно быть немного, а также они должны пройти проверку временем, то неизвестно, как следует поступать с новыми выпущенными фильмами, которые могут содержать все признаки культового кино. Это и дало новый виток в понимании

«культового фильма». Это не значит, что старое определение перестало работать, но для понимания феномена теперь его необходимо было расширить. Так появились такие понятия, как «посткультовый», которое обозначает все картины, произведенные после 70-х годов, «метакульт» — «...фильмы, которые некоторым образом имеют отношение к традиции, но показывают ее оригинальным способом за счет бесконечных референций, интертекстуальности и иронии» [Mathijs, Sexton, 2011, с. 10], и «среднекультовый автор» (*midcult auteur*), обозначающее авторов, которые находятся на грани культового и мейнстримного кино. Так же можно говорить о каноне культового кино. Канонам будут являться такие картины, которые есть во всех списках культовых фильмов. Исследователь должен рассматривать на предмет культовости любое кино, которое упоминается как культовое, неважно, новое оно или проверенное временем.

Александр Павлов в своей книге «Расскажите вашим детям. Сто одиннадцать опытов о культовом кинематографе» [Павлов, 2016] представляет новую возможную классификацию культового кино. Он делит фильмы на три группы: ядро (устоявшийся канон культовых фильмов), например «Шоу ужасов Рокки Хоррора» или «Касабланка», полупериферия (имеющие потенциал войти в канон), например «Сумерки» или «Голодные игры», и периферия (вышедшие или еще не вошедшие в канон), как, например, потерявшая статус культового фильма комедия «Где Поппа?» К. Рейнера. Павлов также отмечает, что картины могут перемещаться по группам в данной системе.

На основе вышесказанного можно сделать вывод о том, что кино является культовым, с одной стороны, из-за особенностей производства, а с другой стороны, из-за активности зрительской аудитории. Поэтому и специфику культового кино можно изучать в двух направлениях. Первое направление — культовость производят продюсеры и режиссеры. Характерными признаками данного направления будут являться:

1. Жанровость. Культовое кино — это всегда жанровое кино, чаще всего дешевое. Поэтому так много ужасов среди культовых картин.
2. Культовый статус режиссера, который снимает этот фильм, или актера, снимающегося в данном фильме.
3. Музыка, играющая в этом фильме или являющаяся его саундтреком.
4. Интертекстуальность, которая подразумевает явную или неявную связь между фильмами — это может быть аллюзия, пародия, цитата. Например, в фильме «Убить Билла» К. Тарантино сцена, когда Беатрис вынимает бритву с одним лезвием из своего ковбойского ботинка, является отсылкой к фильму «Бешеные псы» того же Тарантино, где мистер Блонд вынимает такую же бритву в сцене с отрезанием уха.



Второе направление подразумевает то, что культовым фильм делают зрители. Данное направление также имеет свои характерные признаки:

1. Культовое кино всегда маргинально. Каждое культовое кино имеет свою группу фанатов, чаще всего маргинальную.
2. Культовые фильмы могут создавать вокруг себя субкультуры и различные сообщества, как, например, это сделали «Звездные войны». Данные субкультуры будут иметь свою символику, набор традиций, а также определенные ценности и образцы поведения.
3. Культовым фильмам присущ феномен трансмедиа, когда фильм выходит за рамки кинематографа. Так, например, саги «Голодные игры», «Гарри Поттер» и «Властелин колец» уже давно переросли из кинопродукции в «бренд», захватывающий различные сегменты, начиная от фирменной одежды/аксессуаров, заканчивая тематическими музеями/квестами и созданием компьютерных игр.

Таким образом, говоря о специфике культового кино, можно сделать вывод, что культовым оно становится в процессе производства или потребления. На этапе производства создатель может наделить фильм всеми специфическими особенностями культового фильма и завоевать данный статус, или фильм может получить статус культового через любовь и преданность зрителей.

Литература

1. *Маккарти С.* 60 культовых фильмов мирового кинематографа. — Екб.: У-Фактория, 2007. — 256 с.
2. *Николаев А. И.* Десять лекций о религии. — Иваново: ЛИСТОС, 2013. — 159 с.
3. *Павлов А.* Постыдное удовольствие. — М.: ИД ВШЭ, 2014. — 360 с.
4. *Павлов А.* Расскажите вашим детям. Сто одиннадцать опытов о культовом кинематографе. — М.: ИД ВШЭ, 2016. — 424 с.
5. *Самутина Н. В.* "Cult Camp Classics": специфика нормативности и стратегии зрительского восприятия в кинематографе // Классика и классики в социальном и гуманитарном знании. — М.: Новое литературное обозрение, 2009. — С. 490–536.
6. *Самутина Н. В.* За процветание Швеции! Культовое кино и его нестандартный зритель // Неприкосновенный запас. 2008. № 6. — С. 108–122.
7. *Самутина Н. В.* Культовое кино: даже зритель имеет право на свободу // Логос. 2002. № 5–6 (35). — С. 322–330.
8. *Самутина Н. В., Степанов Б. А.* вас, Штирлиц, я снова попрошу остаться... К проблеме современной рецепции советского кино // Неприкосновенный запас. 2009. № 3 (65). — С. 116–131.
9. *Mathijs E., Sexton J.* Cult Cinema: an Introduction. Boston-Oxford: Blackwell, 2011.
10. *Haigh I.* What makes a cult film? [Электронный ресурс] // BBC News Magazine. URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/8640334.stm (дата обращения: 16.12.2017).



Елизавета Алексеевна Чернова
Санкт-Петербургский государственный университет

Elizaveta A. Chernova
St.-Petersburg State University

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ВОДИТЕЛЕЙ В РАМКАХ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ

The Communicative Strategies of Self-Presentation of Drivers within Road Traffic

Аннотация. В данной статье рассматривается социальная сторона феномена автомобильности, а также проводится осмысление коммуникации между современными водителями легковых автомобилей на дорогах Санкт-Петербурга. В статье доказывается актуальность данной темы, так как вследствие современных процессов мобильности легковые автомобили получили широкое распространение среди населения, из чего складывается рост списка условных невербальных сигналов, используемых водителями в процессе дорожного движения. Представлено описание пилотажного исследования, по результатам которого было выделено семь способов самопрезентации водителей на дорогах Санкт-Петербурга.

Ключевые слова: самопрезентация, невербальная коммуникация, автомобильность, автомобилизация.

Abstract. In this article we consider the social part of the automobility phenomenon and carry out judgment of communication between modern drivers on roads of St. Petersburg. The relevance of this subject is proved, because using cars is very widespread among the population. The list of nonverbal signals which are used by drivers during driving is growing. The description of a research by results of which seven ways of the self-presentation of drivers on roads of St. Petersburg have been allocated is also presented in article.

Keywords: self-presentation, nonverbal communication, automobility, automobilization.



Введение

В наше время популярность личного транспортного средства растет с огромной скоростью. Аналитическое агентство «АВТОСТАТ» сообщает, что в 2017 году продажи легковых автомобилей в нашей стране составили 1 млн 595 737 единиц, что на 11,9% больше, чем в 2016 году [Лидеры авторынка...]. Покупка личного транспортного средства становится более доступной, что вызывает активный рост автомобилизации населения.

В современном мире люди вынуждены постоянно перемещаться, придумывая различные и наиболее комфортные для этого способы. Постоянные переезды и перелеты уже не кажутся нам чем-то необычным, однако такие действия несут в себе множество социальных проблем, которые непременно требуют изучения. Бесспорно, личный автомобиль делает жизнь человека проще, помогает ему ускорить ритм жизни, больше успевать. В больших городах личный автомобиль уже вовсе практически необходим, ведь он помогает человеку быть более мобильным, преодолевать дальние расстояния.

Не имея возможности общаться вербально, водители, на протяжении всего времени с момента появления автомобилей, изобретали язык. Благодаря активному развитию автомобильной системы растет и список условных невербальных сигналов, используемых водителями для коммуникации на дорогах, следовательно, появляется необходимость изучить «автомобильный язык», ведь именно он позволяет водителям лучше ориентироваться в дорожной ситуации, способствует уважению и взаимопониманию между ними. На дороге разворачивается особое взаимодействие, коммуникация, которая регулируется своими нормами и правилами. Коммуникация всегда будет указывать на то, каков человек, какой он имеет опыт. Социальные характеристики человека раскрываются через взаимодействие.

В данной работе мы рассмотрим автомобиль не как средство передвижения, но как средство самопрезентации личности его владельца. В статье мы исходим из гипотезы о том, что дорожное движение — это не просто техника, но символический обмен, комплекс технических и социальных действий, где общение между людьми играет немаловажную роль. Таким образом, актуальность данной темы в узком смысле заключается в полезности результатов исследования в маркетинге, ведь услуга преобразования своего личного транспортного средства становится все более популярна. Водители, не желая мириться с однообразием в дорожном потоке, предпринимают попытки выделить свой автомобиль, отличить его от остальных. Изучение способов самопрезентации посредством автомобиля может

помочь компаниям, работающим с автомобилистами, определить интересы и потребности современных водителей. Изучение водительского языка может помочь в определении типа автомобилиста, в выстраивании коммуникации в маркетинге, сфере обслуживания, тюнинговых агентствах и других местах. Актуальностью темы в широком смысле является возможность упрощения коммуникации водителей в процессе дорожного движения, что может повлиять на ситуацию на дорогах в целом.

Основная часть

В наше время автомобиль становится не только средством передвижения, но и важным средством самовыражения его владельца. Как отмечал британский социолог Джон Урри, исследующий тему мобилизации: «...автомобиль — это образ жизни, а не только транспортная система для перемещения с места на место». [Урри, 2013, с. 3–14] Человек начинает выражать свое «Я» при выборе марки машины, а в некоторых случаях и ее цвета. В своей книге «Социальная мобильность» Урри пишет: «Сам термин «автомобильность» включает в себя смешение человеческой самостоятельно мыслящей личности, как в слове «автобиография», и объектов, или машин, которые обладают способностью к движению, как в слове «автомат». Это двойное значение словесного элемента «авто» прекрасно демонстрирует, что «машина-водитель» является гибридной сборкой человеческих знаний и воли, а также машин, дорог, строений и указателей». [Урри, 2012, с. 243]. В процессе объединения личности и машины мы видим возникновение абсолютно новой формы отношений, возникающих между водителем и машиной, машиной и пешеходами, а также между водителями, которые коммуницируют с другими в ходе движения при помощи своего транспортного средства. По мнению Урри, важным значением автомобиля также является его способность преобразовывать обычную жизнь, жилье, путешествие и социализацию с помощью «автомобилизированного» пространства-времени [Урри, 2012].

Для многих людей автомобиль становится способом презентовать себя и продемонстрировать свой достаток. Некоторым же, скорее, важна не стоимость машины, а ее оригинальность и уникальность: редкие марки, тюнинг, аэрография, необычные цвета, наклейки, все это — средства самопрезентации, которые используются водителями в целях обозначения своих интересов, хобби, увлечений и даже политических взглядов.

Автомобиль прекратил быть исключительно удобным средством передвижения из одного пункта в другой, он превратился в своеобразный



показатель статуса своего владельца. Несмотря на то что многие покупатели машин утверждают, что автомобиль — это все же единственно средство передвижения, а главное в нем — вместительность, надежность и экономичность, большинство людей так или иначе обращают немало внимания на его внешний вид. Наравне с модой в одежде автомобильная мода тоже имеет место быть: она также постоянно меняется и трансформируется, приобретая различные новые тенденции. Покупая автомобиль, будущий владелец примеряет его к своему образу жизни, характеру, задумываясь о том, будет ли он подчеркивать его статус или, наоборот, не будет с ним согласовываться. Таким образом, значение автомобиля сегодня выходит за рамки средства передвижения и приобретает статусную функцию. По данным одного из исследований, средний срок использования одного и того же автомобиля в России намного ниже, чем в других странах [Грамматчиков, 2017]. По мнению авторов исследования, в сознании у большинства водителей марка автомобиля напрямую говорит о социальном статусе его владельца, что является примером демонстративного потребления.

На сегодняшний день можно утверждать, что институт автомобильности имеет место быть в современном мире, наравне с другими социальными институтами. Для того чтобы упорядочить, стандартизировать институт автомобильности, ему необходимо пройти процесс институционализации, который складывается из семи этапов [Бабосов, 2014]. Мы попробуем перечислить эти этапы и доказать, что на сегодняшний день каждый из них был пройден институтом автомобильности [Фролов, 1994].

Первым этапом институционализации является появление потребности, для удовлетворения которой необходимы совместные действия. В дорожном контексте ею является потребность в перемещении, мобильности. Вторым этапом является формирование общих целей. Если говорить об институте автомобильности, общей целью здесь является оптимизация времени людей, которая абсолютно необходима в современном мире информационных технологий, а также стремление к комфорту. Третий этап образования социального института — возникновение социальных норм и правил, появляющихся в течение социального взаимодействия методом проб и ошибок. Для того чтобы описать данный этап, необходимо проанализировать историю появления правил дорожного движения в нашей стране [Котлярова, 2017, с. 470–474]. Правила дорожного движения начали появляться с возникновением первых средств передвижения. За все время развития правил встречались довольно нелепые, например, одно из правил гласило, что перед движущейся повозкой должен бежать человек и кричать всем о том, что приближается экипаж [Афанасьев, 1991, с. 156]. История ПДД в России берет свое начало в XV веке, когда Иван III утвердил правила

использования почтовых трактатов с перекладными лошадьми, которые могли позволить преодолевать дальние расстояния. С тех пор, с развитием системы транспорта, правила дорожного движения также постоянно развивались и дополнялись. Сегодня мы видим полноценный сборник норм и правил, устанавливающий единый порядок дорожного движения на всей территории Российской Федерации. При этом сегодня существуют как формальные нормы, так и неформальные. Социальные нормы на дорогах продолжают появляться и по сей день. В частности, одним из доказательств завершения данного этапа институционализации является появление специального «водительского языка». Такой язык, образовавшийся в ходе социальных взаимодействий между водителями, уже сегодня имеет полное право на звание «знаковой системы», а также применяется в дорожной коммуникации ежедневно. С социальными нормами, рождающимися среди автомобилистов, необходимо ознакомиться каждому начинающему водителю, ведь не зная их, он не сможет наладить социальное взаимодействие с другими водителями. Эти социальные нормы уже являются общепризнанными в рамках дорожного движения и называются «дорожным этикетом», а их незнание может серьезно усложнить процесс использования автомобиля.

Еще одним этапом институционализации является наличие санкций. В рамках дорожного движения они применяются в случае нарушения правил дорожного движения и заключаются в штрафах, лишении прав и прочего. Еще одним доказательством существования института автомобильности является существование системы статусов и ролей на дорогах, которая охватывает всех участников дорожного движения. Здесь речь идет как о водителях и пешеходах, играющих разные роли в различных ситуациях, так и об инспекторах ГИБДД. Итак, в итоге создается четкая статусно-ролевая структура, которая является одобренной большинством участников данного социального процесса.

В повседневном взаимодействии воспроизводятся социальные отношения. В ходе использования своего автомобиля, как и в остальной жизни, его владелец осознанно или неосознанно каким-либо образом вступает в коммуникацию с другими участниками дорожного движения. Одним из важных социальных действий, осуществляемых водителями легковых автомобилей, является то, что они представляют, показывают себя окружающим его людям. Наблюдатели же формируют свое особое впечатление на основе информации, которую дает им презентующий себя человек.

Если говорить об институте автомобильности, мы можем утверждать, что в его рамках складывается множество социальных связей и отношений. Как и в любом другом социальном институте, здесь каждый индивид



прибегает к различным способам презентации себя обществу, играет определенную роль. Термин «самопрезентация» обладает множеством определений. В основном их можно обнаружить в психологических словарях и в специализированной литературе по имиджелогии и профориентологии. В педагогических, социологических и философских словарях эта специфическая категория не раскрывается [Вербицкий, 2013, с. 301].

Одной из основных работ, анализирующих феномен самопрезентации, является работа Ирвинга Гоффмана «Представление себя другим в повседневной жизни [Гоффман, 2000]. По мнению Гоффмана и его сторонников, когда человек предстает перед лицом окружающих, он старается передать им то впечатление, в котором он заинтересован. Окружающие же, глядя на поведение и внешний вид, делают выводы, сложившиеся в ходе получения ими прошлого опыта и благодаря сложившимся стереотипам.

Гоффман утверждает, что человек может просчитывать свое поведение таким образом, чтобы получить от наблюдающих желаемую реакцию. Самым очевидным примером в дорожном контексте здесь будет то, как человек с помощью дорогой марки машины выражает свою обеспеченность и статус, или, например, с помощью наклейки с политическим лозунгом на заднем стекле своей машины презентует свои политические взгляды. Владелец такого автомобиля специально таким образом показывает себя, с целью произвести определенное впечатление на зрителей.

Такое выражение себя включает два момента: что человек показывает самостоятельно и что выдает его. Понимая, что человек хочет выставить себя в нужном свете, зрители разделяют наблюдаемое на ту часть, которой актер может довольно просто манипулировать, например, через слова, и ту, которая заметна не так явно.

Не стоит забывать, что, если человек предстает перед окружающими в определенном, выгодном ему свете, ему нужно уметь контролировать те впечатления, которые он производит. Конструируемые впечатления — это хрупкая реальность, которую можно разрушить лишь одной небольшой ошибкой. Так, если нарушить свое представление какой-либо ошибкой, зрители могут заподозрить ложь. Здесь можно привести пример многочисленных скандалов с детьми именитых политиков и бизнесменов, которые ездят на элитных машинах и выставляют свою, зачастую наглую, манеру езды напоказ. Такие проявления не будут вызывать у зрителей уважения, которого они добиваются, а напротив, только антипатию, неприязнь и возмущение, ведь такой образ жизни совсем не вяжется с их возрастом и социальным статусом.

В рамках такого направления, как символический интеракционизм, феномен самопрезентации является средством становления образа «Я» и

сохранения самооценки. У. Джемс, Г. Мид, Ч. Кули и другие авторы считали, что в социальном дискурсе и взаимодействии человек пытается продемонстрировать различные социальные лица разным партнерам, чтобы представить себя в наиболее выгодном для него свете и произвести нужное ему впечатление, после чего создать собственное представление о себе самом, с помощью анализа мнений других людей. Таким образом, по Г. Миду и Ч. Кули, знания индивида о себе есть рефлексия знаний других о нем. Для приверженцев интеракционизма термин «Я» означает, в первую очередь, свои собственные действия на социальной арене, из чего следует, что знания о себе складываются благодаря тому, что на ней происходит. Эти ожидания приводят индивида к мысли, что он проявляет свои внутренние идеи, которые нуждаются в выражении. В качестве ответа индивид получает из социального мира мнения — обратную связь. Данный процесс отражает понятие «зеркального Я» Ч. Кули [Кули, 2000] и «идея Я» Г. Мида [Mead, 1934]. Так как в автомобильных потоках водитель не всегда сталкивается лицом к лицу с другими участниками дорожного движения, здесь идет речь также о реакциях, которые он ожидает.

Одним из показательных примеров такой презентации себя в дорожном контексте может служить тенденция к использованию в экстерьере автомобиля виниловых наклеек с различными юмористическими надписями, картинками, лозунгами, цитатами и прочим. Владельцы таких автомобилей уверены, что посредством такого выражения своих взглядов они создают о себе благоприятное впечатление на дорогах. В такой ситуации водитель зачастую даже не нуждается в четкой обратной связи, однако он все равно чувствует себя уверенно, понимая, что каждому водителю в машине, следующей за ним, наклейка будет заметна. В 2016 году нами было проведено пилотажное исследование «Автомобиль как средство самопрезентации», подробнее о котором будет сказано далее. Судя по ответам респондентов, чаще всего из предложенных вариантов усовершенствования автомобиля они встречают на дорогах автомобили с использованием наклеек на заднем стекле и других элементах транспортного средства. При этом в большинстве случаев это наклейки политического и патриотического характера, а также рекламные наклейки. Реакции на такой вид самовыражения среди водителей Санкт-Петербурга распределились следующим образом: 37,5% респондентов считают, что путем изменения внешних характеристик своего автомобиля водители делают его более индивидуальным, освещают свои увлечения и интересы; 12,5% назвали такие проявления пустой тратой времени и денег; 4,8% от общего числа респондентов уверены, что посредством изменения своего автомобиля водители пытаются заработать авторитет среди окружающих, а 3,8% посчитали, что такие водители



уделяют своему автомобилю слишком много внимания. Остальные респонденты затруднились ответить на вопрос.

И. Джонс и Т. Питтман считали, что самопрезентация строится на стремлении индивида расширить и поддержать влияние в рамках межличностных отношений. Таким образом они выделили пять стратегий самопрезентации для достижения индивидом власти. Этими техниками нельзя пользоваться полностью и необдуманно, ведь такое поведение может выдать намерения человека [Jones et al., 1982].

Первая стратегия — старание понравиться. Это попытка представления себя в хорошем свете перед другими. Чтобы достичь своей цели, индивид может пользоваться несколькими способами в рамках этой стратегии: соглашаться со всем, что утверждает человек, которому необходимо понравиться, восхвалять его и оказывать ему благосклонность. В то же время при использовании такой стратегии субъект рискует упасть в глазах других наблюдателей. В рамках дорожного движения можно представить ситуацию, когда водитель пропускает перед собой в свой ряд каждую машину с той или иной целью.

Второй стратегией является самопродвижение. Человек, который занимается продвижением себя, старается выглядеть продвинутым и компетентным, пытается заслужить уважение в глазах других. Примером здесь может служить украшение автомобиля виниловыми наклейками с юмористическими надписями, касающимися распространенных дорожных ситуаций или же политической, экономической обстановки. Таким образом владелец машины принимает попытку выразить свои интересы, выставить напоказ свои личностные характеристики, которые, по его мнению, заставят других водителей его уважать.

Следующая стратегия, по мнению Джонса и Питтмана, — запугивание. Здесь субъект, в целях запугивания, пытается убедить окружающих в том, что он опасен. В рамках дорожного контекста тут можно привести пример автомобиля, водитель которого пытается заслужить уважение среди других водителей с помощью опасного и дерзкого поведения на дороге, например обгонов, нарушения правил. Существуют водители, которые считают необходимым «учить» начинающих автомобилистов путем применения резкого торможения перед автомобилем «новичка». Это делается с целью обратить внимание на ошибку и научить больше их не совершать. Стоит отметить, что эта мера слишком радикальна и может вызвать аварийную ситуацию.

Четвертой стратегией является пояснение примером. Здесь индивид пытается служить для окружающих примером, убеждать их ему подражать. В отличие от стратегии демонстрации компетентности, он пытается показать значимость своей личности. Зачастую на дороге происходит

такая ситуация, когда один водитель, не обращая внимание на другого или же по невнимательности, резко перестраивается в другую полосу, тем самым «подрезая» другого участника дорожного движения. Тот, в свою очередь, считает своим долгом отплатить ему тем же самым, обогнав «соперника» и совершив такой же маневр. Таким образом пострадавший первым водитель показывает свое недовольство, а также на примере объясняет, что такие действия на дороге недопустимы.

Пятая стратегия самопрезентации, по Джонсу и Питтману, — мольба. Человек, использующий такую технику, старается продемонстрировать свою слабость и зависимость. Здесь можно привести пример обязательного знака, использующегося начинающими автомобилистами, который показывает, что машиной управляет неопытный водитель, а также знаки «Ребенок в машине», сигнализирующие другим водителям быть более осторожными. Кроме того, многие водители прибегают к использованию наклеек на заднем стекле с надписями «Пожалуйста, не сигнальте, мне и так страшно» и прочие высказывания, показывающие слабость и призванные вызвать у других водителей жалость.

В рамках данной темы нами было проведено пилотажное исследование, упоминаемое выше, с целью уточнения основных понятий и типов самопрезентации. Исследование проводилось методом анкетирования владельцев легковых автомобилей Санкт-Петербурга. Выборка была сбалансирована по полу, возрасту, сроку водительского стажа, а также по средневзвешенной цене автомобиля. В целом в исследовании приняли участие 104 водителя. В рамках пилотажного исследования выборка формировалась стихийно. В результате исследования мы выявили отношение водителей к различным способам самопрезентации посредством своего транспортного средства, а также наиболее популярные на сегодняшний день способы усовершенствования автомобиля с целью презентации своей личности. На основании результатов исследования мы выделили семь способов самопрезентации водителя посредством автомобиля. Первым наглядным способом является изменение внешних характеристик автомобиля путем изменения цвета машины, нанесения аэрографических рисунков, использования виниловых или иного рода наклеек на различных частях автомобиля. Следующий способ включает в себя различные виды тюнинга автомобиля: тонировка стекол, необычные колесные диски и многое другое. К нему мы также относим улучшение технических характеристик транспортного средства, например, увеличение громкости и мощности мотора и другое. К третьему способу мы отнесли изменение внутреннего вида автомобиля: использование мягких игрушек, а также различного рода ароматизирующих средств и других украшений внутри



машины. Еще одним способом является музыка, играющая в автомобиле. Пятым, не столь явным способом самопрезентации водителя, по результатам исследования, стал стиль вождения владельца транспортного средства. Стили вождения были сформированы на основании эмпирического исследования взаимосвязи индивидуально-типологических особенностей и особенностей стилей вождения профессиональных водителей С. В. Бонкало и М. И. Петровой [Бонкало и др., 2013]. По результатам данного исследования было выделено четыре стиля вождения: надежный, или безопасный; вежливый, или адаптивный; агрессивный, или эгоистичный, а также тревожный, или нестабильный. Шестым же способом самопрезентации, по нашему мнению, являются способы и методы парковки автомобиля. Например, парковка автомобиля в запрещенных местах: на пешеходных переходах, газонах, может также рассказывать о владельце автомобиля. Здесь стоит отметить, что стиль вождения и парковки может также указывать на слабость автовладельца, а именно на отсутствие опыта и навыков вождения. Седьмым способом является использование водителями невербального языка в процессе дорожного движения. Данный способ самопрезентации мы считаем самым широким и постараемся его раскрыть.

Водители, проводя в машине большое количество времени, начинают искать способы налаживания каналов связи. Они начинают придумывать способы общаться между собой, находясь при этом в своих транспортных средствах и практически не отвлекаясь от дорожной ситуации. Такие проявления являются способами представления себя другим на дороге. Традиционно мы привыкли рассматривать невербальную коммуникацию как что-то бессознательное, однако когда она осознанна, она автоматически включается в элемент самопрезентации.

Можно утверждать, что на сегодняшний день в пределах дорожного общения присутствуют все компоненты коммуникативного акта, так как возможно применить к дорожному общению информационную модель Клода Шеннона и Уоррена Уивера, которые представляют коммуникацию как простой линейный процесс, где она рассматривается как передача сообщения, преобразующегося передатчиком в сигнал, от источника к назначению [Шеннон и др., 1963]. Например, отправителем, инициатором коммуникации может являться водитель А, реципиентом, получателем сообщения — водитель Б, кодом может являться то, что водитель А несколько раз включает дальний свет движущемуся навстречу водителю Б с целью предупредить его о том, что через некоторое расстояние дежурит машина сотрудников ДПС. Он получает и обратную связь — водитель Б включает стоп-сигнал, высказывая этим свою благодарность.

На сегодняшний день сформировались некие единые установки и понимание определенных сигналов, подаваемых водителями друг другу в процессе дорожного движения. Более того, сегодня в Интернете можно найти целую неформальную «Азбуку дорожных разговоров», в которой зафиксированы самые популярные жесты и сигналы, наиболее часто используемые водителями. Такая азбука необязательна к изучению в автошколе, но после получения прав, для удобства, водителю так или иначе приходится изучить ее для того, чтобы суметь поддержать коммуникацию. Несмотря на то что множество вариантов невербальной коммуникации, используемых водителями, не являются формальными и не описываются в правилах дорожного движения, сейчас эти действия уже превратились в определенную традицию, которая постоянно дополняется. Мы видим, как возникают «водительские» социальные конвенции, которые в дальнейшем образуют целые знаковые системы.

Заключение

По итогам теоретического анализа мы можем сказать, что осветили лишь некоторые социальные аспекты автомобильности в Санкт-Петербурге, так как автомобильность — это огромная система, включающая в себя множество моментов. Была осуществлена попытка доказать существование социального института автомобильности посредством описания этапов институционализации, где каждый из этапов был подтвержден примером из реальной жизни. Автомобильность как социальный институт — это сложная организованная система, которая объединяет автомобили, водителей, дороги и множество других объектов, имеющая свои нормы и правила, созданная с целью упрощения процесса перемещения людей.

Опираясь на учебное исследование, проведенное нами ранее, были описаны наиболее популярные способы самопрезентации водителей в рамках дорожного движения. На основании результатов было выделено семь способов самопрезентации автомобилистов на дорогах Санкт-Петербурга, среди которых: художественное изменение внешних характеристик автомобиля; тюнинг автомобиля; украшение салона автомобиля; музыка, играющая в автомобиле; стиль вождения владельца транспортного средства; способ парковки водителя и осознанное невербальное общение в процессе дорожного движения, которое также осуществляется с целью презентации себя. Невербальную коммуникацию водителей, которая происходит осознанно, мы считаем самым широким и сложным способом самовыражения



на дороге. Такое невербальное общение складывается в целую установленную знаковую систему, используемую водителями каждый день.

В статье была применена попытка доказать, что на дорогах сегодня присутствует полноценная коммуникация, что позволяет нам считать автомобильные дороги отдельным полем для взаимодействия людей. При использовании реальных примеров нами были описаны возможности и способы современных водителей легковых транспортных средств презентовать свою личность и общаться между собой с помощью технических возможностей своего автомобиля, используя звуковые и световые сигналы, а также с помощью преобразования характеристик транспортного средства, жестов и характерного поведения. Данное направление играет значимую роль в жизни современных водителей, что делает эту тему актуальной для дальнейшего изучения и исследования.

Литература

1. *Афанасьев М. Б.* Водителю о правилах и безопасности дорожного движения / М. Б. Афанасьев, Г. И. Кликовштейн, В. А. Мелкий. — Транспорт, 1991. — 156 с.
2. *Бабосов Е. и др.* Социология. — Вышэйшая школа, 2014. — 450 с.
3. *Бонкало С. В., Петрова М. И.* Индивидуально-типологические детерминанты стиля поведения профессиональных водителей на дорогах // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2013. Т. 1, № 2 (113). — С. 162–166.
4. *Вербицкий А. А.* Энциклопедический словарь по психологии и педагогике // Психол. словарь. — М.: Издательский центр ИЭТ, 2013. — 301 с.
5. *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. — М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2000. — 304 с.
6. *Котлярова В. В., Арутюнян Ю. В., Мурашкин Р. И.* История ограничения скоростного режима // Аллея науки. 2017. Т. 1, № 10. — С. 470–474.
7. *Урри Д.* Мобильности / пер. с англ. А. В. Лазарева, вступ. статья Н. А. Харламова. — М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2012. — 576 с.
8. *Урри Д.* Мобильность и близость // Социологические исследования. 2013. № 2. — С. 3–14.
9. *Шеннон К., Уивер У.* Математическая теория связи. — М.: ИЛ., 1963.
10. *Грамматчиков М. М.* Показное потребление // EXPERT.RU [Электронный ресурс]. URL: http://expert.ru/magazine_auto/2012/03/pokaznoe-potreblenie/ (дата обращения: 13.10.2017).
11. Лидеры авторыннка России в 2017 году // Официальный сайт аналитического агентства АВТОСТАТ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.autostat.ru/infographics/32774/> (дата обращения: 16.11.2017).
12. *Jones E. E., Pittman T. S.* Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological perspectives on the self. 1982. Т. 1, № 1. — P. 230–262.
13. *Mead G. H.* Mind. Self and Society. — Chicago, 1934.

Тимур Маратович Рамазанов
Санкт-Петербургский государственный университет

Timur M. Ramazanov
St.-Petersburg State University

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ МЕЖОРГАНИЗАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Approaches to the Study of Inter-Organizational Communication

Аннотация. В работе рассматриваются основные подходы к изучению межорганизационной коммуникации, выделяются их основные сходства и различия. Межорганизационные коммуникации изучаются как один из определяющих факторов развития организации, в соответствии с этим межорганизационная коммуникация будет проанализирована с точки зрения нескольких научных дисциплин, а именно экономики, менеджмента и социологии.

Ключевые слова: межорганизационная коммуникация, социология коммуникаций, социально-коммуникативные процессы, ресурсы, издержки, сотрудничество.

Abstract. The article describes the main approaches to the study of interorganizational communication, their main similarities and differences. Interorganizational communications are studied as one of the determining factors of the development of the organization, in accordance with this, interorganizational communication will be analyzed from the point of view of several scientific disciplines, namely economics, management and sociology.

Keywords: inter-organizational communication, sociology of communication, social-communicative processes, resources, costs, cooperation.

Введение

В настоящее время межорганизационные коммуникации рассматриваются как один из доминирующих факторов в развитии организации. По сути, функционирование и выживание организации основаны на эффективной коммуникации отдельных лиц и групп, как в организации, так и за



ее пределами. Кроме того, система управления в организации, ее иерархия и прочие немаловажные факторы разрабатываются и вводятся в действие через «социально-коммуникативные процессы» [Harris, Nelson, 2008, р. 241]. Коммуникация помогает отдельным лицам и группам координировать деятельность для достижения целей, и это жизненно важно в социализации, принятии решений, решении проблем и управлении изменениями в организации.

Межорганизационная коммуникация является зонтичным понятием для изучения различных структур, организаций и их действий. Эти структуры включают альянсы, сети, коалиции, консорциумы, партнерства, совместные предприятия и проекты [Craig, Scott, Laurie, James, Joann, Timothy, Paage, 2017, р. 217]. Межорганизационные коммуникации — коммуникационное взаимодействие, в процессе которого потоки информации циркулируют между двумя или большим количеством социальных групп и организаций в целях координации и осуществления совместной деятельности либо противодействия друг другу [Бориснев, 2003, с. 151]. Межорганизационная коммуникация связана с взаимоотношениями с правительственными, государственными, региональными органами и общественностью и другими организациями. Это, как правило, заключение контрактов, создание сетей, сотрудничество, аутсорсинг, координация действий, совместное брендингирование, обмен информацией, создание новых знаний, совместное решение проблем и т. д. В связи с этим правильно выстроенная межорганизационная коммуникация, основанная на обмене сообщениями и совместном создании смысла между организациями и их заинтересованными сторонами, способствует созданию эффективных организационных структур, форм ведения бизнеса и бизнес-процессов.

Межорганизационные коммуникации представляют интерес для ряда научных дисциплин: экономики, менеджмента, социологии. Каждая наука формирует свой особый взгляд на данный феномен. Остановимся более подробно на их характеристике.

Межорганизационная коммуникация как объект экономического анализа

Межорганизационная коммуникация в рамках научного экономического подхода имеет несколько направлений анализа, из которых мною рассматриваются: теория зависимости ресурсов и экономика транзакционных издержек. Ранняя литература по межорганизационным отношениям в рамках экономики предполагает, что организации формируют межорганизационные

коммуникации для компенсации ресурсной зависимости и неопределенности. Взаимозависимость — это самое распространенное объяснение для формирования межорганизационных коммуникационных отношений. Теория зависимости ресурсов, разработанная Джеффри Преффера и Джеральдом Саланчиком в 1978 году [Pfeffer, Salancik, 2003, p. 44], основана на предположении, что наиболее важной целью организации является выживание, и что выживание требует различных типов ресурсов и не все из них могут быть созданы внутри этой организации. Таким образом, успешное развитие организации зависит от использования этих ресурсов.

Теория зависимости ресурсов возводит до абсолютного значения утверждение о том, что организации вступают в коммуникацию для получения ресурсов. Другими словами, обмен ими (например, денежными средствами, информацией) представляет собой основание для возникновения межорганизационной коммуникации, для занимающихся межорганизационными отношениями в целом и межорганизационными коммуникационными отношениями в частности. Организации добровольно вовлекаются в отношения сотрудничества для получения благ или преимуществ, предоставляемых средствами других организаций.

Для успешного управления своей зависимостью от других организаций теоретики по вопросам зависимости ресурсов утверждают, что организации должны: 1) получить контроль над критическими ресурсами как способ снижения их зависимости от других организаций и 2) получить контроль над ресурсами, которые необходимы другим организациям, таким образом они увеличивают зависимость других компаний от своей. Иными словами, в соответствии с этим подходом организации формируют коммуникации с другими компаниями с целью получения доступа к важнейшим благам и увеличения их полномочий по отношению к другим организациям в их среде [Pfeffer, Salancik, 2003, p. 59]. Как правило, в рамках теории зависимости ресурсов межорганизационная коммуникация протекает как формальная коммуникация. Необходимо обратить внимание на то, что формальной коммуникации в рамках этого подхода чаще всего предшествуют неформальные личные контакты руководителей тех или иных структур в организации, которые определяют возможности по переходу к формальным устойчивым коммуникациям на формальном межорганизационном уровне.

Следующее направление, рассмотренное мною в рамках экономического анализа, это экономика транзакционных издержек. Организационные экономисты использовали ее для объяснения формирования межорганизационных альянсов как альтернативных организационных форм для более традиционных рынков и иерархий. Теория экономики затрат на транзакции



утверждает, что транзакции выровнены с организационными структурами таким образом, чтобы обеспечить дискриминационное — по сути, экономию затрат на транзакции — совпадение [Попов, Лесных, 2006]. Затраты (затраты на производство и транзакционные издержки), связанные с различными организационными структурами, являются критическим фактором, определяющим выбор режима проведения операций. Производственные издержки организаций различаются в результате целого ряда факторов, таких как масштабы их деятельности, их размеры, географическое положение, последствия обучения/опыта и влияние собственности, например, коммерческой тайны и патентов. Операционные издержки также различаются и включают затраты, связанные с управлением, организацией и мониторингом операций на разных рынках. Таким образом, эта перспектива, предполагающая рациональный выбор участников, рассматривает существование конкретных межорганизационных коммуникаций как результат относительно сложного экономического исчисления, в рамках которого ставится цель минимизировать сумму как производственных, так и операционных издержек, а также рисков, связанных с регулирующим механизмом. Исходя из предпосылки о том, что альянсы являются следствием межорганизационной коммуникации, мы можем утверждать, что коммуникация протекает в формальной, устойчивой и постоянной форме.

Рассмотрев экономические направления анализа и имеющиеся исследования, направленные на изучение межорганизационной коммуникации с экономической точки зрения, я сделал вывод о том, что работы эти нацелены в большей степени на изучение конкретных случаев (кейсов), а не на выявление и обобщение закономерностей в рамках межорганизационной коммуникации. Таким образом, экономический подход применим для получения строго прикладных результатов при оценке межорганизационных коммуникаций с точки зрения ее экономической эффективности, что делает их нацеленными на получение рекомендации по улучшению экономической стороны этой коммуникации, а не на получение научного знания.

Межорганизационная коммуникация и ее изучение в менеджменте

В рамках менеджмента межорганизационная коммуникация рассматривается как основа эффективного управления фирмой, организации союзов и альянсов для достижения общих или индивидуальных целей компании. С точки зрения коммуникации альянсы — это объединения, образующие коммуникативное поле, которое охватывает разные элементы

и уровни организации [Зуб, 2002, с. 213]. Теория заинтересованных сторон, или теория стейкхолдеров, является одним из менеджерских подходов к формированию межорганизационного альянса и, следовательно, межорганизационной коммуникации. Она рассматривает организации в центре сети заинтересованных сторон. Эти стороны организации относятся к любой группе лиц, которые могут влиять на организацию или затрагиваются ею. К ним относятся сотрудники / члены организации, ее инвесторы, клиенты, поставщики, конкуренты, местные сообщества, в которых она служит и работает, регулирующие органы, контролирующие ее деятельность, и т. д. Таким образом, согласно теории заинтересованных сторон, организации являются средством координации интересов этих сторон, и в процессе координации возникают и протекают межорганизационные коммуникации. Идея стейкхолдеров основывается на том, что организации по своему характеру являются кооперативными системами. Поэтому, в силу своего кооперативного характера, организации, как правило, устанавливают коммуникацию с заинтересованными сторонами для достижения общих целей. Эти отношения, по-разному называемые сетями или альянсами, могут служить мощным механизмом для согласования интересов различных сторон, а также могут помочь организации уменьшить неопределенность на пути ее развития [Зуб, 2002, с. 241].

Далее мною был изучен подход совместного обучения и инноваций в межорганизационной коммуникации. Он предполагает, что организации формируют связи для использования возможностей организационного обучения и инноваций. Действительно, организационная структура обучения фокусируется на межорганизационном сотрудничестве и создании союзов в качестве реакции организаций на изменения, требующие улучшения их базы знаний, их технологического потенциала или и того, и другого. Поэтому эти подходы к межорганизационным коммуникационным связям утверждают, что такое сотрудничество может способствовать использованию и передаче существующих знаний, а также созданию новых знаний в рамках межорганизационной коммуникации [March, 1991, p. 71–87].

Согласно Джеймсу Марчу, организационное обучение, происходящее в межорганизационных союзах, можно разделить на два вида деятельности: эксплуатация и разведка. Эксплуатация связана с повышением эффективности деятельности организации за счет сокращения расходов и улучшения существующих возможностей. В этом контексте организации часто формируют альянсы в целях увеличения масштаба и одновременно сокращения расходов или повышения эффективности каналов распределения. Разведка, с другой стороны, связана с созданием новых возможностей для наращивания богатства, которые могут включать изобретения, инновации,



исследования в целях открытия новых возможностей, а так же новых рынков или улучшения потенциала поглощения. Таким образом, межорганизационная коммуникация в рамках этого подхода способствует развитию общего знания, применимого обеими сторонами этой коммуникации.

Симбиотическая модель устойчивого развития, представленная Мишелем Шумейтом и Эми О'Коннором, представляет собой прогностическую модель, с опорой на образец и результаты некоммерческой деятельности неправительственных организаций [Shumate, O'Connor, 2010]. Коммуникация между организациями и неправительственными организациями — НПО (в России чаще используется термин «общественная организация») включает корпоративное спонсорство благотворительных мероприятий, лицензирование некоммерческих и корпоративных брендов, совместный маркетинг, сертификацию НПО и партнерство коллективного воздействия. Центральное утверждение модели заключается в том, что сообщение о существовании и характере межсекторальных коммуникаций с заинтересованными сторонами, а не обмен ресурсами в рамках этих отношений имеет первостепенное значение [Shumate, O'Connor, 2010]. Таким образом, модель фокусируется на межорганизационной репрезентативной коммуникации, а не на межорганизационных коммуникационных потоках или взаимосвязях. Коммуникация является составным элементом, с помощью которого организации убеждают заинтересованные стороны в легитимности и характере альянса в попытке мобилизовать капитал.

Симбиотическая модель устойчивости включает шесть проверяемых предположений. В предположении 1 говорится, что существование связей между НПО и корпорациями, а также характер и оценка определяют заинтересованные стороны этих организаций. Это предложение обращает внимание на роль внешних заинтересованных сторон в символическом создании и интерпретации координации НПО и корпораций. К числу заинтересованных сторон относятся потребители, активисты и законодатели. Согласно предположению 2, «НПО является корпоративным партнерством», а именно побуждает заинтересованные стороны мобилизовать или ограничить капитал. Предположение 3 фокусируется на выборе партнера, предполагая, что он определяется воспринимаемой способностью потенциального партнера мобилизовать заинтересованные стороны и их ассоциированный капитал. Предложение предполагает, что накопленный капитал и положение партнеров в межотраслевой межорганизационной сети свидетельствуют о потенциальной ценности взаимоотношений. В предположении 4 говорится, что корпорации и некоммерческие организации сталкиваются со снижением отдачи от накопления партнеров. Общение ограниченного числа уникальных партнеров имеет большую выгоду для обеих сторон, чем

расширения круга сотрудничающих сторон. Риск и выгоды, связанные с налаживанием связей между НПО и корпорациями, находятся в центре внимания, соответственно, предположений 5 и 6. Как уже упоминалось выше, НПО — это неправительственная организация и примером взаимодействия между НПО и корпорациями считается организация фондов. Поскольку организации осуществляют новую организационную деятельность путем установления отношений или налаживания связей, они получают доступ к капиталу, который заинтересованные стороны связывают со своими партнерами. Кроме того, они могут также побудить заинтересованные стороны ограничить капитал из-за восприятия этого партнера. Таким образом, НПО и корпорации могут наследовать своих друзей и врагов [Сажнов, 2015, с. 1–4]. Исходя из вышеизложенных тезисов, межорганизационная коммуникация в симбиотической модели понимается как связи между НПО и компаниями, направленные на поддержание взаимной устойчивости.

Анализ этих подходов позволяет сделать вывод о том, что межорганизационная коммуникация с точки зрения менеджмента направлена на поддержание управленческой функции организации и формирование взаимовыгодного сотрудничества и координации действий.

Межорганизационная коммуникация как объект социологического исследования

Межорганизационная коммуникация недостаточно изучена в социологии в целом, так как попытки найти информацию, посвященную проработке этого вопроса, не увенчались успехом. Поэтому я постарался разработать подходы, которые будут наиболее близки к социологическому знанию и смогут объективно объяснить межорганизационную коммуникацию с социологической точки зрения.

Одним из социологических подходов является теория доменов, или теория социотехнической организации. Теория доменов подчеркивает динамику межорганизационных доменов, которые определяются с точки зрения наборов общих проблем, стоящих перед организациями. Этот подход описывается в работе Эмери и Триста [Emery, Trist, 1965, p. 21–32], которые представили понятие турбулентных сред, где проблема или проблемы, характеризующиеся сложностью, неопределенностью и неопределенными границами, не могут быть решены отдельными организациями, действующими в одиночку.

В соответствии с доменными подходами возникают межорганизационные коммуникации и межорганизационные домены, поскольку раз-



личные организации считают себя связанными с общими проблемами. Межорганизационные коммуникационные отношения концептуализируются как социально согласованный порядок, который развивается через процесс совместной оценки области. Межорганизационные сферы — это не статичные, предопределенные структуры, а процессы переговоров, когнитивного структурирования, социального строительства, создания смысла, при этом общественный порядок постоянно обсуждается и вводится в действие. Поскольку члены различных организаций разделяют видение актуальных проблем и вопросов, у них формируется область самоидентификации, то есть участники этих групп разделяют взгляды друг друга и таким образом формируется коммуникация между организациями. Она может быть не официальной и не постоянной, но конкретно в рамках общих проблем усилия двух или нескольких компаний будут объединены для поиска возможностей по решению поставленных задач.

Теория добросовестно сотрудничающих групп рассматривает процесс взаимодействия между членами группы и процесс организации этих групп. В рамках этой теории подчеркивается важность изучения процесса взаимодействия между членами организаций в рамках образованных групп в процессе сотрудничества.

Ранее межорганизационные коммуникационные исследования, как правило, предполагали, что «группы» относились к тем, кто имеет общего работодателя, местоположение или другие общие организационные характеристики. Напротив, добросовестные совместные группы представляют из себя людей, объединившихся в добровольном порядке, т. е. в процессе выполнения каких-либо функций, и их объединение чаще всего являются неформальным, но возможным к выделению. Например, сотрудники, которые могут иметь одного работодателя, но не одно и то же место нахождения, или те, кто выполняет идентичные функции в организации, но при этом работают в разных организациях. В добросовестных сотрудничающих группах — как и в добросовестных группах — исследователи утверждают о необходимости изучения динамики как внутри группы, так и вне ее, а также о том, как эти две формы организации влияют друг на друга.

Перспектива добросовестной сети была разработана в ответ на существующие модели межорганизационного сотрудничества и предполагает, что границы сотрудничества относятся к социальным вопросам, а не к формальным структурам членства. Кроме того, теория добросовестно сотрудничающих групп подчеркивает наличие мультиплексных отношений в рамках взаимодействия и воздействия факторов окружаю-

щей среды, влияющих на межорганизационную коммуникацию [Stephan, Karen, 2009, p. 81].

Говоря об институциональной теории, шансы на жизнь организации значительно улучшаются за счет демонстрации соответствия нормам и социальным ожиданиям институциональной среды, в которой она работает [Хабермас, 2007, с. 231]. Другими словами, данная теория предполагает, что условия среды оказывают давление на организации, чтобы они казались легитимными и соответствовали преобладающим социальным нормам.

В бизнес-контексте теоретики утверждают, что институциональные силы мотивируют организации к участию в деятельности или поведению, которое повысит их легитимность, улучшит их имиджевый облик, продемонстрирует, что они соответствуют преобладающим правилам, стандартам и нормам их деловой среды. Развитие межорганизационных коммуникационных связей является одним из способов получения фирмами легитимности. В качестве стратегии принятия и выживания соответствие институциональным условиям часто включает имитацию отраслевых норм, стандартов и успешной практики. В результате многие организации участвуют в межорганизационных коммуникационных отношениях просто потому, что другие успешные организации в своей среде делают это.

В третьем секторе неправительственные организации (НПО) часто налаживают связи с другими организациями в целях удовлетворения необходимых правовых или нормативных требований. Действительно, мандаты вышестоящих органов власти (например, государственных учреждений, требований законодательства или профессиональных регулирующих органов) часто служат стимулом для налаживания отношений сотрудничества, которые в противном случае могли бы не иметь добровольного характера.

Экологический подход заостряет внимание на процессах и причинах адаптации фирм к окружающим условиям, нормативным требованиям окружающей среды. Экология здесь понимается как окружающая среда вокруг фирмы, как некая экосистема, в которой существует фирма и к которой ей необходимо подстраиваться. По мнению теоретиков организационной экологии, большинство организаций испытывают обширную инерцию, и изменения происходят через эволюционный процесс вариации — отбора — удержания [Hannan, Freeman, 1977, p. 929–964]. Вариация, источник эволюционных изменений, относится к изменению процедур, деятельности или черт и может включать слепые (случайные) и преднамеренные вариации. Отбор — процесс, выполняемый для поиска оптимальных вариантов (процедур или организационных особенностей), чтобы помочь организациям лучше справляться с экологическими изменениями, т. е. подстроиться под новые условия. В процессе отбора организации вынуж-



дены вступать в межорганизационную коммуникацию, чтобы подтвердить свою причастность к системе и возможность соответствовать ее новым требованиям. В ответ на такие экологические изменения организации могли бы научиться решать новые задачи и тем самым расширять свои знания и возможности. Межорганизационная коммуникация в рамках экологического подхода протекает в форме формальной коммуникации, так как организациям в первую очередь необходимо публичное присутствие на коммуникативной арене для демонстрации адаптации к новым условиям окружающей среды.

Экологическая перспектива предполагает, что по мере изменения условий организации развивают другие межорганизационные коммуникационные отношения, которые лучше всего соответствуют измененному контексту. Отсюда следует, что новые условия определяют тип межорганизационной коммуникации, который будет использоваться организациями.

Заключение

Теоретический анализ подходов позволил выделить основные сходства и различия данных работ в рамках межорганизационной коммуникации. Главное сходство в рамках этих научных подходов заключается в том, что межорганизационная коммуникация возникает там, где две или несколько компаний объединяют свои усилия для решения определенных проблем или приобретения взаимной выгоды, что соответствует теории рационального эгоизма. Принцип рационального эгоизма заключается в том, что каждый индивид стремится к кооперации в случае, если совместные действия принесут ему больше пользы, чем составят его издержки [Neil, Baltes, 2001]. То есть компании вступают в межорганизационную коммуникацию там, где совместная работа даст возможность уменьшить издержки и (или) получить большие выгоды по сравнению с работой в одностороннем порядке. Отличительные особенности этих подходов заключаются в том, что компании объединяются для решения проблем, но проблем разного характера. Теория доменов говорит об объединении компаний перед неопределенными проблемами, теория зависимости от ресурсов делает упор на компенсацию зависимости от этих ресурсов. Экологический подход фокусирует внимание на выгодах при совместном действии в соответствии с нормами и условиями, учебный и инновационный подход акцентирует внимание на выгодах при совместном обучении. Но в целом эти подходы остаются достаточно схожи, изучая лишь разные стороны вопроса межорганизационной коммуникации. Необходимость в разработке социо-

логического взгляда на эту проблему заключается в том, что социология позволяет рассматривать межорганизационную коммуникацию не в рамках конкретно заданных кейсов, а выделить ключевые факторы и особенности, влияющие на процесс формирования, протекания и угасания межорганизационной коммуникации.

Говоря об определении межорганизационной коммуникации, необходимо заметить, что рассмотренные ранее научные подходы внесли серьезный вклад в интерпретацию понятия межорганизационной коммуникации. Обобщая основные принципы этих подходов, я могу сделать вывод о том, что межорганизационная коммуникация представляет собой обмен или передачу сообщений или информации между организациями, организациями и государством, а также внешней средой, чтобы справиться с неопределенностью, т. е. с отсутствием информации по тому или иному вопросу, которая может способствовать решению проблем и (или) получению выгод.

Литература

1. *Бориснев С. В.* Социология коммуникаций: учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 151 с.
2. *Зуб А. Т.* Стратегический менеджмент: Теория и практика: учеб. пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 415 с.
3. *Попов Е., Лесных В.* Трансакционные издержки в переходной экономике // *Мировая экономика и международные отношения.* 2006. № 3. — С. 72–77.
4. *Сажнов А. Н.* Кросс-секторальные альянсы некоммерческих организаций и бизнес-структур в процессе евразийской интеграции. Конференция «Ломоносов 2015» [Электронный ресурс]. URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2015/data/7066/uid83840_report.pdf. (дата обращения: 24.12.2017).
5. *Хабермас Ю.* Теория коммуникативного действия. Фрагменты 2007. — С. 231. [Электронный ресурс]. URL: https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/vst/2007/habermas_2.pdf (дата обращения: 24.12.2017).
6. *Craig R., Scott L., Laurie L., James R., Joann K., Timothy K., Paaiige K.* The International Encyclopedia of Organizational Communication. Oxford: Wiley Blackwell Publishers, 2017. — 217 p.
7. *Emery F. E., Trist E. L.* The causal texture of organizational environments // *Human Relations.* 1965. № 18. — P. 21–32.
8. *Hannan M. T., Freeman J.* The population ecology of organizations // *American Journal of Sociology.* 1977. № 85. — P. 929–964.
9. *Harris T. E., Nelson M. D.* Applied organizational communication: Theory and practice in a global environment. New Yourk: Lawrence Erlbaum, 2008. — 241 p.
10. *March J. G.* Exploration and exploitation in organizational learning // *Organization Science.* 1991. № 2. — P. 71–87.
11. *Pfeffer J., Salancik G. P.* The External Control of Organizations. A Resource Dependency Perspective. California: Stanford University Press, 2003. — 300 p. — P. 43–61.



12. *Shumate M., O'Connor A.* The symbiotic sustainability model: Conceptualizing NGO–corporate alliance communication // *Journal of Communication*. 2010. № 60. — P. 577–609.
13. *Stephen W. L., Karen A. F.* *Encyclopedia of Communication Theory*. Los Angeles: SAGE Reference Publication. 2009. — 81 p.
14. *Smelser N. J. and Baltes P. B.* Sociological aspects of cooperation. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier [Электронный ресурс]. URL: https://www.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/chair-of-sociology-dam/documents/articles/Diekmann_Lindenberg.pdf. (дата обращения 17.11.2017).

Полина Николаевна Ваневская
Санкт-Петербургский государственный университет

Polina N. Vanevskaya
St.-Petersburg State University

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ КОНФИГУРАЦИЯ АНТИКАФЕ В КОНТЕКСТЕ СОЦИОАНТРОПОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА (НА ПРИМЕРЕ КЕЙСА «АНТИКАФЕ “МАНСАРДА”» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ)

Spatial Configuration of Anti-Cafe in the Context of Social Anthropology (“Mansarda” Anti-Cafe Case Study)

Аннотация. В данной статье автор анализирует причины популярности заведений формата «антикафе» в контексте большого города. В качестве объекта анализа выступает кейс «Антикафе “Мансарда”» в Санкт-Петербурге. В ходе анализа применяются как социологические, так и социоантропологические теории, позволяющие проанализировать данный феномен в рамках теорий социокультурного пространства.

Ключевые слова: антикафе, социокультурное пространство, пространственная конфигурация, локус, home-like.

Abstract. The causes of popularity of places such as anti-cafes are debatable. The author discusses such causes using analysis data of concrete case “Mansarda” in St.-Petersburg. Both sociological and anthropological theories are used to analyze the case in the context of spatial theories.

Keywords: anti-cafe, sociocultural space, spatial configuration, locus, home-like.

В Санкт-Петербурге на сегодняшний день сложился локальный «рынок антикафе», предоставляющий потенциальному визитеру выбор места, в той или иной степени соответствующего его актуальным потребностям, ожиданиям и мотивам. Тем не менее, несмотря на довольно широкий диапазон заведений, реализующих концепцию антикафе, в городе можно выделить определенные точки притяжения — наиболее востребованные места — антикафе. В данной статье будет рассмотрен кейс антикафе «Мансарда» — одного из наиболее популярных антикафе в Петербурге, по версии



интернет-портала kudago. Исследовательской проблемой выступает вопрос о том, по каким причинам феномен антикафе обрел популярность, стабильно существующую по сей день, в контексте большого города. Интерес к феномену антикафе связан с наблюдаемыми изменениями в паттернах реализации досуговых практик в большом городе. Также интерес связан с актуальным на сегодняшний день «пространственным» досуговым дискурсом: довольно часто фокус внимания в описаниях заведений или мест для проведения досуга сосредоточен на «пространствах» — креативных, свободных и т. д. В этой связи основными целями статьи выступают: попытка раскрыть образ антикафе, существующий в досуговом интернет-дискурсе, и рассмотрение социокультурных характеристик пространственной конфигурации данного заведения. Будут рассмотрены паттерны включения в пространство, или паттерны преодоления символических границ, опосредованных материальными объектами.

Антикафе, как вместилище локусов взаимодействия агентов [Гидденс, 2005], которые включены в определенный социокультурный контекст, рассматривается с точки зрения антропологии пространства в связи со спецификой данной области знания. Антропология пространства фокусируется на изучении как физического, или материального, пространства повседневной жизни человека, так и на его связи с социокультурными аспектами. Так, сам феномен социокультурного пространства можно определить как определенный контекст, понимание которого необходимо для выстраивания эффективной стратегии взаимодействия. Имея четкие представления о специфике социокультурного пространства, агент становится в нем «своим». Во многом это объясняется тем, что понимание «языка символов пространственной среды — основа основ существования в определенном локусе социокультурного пространства» [Васильева, 2009, с. 76].

Мода на антикафе начала захватывать досуговые пространства больших городов России в 2011–2012 годах. Сегодня столь яркого ажиотажа публики, желающей провести свободное время в месте, где можно оплатить лишь время пребывания там, уже почти не наблюдается. Антикафе, или тайм-кафе, сегодня — это часть рутинной повседневности жителя большого города, чей образ жизни диктует необходимость выбора нейтральной территории, или «третьего места» [Ольденбург, 2014], в качестве вспомогательной пространственной конфигурации: для возможности вести дела, для проведения неформальных встреч, для реализации досуговых практик. Однако эти заведения не теряют посетителей, а даже, наоборот, приобретают новых, несмотря на то что вспыхнувшая ранее дискурсивная волна темы «антикафе как необычного формата заведения» сошла на нет.

Первоначальная волна интереса к антикафе как к непривычному типу заведений была связана с особенностями организации работы мест подобного формата: посетители платили только за время, проведенное в этом месте, по установленному тарифу (2–3 рубля в минуту). При этом посетителям предлагалось угощение в виде неограниченного количества кофе, чая, других безалкогольных напитков и легких снеков, но главным предложением было место для времяпрепровождения — для досуга, удаленной работы, деловых или неформальных встреч и т. д. Данная концепция стала базовой для большей части антикафе Санкт-Петербурга и других городов России и остается актуальной вплоть до сегодняшнего дня. Еще одна значимая особенность заведений формата антикафе — это отсутствие привычного персонала, включающего официантов и уборщиков. Вместо них — молодые администраторы (как правило, в возрасте до 35 лет), которые разговаривают с посетителем практически на равных, давая понять, что он (посетитель) здесь не столько в кафе или ресторане, сколько «в гостях», что подразумевает определенную долю самостоятельности, а также ответственности за предоставляемую свободу действий. Чаще всего, конечно, это предполагает добровольную готовность посетителя помыть и убрать за собой посуду. Другая особенность кроется в самой сущности антикафе: это «свободное пространство», где посетитель может выбрать себе занятие по интересам (чтение книги, чаепитие, настольная игра, беседа, учеба или удаленная работа и проч.). Также он (посетитель) может получить бесплатное угощение в неограниченном количестве в виде чая или кофе и легких снеков, при том что приготовление напитков осуществляется самим посетителем, без привлечения администраторов. С их же стороны может быть оказана помощь в «ознакомлении» с пространством: пояснением, где и что находится или как пользоваться тем или иным прибором и т. д.

Итак, теперь мы можем перейти к описанию поля исследования. В чем же состоит специфика выбранного для исследования кейса? Антикафе «Мансарда» находится в бывшем доходном доме, построенном в 1913 году архитектором К. В. Бальди, по адресу улица Марата, дом 26–28. Само заведение обнаружить достаточно трудно, если заранее не знать его расположения, поскольку вывеска над входом в парадную небольшая и неяркая. Антикафе было обустроено в бывшем жилом помещении — в квартире, находящейся на последнем этаже дома, и, чтобы добраться до нее, посетителям необходимо сначала позвонить в домофон, чтобы затем войти в парадную и подняться на последний этаж. Почему этот факт важен для анализа? Подобная организация преодоления пространственных границ, воплощенных в привычных и простых формах, настраивает человека на



соответствующее восприятие его последующих действий. Данная ситуация фреймирована как «приглашение в дом», а посетитель соответственно совершает «поход в гости» или «возвращение домой», при условии ранее произошедшего знакомства с местом.

Приведенные в статье выводы были выстроены на основе анализа данных, полученных в ходе включенного наблюдения в пространстве антикафе «Мансарда», контент-анализа тематических разделов интернет-порталов spb.zoon.ru и tripadvisor.ru, посвященных данному заведению. Также для контент-анализа были взяты текстовые отзывы, оставленные посетителями «Мансарды» на специально оборудованной доске в пространстве данного антикафе (фото № 1, 2). Внимание акцентировалось на категориях, ставших своеобразным каноном в описании антикафе. В общем массиве данных с наибольшей частотой наблюдались категории: «уют», «дом», «по-домашнему», «атмосфера», «чай», «кофе», «тапочки», «комфорт». Очевидно, что подобный набор категорий вызывает ассоциации с возможно несколько идеализированным, домашним пространством. Знание, что антикафе есть место «как дома», позволяет сконструировать не только образ самого места, но и образ того, как действовать в рамках этого места. Иначе говоря, существующий в интернет-пространстве досуговый дискурс (а возможно, наряду с ним и туристический) вокруг «Мансарды» дает потенциальному агенту этого места знание контекста, которое, как уже было сказано ранее, обеспечивает успешное «включение» в пространство. Стоит подчеркнуть, что именно так — за счет актуализации знания об антикафе как о месте «как дома» — конструируется образ визита в антикафе как похода «в гости», иначе говоря, в обжитое, атмосферное пространство, способствующее вовлечению в социальное взаимодействие. В ином случае, если посетитель не обладает знанием о специфике антикафе и не сконструировал для себя образ этого места, велика вероятность, что он (посетитель) столкнется с почти «гарфинкелевскими» нарушениями фоновых ожиданий. Например, можно наблюдать случаи, когда «посетители-новички» ошибочно принимают администраторов за официантов, ожидая привычные для кафе формы обслуживания, и впоследствии остаются недовольны.

Рассмотрев специфику процесса формирования образа антикафе, в частности «Мансарды», перейдем к анализу пространственных характеристик этого заведения. Итак, любое антикафе — это специфическое социокультурное пространство, т. е. «система координат, определяющая взаимодействие индивидов в каждой конкретной ситуации» [Васильева, 2009, с. 75]. «Мансарда» представляет собой локальность [Гидденс, 2005], задающую общий для данного пространства социокультурный контекст и обладающую рядом характеристик: во-первых, это зонирование



Фото № 1 Отзывы посетителей антикафе «Мансарда»



Фото № 2 Отзывы посетителей антикафе «Мансарда»



пространства, во-вторых, это наполненность материальными объектами, ассоциирующимися с домашним пространством. Стоит отметить, что выделенные особенности — это не уникальные черты «Мансарды». В Санкт-Петербурге довольно много других заведений формата антикафе («Циферблат», «12 комнат», «Цифербург», «О'Лень», «Мечта тут» и другие), где также можно выделить ряд пространственных зон. Кроме того, предметы интерьера и всевозможные объекты — будь то посуда, предметы декора вроде цветочных горшков, книги и т. д. — часто подбираются так, чтобы создать и подчеркнуть уютную атмосферу этих мест.

Что касается «Мансарды», то в пространстве этого антикафе можно выделить 8 функционально-символических зон:

- Прихожая, она же ресепшн, где посетители могут снять и оставить верхнюю одежду, а также переодеть обувь и воспользоваться предложенными тапочками.
- Пространство «Первый зал», где располагаются столики с мягкими диванами.
- Игровое пространство (небольшое углубление в «Первом зале»), где находится игровая приставка.
- Изолированная комната «Куб», специально отведенная для коворкинга или для любителей пошуметь, не мешая окружающим.
- Балкон с видом на двор-колодец.
- Пространство «Облако» на возвышении над «Первым залом», где помещаются мягкий диван и небольшой столик.
- Зал-кухня, оборудованный кофемашиной, раковиной, микроволновой печью, мини-холодильником и посудомоечной машиной, причем всеми приборами посетители могут пользоваться самостоятельно.
- Пространство «Второй зал», где есть не только столы с мягкой мебелью, но и три оформленные по-разному корнера, где предполагается размещение больших компаний: это места из стола и 8–10 сидений-стульев к нему.
- Пространство «Второй этаж», построенное над тремя вышеописанными корнерами.

Большинство зон является проходными, кроме пространства «Куб», представляющего собой отдельную комнату, а также пространств «Облако» и «Второй этаж», которые как физически, так и символически имеют границу в виде лестницы. Выделенные зоны мы также можем разделить на «центральные» и «периферийные» [Гидденс, 2005, с. 201]. К периферийным мы можем отнести прихожую и балкон (как место для курения) — как

пространства, которые являются лиминальными [Ван Геннеп, 1999] и транзитными, т. е. своеобразными не-местами [Оже, 2017].

Как уже было отмечено, для создания образа места и его особой атмосферы немаловажную роль играет материальная составляющая пространства «Мансарды». Физическое, или материальное, пространство антикафе, в терминологии И. Гофмана, наполнено «реквизитом» [Гофман, 2006, с. 102], или набором артефактов, взаимодействие с которыми позволяет агенту структурировать данное пространство как domesticiрованное, иначе говоря, как присвоенное, обжитое, «домашнее», — за счет реализации практик, закрепленных за вышеуказанными артефактами. Посредством воспроизводства практик, соответствующих определенной социокультурной среде, происходит воспроизведение структуры, для которой эти практики характерны. Такая логика восходит к теории структуризации Э. Гидденса: «Структура не является чем-то “внешним” по отношению к индивидам: будучи своего рода “отпечатками” в их памяти и проявляясь в социальной практике, она представляется скорее “внутренней”, нежели внешней (как это считал Дюркгейм) по отношению к их деятельности» [Гидденс, 2005, с. 70].

В логике Гидденса немаловажно также, что «структура не существует независимо от знаний деятелей относительно того, что они делают в процессе повседневной деятельности. Субъекты деятельности всегда имеют представление о том, что делают: в виде некоторого описания, существующего на уровне дискурсивного анализа» [там же, с. 71–72]. Именно в связи с данным положением актуально рассмотрение дискурсивного конструирования образа антикафе: воспроизводство практик domesticiкации, или символического присвоения, социокультурного пространства осуществляется посредством знания о его характере. В данном случае — о пространстве «как дома».

Какие же актуальные практики были выявлены в ходе наблюдений в пространстве антикафе «Мансарда»? Рассмотрим их:

- «Посиделки» — дружеские встречи с распитием напитков и играми (настольными или видеоиграми).
- Романтические встречи.
- Ожидание — намеренное времяпрепровождение в антикафе с целью скоротать свободное время в ожидании чего-либо.
- Вечеринки — празднования дней рождения, девичники, выпускные вечера, корпоративы.



- Тематические встречи — фотосессии, воркшопы и мастер-классы, встречи клубов по интересам (например, встречи любителей настольных игр или встречи молодых мам).
- Коворкинг.
- Учеба — групповые занятия и индивидуальные занятия с преподавателями.
- Отдых — распитие безалкогольных напитков (чай, кофе), чтение книг.

Ключевой особенностью реализации выявленного спектра практик является взаимодействие с материальным пространством, в частности, через практики угощения — неотъемлемую часть антикафе. Самостоятельное приготовление и прием пищи в антикафе с точки зрения социальной антропологии выступает в качестве ритуализированного действия, т. е. «стереотипной последовательности действий, которые охватывают жесты, слова и объекты, исполняются на специально подготовленном месте...» [Тэрнер, 1983, с. 32]. Кроме того, данную практику релевантно включить в последовательность обрядов перехода [Ван Геннеп, 1999], связанных с символическим «включением» в пространство антикафе. В этой связи необходимо обратиться к социоантропологическому делению на прелиминарные обряды (обряды отделения от прежнего мира), лиминарные обряды (совершаемые в промежуточный период) и постлиминарные обряды включения в другое социокультурное пространство [Ван Геннеп, 1999, с. 24]. Привлечение, казалось бы, далеких от темы антикафе антропологических теорий можно объяснить тем фактом, что наша повседневная жизнь, даже на микроуровне, наполнена обрядами и ритуалами, пусть и нерелевантными. Применяя подобный подход к анализу антикафе, можно представить, что пространство антикафе — это особый «мир», в терминологии Ван Геннепа. «Мир» в данном случае можно приравнять к тому, что ранее было названо социокультурным пространством, или контекстом. То есть, попадая с улицы в антикафе, посетитель как бы «переключается»: из пространства города он *переходит* в пространство «как дома», и оно имеет свой собственный контекст, свои правила, в корне отличные от тех, что существуют в пространстве улицы. Именно этот микропроцесс *перехода*, или символического выхода из одного пространства и включения в другое, и находится в фокусе внимания.

Возвращаясь к топологии обрядов перехода, посмотрим, как их можно применить к анализу включения в пространство антикафе. Не стоит забывать, что речь все еще идет о нашем кейсе — о «Мансарде». В качестве прелиминарного обряда выступает практика вхождения в чужой дом, т. е. звонок в домофон и поднятие на лифте или по лестнице с осознаваемым

мотивом посещения антикафе. Лиминарным обрядом выступает практика регистрации посетителя антикафе (со стороны администратора) и практика смены уличной обуви на «домашнюю», т. е. на тапочки (со стороны посетителя) — по завершении посетитель приобретает статус гостя. Постлиминарным обрядом, совершаемым гостем антикафе, становится его взаимодействие с материальным пространством — в первую очередь это воспроизведение практики угощения (его приготовления и потребления), что имеет следствием преодоление символических границ и полноценное включение в пространство. Этот процесс имеет следствием выстраивание субъективного «чувства места». Данный термин, введенный антропологом Э. Холлом, обозначает такое положение агента, когда он имеет четкое, сформированное представление о потенциально реализуемых действиях и возможных реакциях на них, релевантных для данного социокультурного пространства, что обеспечивает безопасность и комфорт общения [Васильева, 2009, с. 77].

Рассмотрев пространственные характеристики анализируемого кей-са, резонно обратиться к исследовательскому вопросу — каковы причины популярности антикафе как нейтральной территории для социального взаимодействия? Итак, антикафе создает условия, необходимые для реализации неформального общения и взаимодействия, за счет своей атмосферы уюта и, как следствие, вызываемого чувства комфорта. Аргументация выдвигаемого положения выстраивается на основе сравнения с опытом исследований датской социоантропологической школы.

Д. Т. Линнет, исследователь-антрополог Университета южной Дании, занимался изучением кафе в Копенгагене, и в фокусе его внимания находилась взаимосвязь материальных характеристик пространства кафе с конструированием уютной и домашней атмосферы [Linnet, 2012]. Рассуждения автора выстраивались вокруг специфичного датского концепта, относящегося к ощущениям уюта и спокойствия, — «хюгге». В России, в частности в Санкт-Петербурге, дискурс, обращенный к данной социокультурной особенности датчан, стал формироваться в течение осенних месяцев 2017 года — с выходом книги датского социального исследователя счастья Майка Викинга.

Для Линнета атмосфера уюта и спокойствия строится на основе связанных друг с другом в подобие сети элементов — материальных объектов, освещения, звуков, зонирования [Linnet, 2012, р. 403]. Кроме того, он отмечает важность роли неформальных отношений персонала и посетителей, а также совместное распитие напитков, в частности чая и кофе, посетителями кафе, поскольку данная практика значима для формирования атмосферы «хюгге», т. е. уюта и дружелюбной атмосферы [там же].



В российском контексте, в кейсе «Мансарды», постоянное акцентирование внимания на концептах «уют» и «домашности» позволяет провести вольную аналогию с датским, практически традиционным, феноменом «хюгге». Стратегия подчеркивания сходства с домом, реализуемая в «Мансарде» как в материальном, так и в социокультурном контексте, становится успешной, поскольку дает возможность потенциальному гостю найти место, которое позволяет дистанцироваться от системы масс-маркета [там же]. Кроме того, такие home-like-места — это спасательные острова для тех, кто хочет вырваться на некоторое время из скоростной и полной стресса жизни современного города, возводя вокруг себя материально-символические границы. Ведь еще классик социологии Г. Зиммель писал о «повышенной нервозности жизни» [Зиммель, 2002, с. 1] в большом городе.

Таким образом, в данной статье был проанализирован в социологическом и социоантропологическом контекстах феномен антикафе на примере петербургского кейса антикафе «Мансарда». В ходе анализа был получен ответ на поставленный исследовательский вопрос о причинах популярности антикафе. Резюмируя, можно сделать вывод, что популярность антикафе обуславливается фактом специфических пространственных характеристик. Во-первых, в антикафе гость самостоятельно взаимодействует с материальным пространством, тем самым преодолевая символические материально опосредованные границы и выстраивая собственное «чувство места», обеспечивающее комфорт и чувство безопасности. Во-вторых, материальность антикафе конструирует атмосферу уюта, дома и спокойствия, которые выступают доминирующими характеристиками подобного места. В совокупности эти характеристики становятся условиями, благоприятствующими социальному взаимодействию.

Литература

1. *Ваневская П. Н.* «Дом вдали от дома»: антикафе как форма домостроения социокультурного пространства города // Российское социологическое общество: история, современность, место в мировой науке / Материалы научной конференции к 100-летию Русского социологического общества имени М. М. Ковалевского, 10–12 ноября 2016 года. — СПб.: Скифия-принт, 2016. — С. 1428–1430.
2. *Васильева Д. А.* Социокультурное пространство взаимодействия в контексте изучения организации культурных различий // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. 2009. Вып. 1, Ч. II. — С. 75–80.
3. *Геннеп А.* Обряды перехода. Систематическое изучение обрядов — М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1999. — 198 с.

4. Гидденс Э. Устройство общества: Очерк истории структуриации. — 2-е изд. — М.: Академический Проект, 2005. — 528 с.
5. Гофман И. Закрепление форм деятельности // Социология вещей. Сб. статей / под ред. В. Вахштайна. — М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. — С. 54–117.
6. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. № 3 (34), 2002. — С. 1–12.
7. Йоргенсен М. В. Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. — Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. — 352 с.
8. Оже М. Не-места. Введение в антропологию гипермодерна. — М.: Новое литературное обозрение, 2017. — 136 с.
9. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. — М.: Новое литературное обозрение, 2014. — 456 с.
10. Тэрнер В. Символ и ритуал. — М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1983. — 277 с.
11. Антикафе «Мансарда» на улице Марата // Официальный сайт рекомендательного сервиса «Зун» [Электронный ресурс]. URL: https://spb.zoon.ru/restaurants/antikafe_mansarda_na_ulitse_marata/ (дата обращения: 28.11.2017).
12. Антикафе-клуб «Мансарда» // Pro.KudaGo.com — сервис по продвижению событий [Электронный ресурс]. URL: <https://kudago.com/spb/place/antikafe-mansarda/> (дата обращения: 28.11.2017).
13. Антикафе-клуб «Мансарда» // Официальный сайт компании TripAdvisor [Электронный ресурс]. URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g298507-d7136103-Reviews-Timecafe_Mansarda-St_Petersburg_Northwestern_District.html (дата обращения: 28.11.2017).
14. Linnet J. T. The social-material performance of cozy interiority. — International Congress on Ambiances, Montreal 2012, Sep 2012, Montreal, Canada. International Ambiances Network. — P. 403–408.



Мария Владимировна Борискина
Санкт-Петербургский государственный университет

Maria V. Boriskina
St.-Petersburg State University

МОДА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ КОД КОНКРЕТНОГО ИСТОРИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ

Fashion as a Social Code of the Specific Historical Time

Аннотация. В статье анализируется мода как культурный и экономически значимый социальный феномен. Цель данной статьи — рассмотреть становление моды как символического социального явления, изменяющегося на протяжении времени. Анализ начинается с важных для моды аспектов — одежды и ее функций. Затем рассматривается, как функции одежды менялись с течением истории и какое влияние исторические явления оказывали на внешний облик людей. Также описывается формирование моды как социального института и его последующее развитие.

Ключевые слова: мода, коммуникация, идентификация, социальный институт, символ.

Abstract. The article analyzes fashion as a cultural and economically significant social phenomenon. The purpose of this article is to consider the formation of fashion as a symbolic social phenomenon, which changes over time. Analysis begins with an important object for fashion — clothes and their functions. Then the consideration as a function of clothing changed with the course of history, and what impact historical phenomena had on the external appearance of people. Also describes the formation of fashion as a social institution and its subsequent development.

Keywords: fashion, communication, identification, social institution, symbol.

Слово «коммуникация» у большинства людей, скорее всего, будет ассоциироваться со словами и способами их передачи. Однако наш индивидуальный образ также передает сообщение о том, кто мы, что мы считаем важным и как мы хотим, чтобы другие смотрели на нас. Мы объективизируем себя, чтобы передать информацию о себе другим, и одежда — один из важных способов передачи информации, связи себя с обществом.

Одежда является внешним знаком, как транслирующим, так и защищающим социальные различия, институализированным инструментом социального контроля. Одежда — это то, с помощью чего индивиды идентифицируют себя. Существует по крайней мере три уровня идентичности, которые одежда может передать: личная, культурная и историческая. Например, женщина, одетая в хиджаб, идентифицирует себя как приверженца конкретных религиозных и культурных норм. Транслируя свой внешний образ, мы можем либо приблизиться к другим (т. е. идентифицировать себя как часть определенной группы — например, через униформу) или, напротив, дистанцироваться от них.

Оглядываясь на ход истории человечества, можно увидеть, насколько важна была одежда не только в процессе передачи важной информации о нас самих и группах, с которыми мы связываемся, но и в процессе установления определенных культурных и социальных норм, которые поддерживают как форму, так и структуру общества. Для этого нужно понимать, как одежда развивалась от объекта, защищающего тело от внешней среды, до явления, представляющего инновацию и творческое самовыражение — моду.

Одежда ранних человеческих обществ, по-видимому, была больше функциональной, чем модной, но этот факт не препятствовал распространению одежды в человеческой культуре как инновации. Ранняя одежда человека была, в первую очередь, функциональной, гарантирующей охотникам и собирателям, например, определенную степень защиты от внешней среды, сохраняя при этом легкость движения.

Однако переход от одежды как функционального объекта к объекту, который также обладал свойствами самовыражения и коммуникации, был относительно быстрым. Племена африканцев и индейцев имеют богатые традиции создания одежды, особенно для церемониальных целей. Степень и качество отделки, а также используемые материалы транслировали статус владельца в племенной иерархии. Например, перья орла и сложные головные уборы предназначались для старейшин и вождей племен. Некоторые предметы одежды были предназначены для ношения во время важных церемоний и обрядов и не были частью повседневной одежды. Считалось, что такая одежда пропитана особыми магическими и защитными свойствами. Схожие тенденции изменения функций одежды были характерны в том числе для христианской религии. Например, общее символическое значение подрясника и рясы — свидетельство отрешенности от мирской суеты, символ духовного покоя.

По мере того как начал происходить переход от одежды как способа защиты от внешней среды к широкому кругу социальных значений, можно заметить, как типы и стили одежды начали диверсифицироваться. Одежда



стала индикатором гендерной и социальной стратификации, против чего затем начнут бороться различные социальные группы. На Западе в середине XX века в моде произошли резкие изменения в сторону самовыражения и самоопределения. Социальные нормы в одежде начали ослабляться, также начали меняться социальные институты, диктующие нормы и правила во внешнем облике людей.

Любые изменения в обществе оставляют свой след на образе людей, особенно если это касается глобальных изменений в политическом и социальном поле. Дело в том, что нормы поведения в основном формируются под влиянием быта. Таким образом, люди придают символическое значение тем или иным вещам. Например, рассматривая модный контекст осени 1917 года, мы уже увидим изменения по сравнению с дореволюционным обликом горожан. На улицах уже нельзя было встретить людей в ярких офицерских мундирах, а также прекрасных дам в шляпках и кружевных платьях. Символическим выражением военной и коммунистической повседневности были определенные фрагменты внешнего облика уличной толпы. Г. Уэллс, оказавшись в Петрограде осенью 1920 года, писал, что люди ходили в обношенной одежде, сомневаясь, что у них вообще есть во что переодеться [Уэллс, 1958, с. 13, 17]. На улицах стали появляться мужчины и женщины в культовой одежде того времени — в кожаных куртках и фуражках, — ассоциирующейся с образами чекистов и комиссаров, а также солдатских гимнастерках, перепоясанных кожаными ремнями. Самой популярной мужской одеждой стали сатиновые косоворотки, надетые с городскими пиджаками. Женщины облачались в платья, сшитые из холста, прямые юбки из солдатского сукна, ситцевые блузы и матерчатые куртки. Мужские гимнастерки, перекочевавшие в женский гардероб, подчеркивали равноправие между советской женщиной и советским мужчиной. Отсюда следует, что революция происходила не только во власти, но и в повседневности. Социальная трансформация находит свое отражение в стиле, предметах одежды.

Вещи-знаки создают своеобразный код конкретного исторического времени и маркируют свойственные ему нормы, представления о красоте, состоятельности, сексуальности, прогрессивности или отсталости. Поэтому действительность имеет очень яркое отражение в таких, казалось бы, простых вещах, как одежда, прическа, обувь. Каждая эпоха оставляет на них свой символический социальный код. Поэтому при рассмотрении таких глобальных явлений, как революция, необходимо обращать внимание на то, как она влияла на повседневный быт людей.

Мода появляется намного позже, чем одежда. Принято считать, что эти понятия тесно взаимосвязаны, но это не совсем так. Одежда является

материальным объектом, в то время как мода — явление символическое по своей сути. Одежда присутствует в любой культуре, а мода — это институализированное и систематизированное явление. История моды начинается с истории костюма, т. е. одежды, но позже оформляется как самостоятельный социальный институт — исторически сложившаяся форма организации и регулирования общественной жизни, обеспечивающая выполнение жизненно важных для общества функций, включающих совокупность норм, ролей, предписаний, образцов поведения, специальных учреждений, систем контроля. Уже не являясь средством защиты от внешней среды — официально или неофициально, — одежда становится инструментом самоопределения и самопрезентации. В результате отрасли производства, ориентированные на создание одежды, стали все более распространенными. Производители одежды начали создавать, продавать и распространять больше типов, стилей и разновидностей одежды, чем когда-либо прежде, создавая почти бесконечное множество возможностей для потребителя. Но это не означало, что она потеряла свою силу как маркер социального статуса. Напротив, поскольку дизайнеры и производители увеличили разнообразие стилей и сделали их доступными на рынке, одежда стала более мощным маркером статуса, чем когда-либо. Инновации создали спрос, и спрос породил различные отрасли в швейной промышленности: высокая мода и бюджетная одежда, средний сегмент и т. д. Реклама и маркетинг стали основными инструментами для распространения этих инноваций и стимулирования спроса. Таким образом, мода формируется как социальный институт, изначально использовавший такой социальный знак, как одежда, в качестве своего самого очевидного материального выражения, а затем распространивший свои регулирующие механизмы на всю систему потребления.

Ускорение развития технологий и типов средств массовой информации во второй половине XX века оказало значительное влияние на распространение инноваций в одежде и создание как стандартов стиля, так и рыночного спроса. Фотография, например, породила модную гляцевую индустрию, в которой арбитры стиля позволяли читателям просматривать последние и модные изменения в течение сезона. Культура супермоделей и одержимость знаменитостями способствовали еще более сильному влиянию моды. Если любимая звезда читателя, например, носила спортивные штаны JuicyCouture, поклонница должна была срочно купить их, даже если они были дорогостоящими.

Конец XX и начало нового века стали еще более технологичными в сфере инноваций и приложений, которые распространяли различные тенденции еще до появления на рынке. Интернет, цифровая фотография



и онлайн-медиа, блоги, YouTube и т. п. оказали значительное влияние на распространение новых стандартов моды, которые либо принимаются, либо отклоняются покупающей общественностью. Эти средства массовой информации служат для стимулирования спроса, приглашая людей, которые считают себя и являются трендсеттерами, использовать продукт и распространить его как можно более широкой аудиторией.

Трендсеттеры — важные фигуры в распространении инноваций в одежде. Эти люди склонны иметь внутренний локус контроля и больше озабочены «личными издержками и выгодами», чем те, кто пробует инновацию позже. Поклонники трендсеттеров склонны определять, устанавливать и распространять то, что становится тенденцией. Но, с другой стороны, они склонны беспокоиться о том, что другие будут думать о них, и с большей вероятностью примут нововведение после того, как его проверили на себе трендсеттеры, так как риск для них уже был протестирован и считается достаточно низким.

Средства массовой информации, будь то печатные, телевизионные или электронные, представляя новые продукты трендсеттерам, создают новые тенденции. Тенденции, однако, приходят и уходят. В швейной промышленности тенденции могут быть как сезонными, так и циклическими. Распространение инноваций в одежде в настоящее время сильно зависит от скорости работы СМИ, в результате чего трендсеттеры могут достаточно быстро выходить в свет в новом тренде и тем самым поощряют остальных присоединиться к тренду до того, как он пройдет. То, что сегодня модно, вряд ли будет актуальным или интересным в следующем месяце. Мода — это индустрия крайне быстрого внедрения и распространения.

Мода является значимым элементом для экономики, потому что она играет значительную роль в создании инноваций и обеспечении постоянного стимула для духовного и экономического производства. Модные объекты позволяют нам рассматривать вопросы избыточного потребления, трудовой эксплуатации, стандартов красоты. Прежде всего потребление относится к покупке услуг и товаров, но, что более важно, это также относится к способам использования таких услуг и товаров и образу жизни в целом. Потребление в значительной степени имеет реляционный характер [Aspers, Beckert, 2011, p. 3–41], потому что акт приобретения зависит от того, что другие люди думают и делают. Следовательно, люди не рождаются с врожденным интересом к моде и склонностью к социальным различиям, но они рождаются в обществе, в котором мода и социальные различия считаются само собой разумеющимися и ценными. Именно благодаря потреблению мода возникает, например, когда фирмы используют определенную форму рекламы, ориентированную на клиентов, или когда люди демон-

стрируют и изображают свои тела определенным образом. Однако мода не обязательно связана с рыночным контекстом, в котором производители предлагают альтернативы, из-за которых потребительские предпочтения отчуждаются. Сегодня мы должны учитывать повышенную важность потребления, обеспеченного Интернетом и социальными сетями [Kawamura, 2006, p. 54]. Действительно, во многих западных экономиках мода имеет рефлексивный характер, выраженный в том, как мода и окружающая среда влияют друг на друга. Кроме того, мы все чаще видим эту тенденцию в крупных развивающихся странах, таких как Индия, Бразилия, Турция или Китай.

Таким образом, мы видим, как одежда превратилась из чисто функционального личного предмета в одно из значительных творческих явлений, инструмент, который мы используем для создания, выражения и передачи различных аспектов нашей идентичности, нашей личности, т. е. в моду. Продолжающиеся инновации в средствах массовой информации, вероятно, повлияют на способы распространения моды и швейную промышленность, а также на то, как мы принимаем тенденции и перестраиваем их в соответствии с нашими индивидуальными и групповыми потребностями.

Литература

1. *Анненков Ю. П.* Дневник моих встреч: Цикл трагедий. Т. 1. — М.: Художественная литература, 1991. — 346 с.
2. *Уэллс Г.* Россия во мгле. — М., 1958. — 104 с.
3. *Aspers P, Beckert J.* Introduction-value in markets. In the Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy, ed. J. Beckert, P. Aspers, New York: Oxford Univ. Press, 2011.
4. *Kawamura Y.* Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies. Oxford, UK: Berg, 2005.
5. *Postrel V.* The Substance of Style: How the Rise of Aesthetic Value Is Remaking Commerce, Culture, and Consciousness. New York: Perennial, 2004. — 237 p.



Карина Вадимовна Галькевич
Санкт-Петербургский государственный университет

Karina V. Galkevich
St.-Petersburg State University

НОВЕЙШИЕ И КЛАССИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

New and Classical Research Methods of Social Changes

Аннотация. В современных условиях все большую актуальность приобретает понимание и анализ социальных изменений, что обуславливает необходимость формирования и использования эффективных методологических подходов, а также конкретных способов их осмысления и изучения. В связи с этим в данной статье рассмотрены понятие социальных изменений, а также классические методологические подходы и теории (эволюционизм, диффузионизм, теории исторического круговорота, исторического материализма), а также новейшие методологические концепции (структурно-функциональный анализ) изучения социальных изменений. Предложенный материал позволяет сформировать полное и объективное представление о социальных изменениях и их изучении в контексте современных реалий.

Ключевые слова: социальные изменения, методы изучения социальных изменений, эволюционизм, теории исторического круговорота, структурно-функциональный анализ.

Abstract. In modern conditions is increasingly relevant to understand and analyze social changes that necessitates the formation and use of effective methodological approaches and specific ways of understanding and learning. In this regard, this article examines the concept of social changes, as well as the classic methodological approaches and theories (evolutionism, diffusionism, and the theory of the historical cycle, historical materialism), as well as the latest methodological concepts (structural-functional analysis) the study of social change. The proposed material allows forming a complete and objective view of social changes and their study in the context of contemporary realities.

Keywords: social changes, methods of study of social change, evolutionism, theory of historical cycles, structural-functional analysis.

В современных условиях большое значение для функционирования и развития общества и государства имеют социальные изменения, рассматриваемые в рамках социологии в качестве масштабных перемен, касающихся организации общества и его структуры. Примерами данных явлений могут выступить процессы формирования новых групп, смена властных элит, значительная и массовая смена содержания, форм и структуры поведения населения, создание новых социальных институтов [Перов, Самыгин, 2012, с. 17].

Повышение интереса к социальным изменениям во многом связано с современными теориями социально-исторического развития общества, прежде всего с теориями традиционного, индустриального и постиндустриального обществ, получившими развитие в контексте социологии, начиная с последней четверти XX века. В связи с этим осмысление содержания, структуры и анализа как традиционных, так и новейших (инновационных) методов изучения социальных изменений является актуальным и по сей день. Так, рассматривая социальное развитие в качестве одного из видов социальных изменений, представители современной социологии предлагают использовать инновационные методы исследования социальных изменений, а также формируют новые подходы, обозначают ключевые аспекты (например, высшее образование), обуславливающие любые социальные трансформации.

Несмотря на коренной и всеобъемлющий характер современных социальных изменений и на достаточно большое количество существующих теорий, их объясняющих, для их анализа возможно использовать и подходы, сложившиеся в классической социологии. К таким подходам, в первую очередь, целесообразно отнести теории исторического круговорота, эволюционизм, исторический материализм, диффузионизм.

Так, эволюционизм (О. Конт, Ф. Теннис, Г. Спенсер, Э. Дюркгейм, Л. Морган и др.) представляет собой один из первых социологических подходов, представители которого пытались объяснить социальные изменения общества, руководствуясь принципом «от простого к сложному» [Окатов, 2014, с. 33]. В связи с этим эволюционисты объясняют процесс эволюционного развития обществ способом структурно-функциональной дифференциации от однообразия, гомогенности к специализации, гетерогенности; от аморфности к четкости; от текучести к стабильности.

Основатель социологии О. Конт подразделял «социальную физику» на социальную статику и социальную динамику. Задачей социальной динамики было изучение процесса трансформации общества с течением времени. Главный вопрос социальной динамики сформулирован следующим образом: «Какою должна быть природа социального изменения?» Основной



постулат социального изменения (прогресса) у Конта представлен с помощью «закона трех стадий». Основным содержанием данного утверждения выступает то, что любые общества проходят в своем развитии ряд стадий, а именно:

- теологическую стадию (доминирование в обществе религиозно-мифологического сознания);
- метафизическую стадию (определяется приоритетом абстракций)
- позитивную стадию (духовное управление осуществляется «учеными», мирское — «индустриалами»).

Эволюция, таким образом, представляет собой, прежде всего, эволюцию методов получения и накопления знаний [Окатов, 2006, с. 65].

С точки зрения Г. Спенсера, социальная эволюция идентична биологической, поэтому ее итогом является то, что общество постепенно становится значительно лучше. В рамках концепции однонаправленной эволюции Спенсер сформулировал положение о том, что перемены непременно преобразуют общество от однородных и простых структур к более разнообразным и взаимозависимым. В связи с этим данный исследователь рассматривал «борьбу за существование» и «выживание наиболее приспособленных» в качестве ключевых законов природы и приравнял указанную борьбу к «свободной конкуренции». Согласно указанной теории, при соблюдении условия невмешательства со стороны внешней среды, в особенности со стороны государства, самые «приспособленные» индивиды и социальные институты продолжают свою жизнедеятельность и функционирование, в то время как «неприспособленные» с течением времени отомрут и ликвидируются. Согласно данной аналогии, социум включает в свой состав отдельных индивидов так же, как живой организм состоит из клеток, собранных в более сложные единицы («органы» — институты), которые связаны детерминирующей сетью взаимосвязей («органическая анатомия» — социальные связи). Аналогия с организмом также использовалась применительно к «физиологии», а именно к тем процессам, которые протекают внутри общества, при этом компоненты организма и общества выполняют особые роли или конкретные функции внутри тех целостностей (организма или общества), к которым они относятся, что обеспечивает возможность их сохранения и воспроизводства (жизнь организма или общества).

Таким образом, в рамках данной теории и методологии особое внимание уделено сходству функций, при условии учета различия таких компонентов, как узкоспециальные, однофункциональные аппараты в организме и многофункциональные, взаимодополняемые элементы или подсистемы в обществе. Кроме того, необходимо отметить, что для жизни организма, для истории становления и развития общества необходим рост, в связи с этим

данное понятие имеет ключевое значение для понимания и анализа сущности изменений. Концепция роста выступила в качестве базы социологической теории эволюции, ее положения создали основу для влиятельной теоретической школы, изучающей социальные изменения и получившей название «социологический эволюционизм» [Спенсер, 1996].

Э. Дюркгейм в качестве основного направления эволюции рассматривал то обстоятельство, что с течением времени в обществе все более углубляется разделение труда, усиливается дифференциация задач, обязанностей и ролей по роду занятий. Ученый ввел понятие «моральная плотность», повышение которой приводит к видоизменению структуры общества. В том случае если на конкретной территории наблюдается настолько существенное увеличение населения, что происходит острая нехватка традиционных занятий, но ресурсы позволяют обеспечивать базовые потребности всего населения, то возникают новые типы деятельности, что обуславливает формирование новых профессиональных групп, а значит, усложняет структуру общества. Усложнение структуры общества, специализация групп населения в той или иной сфере способствует совершенствованию их профессиональных навыков, что, в свою очередь, делает возможным дальнейшие нововведения и усовершенствования, ведущие в перспективе к новым социальным изменениям, дальнейшему усложнению социальной структуры [Дюркгейм, 1995, с. 123].

Похожая классификация представлена в исследовании Ф. Тенниса «Община и общество», в рамках которого личные, интимные, первичные социальные связи, характерные для «общины», превращаются в безличные, опосредованные, вторичные и чисто инструментальные контакты в современном «обществе». Уникальность подхода Ф. Тенниса заключается в критическом отношении к современному обществу, в сожалении об утерянном общинном укладе. В связи с этим основным отличием точки зрения исследователя от других представителей эволюционной теории является то, что он не принимал связь эволюции с общественным прогрессом. Данное обстоятельство обуславливает то, что Ф. Теннис считал, что «эволюция входит в противоречие с потребностями людей, а значит, влечет за собой ухудшение, а не улучшение человеческой жизни» [Теннис, 2002, с. 373].

Несмотря на то что эволюционная теория оказалась надолго дискредитированной, в последние десятилетия она возродилась. Современные ученые придерживаются мнения, что эволюция не носит однонаправленный характер, так как происходит сразу в нескольких направлениях. Они признают, что «изменения» необязательно предполагают «прогресс», что они осуществляются совершенно разными путями и идут во множестве различных направлений. Таким образом, современная трактовка



эволюционной теории позволяет осуществлять ее эффективное использование при изучении социальных изменений.

Следующим направлением (подходом) к изучению социальных изменений является диффузионизм (В. Копперс, Л. Фробениус, У. Риверс, Ф. Гребнер, В. Шмидт, Г. Чайлд и др.). Представители данного научного направления рассматривали социальные изменения в контексте культуры заимствования отдельными народами достижений других народов, приобретаемых в рамках протекания процессов миграции, войн, внешнеторговых отношений, колонизации, добровольного подражания и др. Радикальные сторонники данной теории пытались представить весь исторический процесс через призму внешних (связанных с другими народами, этносами) контактов, столкновений и переносов культурных, духовных, экономических и иных ценностей. В связи с этим в рамках данной концепции «само существование эволюции и прогресса отвергалось» [Боас, 1997].

В качестве близких по содержанию теориям диффузионизма целесообразно выделить теории исторического круговорота. Сторонники теорий исторического круговорота (А. Тойнби, О. Шпенглер, П. Сорокин, Н. Данилевский) сравнивают социальные изменения разных обществ, пытаясь найти сходства стадий их роста и упадка. Так, О. Шпенглер считал, что культура в своем развитии проходит те же этапы подъема и упадка, что и человек в своей жизни. К данным этапам исследователь относил период развития, стадию зрелости, закат, смерть [Шпенглер, 1993, с. 126].

В связи с этим, основываясь на изучении и анализе восьми типов культур, данный ученый предположил, что каждая культура существует примерно 1000 лет, а также предпринял попытку обосновать наличие закономерности роста и заката цивилизаций и выявить принцип, лежащий в основе их смены. К недостаткам этой теории можно отнести отрицание диалектической преемственности в жизни каждой культуры, также объяснение формирования локальных культур по замкнутому кругу, который един для всех обществ, наконец, отсутствие глобального видения развития общества в целом и взаимодействия локальных культур между собой. Несмотря на наличие недостатков, теории исторического круговорота представляют собой достаточно эффективный методологический подход к изучению общественного развития.

Большое значение, особенно для XX века, имела теория исторического материализма К. Маркса. Так, в рамках теории, любой экономический строй развивается до максимальной степени эффективности своего функционирования в течение всего процесса развития, формируя определенные внутренние противоречия или проблемные (слабые) места, что приводит к упадку данного строя. Движущей силой истории, по Марксу, является

противоречие между производительными силами и производственными отношениями, а основным «базисом» любого общества — способ производства. Противоречия в обществе будут проявляться через конфликт классов. Классовый конфликт выступает в качестве источника коренных изменений и является ключом к пониманию исторического процесса [Гофман, 1995].

Для Маркса развитие общества состоит в смене общественных формаций (первобытная, рабовладельческая, феодальная, буржуазная и будущая коммунистическая). Данная трактовка социальных изменений обусловлена его верой в прогресс и представление о социальной эволюции как процессе, в котором каждое общество неизбежно проходит все фазы и таким образом все человечество движется в одном направлении. Дискуссионным в марксистской литературе является вопрос о правомерности выделения азиатского способа производства. Формулировку «азиатский способ производства» употребил К. Маркс в предисловии работы «К критике политической экономии» для определения особенностей общественного строя в странах Азии в докапиталистическую эпоху, указав, что «в общих чертах азиатский, античный, феодальный и современный, буржуазный способы производства можно обозначить как прогрессивные эпохи экономической и общественной формации» [Маркс, Энгельс, 1959, с. 7].

Исторический материализм долгое время в нашей стране трактовался как единственно верный подход к изучению социальных изменений, однако, подобно эволюционизму, марксизм предполагает односторонний процесс развития, а подобно теориям исторического круговорота, предполагает прохождение определенной стадии развития общества и переход на новую ступень. В западной социологии теории социальных изменений исторического материализма рассматривают как теории конфликта [Громов, 1997, с. 240].

Начиная со второй половины XX века в западной социологии выделяется так называемый современный период развития науки, который связывают с научной работой американского социолога Т. Парсонса, заложившего основы теории структурного функционализма. Данный исследователь сформировал функциональную теорию социальных изменений [Холодкова, 2012, с. 250]. Так, он воспринимал развитие общества как эволюционный процесс, содержащий структурную дифференциацию, а также взаимодействие систем и подсистем действия. На каждом новом уровне данный процесс характеризуется большей степенью упорядоченности системных отношений, а также значительным повышением внутренней сложности систем и большими возможностями для удовлетворения системных потребностей. Причинно-следственные приоритеты взаимодействия систем в рамках данной концепции не сформулированы. Кроме того,



любые системы адаптируются друг к другу, дифференцируются и интегрируются, что обуславливает факт ситуационного характера их отношений. В качестве нормы, регулирующей отношения систем, целесообразно рассматривать кибернетическую иерархию. Т. Парсонс не отдает предпочтения какому-то конкретному фактору социальной эволюции, которая, по его мнению, представляет собой вероятностный процесс, понимание которого возможно только с учетом полного перечня факторов, вовлеченных в конкретное социальное явление. Структурная дифференциация общества характеризуется постепенным усложнением социальной структуры, уменьшающим стабильность общества и его подсистем.

В связи с этим целесообразно рассматривать следующие этапы подобного усложнения: примитивное состояние общества; промежуточное; современное. Так, если в примитивном обществе дифференциация отсутствует, в промежуточном типе начинает постепенно проявлять себя, то по-настоящему дает о себе знать в современном социуме. Кроме того, особое внимание данный социолог уделяет эволюции современного общества, которое в процессе развертывания, перехода от одного этапа к другому испытывает на себе последовательную смену формаций [Парсонс, 1996, с. 522].

Т. Парсонс говорит о трех революциях современного общества: промышленной (начальный этап капиталистического развития, его зарождение и становление); демократической (этап развитого капитализма); образовательной (вторая половина XX века). Промышленная революция дифференцирует экономическую и политическую системы общества. Демократическая революция разделяет политическую и социальную системы. Образовательная революция преследует цель отделить систему воспроизводства культуры от социальной системы.

Промышленную революцию Т. Парсонс связывает с появлением и развитием системы фабричного производства, рыночных и кредитно-финансовых отношений. Именно они привели к дифференциации социальной структуры, появлению новых профессиональных ролей, возникновению наций. На базе промышленной революции стала возможной революция демократическая, означавшая значительное возрастание свободы человека, демократического контроля общества над должностными лицами (механизм выборов), появление гражданского общества и правового государства. Кроме того, указанные революции (промышленная и демократическая) привели к необходимости революции образовательной, связанной с предоставлением равных шансов и возможностей каждому человеку получать образование. Результатом данной революции, по Парсонсу, стало изменение базы для социального расслоения, поскольку теперь решающее

значение приобрели способности, знания, образование, а не богатство и власть.

В рамках современной социологии формируются новые подходы к социальным изменениям, прежде всего теории социально-исторического развития общества. Именно они создали представление о том, что главным фактором социальных изменений в современном мире выступают институты образования, а именно университет как основной институт современного общества. Таким образом, на наш взгляд, данное направление анализа станет основным предметом дальнейших исследований социальных изменений.

Литература

1. *Боас Ф.* Эволюция или диффузия? / Антология исследований культуры. Интерпретация культуры. — СПб., 1997. — С. 343–348.
2. *Гофман А. Б.* Семь лекций по истории социологии. — М.: Мартис, 1995. — 204 с.
3. *Громов И., Мацкевич А., Семенов В.* Западная социология. — М.: Ольга, 1997. — 372 с.
4. *Дюркгейм Э.* Социология. Ее предмет, метод, предназначение. — М., 1995. — 404 с.
5. *Маркс К.* К критике политической экономии. Предисловие / Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч., изд. 2. Т. 13, 1959.
6. *Окатов А. В.* Типология и эволюция общества в социологической концепции Г. Спенсера // Вестник ТГУ. 2014. № 10 (138). — С. 32–39.
7. *Окатов В. Н.* Введение в историю социологии. — Тамбов, 2006. — 231 с.
8. *Парсонс Т.* Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Американская социологическая мысль: Тексты / под ред. В. И. Добренькова. — М.: Издание Университета бизнеса и управления, 1996. — С. 494–526.
9. *Перов Г. О., Самыгин С. И.* Социология. — Ростов н/Д; Москва, 2012. — 240 с.
10. *Спенсер Г.* Социология как предмет изучения / Западно-европейская социология XIX века: Тексты / под ред. В. И. Добренькова. — М.: Издание Университета бизнеса и управления, 1996. — С. 322–342.
11. *Теннис Ф.* Общность и общество. — СПб, 2002.
12. *Холодкова Н. А.* Основные подходы к изучению социальных изменений // Вестник ТГУ. 2012. № 11 (91). — С. 247–252.
13. *Шпенглер О.* Закат Европы. — М, 1993. — 398 с.



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Архипова Ольга Викторовна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент III курса факультета социологии
o.nevor@yandex.ru

Богомяккова Елена Сергеевна

Санкт-Петербург
СПбГУ, доцент, факультет социологии
e.bogomyakova@spbu.ru; elfrolova@yandex.ru

Борискина Мария Владимировна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент факультета социологии
marie.b.0610@gmail.com

Ваневская Полина Николаевна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент IV курса факультета социологии
polya1296@bk.ru

Василенко Елизавета Васильевна

Москва
НИУ ВШЭ, магистрант II курса факультета социальных наук
el.v.vasilenko@gmail.com

Галькевич Карина Вадимовна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент IV курса факультета социологии
Karihha.96@mail.ru

Глухова Мария Евгеньевна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент факультета социологии
above.all.love.all@gmail.com

Дупак Анна Андреевна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент IV курса факультета социологии
Annadupak@mail.ru

Евсикова Екатерина Валерьевна

Санкт-Петербург
СПбГУ, аспирант II года обучения, факультет социологии; СПбФ ИИЕТ
им. С. И. Вавилова РАН
ekaterina.evsikova.spb@gmail.com



Морозова Виталия Олеговна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент IV курса факультета социологии
morozova_vitaliya@inbox.ru

Набокин Иван Иванович

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент IV курса факультета социологии
v.nabokin@mail.ru

Рамазанов Тимур Маратович

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент IV курса факультета социологии
temu-temu@yandex.ru

Тавровский Александр Владимирович

Санкт-Петербург
СПбГУ, ассистент, факультет социологии; СИ ФНИСЦ РАН
alextavr@mail.ru

Тараненко Анна Сергеевна

Санкт-Петербург
СПбГУ, магистрант факультета социологии
asya-taranenko@yandex.ru

Чернова Елизавета Алексеевна

Санкт-Петербург
СПбГУ, студент факультета социологии
izmaailova@yahoo.com



НОВЕЙШИЕ И КЛАССИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

*Сборник научных статей
по итогам VII Социологической Школы СПбГУ
30 октября – 3 ноября 2017 года*

Издательство «Скифия-принт».
Санкт-Петербург, ул. Большая Пушкарская, д. 10

Верстка — *Козлова Т.А.*

Заказ №5240
Формат 60 × 90 $\frac{1}{16}$.
Усл. печ. л. 9,75