

Н.К. ИКОННИКОВА

ЧЕЛОВЕК В МИРЕ ВЕЩЕЙ: ПРОБЛЕМА ПРИСВОЕНИЯ ВЕЩНОЙ СРЕДЫ

Вещи, телесные практики, невербальные языки – все это необходимые элементы, делающие любую идентичность видимой, доступной для восприятия другими, пока еще не владеющими телепатией или иными подобными практиками коммуникации. Однако объективация идентичности в вещах, движениях и знаках на теле представляет не только ее значение, но смыслы вещественности и телесности, вовлекаемых в коммуникацию. Отсюда двойственность понимания роли вещей и тела: это и «просто вещи» как сосуды для вкладываемых в них значений, и «темная материя», никогда до конца не прозрачная и скорее отражающая образы идентичности, чем позволяющая интроспекцию.

Обозначенное проблемное поле и будет предметом моего анализа.

Идентичность и ее обозначение

В ряде публикаций¹ мною уже отмечалось, что идентичность не просто фиксация отличия от кого-то и не только маркировка принадлежности и членства в некотором реальном или воображаемом сообществе. Значение идентичности – в придании личностью или сообществом смысла своим действиям через определение их социальных качеств (что подразумевает три относительно автономных механизма: рационализация, в том числе объяснение, ценностное оправдание, аффективная окраска). Качественная определенность, присваиваемая с идентичностью, может предполагать разную степень достигаемой целостности идентичности, интегрирующей различные качества, разный характер их иерархии, разную степень «искренней веры в исполняемую партию» (в смысле

Иконникова Наталия Кирилловна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей социологии Государственного университета – Высшая школа экономики, старший научный сотрудник Российского института культурологии (Москва).

¹ См.: *Иконникова Н.К.* Символическое и вещественное в конструировании персональной реальности // *Личность. Культура. Общество.* 2009. Т. 11. Вып. 3 (50).

И. Гофмана)². Идентичность выступает как иерархическая конструкция, иерархия качественных компонентов которой соответствует социальной иерархии деятельностей, ролей, знаний, оценок, эмоциональных состояний — независимо от того, занимает человек или сообщество конформистскую или неконформистскую позицию.

Идентичность всегда присваивается — как часть блага, порождающая некоторые новые шансы, поэтому возникает иллюзия, что может быть «моя идентичность». Однако гарантией «моей идентичности», так же как и любой другой «моей собственности», «моих прав», «моих знаний», является наличие базового понимания по поводу смыслов аргументов, ценностей и эмоций, которые с ней ассоциируются. Поэтому любая «моя идентичность» одновременно оказывается разделяемой со многими, кто «меня понимает, как себя», и разделяющей меня и многих, кто не склонен идентифицировать себя с этими аргументами, ценностями и эмоциями.

Присвоение идентичности возможно также в ситуации, когда ее вроде бы навязывают субъекту — «ему присваивают» какую-то идентичность. Однако пассивность субъекта в данном случае означает лишь определенный способ его вовлечения в ситуацию³: он сам своими действиями или воздержанием от действий ставит себя в ситуацию, в которой ему будет «навязана» некоторая идентичность. Такого рода идентичности описаны как стигмы у И. Гофмана или «вызывающее враждебное отношение различие» у Джеральда Берремана⁴.

Попытка обосновать и ценностно оправдать идентичность, которая бы безусловно выделяла одного-единственного человека, вряд ли

² И. Гофман говорит о том, что носитель идентичности «может быть полностью захвачен собственной игрой и искренне убежден, что впечатление о реальности, которое он создает, это и есть самая доподлинная действительность» (*Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000. С. 49). В обыденном языке степень искренности и целостной включенности в некоторую идентичность фиксируется различием конструкций типа: «Я, честный человек» и «Я, как честный человек», «Я, врач» и «Я, как врач». Вторые конструкции в каждой паре подразумевают, что этот/эта же «Я» имеет и иные качества, которые в качестве идентифицирующих будут важны в иных ситуациях.

³ У И. Гофмана вводится понятие об *активности*, связанной с произвольным самовыражением, которым человек «выдает себя» (здесь курсив. — *И.Г.*) (См.: *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000. С. 32-34). Можно говорить, что любой человек или сообщество лишь до определенной степени контролирует свою идентичность. По разным причинам человек производит не то впечатление, на которое рассчитывает. Идентичность нации складывается не только из официальной пропаганды и обыденного самовосприятия, но и оценок и суждений других наций, сообществ.

⁴ См.: *Berremán G.* Seeking Social Justice: Ethnic Politics in India, the United States and Japan // Plenary Lectures: Second International Human Rights Seminar, 1998. Osaka, Japan, 1999.

возможна: ему придется соотноситься с идеальными (трансцендентными) другими как референтным сообществом (в данном случае воображаемым).

Если человек такую идентичность хочет сделать видимой окружающим, то он вынужден все равно создавать зримый облик, знаки которого были бы распознаваемы, т.е. этот облик будет одновременно выражать и скрывать идентичность. Социальное и культурное конструирование (конструктурирование) идентичности подразумевает, что в итоге представляется «не только индивидуальность», «не только личность», а знак чего-то. Таким образом, смысл идентичности получает грани: осязаемые, видимые, придающие определенность, одновременно — многозначность через свою конфигурацию. Для этого используются вещи и тело, вещная и предметная среда (corporeality).

При этом следствия объективации идентичности не всегда видны субъекту практики. И, с другой стороны, действия, не связанные с намерением предъявить идентичность, могут вести к следствиям, порождающим некую идентичность. Это практики, которые П. Бергер в контексте обсуждения формирования глобальной идентичности называет «непричастными», когда «гамбургер — это всего лишь гамбургер»⁵. Однако формула «сегодня он играет джаз, завтра Родину продаст» практически опровергает идею о возможности полной «непричастности». Когда многие «просто едят гамбургеры», независимо от их намерений представлять некоторую идентичность, она будет присвоена им: или в виде идентичности «потребителей гамбургеров», или в виде идентичности «врагов национальной кухни»...

Идентичность — это проект, разворачивающийся не только в пространстве, но и во времени. Отнесенность идентичности ко времени включает преемственность прошлого, презентацию здесь и сейчас, присоединение как своевременность, а также проектную отнесенность в будущее. История идентичности также воплощается в истории вещей и анамнезе телесности, а проект идентичности ориентирует на выбор техник и инструментов, которые позволяют его осуществить.

Механизм объективации идентичности в вещах и телесности обуславливается как «сопротивлением материала», в т.ч. и конфликтом приписываемого значения — смысловому контексту, так и структурными соединениями индивида с теми или иными социальными институтами, в которых и присваивается (им и ему) идентичность.

⁵ Бергер П. Введение. Культурная динамика глобализации // Многоликая глобализация. М., 2004. С. 14.

Вещи как знаки идентичности

Вещи выступают как средство обозначения, объективации, идентификации — обязательный посредник для предъявления идентичности. «Как средства (tool), вещи включены со всеми их смыслами в наши практики и, таким образом, непрямо, во всю (total) структуру “нашего мира”»⁶. Знаки выступают внешними идентификаторами, фиксируя грани идентичности, в то же время они могут выступать как жесткие рамки, оформляющие идентичность, т.е. они, как любые знаки, имеют собственную грамматику вне конкретного «сообщения идентичности», поэтому могут фиксировать идентичность и изнутри, и извне.

Даже если в большинстве случаев в современных обществах вещи являются продуктами технического тиражирования, они лично используются. При этом они трансформируются, присваиваются, приобретают идиосинкразические смыслы. Вообще вещи становятся вещами и имеют значения лишь постольку, поскольку вовлечены в социальные отношения и при этом воплощают персональные значения, от привязанности до агрессии. Вещи, отмечает А. Комтер, являются способом определить, кто мы есть для других⁷, т.е. опосредуют конструирование и представление идентичности.

Можно рассматривать вещи изолированно, «поштучно». Однако на практике они не просто располагаются рядом в пространстве или сменяют друг друга со временем. Как любые значимые единицы, они включены в некоторый контекст, вещную (предметную) среду. Вещная среда — это комплекс взаимосвязанных вещей, символически упорядоченных и составляющих условие социальных действий индивидов и сообществ⁸.

⁶ Keller K.D. The corporeal order of things: the Spiel of usability // Human Studies. 2005. Vol. 28. P. 182.

⁷ См.: Komter A. Heirlooms, Nikes and Bribes: toward a sociology of things // Sociology. 2001. Vol. 35. P. 60.

⁸ Традиции изучения вещной среды в отечественных социальных науках связаны с архитектурно-градостроительным и дизайнерским проектированием, которое в советской системе знаний рассматривалось как практическая технология воплощения идеологических принципов и идеалов. Центрами исследования были Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики (ВНИИТЭ), где работал проблемный семинар по вопросам проектирования и исследования «предметно-пространственной среды», издавались журнал «Декоративное искусство СССР», бюллетень «Техническая эстетика». Другой исследовательский проект реализовывался психологами из Эстонии совместно с архитекторами Москвы и Ленинграда, он включал не только конкретные разработки, но ряд конференций, издавались сборники трудов Центрального научно-исследовательского института теории и истории архитектуры, труды Таллинского педагогического института им. Вильде. Многие поставленные в тот период теоретические проблемы отражены в статье К.М. Кантора «Пути изучения дизайна» («Техническая эстетика». 1966. № 1).

Можно выделить два уровня конструирования вещной среды идентичности: а) фоновые повседневные практики; б) профессионализованные практики, выделенные особыми местами, временем, ситуациями исполнения. Фоновые практики овеществления идентичности основываются на выработке привычек, рутинных отношений к вещам, они по мере опривычивания (габитуализации) порождают неформальные нормы, служащие неявной грамматикой, упорядочивающей знаки повседневного поведения в, по-видимости, легко (как бы автоматически, на основе методов повседневного знания, по Г. Гарфинкелю) определяемые идентичности. Профессиональные практики институализируются и тяготеют к формализации их знаковой системы, закрепляемой в положениях о должностях, профессиональном статусе, знаках различия, этикетных нормах, стандартах (государственных!) документооборота и проч.

Вещная среда призвана и действительно зримо воплощает идеологию и ценности ее создателей, освоенные ими технические достижения. Создателями – конструкторами – среды выступают разные социальные субъекты, которые конкурируют за присвоение культурного ландшафта и возможность реализовывать в этой среде свои социальные практики: теоретики и идеологи, инженерно-технические функционеры, политические функционеры, экономические агенты, местные жители, неместные клиенты разного типа (в том числе так называемая общественность). Публичные пространства функционируют не только как утилитарные сооружения, но и как хранилища смыслов для тех, кто обладает ими, занимает их, перемещается в них. Основные оппозиции вещной среды связаны с ее преднамеренностью (как конструируемостью) и – одновременно – узнаваемой подлинностью, искренностью.

С гносеологической и методологической точки зрения время от времени происходящие «повороты к материальному» (material shift) в изучении культуры, коммуникации, идентичности, социальной организации обозначают те моменты развития познания социальной реальности, когда модели, аннигилирующие вещи и сводящие социальные качества людей и отношений к духовной экзистенции, символическим симулякрам и т.п. признаются не вполне адекватными наблюдаемым социальным процессам и происходит если не полная реабилитация вещественного (как в «культурном материализме» М. Харриса), то по крайней мере речь идет о симуляции вещественного («средство есть сообщение» М. Маклюэна, структурализм Э. Лича), экологической критике в духе «Simple living». Вещи рассматриваются в качестве объективированного (овеществленного) пласта социальной жизни.

Отсюда и возникает та самая, отмеченная в начале статьи двойственность объективируемой с помощью вещей идентичности: вещи включены в смысловые контексты, будучи многозначными символами⁹. Редукция вещи к «социальной вещи» показывает лишь, в каком смысле в данной ситуации употребляется данный знак, значения которого могут дополнять друг друга, включать метафоры или быть омонимами — как уже упомянутый «просто гамбургер», потребляемый как часть некоторой связанной с ним вещной среды, определяющей не только внешнее по отношению индивиду «место действия», но им и его определяющий способ, замысел, переживание действия¹⁰. Поэтому и возникают сюжеты о взаимном детерминизме технологий и социальной структуры, двустороннем процессе создания и присвоения вещей (особенно высокотехнологичных), о подмене (и в одну, и в другую сторону) знаков профессиональной и домашней среды.

Политика идентичности: борьба за присвоение вещной среды

Можно обнаружить различие и взаимосвязь теорий идентичности:

- идентификация потребителя;
- социально-политическая мобилизация (включая этническую, национальную, религиозную идентичность);
- персональное конструирование.

В любом из этих случаев можно говорить о «политике идентичности» как преднамеренной рационализации действий, которые позволяют иметь некоторую идентичность. Сложность современного общества и позиций субъектов в нем требует рассматривать идентичность не как фиксированную и «естественную» («естественно-историческую», примордиальную), а именно как искусственно и желательно искусно конструируемую. Однако это не означает, что субъекты утрачивают потребность иметь определенную идентичность, скорее наоборот в небезопасном и нестабильном социальном окружении субъекту важно иметь определенность, устанавливать границы (символические, дискурсивные) своих принадлежностей¹¹.

⁹ Попытка создания дисциплины, которая бы давала целостную картину вещей, описывая как их физические, технические измерения, так и метафизические, символические, эстетические, культурные, антропологические значения, была заявлена в свое время М.Н. Эпштейном как «реалогия» (от *lat. res* — вещь). См.: *Эпштейн М.Н.* Реалогия — наука о вещах // Декоративное искусство. 1985. № 6.

¹⁰ См., например: *Scholliers P.* Food, drink and identity: cooking, eating and drinking in Europe since the Middle Ages. Berg Publishers, 2001.

¹¹ См.: *Bauman Z.* Identity for Identity's Sake is a Bit Dodgy... // *After Identity. Soundings. A journal of politics and culture. Special issue.* 2005. 29. Spring. P. 18.

Сегодня качества вещной среды существенно трансформируются. Текучесть, трансформируемость вещной среды определяется тем, что мы имеет дело в «вещах-в-движении» (things-in-motion) (А. Аппадурай)¹². Степень трансформации можно характеризовать как состояние «пост»: основные измерения и оппозиции сохраняются, однако составляющие их параметры взаимоперекрещиваются, сливаясь, преодолевают одни аспекты оппозиции, но, трансформируясь, устанавливают и усиливают другие. Однако «вещи-в-движении» не ведут автоматически к «плавлению твердынь» и «текучей идентичности» (З. Бауман). З. Бауман рассматривает стремления к свободе и безопасности как альтернативные, когда увеличение одного качества неизменно ведет к дефициту другого, а дефицит воспринимается как навязывание нежелательных качеств идентичности¹³.

Вводя понятие «политика идентичности», я констатирую, что идентичность всегда отчасти «продаваема», всегда мобилизует в некоторой степени и всегда стремится персонифицировать целостный образ личности, группы, нации, придав им «лица необщее выражение».

Политика идентичности требует рассматривать «институциональные подключения индивида» (Э.Ч. Хьюз) в сфере потребления (экономике), политике (публичной сфере) и повседневной жизни (персональной реальности) взаимосвязано. Смещение фокуса анализа не только позволяет раскрывать те или иные аспекты, но и скрывать те, что мы не желаем увидеть. Так, акцент на персональных аспектах идентичности, при всем его вроде бы высоком гуманистическом пафосе, маскирует экономическое и властное давление на идентичность и задаваемые ей рамки. Увлекаясь духовной самореализацией и конструированием персональной идентичности, не признаем ли мы невозможность реализовать себя как экономических и политических агентов? Культура маскирует и одновременно (в виде масок — будь то собственно маски, другие предметы одежды или же автомобили и наименования должностей и пр.) демонстрирует социальные различия, порождая разные социальные культуры — в крайнем выражении разницу между ними показывает сопоставление «культуры Давоса» и «культуры фавел» (в отечественном варианте: «Рублевки» и «хрущоб»)¹⁴.

¹² См.: *Appadurai A.* (ed.) *The social life of things: commodities in cultural perspective.* Cambridge, 1986.

¹³ См. об этом также: *Maalouf A.* *In the name of identity: violence and the need to belong.* Arcade Publishing, 2001.

¹⁴ Подобные сюжеты рассмотрены в работе: *Sutphen M.P., Andrews B.* *Medicine and colonial identity.* Routledge, 2003.

Достижение некоторого личностного роста и сформированной идентичности (как это, например, представлено у Э. Эриксона¹⁵) означает возможность использования определенных социальных ресурсов, наличие «внешнего согласия» на личностный рост для данного человека. Понятие идентичности, как оно используется преимущественно в современных психологических работах, неявно содержит статусные установки среднего класса. Сама концепция личностного роста (начиная с марксистских работ, отмечавших важность свободного времени как характеристики образа жизни определенного класса и необходимого условия личностного развития) является в этом смысле стратифицирующей политикой идентичности.

Технологически опосредованные социальные связи позволяют конструировать и поддерживать сообщества, которые овеществляются в различных артефактах и локальных отделенностях. Существуют разные типы политики идентичности в этих условиях:

– отношение к границам как тому, что препятствует идентичности и деформирует ее, поэтому обязательно должно быть преодолено, смещено, поставлено под сомнение;

– отношение к границам как тому, что обеспечивает безопасность и определенность, поэтому должно быть охраняемо и поддерживаемо¹⁶.

Высокотехнологическая и глубокомагическая идентичность

Использование высоких технологий, издержки, связанные с предпочтением более экологических, гуманных и этических технологий, значительно повышают стоимость информационных и культурных средств конструирования идентичности, что ведет к элитарности и (что взаимосвязано) индивидуалистичности таких политик идентичности.

Технология есть комплексный объект исследования, включающий не только знания, но и ценности, социальные нормы и механизмы ее институционализации. Это знание, которое существует в социальном контексте. Причем знание не столько теоретическое, хотя именно эта форма знания обычно ассоциируется у нас с наукой и технологическим

¹⁵ У Э. Эриксона идентичности – это твердо усвоенный и личностно принимаемый образ себя во всем богатстве отношений личности к окружающему миру, показатель зрелой (взрослой) личности, в ней интегрируется конституционная предрасположенность, особенности либидных потребностей, предпочитаемые способности, действенные защитные механизмы, успешные сублимации и осуществляющиеся роли. См.: *Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис.* М., 2006.

¹⁶ О границах см. подробнее: *Иконникова Н.К. Символические границы местных сообществ // Местные сообщества: проблемы социокультурного развития.* М., 2010. С. 74-77.

развитием, сколько знание практическое, повседневное, разделяемое большинством членов общества.

Объекты, относимые к виртуальной (цифровой) реальности, еще больше зависят от вещной среды. Без соответствующих технических средств (высокотехнологичных вещей) невозможно их создание, существование в виде электронного ресурса, потребление. Причастность к вещной среде высокого технического уровня требуется как от их создателей, производителей, так и от потребителей, пользователей. Смысловая насыщенность вещей (знаниями, информацией) не делает отношения по поводу них более виртуальными. Наоборот, она вовлекает в более интенсивные реальные взаимодействия с социокультурной средой, с другими людьми и сообществами, в которых формируется смысловой контекст вещи: представления о полезности, технологичности, экологичности, гуманности, красоте...

Использование электронных и тому подобных ресурсов создает у вовлеченных в их создание и обращение субъектов ощущение индивидуализации в гораздо большей степени, чем другие вещи. Однако высокотехнологичная вещная среда — надындивидуальна и сверхиндивидуальна. Она формирует зависимость каждого отдельно взятого участника коммуникации от среды значительно больше, чем рукописная и даже печатная культура. Э. Гидденс писал, что изменения в интимных аспектах личной жизни прямо связаны с установлением социальных связей в очень широких масштабах. Поэтому трансформация идентичности и глобализация — это два полюса диалектики локального и глобального, персональной самости (self) и общества в условиях «высокого модернити», когда они впервые оказываются взаимозависимы в глобальной среде¹⁷. По З. Бауману, идентичность в равной мере угрожает и индивидуальности, и коллективности, вовлекая индивида или обособленное («персонифицированное») сообщество в сложный спектакль утверждения идентичности (возможности, свободы идентичности) в глазах других и навязывая коллективу идеи самовыражения, самобытности, автономии, обособленной идентичности — «вплоть до права наций на самоопределение».

Итак, символическое социальное и культурное содержание воплощается (материализуется) в телесных и вещественных знаках: при сложном взаимодействии символов, их интерпретации субъектами, «материи» телесно-вещественных знаков и контекста, в котором это конструирование происходит. Символ вещественно, телесно, событийно подкреплен,

¹⁷ См.: *Giddens A. Modernity and self-identity: self and society in the late modern age.* Stanford University Press, 1991. P. 32.

именно в этой культуре и конструируют имиджи и бренды: подразумевается, что за ними в принципе «что-то стоит».

Характерная для отечественных социальных практик модель конструирования идентичности во многом основывается на измышлении идеализаций, создании утопической идеи того, каким нечто или некто никогда еще не были, но хотели бы или могли бы (теоретически или во сне) быть. Поскольку, как было замечено, идентичность — это отражение преемственности прошлого и настоящего, латентно конструирующее будущее, поэтому техникой (инженерией), используемой политикой идентичности (в замкнутых границах особого избранного (богом, исторической миссией) общества), оказывается магия. Неслучайно «достопримечательные места» в массовой коммуникации стали «семью чудесами России»¹⁸. Вещная среда (видимые изменения культурного ландшафта) маркирует смену исторических времен и идентичности. И. Гофман объясняет этот механизм на примере кинофильма: «промежуток времени между двумя сценами изображается в кино вставкой между ними еще одной сцены, исполняемой в другом месте... [Ч]ем дальше местоположение вставленной сцены от места действия... тем больше времени пролетит по ощущению зрителей»¹⁹. Вещная среда выступает в этом случае как обладающая чем-то вроде описанной М. Моссом «маны», особенно вещная среда, включенная в неформальные сделки, вроде подношений-даров, взятки, воровства, обеспечения привилегированного доступа и пользования и прочих практик.

Потребность идентичности укоренена в человеческих практиках, она основывается на различии, защите и присвоении некоторого различия. Но для защиты и присвоения нужно сделать идентичность видимой и осязаемой не только для себя, но и для других, поэтому возникает семантическая нагруженность идентичности, каждое ее значение требует символического воплощения в знаке — вещественном, телесном. Эта нагруженность иногда оказывается тяжелым бременем — поскольку грамматика вещественных и телесных знаков соответствует структуре организации социального контекста. Можно сделать вид, что мы сбрасываем бремя, конструируя сугубо персональную, творчески воображаемую идентичность. Однако для ее объективации приходится все равно эту идентичность упаковывать во множество масок и одежд. Можно разработать проект коллективной идентичности, но чувство

¹⁸ См.: <http://www.ruschudo.ru>.

¹⁹ Гофман И. Закрепление форм деятельности // Социология вещей. Сборник статей. М., 2006. С. 79.

общности войдет в принимаемые без сомнений повседневные практики и будет ностальгически переживаться даже по завершении этого проекта, но только в том случае, если удастся соответствующим образом сконструировать вещную среду данного сообщества. Изменение набора вещей и технологий взрывает такую коллективную идентичность, как мобильный телефон с автоматическим определителем номера звонящего — представления об автономии и этикете.

В.Г. НИКОЛАЕВ

ЧЕЛОВЕК МАРГИНАЛЬНЫЙ

В истории наук о человеке было немало попыток определить особые качества, приобретаемые человеком в условиях контакта и смешения разных культур, обществ, групп, образов жизни. Важное место в ряду этих попыток занимает концепция «маргинального человека», предложенная в 1920-е гг. интеллектуальным лидером Чикагской школы социологии Р.Э. Парком. Она обрела классический статус и в каком-то смысле до сих пор сохраняет свою работоспособность и эвристический потенциал.

Прежде всего следует сделать важное уточнение. В силу особенностей этимологии слово «маргинальный», производное от латинского *margo* (край, граница), понимается и употребляется в двух совершенно разных смыслах. В обыденном употреблении (например, во французском и русском языках), а также в социально-научных, политических и идеологических дискурсах оно чаще всего означает нахождение на краю/границе/периферии по отношению к некоторому центру, понимаемому как вместилище стандарта нормальности и человеческого/социального/культурного благополучия. Это употребление слова имеет по существу оценочный характер: независимо от того, говорится ли о «маргиналах» с презрением или сочувствием, коннотация этого слова — негативная, вплоть до пейоративной. При говорении от лица «маргиналов» оценочная полярированность может переворачиваться, но общая форма понятия по существу не меняется: в этом случае центр становится объектом негативной оценки,

Николаев Владимир Геннадьевич — кандидат социологических наук, доцент социологического факультета Государственного университета — Высшая школа экономики, старший научный сотрудник Российского института культурологии (Москва).
