



**Главный редактор:**

**Кортунов В. В.** – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва)  
д. филос. н., проф.

**Заместитель главного редактора:**

**Лапшин И. Е.** – Российский университет дружбы народов (Россия, Москва), к. филос. н. доцент

**ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОГО СОВЕТА:**

**Алексеев М.** – Индианский Университет (США, г. Блумингтон), проф.

**Янь Сюэтуан** — Университет Цинхуа (Китай, Пекин), профессор, директор Института международных отношений

**Жолдасбеков А.А.** — Южно-казахстанский государственный университет им. М. Ауезова (Казахстан, Шымкент), д. пед.н., профессор

**Щеглова Л.В.** – заведующая кафедрой Философии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Россия, Волгоград), д. филос.н., профессор

**Клименко М.** — Школа экономики Технологического института Джорджия (США, Атланта), профессор

**Лэнг Л.** – филиал Оксфорд Брукс Университета (Венгрия, Будапешт), профессор

**Недкова А.С.** – Университет им. профессора А. Златарова (Болгария, Бургас), доктор педагогики

**Олсен Ш.** – Телемарк Университет Колледж (Норвегия, Тромсё), проф., д-р

**Саенко Н.Р.** — Московский политехнический университет (Россия, Москва), д. филос.н., профессор

**Штремберг П.** – Телемарк Университет Колледж (Норвегия, Бё), проф., д-р

**Эрикссон Р.** — Университет восточной Каролины (США, Гринвилл), профессор

**Члены редакционной коллегии:**

**Багдасарян В.Э.** — МГУ имени М. В. Ломоносова (Россия, Москва), д.ист.н., профессор

**Дмитриев А.В.** — Институт философии (Россия, Москва), д. филос.н., профессор, академик РАН

**Заернюк В.М.** – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д. экон. н., профессор

**Мамедов Азер Агабала оглы** — Государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева (Россия, Москва), д. филос.н., профессор

**Лагусев Ю.М.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), д. пед. н., профессор

**Радина О.И.** — Донской государственный технический университет (Россия, Ростов-на-Дону), д. экон.н., профессор

**Харитоновна Т.В.** — Финансовая Академия при Правительстве РФ (Россия, Москва), к. экон. н., доцент

**Ответственный секретарь:**

**Афанасьева А.В.** – Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва).

**Переводчик:**

**Макарова А. И.** — Российский государственный университет туризма и сервиса (Россия, Москва), к. филол.н., доцент.

**Содержание:**

**ТУРИЗМ**

**Авагян А. А., Королев А. В.**

Особенности текстов туристического дискурса ..... 3

**Птуха Н. И., Шаронов М. А., Илюхина Г. И.**

Мотивационная составляющая этнографического туризма в контексте психологических особенностей безопасности личности путешественников ..... 11

**Оборин М. С.**

Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий ..... 18

**ЭКОНОМИКА И СЕРВИС**

**Ирина О. И.**

Профессиональная посуда для ресторана – критерии выбора и современные тренды ..... 27

**Стрекопытова Д. М.**

Анализ систем мотивации в индустрии гостеприимства ..... 33

**КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ**

**Межевникова О. П., Ухина Т. В.**

Виртуализация социальных институтов ..... 41

**Ветошкина Ю. В.**

Влияние технологий критического чтения и письма на формирование культурных ценностей в студенческом сообществе ..... 49

**Карпов Е. А.**

Философские основы собственности и парадигм права собственности ..... 59

**Кортунов В. В., Гозалова М. Р., Краснова О. Н.**

Феномен иррационального в восточном стиле мышления ..... 68



VOLUME 14  
№1 — 2020

**Editor-in-chief:**

**Vadim V. Kortunov** – Russian State University of Tourism and Service (Russian Federation, Moscow), Dr. Sc. (Philosophy), Professor

**Ivan E. Lapshin** – Peoples' Friendship University of Russia (Russian Federation, Moscow), Cand. Sc. (Philosophy), Associate professor

**MEMBERS OF BOARD:**

**Michael Alexeev** – Indiana University (USA, Bloomington), Professor

**Yan Xuetong** – Tsinghua University (China, Beijing), Professor, Director of Institute of international relations

**Abdimanap A. Zholdasbekov** – M. O. Auezov South Kazakhstan State University (Kazakhstan, Shymkent), Dr. Sc. (Pedagogy), professor

**Lyudmila V. Shcheglova** – Head of the Department of Philosophy, Volgograd State Socio-Pedagogical University (Russian Federation, Volgograd), Dr. Sc. (Philosophy), Professor

**Mikhail Klimenko** – School of Economics, Georgia Institute of Technology (USA, Atlanta), Professor

**László Láng** – branch of Oxford Brookes University (Hungary, Budapest), Professor

**Antonina S. Nedkova** – University "Prof. D-r Asen Zlatarov" (Bulgaria, Burgas), PhD in Pedagogy

**Kjell Ole Kjærland Olsen** – Telemark University College (Norway, Tromsø), PhD, Professor

**Natalya R. Saenko** – Moscow Polytechnic University (Russian Federation, Moscow), Dr. Sc. (Philosophy), Professor

**Per Strömberg** – Telemark University College (Norway, Bø), PhD, Professor

**Richard E. Ericson** – East Carolina University (USA, Greenville), Professor

**Members of Editorial Staff:**

**Vardan E. Bagdasaryan** – Moscow State University (Russian Federation, Moscow), Dr. Sc. (History), Professor

**Anatoliy V. Dmitriyev** – Institute of Philosophy (Russian Federation, Moscow), Dr. Sc. (Philosophy), Professor, member of Russian Academy of Sciences

**Viktor M. Zaernyuk** – Moscow Geological Prospecting University named after S. Ordzhonikidze (Russian Federation, Moscow), Dr. Sc. (Economics), Professor

**Azer A. Mamedov** – Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy (Russian Federation, Moscow), Dr. Sc. (Philosophy), Professor

**Yury M. Lagusev** – Russian state university of tourism and service (Russian Federation, Moscow), Dr. Sc. (Pedagogy), Professor

**Oksana I. Radina** – Don State Technical University (Russian Federation, Rostov-on-Don), Dr. Sc. (Economics), Professor

**Tatiana V. Kharitonova** – Financial University Under the Government of the Russian Federation (Russian Federation, Moscow), Cand. Sc. (Economy), Associate professor

**Executive secretary:**

**Alexandra V. Afanasyeva** – Russian state university of tourism and service (Russian Federation, Moscow)

**Translator:**

**Alexandra I. Makarova** – Russian state university of tourism and service (Russian Federation, Moscow), Cand. Sc. (Philology), Associate professor

# SERVICE<sub>plus</sub>

SCIENTIFIC JOURNAL | eISSN: 2413-693X

**Content:**

**TOURISM**

**Avagyan A. A., Koroliov A. V.**

Specific Features of Tourism Discourse Texts ..... 3

**Ptukha N. I., Sharonov M. A., Ilyukhina G. I.**

Motivational component of ethnographic tourism in the context of psychological features of travelers' personal security ..... 11

**Oborin M. S.**

Negative consequences of mass tourism for host territories ..... 18

**ECONOMICS & SERVICES**

**Irinina O. I.**

Professional tableware for restaurant-selection criteria and modern trends ..... 27

**Strekokopytova D. M.**

Analysis of motivation systems in the hospitality industry ..... 33

**CULTURE & CIVILIZATION**

**Mezhevnikova O. P., Ukhina T. V.**

Virtualization of social institutions ..... 41

**Vetoshkina Y. V.**

Influence of critical reading and writing technologies on the formation of cultural values in the student community ..... 49

**Karpov E. A.**

Philosophical bases of property and paradigm of ownership ..... 59

**Kortunov V. V., Gozalova M. R., Krasnova O. N.**

The Phenomenon of the Irrational Thinking in the Eastern Style of Thinking ..... 68

## ТУРИЗМ / TOURISM

УДК 81-2

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10101

### Особенности текстов туристического дискурса

**АВАГЯН Асмик Арменовна**

преподаватель Высшей школы международного сотрудничества, avagyanasmik@gmail.com

**КОРОЛЕВ Алексей Владимирович**

доцент Высшей школы международного сотрудничества, akoroliov@yandex.ru

ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса»,

Москва, Российская Федерация

**Аннотация:** В связи с нарастающими темпами развития туризма, а также в связи с ростом популярности отдельных туристических направлений актуальным остаётся вопрос о существовании так называемого туристического дискурса. В настоящей работе раскрыто данное понятие, приведены его основные параметры и характеристики, а также путём сравнительного анализа проанализированы примеры, иллюстрирующие особенности туристических текстов на русском и английском языках. Теоретическую базу данной работы составили работы таких авторов, как Дж. Данн, Н.А. Тюленева, Н.В. Филатова, А.О. Цыремпилов и Д.Х. Цыренжапова. Анализ современной литературы показал, что можно говорить о существовании так называемого языка туризма, универсального и не зависящего от конкретного языка. Также некоторыми авторами разработана концепция алгоритмизации перевода туристических текстов, включающая несколько последовательных этапов. Результаты исследования показали, что туристический дискурс является подвидом рекламного дискурса и содержит ряд универсальных характеристик, присущих текстам, написанным на таких разноструктурных языках, как русский и английский. Среди таких характеристик: использование повелительного наклонения, сравнительной и превосходной степеней сравнения прилагательных, выбор эмоционально окрашенной, положительной лексики с целью воздействия на потенциального читателя (потребителя туристической услуги). Полученные выводы могут быть применены в переводческой практике при работе с текстами туристического дискурса, а также в дальнейших исследованиях, основанных на материале других языков.

**Ключевые слова:** туристический дискурс, тексты, русский язык, английский язык, сравнительный анализ

**Для цитирования:** Авагян А.А., Королев А.В. Особенности текстов туристического дискурса // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 3-10. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10101.

**Статья поступила в редакцию:** 12.02.2020.

**Статья принята к публикации:** 13.03.2020.

## Specific Features of Tourism Discourse Texts

**Asmik A. AVAGYAN**, lecturer, avagyanasmik@gmail.com

Higher School of International Cooperation, Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russian Federation

**Alexei V. KOROLIIOV**, Associate Prof., akoroliiov@yandex.ru

Higher School of International Cooperation, Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russian Federation

**Abstract.** Due to the rapid development of tourism and growing popularity of particular tourist destinations it is still relevant to answer the question whether tourism discourse exists. The present paper has clarified the concept of tourism discourse, its main parameters and characteristics and contains a comparative analysis of examples illustrating peculiarities of tourist texts in Russian and English. The theoretical framework is based on research carried out by G. Dann, N.A.Tyuleneva, N.V. Filatova, A.O. Tsyrempilon and D.Kh. Tsyrenzhapova. The analysis of current literature has shown that a so-called language of tourism exists, it is universal and does not depend on a language it is written in. Some authors have also developed algorithms for translating tourist texts including several consecutive stages. The research results have shown that a tourism discourse is a part of advertising discourse and bears a number of universal characteristics typical for texts written in such languages as Russian and English which are structurally different. These characteristics include the use of imperative mood, comparative and superlative forms of adjectives, emotionally colored (positive) words which aim to affect a prospective tourist (consumer of tourism services). The conclusions made can be applied to translation practice involving tourism discourse texts and further research based on other languages.

**Keywords:** tourism discourse, texts, Russian language, English language, comparative analysis

**For citation:** Avagyan, A. A., & Koroliiov, A.V. (2020). Specific features of tourism discourse texts. *Service plus*, 14(1), 3-10. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10101 (In Russ.).

**Submitted:** 2020/02/12.

**Accepted:** 2020/03/13.

**Введение.** На сегодняшний день существует немало исследований, объектом которых является туристический дискурс, понимаемый как особая разновидность текстов. Актуальность данных исследований обусловлена нарастающей значимостью сферы туризма в экономике, планируемым ростом его вклада в ВВП страны, а также языковыми особенностями текстов туристического дискурса.

Объектом исследования являются тексты туристического дискурса на русском и английском языках. Цель данной работы — определить ключевые особенности текстов туристического дискурса, опираясь на данные предшествующих исследований в этой области на материале вышеупомянутых языков. Тем не менее, предполагается, что ключевые особенности туристических текстов не зависят от языка, так как основные способы влияния подобных текстов на целевую аудиторию — потенциальных

туристов — одинаковы и связаны, прежде всего, с рекламными приёмами, универсальными в большинстве языков.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- раскрыть содержание понятия «туристический дискурс»;
- выявить все ключевые особенности текстов туристического дискурса, оценить их универсальность (независимость от языка оригинала и перевода);
- найти и проанализировать примеры, иллюстрирующие выявленные особенности туристических текстов.

Применяемый метод исследования включает сравнительный анализ туристических текстов на русском и английском языках, источником которых стал сайт путешествий *Tripadvisor*. Практическая значимость

**Особенности текстов туристического дискурса**

исследования состоит в том, что именно знание жанрово-стилистической специфики является условием адекватного перевода текстов туристической направленности. Это знание позволяет переводчику подобных текстов выбрать наиболее оптимальные способы передачи информации на другой язык. Несмотря на то, что пары задействованных в процессе перевода языков могут принадлежать к разным группам (например, германская и славянская языковые группы), приёмы воздействия на целевую аудиторию часто совпадают.

**Понятие туристического дискурса.** Понятие туристического дискурса нередко связывается с понятием рекламы. Так, Н.А. Тюленева даёт следующее определение туристического дискурса: «особый подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер» [6: 13]. Следует отметить, что подобное сравнение вполне оправдано, если в качестве первичной цели туристического дискурса рассмотреть продвижение туристского продукта.

Понятие туристического дискурса настолько прочно закрепилось в современных работах, что разработаны специальные алгоритмы перевода туристических текстов. Например, А.О. Цыремпилов и Д.Х. Цыренжапова, также опираясь на определение Н.В. Тюленевой, представляют свою концепцию алгоритмизации перевода подобных текстов с русского языка на английский. Она включает шесть этапов: сбор внешних данных, учёт принципа информативности, учёт принципа доступности, учёт принципа побудительности, учёт принципа экспрессивности и этап постпереводческого анализа [9]. Первый и последний этапы являются обязательными при переводе текстов любого дискурса, а такие свойства, как информативность, доступность, побудительность и экспрессивность особенно характерны для туристических текстов, а значит, являются неотъемлемыми компонентами понятия туристического дискурса. Причём они напрямую отражают ключевые характеристики рекламных текстов, что снова подтверждает тот факт, что туристический дискурс — разновидность или подвид рекламного дискурса.

Необходимость владения техникой (алгоритмами) перевода подобных текстов подтверждается при анализе перевода отдельных сайтов, целевой аудиторией которых являются туристы. Так, недавние исследования перевода сайтов отелей показали, что переводчики часто прибегают к дословному переводу там, где он не приме-

ним, создавая тем самым кальки [2; 13]. Качество текстов, проанализированных авторами этих исследований, является либо следствием непрофессионализма переводчика, либо следствием применения машинного перевода, который не всегда можно назвать адекватным [2]. Кроме адекватности перевода, исследователи также отмечают ответственность переводчика и в плане точности перевода, так как туристическая реклама отвечает и за достоверность информации, размещаемой на какой-либо платформе [3]. Достижение адекватного и точного перевода часто является непростой задачей и в силу такой проблемы, как межкультурная асимметрия, которая свойственна в той или иной степени всем туристическим текстам, так как туризм подразумевает прямые контакты в различных сферах культуры [1]. Межкультурная асимметрия часто выражается в наличии так называемой безэквивалентной лексики, которая даже подвергается категоризации [10]. В связи с этим переводчик, работающий с подобными текстами, должен не только хорошо владеть системами языка оригинала и языка перевода, но и обладать фоновыми знаниями об описываемых фактах и явлениях (например, о конкретной туристической дестинации).

Чтобы максимально избежать ошибок при переводе текстов туристического дискурса, А.А. Новожилова предлагает такие стратегии перевода, как ориентация на потенциального адресата (потребителя туристических услуг), минимизация потерь значимой информации, подбор стилистически и лексически корректных эквивалентов [4]. Все эти стратегии применимы к переводу текста любого дискурса, однако прагматика и стилистика туристических (рекламных) текстов является особенной.

А.О.Цыремпилов и Т.В.Платицына, анализируя англоязычные тексты туристического дискурса, обращают внимание на такие принципы конструирования туристических текстов, как побудительность, доступность, персонализация, информативность и экспрессивность [8]. Нередко при переводе на русский язык переводчики выносят на первый план принцип информативности, забывая о том, что туристические (=рекламные) тексты в первую очередь направлены на привлечение целевой аудитории.

Н.В. Филатова выделяет следующие параметры, характеризующие туристический дискурс:

«1) участники: продавец (туроператор) — клиент; экскурсовод — экскурсант; составитель текста — получатель текста;

2) место: офис, туристический автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство;



3) цели: получение прибыли — получение экскурсионно-туристической услуги;

4) ключевой концепт: путешествие;

5) стратегии: стратегия позитива;

6) материал: большой набор тем, среди которых страноведческая и историческая информация, временная организация тура, гостиничный бизнес, транспорт, обеспечение безопасности, питание и проч.;

7) разновидности и жанры: в зависимости от канала передачи информации можно выделить устную и письменную разновидности туристического дискурса» [7].

Опираясь на вышеуказанные параметры, можно составить собственное определение туристического дискурса применительно к данному исследованию. Итак, здесь под туристическим дискурсом понимается письменная разновидность дискурса, участниками которого являются составитель текста и его получатель, взаимодействующие через текстовое пространство в целях получения взаимной выгоды, ключевым компонентом (концептом) которой является путешествие. Как правило, туристический дискурс всегда характеризуется стратегией позитива, в связи с чем указание этого параметра можно посчитать избыточным, особенно в свете того, что туристический дискурс всё же рассматривается как разновидность рекламы, которая не может быть негативной.

Языку туризма посвящена работа Дж. Данна, который рассматривает его универсальный код, которому присущ целый ряд характеристик рекламного текста [12]. В этой книге автор не обращается к понятию туристического дискурса, но анализирует туристические тексты отдельно от других разновидностей письменных текстов, а значит, как особый вид дискурса. Несмотря на то, что работа написана на английском языке, Данн не делает на этом акцент, потому и вводит понятие «языка туризма». Использование этого универсального концепта действительно может быть оправдано, если обратиться к основным характеристикам туристических текстов, выделяемым Данном и другими исследователями.

Среди подобных характеристик можно выделить следующие:

- использование императива (форма повелительного наклонения) с целью призвать потенциальных клиентов (туристов) приобрести туристическую путёвку, «направить» на получение услуги конкретной туристической компании или агентства, который является инициатором создания туристического текста;

- целевое употребление категории времени: отрицание времени (путешествие как бесконечность), смена времён (контраст между богатым историческим прошлым и настоящим, привлекающим внимание самых требовательных туристов), указание на будущее (возможные перспективы, привлекательные услуги, доступные туристам, если они в ближайшее время приобретут турпутёвку) и т.д.;
- использование форм страдательного (пассивного) залога или указание на получателя текста, иными словами отсутствие прямой связи между отправителем и получателем текста или, как отмечает Данн, форма «монолога» (получатель не знает, кто является адресатом сообщения, так как всё внимание смещается на описание самой услуги, её преимуществ и потенциального клиента);
- тавтология (лексические повторы с целью влияния на подсознание будущего туриста и лёгкое запоминание положительных свойств предлагаемого тура);
- соблюдение особого ритма и в отдельных случаях рифмы, направленных на достижение тех же целей, что и тавтология;
- выбор лексики с исключительно положительной окраской.

Очевидно, что всё вышеуказанное характерно для рекламных текстов, причём действительно независимо от языка. Исключением (или, скорее, ограничением) могут стать лишь особенности грамматического строя отдельных языков, не позволяющие использовать некоторые приёмы (например, отсутствие такой грамматической категории, как залог). Однако, имеющиеся в разноструктурных языках грамматические категории имеют одни и те же цели. Например, прагматика категории залога, как правило, всегда направлена на выражение отношения между субъектом и объектом действия.

**Примеры туристических текстов.** К туристическому дискурсу можно отнести множество типов текстов, различных по своей тематике, прагматике и структуре. Среди них особенно популярны путеводители, туристические брошюры, рекламные проспекты и флаеры. Однако, для удобства и наглядности общих особенностей туристических текстов обратимся к Интернет-сайту [www.tripadvisor.ru](http://www.tripadvisor.ru), имеющему англоязычный аналог [www.tripadvisor.co.uk](http://www.tripadvisor.co.uk). Для анализа был выбран отрывок из текста про круизные путешествия.

**Почему стоит отправиться в круиз?**

(1) Круиз — отличный способ добраться до места, в котором Вы мечтаете побывать. (2) Круизные линии охватывают весь мир, и ежегодно миллионы пассажиров путешествуют по таким направлениям, как Карибы, Багамы, Аляска, Европа, Средиземноморье и даже Антарктида. (3) В круизном рейсе предоставляются проживание, питание и развлечения на борту судна. (4) Некоторые круизы предлагают отдых по системе «все включено», охватывающей в том числе напитки и экскурсии в местах остановок. (5) Отправиться в круиз — значит увидеть мир, распаковав чемодан только один раз.

(6) Круизы — это превосходный вариант для семейного отдыха: на многих лайнерах имеются всевозможные бесплатные развлечения для детей и подростков, от водных горок и площадок для мини-гольфа до фан-клубов. (7) Запланировать круиз легко: достаточно выбрать пункт назначения и подходящее судно. (8) К тому же круизные линии предлагают клиентам разнообразные пакеты, помогающие дополнительно сэкономить на таких вещах, как алкоголь, экскурсии в местах остановок или даже авиабилеты.

**Каковы рекомендации по поиску дешевых круизов?**

(9) Если Вы готовы к компромиссам, то у Вас гораздо больше шансов найти дешевые круизы. (10) Например, летом или в праздничные дни цены самые высокие, но Вы можете выбрать другое время для путешествия. (11) Забронируйте внутреннюю каюту или выберите «гарантированную каюту» без конкретного номера — идеальный вариант для непритязательных пассажиров, которым важна низкая цена. (12) Бронируйте каюты на нижних палубах, которые обычно дешевле, чем такие же каюты на верхних палубах.

(13) Если Вы хотите отправиться в плавание по очень выгодной цене, подумайте о трансатлантическом или репозиционном круизе (между сезонами). (14) Такие круизы незамкнутые или пролегают в одном направлении — маршруты их начинаются в одном порту и заканчиваются в другом. (15) Вы можете отправиться, например, из Флориды в Европу или из Нью-Йорка во Флориду. (16) Только учтите: чтобы вернуться, Вам, скорее всего, придется потратиться на авиабилеты. Источник: [5]

**Why take a cruise holiday?**

(1) If you have a place on your bucket list, chances are, a cruise will get you there. (2) Cruises cover the world, taking millions of passengers each year to destinations like the Caribbean, the Bahamas, Alaska, Europe, the Mediterranean and even Antarctica. (3) Cruising offers a tremendous value, with trips that include your lodging, meals and entertainment, all rolled into one. (4) Some cruise lines even offer fully inclusive holidays, which cover drinks and tours ashore. (5) Cruising means seeing the world while unpacking only once.

(6) Cruises also provide a wonderful option for families, with many ships offering things like waterslides, mini-golf courses and fun clubs for kids and teens -- all for free. (7) Planning is easy: Pick your destination and the right ship for you. (8) The cruise line makes it simple, offering packages to help you save on extras like alcohol, shore tours or even airfare.

**What are Tips for Finding Cheap Cruises?**

(9) If you're a flexible traveller, you'll have a better chance of finding cheap cruises. (10) Take a cruise that doesn't sail over the summer or holidays, when prices are highest. (11) Book an inside cabin, or take your chances with a «guarantee cabin,» ideal for passengers who aren't picky about their cabins but really want the lowest price available. (12) Book cabins on lower decks, which often come with lower prices than those rooms on higher floors.

(13) If you want a real bargain, consider a transatlantic or repositioning cruise. (14) These cruises are one-way or open-jaw trips, that start in one port and finish at another. (15) You can score a deal sailing from Florida to Europe, for example, or even from New York to Florida. (16) Just be aware, you'll probably have to pay a bit more for airfare to return.

Источник: [11]

Уже в первом абзаце англоязычный текст несколько отличается от русской версии и включает условное предложение с устойчивым словосочетанием *"bucket list"* («список дел, которые нужно успеть до конца жизни»), в то время как русское предложение просто характеризует круиз как «отличный способ» претворить мечту в жизнь. Вторая часть английского предложения также включает указание на будущее время, намекая на реальность мечты. Ещё одно различие наблюдается в третьем предложении: так, английское предложение содержит словосочетания *"a tremendous value"* («огромная ценность»), *"all rolled into one"* («всё в одном/всё вместе», см. рус. текст: на борту судна), отсутствующие в русском предложении. И, наконец, в этом абзаце использованы усилительные наречия «даже», «только» (в русской версии — в предложениях 2 и 5, в английской версии — в предложениях 2, 4, 5). Таким образом, в рассмотренных предложениях наблюдаются некоторые различия в выборе средств влияния на целевую аудиторию.

Следующий абзац снова начинается с предложения, описывающего круиз в положительном русле («превосходный», *"wonderful"* — «чудесный»). Несмотря на то, что выбранные в русском и английском языках прилагательные не являются синонимами, их объединяет именно положительная окраска. Далее наблюдается ещё одно заметное различие: в английской версии текста выражение *"all for free"* («всё бесплатно») вынесено в конец предложения для того, чтобы сделать больший акцент на отсутствии платы. Последующее предложение в английском содержит мысль, отсутствующую в русском: *"the cruise line makes it simple"* («круизная линия упрощает это» □ зд. планирование круиза). Ключевым словом в этом предложении является слово *"simple"*, которое усиливает слово-синоним *"easy"*, встречающееся в предыдущем предложении.

В третьем абзаце рекомендации представлены в английской версии словом *"tips"* («подсказки»), которое позволяет отправителю текста быть ближе к получателю, советуя способы приобретения дешёвых туров. Отдельный эффект создаёт использование сравнительной и превосходной степеней сравнения прилагательных («больше шансов» — *"better chance"*, «дешевле» — *"lower prices"*, «самые высокие» (о ценах) — *"the highest"*). Превосходная степень прилагательных в русских предложениях встречается всё же чуть реже (см. предложение 11). Очевидно намеренное обращение отправителя текста к адресату при помощи повели-

тельного наклонения, побуждающего к приобретению круизного тура (забронируйте, выберите, бронируйте — *"book"*, *"choose"*), которое также в русском варианте текста используется реже (см. предложение 10).

Наконец, в последнем абзаце заметно использование устойчивого словосочетания (*"a real bargain"* — выгодная сделка), которое максимально подчёркивает положительную финансовую составляющую круизного тура. Смысл того же предложения на русском языке абсолютно идентичен, а эмоциональный эффект достигается при помощи усилительного наречия «очень» («по очень выгодной цене»). Интересно, что оба текста при описании возможных туров ссылаются на те же туристические направления (Флорида — Нью-Йорк, Нью-Йорк — Флорида), несмотря на то, что целевая аудитория русскоязычных и англоязычных текстов будет, безусловно, варьироваться, причём среди посетителей англоязычной версии сайта ожидается даже более международная публика из разных уголков мира.

Ещё одним немаловажным моментом при обращении к данным текстам стало наличие единичных ошибок в русской версии сайта. В вышеприведённой таблице они устранены, однако, внимательный турист всё равно их заметит, что может подорвать авторитет и надёжность данного источника.

Таким образом, основываясь на проанализированных примерах текстов туристического дискурса, можно сделать вывод о том, что тексты на таких разноструктурных языках, как русский и английский, имеют много общих черт. В них отражены многие общие для текстов туристического дискурса характеристики, которые были выделены как отечественными, так и зарубежными исследователями. Исследуя материал сайта *Tripadvisor*, можно заключить, что русские и английские тексты являются преимущественно параллельными, несмотря на некоторые различия (перифразы, различия в построении предложений, выборе конкретной эмоционально окрашенной лексики).

**Заключение.** Как показало исследование, туристические тексты действительно обладают рядом признаков, характерных для текстов рекламного дискурса, в связи с чем, вслед за современными исследователями, можно утверждать, что туристический дискурс является разновидностью рекламного.

Полученные результаты могут быть использованы в переводческой практике при работе с текстами туристического дискурса. В частности, переводчиками могут быть учтены выявленные языковые приёмы, которые в



**Особенности текстов туристического дискурса**

исследуемой паре языков оказались идентичны. Дальнейшие исследования могут включать контент-анализ и сравнительный анализ туристических текстов на других языках, причём чем больше различий в структуре выбранных языков, тем больше расхождений будет и в структуре параллельных текстов и задействованных приёмах. Будущие исследования могут быть основаны на языках, принадлежащих к разным языковым семьям, что предположительно максимально расширит поле исследования.

**Список использованных источников**

1. Заюкова Е.В. К проблеме адекватного перевода туристического дискурса: сопоставительное исследование лингвокультурологических факторов перевода // Мир науки, культуры, образования, № 5 (60), с. 335-337, 2016.
2. Королькова С. А., Новожилова А. А., Шейко А. М. Туристический дискурс: стратегии и проблемы перевода сайтов отелей // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание, т. 16, № 3, с. 80–89, 2017.
3. Никитина Т.Г. Трудности перевода туристического текста // Концепт, №4, с. 255-261, 2019.
4. Новожилова А.А. Стратегии перевода текстов туристического дискурса (на материале сайта отеля) // Современные исследования социальных проблем, №8, с. 138-149, 2015.
5. Путеводитель по круизам. Режим доступа: <https://www.tripadvisor.ru/Cruises>. Дата обращения: 26.03.2020.
6. Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: автореф. дис. .... канд. филол. наук. Омск, 2008.
7. Филатова Н. В. Жанровое пространство туристического дискурса // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова, №2, с. 76-82, 2016.
8. Цыремпилов А.О., Платицына Т.В. Принципы конструирования англоязычного туристического дискурса и переводческая практика // Филологические науки. Вопросы теории и практики, № 6-1, с. 182-186, 2018.
9. Цыремпилов А.О., Цыренжапова Д.Х. Алгоритмизация перевода текстов туристического дискурса на английский язык // Филологические науки. Вопросы теории и практики, т.12, №8, с. 279-282, 2019.
10. Юдина Т.А. К вопросу о безэквивалентной лексике и способах ее передачи при переводе (на примерах текстов туристического дискурса) // Орловский государственный институт культуры как фундаментальный центр сохранения и развития отечественной культуры: материалы Международной научно-практической конференции, с. 207-210, 2017.
11. Cruising Guide. Режим доступа: <https://www.tripadvisor.co.uk/Cruises>. Дата обращения: 26.03.2020.
12. Dann G.M.S. The language of tourism: a sociolinguistic perspective. Wallingford, Oxon, UK: CAB International, 1996.
13. Novozhilova A., Korolkova S., Shovgenina E., Shovgenin A. Pragmatics of Translating Tourism Discourse Texts. SHS Web Conf., 50, 2018. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185001121>

**References**

1. Zayukova, E.V. (2016). The problem of adequate translation of tourism discourse: a comparative case study of linguistic and cultural factors of translation. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya [A world of science, culture, education]*, 5 (6), 335-337. (In Russ.).
2. Korolkova, S.A., Novozhilova, A.A., & Sheyko A.M. (2017). Tourism discourse: strategies and difficulties in translating hotel websites. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta [The Bulletin of Volgograd State University]*. Chapter 2, Language Science, 16 (3), 80-89. (In Russ.).
3. Nikitina, T.G. (2019). Difficulties in translating a tourist text. *Kontsept [Concept]*, 4, 255-261. (In Russ.).
4. Novozhilova, A.A. (2015). Translation strategies for tourism discourse texts (through the example of a hotel website). *Sovremennye issledovaniya sotsialnykh problem [Modern research of social problems]*, 8, 138-149. (In Russ.).
5. Putevoditel po kruizam [Cruising Guide]. URL: <https://www.tripadvisor.ru/Cruises>. (Accessed on 26.03.2020). (In Russ.).
6. Tyuleneva, N.A. (2008). Linguocultural strategies of positioning and promoting tourist services in Russian and Anglo-American advertising: PhD thesis. Omsk. (In Russ.).

7. Filatova, N.V. (2016). A genre space of tourism discourse. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta im. M.A. Sholokhova [The Bulletin of Sholokhov Moscow State University for the Humanities]*, 2, 76-82. (In Russ.).
8. Tsyrempilon, A.O., & Platitsyna, T.V. (2018). Principles of constructing English-language tourism discourse and translation practice. *Filologicheskie nauki, Voprosy teorii i praktiki [Philological sciences. Theoretical and practical issues]*, 6-1, 182-186. (In Russ.).
9. Tsyrempilon, A.O., & Tsyrenzhapova, D.Kh. (2019). Algorithmization of tourism discourse text translation into English. *Filologicheskie nauki, Voprosy teorii i praktiki [Philological sciences. Theoretical and practical issues]*, 12 (8), 279-282. (In Russ.).
10. Yudina, T.A. (2017). On the issue of non-equivalent vocabulary and methods of its translation by the example of texts of tourism discourse). *Orlovsky gosudarstvennyy universitet kak fundamentalniy tsentr sokhraneniya i razvitiya otechestvennoi kultury [Orel State University as a fundamental centre of preservation and development of Russian culture]*. Proceedings of an International Scientific and Practical Conference, 207-210. (In Russ.).
11. Dann, G. (1996). *The language of tourism: a sociolinguistic perspective*. Wallingford, Oxon, UK: CAB International.
12. Cruising Guide. Available: <https://www.tripadvisor.co.uk/Cruises>. Accessed on: 26.03.2020.
13. Novozhilova, A., Korolkova, S., Shovgenina, E., & Shovgenin, A. (2018). Pragmatics of Translating Tourism Discourse Texts. SHS Web Conf., 50. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185001121>



## ТУРИЗМ / TOURISM

УДК - 379.85

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10102

### Мотивационная составляющая этнографического туризма в контексте психологических особенностей безопасности личности путешествующих

**ПТУХА Николай Иванович**

кандидат психологических наук, доцент, ГБОУ ВО МО «Академия социального управления», Россия, г. Москва.

E-mail: nik706@mail.ru

**ШАРОНОВ Михаил Александрович**

кандидат технических наук, доцент, ГБОУ ВО МО «Академия социального управления», Россия, г. Москва.

E-mail: mik2059@yandex.ru

**ИЛЮХИНА Галина Ивановна**

кандидат социологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Россия, г. Москва.

E-mail: giimos@mail.ru

---

**Аннотация:** В данной статье в качестве предмета исследования рассматриваются мотивационные аспекты этнографического туризма в контексте психологических особенностей безопасности личности путешествующих. По мнению авторов именно эти аспекты часто влияют на выбор направленности туристского путешествия. Более того, анализ накопленного опыта и исследование имеющихся на эту тему опубликованных работ говорит нам о том, что изменив свое отношение к проработке такого важного вопроса как безопасность личности путешествующих можно существенно увеличить долю востребованности такого рода путешествий и добиться серьезного расширения количества самих направлений. Что может стать существенным объективным толчком к экономическому развитию, за счет повышения инвестиционной привлекательности целого ряда регионов нашей страны, ориентированных на внутренний туризм. По мнению авторов статьи привлечение инвестиций позволит создать дополнительные рабочие места и расширит рынки сбыта для сельскохозяйственных, сервисных и торговых предприятий, в частности, и для предприятий потребительской кооперации.

**Ключевые слова:** этнографический туризм, этнотур, безопасность туриста, личная безопасность в туризме, инфраструктура, сфера услуг, потребительская кооперация, рекреация, предпринимательская деятельность

**Для цитирования:** Птуха Н.И., Шаронов М.А., Илюхина Г.И. Мотивационная составляющая этнографического туризма в контексте психологических особенностей безопасности личности путешествующих // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 11-17. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10102.

**Статья поступила в редакцию:** 28.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 28.02.2020.

---



## Motivational component of ethnographic tourism in the context of psychological features of travelers' personal security

**Nikolai I. PTUKHA**, Cand. Sc. (Psychology), Associate Prof., nik706@mail.ru  
Academy of Public Administration, Moscow, Russian Federation

**Mikhail A. SHARONOV**, Cand. Sc. (Technical Sciences), Associate Prof., mik2059@yandex.ru  
Academy of Public Administration, Moscow, Russian Federation

**Galina I. ILYUKHINA**, Cand. Sc. (Sociology), Associate Prof., giimos@mail.ru  
Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russian Federation

**Abstract.** This article examines the motivational aspects of ethnographic tourism in the context of psychological characteristics of personal security of travelers. According to the authors, these aspects often influence the choice of direction of tourist travel. Moreover, the analysis of the accumulated experience and research of published works on this topic tells us about changing our attitude to the study of such an important issue as the security of the identity of travelers. Due to these changes, we can significantly increase the share of demand for this type of travel and achieve a serious expansion of the number of destinations themselves. This can become a significant objective boost to economic development by increasing the investment attractiveness of several regions of our country focused on domestic tourism. According to the authors of the article, attracting investment will create additional jobs and expand sales markets for agricultural, service and trade enterprises for consumer cooperation enterprises.

**Keywords:** ethnographic tourism, ethnotour, tourist safety, personal security, infrastructure, services, consumer cooperation, recreation, business

**For citation:** Ptukha, N. I., Sharonov, M.A., & Ilyukhina, G.I. (2020). Motivational component of ethnographic tourism in the context of psychological features of travelers' personal security. *Service plus*, 14(1), 11-17. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10102 (In Russ.).

**Submitted:** 2020/01/28.

**Accepted:** 2020/02/28.

Основа этнотуристской деятельности берет начало из запроса личности на удовлетворение культурно-познавательных или культурно-оздоровительных потребностей. Осуществление этнотуристской деятельности возможно лишь в условиях наличия этнографических объектов, которые составляют часть социально-культурных ресурсов, содержащих информацию об этнических проявлениях традиционно-бытовой культуры. Этнографические объекты часто являются памятниками истории и архитектуры, использование которых в качестве туристских ресурсов влечет за собой необходимость комплексной их охраны, своевременного проведения реставрационных работ и соблюдения норм туристического посещения объекта.

Эффективная система безопасности в этнографическом туризме обязана учитывать специфику органи-

зации и осуществления этнотуристской деятельности, особенности психологии туриста и сущность этнотуристских путешествий. Структурируя систему обеспечения безопасности личности туриста в период его нахождения в путешествии, необходимо рассмотреть все аспекты, связанные со спецификой этнотуризма. Специфика этнографического туризма предполагает как узкоспециализированную категорию туристов, проявляющих интерес к изучению конкретных этносов, их культуры, поведения, особенностей быта, так и людей, стремящихся дополнить новыми впечатлениями путешествие, отдых, оздоровительные процедуры. В зависимости от личностных потребностей туриста формируется этнотуристский продукт, система безопасности путешествующего, как составляющий элемент в совокупности туристских услуг.



**Мотивационная составляющая этнографического туризма в контексте психологических особенностей безопасности личности путешествующих**

Рассматривая предпочтения туристского выбора конкретных видов туризма, необходимо обратить внимание на ряд личностных и внешних обстоятельств человека, планирующего путешествие. Личностные обстоятельства, влияющие на предпочтения туристского выбора, характеризуются как:

- свободное личное время;
- круг личных интересов и хобби;
- потенциальные финансово-экономические возможности личности.

Свободное личное время человека — это время, которое остаётся после выполнения важных и необходимых дел, сопряженных с теми или иными обязательствами и может распределяться личностью по своему усмотрению. Реализация свободного времени человека рассматривается исходя из мотивационной направленности личности и индивидуальных потребностей как резерв времени, который можно использовать в удовлетворении острых нужд, не входящих в круг основных обязательных дел. В большинстве случаев данный резерв времени личностью используется, как возможность погрузиться в комфортное состояние рекреации и восстановления жизненных сил для дальнейшего бытия в окружающем социуме и повышения качества жизни. Одним из важнейших факторов комфортности путешествия является уверенность в собственной безопасности. В зависимости от типа личности, круга интересов, системы личностных обязательств и потребностей человек выбирает для себя оптимальный способ свободного времяпрепровождения, ориентируясь на собственный потенциал обеспечения личной безопасности или доверяясь туристскому предприятию, организовавшему конкретный этнотур.

Типология свободного времяпрепровождения и личностного волеизъявления может осуществляться в следующих направлениях, требующих разноплановых подходов к обеспечению безопасности туриста:

- активный отдых, сопряженный со спортивными увлечениями;
- активный отдых с рекреационно-познавательными аспектами;
- активный отдых, включающий восстановительно-оздоровительные мероприятия;
- активный отдых как элемент творческого самовыражения;
- пассивный отдых (как пример — ничего не делать);

- свободное время как способ активного развлечения;
- свободное время как возможность получения дополнительного образования;
- свободное время как возможность улучшить профессиональные дела или личностное материальное благосостояние;
- свободное время как период решения внезапно возникших проблем и др.

Предрасположенность человека к тому или иному виду реализации свободного времени зависит от мировоззренческих, культурно-интеллектуальных, морально-волевых, психологических и иных особенностей личности. Круг личных интересов обусловлен стремлением, способностью и возможностью человека реализовывать свои индивидуальные потребности в жизненной деятельности, получая психологический комфорт и эмоциональное удовлетворение. Личностные интересы и стремление к психологической комфортности, включая собственную безопасность, можно определить как потребности, желания, мотивы, присущие конкретной личности с ее субъективным понятием и мировоззренческими взглядами, которые направлены на достижение индивидуального общего жизненного комфорта.

В зависимости от стремления человека одни виды интересов человека могут способствовать появлению других, или видоизменяться под воздействием обстоятельств или состояния внешней среды, но при этом всегда сохраняется стремление к личностной безопасности. Прямой (непосредственный) интерес проявляется как стремление личности достичь непосредственного конкретного результата от того или иного обстоятельства, факта, действия. При выборе вида туризма человек стремится четко определить и структурировать место для времяпрепровождения согласно его личной цели, потенциальных возможностей в конкретный вид отдыха. В этой ситуации проявление интереса потребителя четко выражено на конкретный вид этнографического туризма. В этих условиях интерес проявляется как желание достичь эффекта от результата конкретной деятельности посредством реализации определенной возможности. Примером проявления такого интереса может служить факт выбора конкретного вида путешествия с учетом выбора объекта этнографического туризма. При этом, выбор объекта этнографического туризма, на наш взгляд, обусловлен наличием потенциальной возможности в процессе путешествия также реализовать свои познавательные потребности в виде

интересных экскурсий, лекций, участия в событийном мероприятии и т.п.

Сам факт приобретения тура этнографического туризма в этом случае осуществляется под влиянием конкретных обстоятельств, внешних или внутренних факторов, финансовых возможностей, духовных интересов, стремлений, хобби и т.п.

Материальный интерес при этом проявляется как стремление к получению экономической выгоды. Также материальные интересы отображают финансовые возможности и потребности личности. Взаимосвязь материальных интересов человека и выбора определенного вида туристского продукта прослеживается в стремлении потенциального туриста получить максимум выгодных возможностей от путешествия с минимальными финансовыми издержками.

Духовный интерес характеризует стремление потребителя к самосовершенствованию, расширению кругозора, культурному росту. Данный вид интереса не предусматривает каких-либо финансовых изменений или обогащений. Духовные интересы выражаются в стремлении получения индивидом психологической гармонии посредством эмоционального удовлетворения. При реализации духовных интересов потребитель, выбирая тур этнографического туризма, ориентируется на культурно-познавательные аспекты самого тура, его новизну и насыщенность культурно-эстетическими объектами и мероприятиями.

Социальный интерес проявляется как потребность потребителя в причастности к действиям, которые приняты в конкретной социальной группе. Интересы конкретных социальных групп зависят от социально-экономической и социально-политической ситуации, их положения в социально-профессиональной сфере. Зачастую социальный интерес личности связан с определенной степенью престижности, карьерным ростом и мнением конкретной группы населения и т.п. [1,2]. При выборе конкретного этнопутешествия, туристы, имеющие социальный интерес, ориентируются на выбор направлений и видов отдыха, распространенный в данный момент среди определенной группы по общению с целью сопричастности к данной группе и подтверждения своей состоятельности в рамках личностного престижа и самоутверждения. Приобретая этнотур, такие туристы отдают предпочтение престижным курортам и видам отдыха, полагая, что информация о совершенном ими путешествии дополнит их личностный авторитет успешного человека.

Хобби (от английского hobby - увлечение, любимое дело), проявляется как увлечение или как вид человеческой деятельности, конкретное занятие, которым человек с удовольствием и интересом занимается в личное свободное время, для получения определенного эмоционального удовлетворения. Хобби зачастую взаимосвязано с личностной компенсацией деятельностной сферы в рамках самовыражения или самосовершенствования. При этом потенциальные финансово-экономические возможности личности в свою очередь связаны с ориентированностью на личную финансовую безопасность туристов.

Личные финансы туриста представляют совокупность всех наличных и электронных денежных средств, которыми располагает конкретное лицо в путешествии. Сохранность финансового потенциала и реализация плана турпоездки, согласно психологическим ожиданиям личности и предвкушением положительных эмоциональных состояний от этнотура, напрямую зависят от организации комплексной системы обеспечения безопасности туристского путешествия.

Географические и климатические условия в системе обеспечения безопасности туриста играют важную роль в выборе конкретного этнотуристского маршрута, влияют на общую стоимость и мотивацию путешествия. Также в рамках безопасности в конкретных случаях возможны некоторые ограничения для туристов, не обладающих определенными навыками, снаряжением или имеющим медицинские противопоказания по состоянию здоровья.

Сезонность в этнографическом туризме определяется возможностью и доступностью посещения туристских объектов в определенное время ввиду ряда следующих особенностей:

- климатические и географические (транспортная доступность);
- организационные (экспонирование этнографических объектов на открытой местности в летний период);
- событийные (по случаю конкретного события).

Событийность в системе этнотуризма обусловлена разнообразными значимыми событиями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большие потоки туристов. Событийный туризм включает в себя ряд мероприятий культурного, этнографического, фольклорного, и обще познавательного плана. При этом событийные туристские мероприятия должны в полном объеме обеспечить безопасность

**Мотивационная составляющая этнографического туризма в контексте психологических особенностей безопасности личности путешествующих**

всех участников и, как правило, в рамках обеспечения безопасности таких событий концентрируются все службы и подразделения, которые в силу своей компетенции могут пресечь любые агрессивные действия, способствующие доставить дискомфорт отдыхающим и нарушить их личностную безопасность.

Познавательный этнотуризм включает посещение этнотуристских объектов с познавательными целями (экскурсия). Показ туристских объектов происходит под руководством квалифицированного специалиста-гида, экскурсовода, который передает туристам конкретное видение этнографического объекта, характеризует оценку места, понимание исторического события, связанного с посещаемым этнографическим объектом, а также инструктаж по специфике личностной безопасности при посещении конкретных объектов. Особенностью познавательного этнотуризма является взаимодействие туриста и руководителя показа этнографического объекта (экскурсовода, гида). Их совместные действия разнообразны - передвижение группы по маршруту, движение относительно объектов (их обход), наблюдение памятников, включенных в маршрут, вопросы, пояснения. В большинстве случаев турист полностью доверяет в рамках безопасности экскурсоводам, гидам, проводникам. При этом он находится в психологически расслабленном состоянии, восхищаясь созерцанием объектов иногда забывая элементарные правила личностной безопасности. Поэтому, максимальный объем ответственности за безопасность туристов возлагается на сопровождающих лиц (гидов, проводников и т.д.).

Научный этнотуризм — посещение различных этнотуристских объектов с целью ознакомления с их природой в научно-исследовательских аспектах без извлечения туристом материальной выгоды. Научный этнотуризм может быть экспедиционным и самостоятельным.

Экспедиционный научный этнотуризм - непосредственная работа в составе научных экспедиций, когда принимают участие в археологических раскопках, реставрации древних памятников и сооружений, в поиске пропавших экспедиций прошлых эпох, в реконструкции древних празднеств, обрядов и танцев, наблюдают за редкими животными в заповедниках, других полевых работах и научных исследованиях.

Самостоятельный научный этнотуризм подразумевает посещение различных этнотуристских объектов энтузиастами с научно-познавательной миссией для последующего информирования общественности

о научной специфике исследуемого этнотуристского объекта. Самостоятельный научный этнотуризм может быть личным и коллективным. Особенностью безопасности научного этнотуризма является целевая направленность личности на осознание и предупреждение условий и факторов, от которых могут исходить угрозы безопасности исследователя при посещении этнотуристского объекта с научно-познавательным и исследовательским подходом.

Приключенческий этнотуризм является своеобразным видом отдыха и обеспечивает не только пребывание туриста на привлекательном для него этнотуристском объекте, но и предполагает занятие необычным видом деятельности, характерным для данного объекта. Например, посещение средневекового замка со стилизованной «королевской охотой», где целью является участие туриста в охоте. География и тематика приключенческих этнотуров довольно большая и разнообразная. Специфической чертой приключенческого этнотуризма является наличие или получение различных лицензий, позволяющих охоту, рыбалку, вывоз трофеев и т.д. Приключенческий этнотуризм связан с определенным риском, поэтому для обеспечения безопасности этнотуристских путешествий необходимы высококвалифицированные инструкторы.

Приключенческий туризм обладает высокой степенью риска, сопряженного с всевозможными угрозами безопасности туриста. Обеспечение безопасности личности путешествующего в рамках приключенческого туризма требует разнопланового подхода к обеспечению безопасности.

Мотивации к этнографическим путешествиям имеют физиологические, психологические, культурологические и другие первоосновы, которые можно систематизировать как внутренние факторы этнотуризма, иногда игнорирующие или преуменьшающие степень потенциальных угроз безопасности личности в конкретном путешествии. Здесь же необходимо упомянуть и безопасность с точки зрения развития инфраструктурной составляющей сферы услуг в целом [3].

Внешними факторами этнотуризма будут являться организационные аспекты туристской деятельности, определяющие направление турпотоков, технологию их организации, уровень организованности, объем информированности и систему личной безопасности туриста.

Безопасность туристов при совершении путешествия регулируют следующие факторы: жизнь, здоровье, личную неприкосновенность туриста (экскурсанта),

включая физическое (телесное) и психическое (моральное) состояние, а также частную жизнь; имущество туриста (экскурсанта), в том числе предметы туристского снаряжения и инвентаря, багаж, предметы личного обихода и другие предметы, которые используются и (или) приобретены туристом (экскурсантом) во время путешествия. Основные факторы, влияющие на безопасность туристов, характеризуют: географические и природные особенности этнотуризма (морская, горная, пустынная местности, климат, наличие специфических животных и насекомых и т.д.); культурную, социальную среду временного пребывания, особенности местной пищи, язык, культурные, религиозные и этнические традиции и т.п.; особенности видов этнотуризма (экстремальный туризм, спортивно-оздоровительный туризм и др.); уровень качества и безопасности оказываемых услуг; соблюдение туристами правил личной безопасности, в том числе законов, правил и традиций (культурных, религиозных и др.) страны (места) временного пребывания, санитарно-эпидемиологических норм и правил специальных предписаний, указаний и инструкций органов власти, специализированных служб МЧС, сопровождающих гидов и инструкторов-проводников, а также использование средств индивидуальной защиты.

Виды факторов опасности и рисков этнотуризма при оказании туристских услуг могут проявляться в форме следующих источников опасности: природного характера; техногенного характера; социального характера; в чрезвычайных ситуациях и т.п. Особенности обеспечения безопасности туристов при осуществлении туристских маршрутов в выездном туризме усугубляют, что туроператоры, работающие в сфере этнотуризма, при формировании и реализации турпродуктов должны:

- обеспечить четкое взаимодействие с консульскими учреждениями страны выезда российских туристов в чрезвычайных ситуациях;
- предусматривать при заключении договоров с принимающей стороной ответственность за обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества российских туристов и возмещение причиненного ущерба, а также предоставление медицинской и правовой помощи;
- оформить необходимые страховые документы со страховым покрытием, обеспечивающим оказание туристам необходимой медицинской помощи [6].

Что же может дать этнотуризм территории? Это увеличение числа рабочих мест, обширные возможности для развития событийного туризма, активизацию возможностей по международному сотрудничеству, интеграции местных жителей, работающих в сфере предоставления услуг туристам. И это только в первом приближении.

В дальнейшем возможно и внедрение прогрессивных технологий туристского обслуживания (например: он-лайн бронирования, размещение портала в сети Интернет о ресурсах этнотуризма в районе, что можно будет отнести к рекламе рекреационных ресурсов определенной территории и т.д.), осуществление комплекса научных исследований и мониторинга, развитие системы подготовки кадров и т.д. [4,5].

Таким образом, можно отметить, что эта ниша для инвестиций в этнотуризм практически свободна, поэтому актуально рассматривать этнотуризм как инструмент для активизации малого и среднего бизнеса в современной экономической ситуации и в обществе в целом.

#### Список используемых источников:

1. Птуха Н.И. Этнографический туризм. - М. Грифон, 2019. — 90 с.
2. Птуха Н.И., Вашукевич Ю.Е., Кушнирык В.В. Формирование управленческих команд на предприятиях сферы услуг (на примере охотничьих хозяйств): Монография. — Иркутск: Изд-во ИрГСХА, 2009.—188 с.
3. Шаронов М.А. Использование мотивационной составляющей в процессе развития внутреннего туризма// Конференциум АСОУ: сборник научных трудов и материалов научно-практических конференций. 2016.№ 4. С. 375-380.
4. Шаронов М.А., Герасимова Г.В., Илюхина Г.И. Сервисная деятельность. Учебное пособие//под общ. редакцией Шаронова М.А. - М.: КноРус, 2020. - 284 с.
5. Шаронов М.А., Шаронова В.П., Некоторые аспекты технологии организации сервисной инфраструктуру туристских кластеров // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2016. № 6. С. 75-78.
6. Порядок безопасности маршрутов туризма в Российской Федерации, РФ ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские





**Мотивационная составляющая этнографического туризма в контексте психологических особенностей безопасности личности путешествующих**

услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» (утв. и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. N 773-ст) (Tourist services. Requirements provided for tourist's security) с изменениями и дополнениями.

**References**

1. Ptukha, N. I. (2019). Ethnographic tourism. Moscow: Publishing house «Grifon». (In Russ.).
2. Ptukha, N. I., Vashukevich, Yu. E., & Kushniryk, V. V. (2009). Formation of management teams in the service sector (on the example of hunting farms): Monograph. Irkutsk: Publishing house «IrgSKHA». (In Russ.).
3. Sharonov, M. A. (2016). Using the motivational component in the development of domestic tourism. *Konferencium [Conference]: proceedings of scientific and practical conferences*, 4, 375-380. (In Russ.).
4. Sharonov, M. A., Gerasimova, G. V., & Ilyukhina, G. I. (2020). Service activity. Textbook. Moscow: Publishing house «KnoRus». (In Russ.).
5. Sharonov, M. A., & Sharonova, V. P. (2016). Some aspects of the technology organization of service infrastructure tourism clusters. *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki [Basic and applied research of the cooperative sector of the economy]*, 6, 75-78. (In Russ.).
6. Order of safety of tourism routes in the Russian Federation, RF GOST R 50644-2009 "Tourist services. Requirements provided for tourist's security" (approved and put into effect by the order of the Federal Agency for Technical regulation and Metrology dated on December 15, 2009 N 773-st) (Tourist services. Requirements provided for tourist's security) with changes and additions.

## ТУРИЗМ / TOURISM

УДК 348; 631

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10103

**Отрицательные последствия массового туризма  
для принимающих территорий****ОБОРИН Матвей Сергеевич**Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,  
г. Пермь, Россия;

ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», г. Пермь, Россия;

ФГБОУ ВО «Пермский государственный аграрно-технологический университет имени акад. Д.Н. Прянишникова»,  
г. Пермь, Россия;

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия, д.э.н., профессор

recreachin@rambler.ru

**Аннотация.** Статья посвящена анализу и оценке эффектов, возникающих от развития туризма, поскольку данная сфера услуг существенно влияет на экологическую среду и социально-экономическое развитие принимающих территорий. Анализируются основные отрицательные последствия развития различных видов природно-ориентированного туризма, как на окружающую среду, так и на социально-экономические показатели регионов. Рассматривается влияние туризма на окружающую среду, приводится конкретный перечень влияний на почву, воду, дикую природу, растения и изменения ландшафтно-эстетических и санитарных условий. Туризм как вид антропогенного влияния, может оказывать существенное отрицательное влияние не только на окружающую среду, приводя к изменениям в геологических формациях, составе почвы и росту растений в зонах воздействия, вызывая уменьшение популяции животных и насекомых, но и неблагоприятно влиять на социально-экономическое состояние территорий. На основании проведенных исследований в качестве заключения предлагаются конкретные рекомендации, реализация которых поможет уменьшить отрицательные последствия туристско-рекреационной деятельности. Основное содержание данных рекомендаций заключается в эффективном управлении курортно-рекреационными территориями, регулированием поведения туристов, соблюдением санитарных норм и правил участниками рынка туристско-рекреационных услуг.

**Ключевые слова:** массовый туризм; принимающая территория; дестинация; туристско-рекреационная сфера; негативные последствия; социально-экономический эффект; устойчивое развитие; окружающая среда.

**Для цитирования:** Оборин М.С. Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 18-26. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10103.

**Статья поступила в редакцию:** 12.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 13.02.2020.



## Negative consequences of mass tourism for host territories

**Matvei S. OBORIN**

Perm Institute (branch), Plekhanov Russian University of Economics;

Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov, Perm, Russian Federation;

Sochi State University, Sochi, Russian Federation; Dr. Sc. (Economics), Prof., recreachin@rambler.ru

**Annotation.** The article is devoted to the analysis and assessment of the effects arising from the development of tourism, since this service sector has a significant impact on the environmental environment and socio-economic development of the host territories. The main negative consequences of the development of various types of nature-oriented tourism, both on the environment and on the socio-economic indicators of the regions, are analyzed. The article considers the impact of tourism on the environment, provides a specific list of impacts on soil, water, wildlife, plants and changes in landscape, aesthetic and sanitary conditions. Tourism as a type of anthropogenic influence can have a significant negative impact not only on the environment, leading to changes in geological formations, soil composition and plant growth in the affected areas, causing a decrease in the population of animals and insects, but also adversely affect the socio-economic condition of territories. Based on the conducted research, specific recommendations are proposed as a conclusion, the implementation of which will help to reduce the negative consequences of tourist and recreational activities. The main content of these recommendations is effective management of resort and recreational territories, regulation of tourist behavior, compliance with sanitary norms and rules by participants in the market of tourist and recreational services.

**Keywords:** mass tourism; host territory; destination; tourism and recreation sphere; negative consequences; socio-economic effect; sustainable development; environment.

**For citation:** Oborin, M. S. Negative consequences of mass tourism for host territories. *Servis plus*, 14(1), P. 18-26.

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10103 (In Russ.).

**Submitted:** 2020/01/12.

**Accepted:** 2020/02/13.

Развитие научно-технического прогресса и его влияние на окружающую природную среду способствует появлению различных эффектов положительного и негативного характера. Техногенные факторы оказывают негативное влияние на окружающую природную среду и вызывают экологические кризисы, способствуя разрушению природного ресурсного потенциала. Туристско-рекреационная сфера чувствительно реагирует на изменение во внешней природной среде, поскольку именно природные ресурсы являются основным фактором привлекательности территорий для посещения и массового спроса. Туризм можно охарактеризовать как сложный социально-культурный феномен и интегральный вид деятельности со сложными взаимосвязанными эффектами: экономическим, социальным, экологическим. Традиционно принято рассматривать положительное влияние туризма на социально-экономическое развитие принимающих территорий, однако необходимо оце-

нивать также и негативные последствия, которые могут быть достаточно существенными.

В отечественной и зарубежной науке сформировалось несколько основных точек зрения на поставленную проблему. Согласно научным работам, условно выделенным в первую группу, можно отнести туризм к сложному виду деятельности, обеспечивающему взаимосвязь природной и антропогенной среды, объединяющей две различные формы существования туристско-рекреационного предложения: первичное и вторичное. Первичное предложение представляет собой первоначальный природно-ресурсный потенциал, который формирует предпосылки социально-экономической деятельности, развития инфраструктуры и переводит его в следующую фазу жизненного цикла, вплоть до деградации и упадка с возможностью последующего восстановления [8; 10; 11; 15].

Другая группа научных работ рассматривает туризм как деятельность, нарушающая природную окру-

жающую среду и биологическое равновесие определенной территории в условиях расширения массового спроса на посещение определенных территорий и мест отдыха. Экологический туризм должен основываться на принципах равновесия, недопущения чрезмерного использования ресурсов и загрязнения окружающей природной среды, то есть соблюдать принципы устойчивого развития, что оказывается довольно сложным для популярных курортов и дестинаций. Достижение оптимальных условий сохранения баланса окружающей природной среды должно базироваться на эффективном стратегическом управлении территориальным развитием, финансовом контроле и мониторинге экологических показателей. Значительная роль в процессе мониторинга отводится количественным показателям, от которых напрямую зависит размер ущерба окружающей природной среде [9; 13; 14].

Влияние туризма на социально-экономическое развитие стран и регионов является значительным по ряду причин [12; 16]:

1. Туризм является наиболее активно и динамично развивающимся сектором мировой экономики, составляет существенную долю мирового валового национального продукта, привлекает приблизительно 7% мировых инвестиций, способствует созданию большого количества рабочих мест и является значимой статьёй налоговых поступлений в большинстве стран.

2. Туризм положительно влияет на значимые виды экономической деятельности и социум. Но, несмотря на всю свою экономическую привлекательность, туризм не развит в ряде стран и регионов, обремененных военными, религиозными, этническими конфликтами.

3. Туризм имеет глубокую и многогранную социальную составляющую. На современном этапе развития общества он призван решить ряд социальных проблем: оказание широкого спектра услуг, формирование общего образовательного и культурного уровня современного общества, активное создание и расширение межэтнических, межгосударственных и межкультурных отношений, организация отдыха и восстановление жизненных сил и здоровья потребителя.

Для успешного развития туризма, необходимо решить ряд актуальных проблем, включая проблему сохранения благоприятного состояния природной среды, для дальнейшего положительного развития индустрии туризма. Желание усовершенствовать качество жизни приводит к стремительному росту темпов материально-производственного. Рост материального производства не-

укоснительно ведет к тому, что высокая часть природных ресурсов возвращается в виде высокотоксичных отходов, которые практически непригодны для утилизации. Стремительное развитие энергетики, машиностроительной отрасли, химической промышленности, транспорта привело к тяжелым нарушениям природных ландшафтов, загрязнению почвы, воды, воздуха всевозможными отходами. Интенсивность потребления человеком энергетических и материальных ресурсов увеличивается соразмерно численности населения и даже опережает его рост. Результаты антропогенной деятельности активно проявляются в истощении природных ресурсов, разрушении природных экосистем, изменении структуры земной поверхности и изменении климата на нашей планете.

В целях усиления защиты окружающей среды необходимо уменьшить количество выбросов транспорта в окружающую среду. Почти все виды транспорта, применяемые для предоставления туристических услуг, представляют определенную опасность для различных компонентов биосферы. Самые тяжелые антропогенные нагрузки возникают вследствие эксплуатации двух самых востребованных видов транспорта: воздушного и автомобильного. В мировой туристической практике транспортные потоки распределены таким образом: доля туристических перевозок по воздуху составляет 44%, автомобильным транспортом - 41%, железнодорожным транспортом - 8% и водным транспортом - 7%. Во многих странах действуют законы, которые ограничивают загрязнения окружающей среды автомобильным транспортом, государство выделяет дотации производителям экологически чистых автомобилей.

Необходимо подчеркнуть особенность в понимании максимальной полезности туристического продукта касательно местожительства туриста и принимающего региона, в который он приехал как потребитель туристско-рекреационных услуг. Данная особенность определена внешними эффектами, которые также называют «эффектами переполнения». Они подразделяются на положительные и отрицательные эффекты. Положительные эффекты включают [3, с. 13]:

- рост уровня занятости населения;
- увеличение доходов населения;
- развитие отраслей, связанных с туризмом;
- увеличение культурного и образовательного уровня населения;
- пополнение бюджетов всех уровней;
- развитие территориальной инфраструктуры;



## Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий

- рост инвестиционной привлекательности территорий.

Отрицательные эффекты включают:

- повышенное давление на окружающую среду;
- повышенная нагрузка на дорожную сеть;
- отвод плодородной земли под строительство.

Где и как проявляется воздействие, вызванное явлением туризма зависят от целого ряда факторов, среди которых можно назвать формы туризма, туристические направления, пропускную способность территорий и достопримечательностей. Это влияние определяет интенсивность воздействия, продолжительность и степень влияния данных факторов и явлений на туризм. В основном интенсивность и разнообразие воздействия, вызванного данным видом деятельности, возникает от многообразия форм оказания услуг и туристского потока от определенных направлений, которые вовлекают в рекреацию больше, чем деловые поездки или лечебно-оздоровительные услуги. Воздействие, вызванное организованным туризмом, является более слабым по сравнению с индивидуальным туризмом, а также зависит от качества систем управления курортно-рекреационными территориями.

Некоторые принимающие территории и регионы, например, климатические курорты со статусом городских поселений, могут обслуживать большое количество посетителей, так как они имеют адекватную организационную структуру и развитую материально-техническую базу для размещения туристов. Прибрежные и горные районы являются более уязвимыми, поскольку в сезон давление от туристского потока увеличивается в 2-3 раза, превышая численность местного населения. Некоторые исторические объекты стали очень уязвимыми и могут подвергнуться разрушению или деградации вследствие значительного количества посещений туристскими группами, в связи с этим являются частично или полностью закрытыми достопримечательностями для посетителей из-за негативного воздействия на окружающую среду (Парфенон на афинском Акрополе, Афинская церковь, гробница Тутанхамона в Долине царей, Египет и др.). Интенсивность, размер и характер деградации окружающей среды зависит от давления, оказываемого на окружающую среду.

Из-за наличия положительных и отрицательных эффектов возможны дополнительные затраты или выгоды. Положительным эффектом является доход от оказания дополнительных услуг, предоставляемых отраслями, связанными с туризмом, способствующих

развитию региона. Негативные внешние эффекты - это дополнительные расходы, возникающие вследствие причинения вреда дикой природе, дорожной сети, захвата территорий и так далее. Следовательно, в туризме существуют не только очевидные затраты, общие для экономической деятельности, но и скрытые расходы, которые являются упущенными возможностями, имеющими особое социально-экономическое значение для региона [1].

Специфика туристической промышленности заключается в том, что для нее необходимы, в первую очередь, трудовые ресурсы, особенно в туристический сезон. Однако, трудовые ресурсы, также необходимы для сельского хозяйства и других отраслей. Туристические агентства могут привлечь приток рабочей силы, источником которого являются именно предприятия этих отраслей, путем увеличения заработной платы. В «межсезонье» создается избыток персонала, он сокращается, что является следствием безработицы и ухудшением социально-экономических условия жизни в регионе. В свою очередь, развитие внутреннего туризма приводит к росту инфляции в конкретном регионе. Это обусловлено тем, что туристы платят деньги, которые заработали в другом регионе, то есть они пополняют экономику этого туристического направления, что приводит не только к увеличению доходов региона, но и увеличивает инфляционное давление. Стоимость товаров первой необходимости, цены на продукты питания, одежду, транспорт, жилье растет. В некоторых регионах цены на землю быстро растут [4].

Одно из первых исследований негативного воздействия на окружающую среду от развития туризма было проведено мексиканским ученым Гектором Себалосом Ласкуреином, который считается одним из основателей концепции и принципов экологического туризма. Такие воздействия, как считает эксперт, условно делятся на две группы: прямые и косвенные. Прямое воздействие вызвано прямой активностью туристов и их присутствием на рассматриваемой территории. Косвенный эффект связан с инфраструктурой и транспортными средствами, которые используют в туризме.

Туристическая деятельность может повлиять на окружающую среду, как положительно, так и отрицательно. Ниже приводится сравнительный анализ положительного и отрицательного влияния туризма на окружающую среду, а также воздействия некоторых видов туристической деятельности на окружающую среду (таб.1)

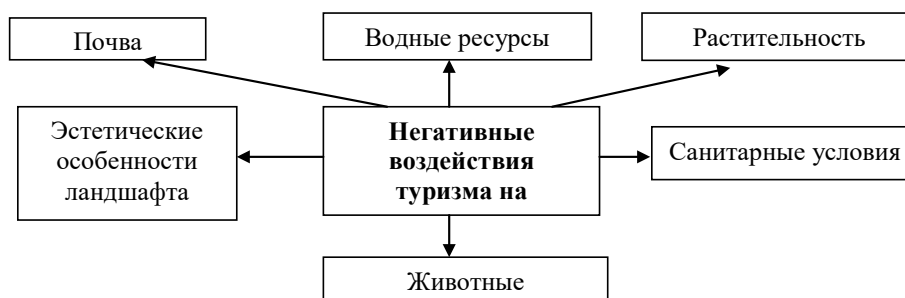


Рисунок 1. Основные негативные воздействия туризма на окружающую среду

Figure 1. Main negative impacts of tourism on the environment

Таблица 1

Воздействие туризма на экологию принимающих территорий

Impact of tourism on the ecology of host territories

Положительное	Отрицательное
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Прямой финансовый вклад в окружающую среду, поддержка и развитие ООПТ;</li> <li>• смягчение воздействий на экосистемы (с учетом экологических стандартов);</li> <li>• рационализация землепользования;</li> <li>• защита редких экосистем (с учетом требований к пропускной способности)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Активное применение водных ресурсов для обеспечения гостиниц, непосредственного потребления туристами;</li> <li>• деградация земель и истощение в результате строительства инфраструктуры;</li> <li>• повышение загрязнения воздуха из-за роста международного туризма разными видами транспорта;</li> <li>• рост энергопотребления в результате ввода в эксплуатацию новых объектов туристической промышленности</li> </ul>

Исходя из исследований В.И. Преловского [5], природная рекреационно-туристская деятельность в отечественной практике была реализована намного раньше, в рамках такого научного направления как рекреационная география, вопросами разработки которой занимался коллектив Института географии АН СССР. При исследовании этого направления вопросы экстремальных нагрузок туристов на природную среду и на ландшафты подвергать анализу с разных точек зрения, а именно:

- реакция окружающей среды на влияние туризма, также быстрота и уровень такой реакции;
- взаимодействие между туристами и элементами природы;
- устанавливались количественные параметры стабильности окружающей среды к туристическим нагрузкам.

Следовательно, изучения влияния природного туризма на разные факторы окружающей среды велись отечественными и зарубежными специалистами. Влияние на почву от развития туризма может быть различ-

ным. При строительных работах на объектах туристической инфраструктуры, к примеру, объектах поселения туристов, происходит передвижение и удаление грунта, который образуется в ходе проведения землеройных работ. Из-за частых пешеходных переходов в некоторых районах появляются оползни и обвалы. Во время кемпинга верхние слои почвы разрушаются, особенно на лесных тропах, около дорог и возле специальных участков. Продолжительное разрушение верхних слоев почвы чрезмерно вредно для экологической системы, так как происходит нарушение естественного круговорота питательных веществ в почве. В результате сокращается популяция микроорганизмов, отвечающих за этот цикл. Вследствие «затаптывания» туристами уплотняется почва, особенно по берегам озёр и на лесных тропинках. Транспортные средства, также усугубляют ситуацию. При длительном «вытаптывании» снижается способность почвы восстанавливаться естественным путем. Также «затаптывания» затрудняет естественный сток, что существенно увеличивает эрозию почв. В результате гибель растений, а также

**Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий**

изменение видового состава почвенных микроорганизмов. Утрамбовывание почв, например, из-за верховой езды, также может привести к заболачиванию, так как это затрудняет сток и приводит к разрушению корней растений, растущих в этом районе.

Чтобы оценить степень влияния на окружающую среду, можно отметить, что в естественных условиях на разработку почвы уходит около 12 тысяч лет [2]. В результате эрозия почвы может привести к длительным отрицательным последствиям для окружающей среды. Другим важным последствием развития туризма является увеличение плодородия почв из-за повышения скопления органических веществ, таких как пищевые отходы, так как продукты жизнедеятельности человека — это дополнительный источник загрязнения органических почв.

Природный туризм может негативно воздействовать на водные ресурсы. Последствиями туристической деятельности для водоемов могут быть эрозия пляжей и береговой линии, а также химическое загрязнение воды. Вот почему в районах, где туристы чаще всего останавливаются, загрязнение воды может быть опасно для здоровья. Проблемы химического и бактериального загрязнения, а также цветения водорослей в прудах особенно распространены в районах, где при строительстве коттеджей, гостиниц или кемпингов недостаточное внимание уделялось системе очистки и удаления сточных вод. Выбросы сточных вод в водоемы часто стимулируют интенсивное развитие сине-зеленых водорослей до такой степени, что практически исключается возможность дальнейшего применения воды в рекреационных целях. Уровень кислорода, растворенного в воде, понижается, что содействует гибели водной среды и фауны. В некоторых случаях природно-ориентированный туризм негативно влияет на диких животных. Например, желая увидеть редких птиц, туристы вторгаются в места их обитания. Туристическая активность в период уязвимого жизненного цикла животных, например, гнездования, увеличивает уровень тревоги животных.

Эксперты также подчеркивают проблему спада воспроизводительной функции и нарушения пищевого поведения в качестве двух основных отрицательных эффектов влияния на дикий животный мир вследствие природного туризма. Из-за повышенной тревожности животные и птицы меняют обычный образ жизни, избегают места туристической активности. Животные и птицы очень боятся шума транспорта и моторных лодок, могут навсег-

да покинуть привычные места обитания. Тем не менее, некоторые виды животных получают выгоду от развития туризма, например, крысы, которые потребляют органические отходы от туристов. Проблемой также является с искусственное кормление животных туристами, так как способствует нарушению естественных стереотипов их пищевого поведения. К примеру, на Галапагосских островах, в результате подкормки, черепахи больше не смогли самостоятельно находить пищу. Кроме того, подкормка животных туристами может привести к агрессивному поведению животных, повреждению транспортных средств или кемпингов, что порой требует отстрела животных. Природный туризм может быть причиной повышенной уязвимости перед хищниками, а также к нарушению отношений хищник-жертва. Так, некоторые виды птиц бросали свои гнезда по мере приближения туристов, оставляя их незащищенными от хищников.

В Южном национальном парке Луангва туристические агентства предлагали ночные поездки на автомобилях с применением фонарей для наблюдения за охотой на леопарда, что в конечном итоге помогло хищникам найти добычу. В некоторых случаях постоянное присутствие людей возле диких животных приводит к тому, что они становятся легкой добычей для охотников, поскольку привыкают к людям и перестают их бояться. Туристы также являются распространителями болезней, общих среди людей и животных. Заболевания распространяются в результате близкого контакта с животными и передаются через продукты, которыми туристы подкармливают животных. Распространение болезней — это серьезная проблема [6], которая опасна для горных горилл, очень чувствительных к бактериям и вирусам человека. Их заболевание грозит уничтожению целой популяции животных, которые уже находятся под угрозой исчезновения.

Движение транспорта в заповедниках может привести к гибели животных. Кроме непосредственного влияния природных видов туризма на многие виды животных, существует и отрицательный косвенный эффект. Из-за уплотнения снега, в местах, где лежат лыжные склоны, животным, живущим в норах сложно передвигаться.

Природный туризм может оказать отрицательное воздействие на изменение санитарных условий. Это обусловлено выбросом отходов туристами, что влияет на санитарное состояние почв и водохранилищ, загрязняет грунтовые воды, приводит к выбросу загрязняющих веществ в воздух и может влиять на местное

население. Все вышеперечисленные эффекты могут оказывать косвенное негативное влияние на диких животных, обитающих на рассматриваемых территориях. Стоит учитывать негативное влияние, которое туризм может оказать на себя, так как одним из негативных результатов неконтролируемой туристической деятельности на природных территориях может быть снижение привлекательности местных ландшафтов. С одной стороны это ухудшает впечатления туристов, а с другой - не привлекает новых туристов. Основным фактором деградации является засорение территорий, особенно, вдоль пешеходных троп и маршрутов, а также в местах показа природных достопримечательностей.

Необходимо заметить, что современный массовый туризм негативно влияет не только на окружающую среду. В местах, где часто бывают туристы, появляются серьезные социально-культурные проблемы. Туризм обращает местные культуры в предметы потребления. Религиозные обряды, традиционные этнические обряды и фестивали адаптированы, чтобы соответствовать ожиданиям туристов. В некоторых странах туристы игнорируют существующие моральные ценности: во многих мусульманских странах, где женщины одеваются соответственно своим традициям, европейцы же не обращают на это внимание и ходят, так как привыкли в своей стране.

Современный туризм приводит к возникновению и обострению следующих социально культурных и экологических проблем: высокой коммерциализацией и утратой идентичности населения; снижением качества жизни местных жителей при превышении негативных эффектов над экономической выгодой; сильное повышение плотности населения в зонах отдыха; большое антропогенное давление на территорию, ухудшение привлекательности ландшафтов; загрязнение окружающей среды, нарушение экологии природных зон.

Существует опыт управления и предотвращения негативных последствий факторов, неблагоприятно влияющих на развитие природно-ориентированного туризма, окружающей среды и социально-экономических показателей [7].

*Первая группа мер связана с регулированием поведения туристов.* Чтобы избежать эрозии и размыва почвы, а также скапливания мусора, количество экологических троп и маршрутов в заповедниках необходимо уменьшить. Следует предупредить туристов, что они должны следовать по тропинкам, минуя районы, не подверженные влиянию человека. Движение

пешеходов должно быть устроено так, чтобы действия туристов не приводили к оголению корней деревьев. Только в специально отведённых местах должно быть позволено разводить костры и ставить палаточные лагеря. Вне обозначенных дорог движение должно быть ограничено. Туристы, кормящие животных, должны учитывать случаи, когда животные теряют способность самостоятельно добывать пищу.

*Вторая группа мер направлена на соблюдение мер безопасности и стандартов предприятиями сферы туризма.* В местах, где сохраняется естественная растительность, строительство туристических объектов должно быть запрещено. При выборе места строительства предпочтение надлежит отдавать местам с уже нарушенной растительностью. Чтобы уменьшить количество мусора, оставляемого посетителями во время природоохранных туров, необходима установка контейнеров для сбора отходов вдоль маршрутов и парковок, которые необходимо систематически вывозить специальным службам. В зарубежной практике большое внимание уделяется разделению сбора отходов. В то же время органические отходы можно применять в качестве удобрения после переработки. Администрация экскурсий должна поощрять сбор и повторное применение бутылок и другой тары, надлежит отказаться от применения мощных средств, отрицательно влияющих на окружающую среду, используя биоразлагаемые продукты. Все лица, принимающие участие в осуществлении природоохранных туров - администраторы, сотрудники туристических агентств, обслуживающий персонал и сами туристы, должны ответственно относиться к выполнению санитарных норм и правил.

*Третья группа мер относится к действиям органов власти региона, территории с туристско-рекреационной специализацией.* Необходима системная просветительская работа с общественностью и экологами, чтобы объяснить основные отрицательные влияния туризма на природную среду. К примеру, можно раздавать проспекты о том, как снизить влияние на почву при создании кемпингов или о важности парковки автомобилей в специально отведенных местах. На показ диких животных должны распространяться определенные правила, исключая случаи отрицательного влияния, описанные в данной работе. Например, при применении фонарей на маршрутах, где ведется наблюдение за ночной охотой на животных, применяйте те цвета, которые не будут менять правил взаимодействия охотника и жертвы.



**Отрицательные последствия массового туризма для принимающих территорий**

Таким образом, развитие туризма оказывает как положительное влияние на экономические и социальные показатели отдельных регионов, так и отрицательное. Основным положительным эффектом является увеличение занятости и доходов населения, отрицательным воздействием является повышение цен на товары, услуги, недвижимость, что, в свою очередь, вызывает социальные проблемы и доставляет неудобства местным жителям. Максимальное уменьшение отрицательного влияния туризма на окружающую среду достигается за счет эффективного управления развитием курортно-рекреационных территорий, соблюдения принципов устойчивого развития и мониторинга состояния природной окружающей среды.

**Список использованных источников**

1. Захаров К.С. Состояние и перспективы развития внутреннего туризма в России (экономические аспекты) // Международное научное издание Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2016. Т. 1. № 2 (21). С. 128-132.
2. Курушина Е.В. Экономическая интеграция с позиций методологии научного познания (вопросы классификации) // Фундаментальные исследования. 2013. №8-5. С. 1146-1150.
3. Любарская М.А., Любарский А.Н. Экономические аспекты развития туризма в России // Экономика. Право. Инновации. 2016. № 2. С. 12-16.
4. Минаев А.А. Понятие внутреннего туризма и его экономическая сущность // Вестник современных исследований. 2018. № 7.2 (22). С. 138-143.
5. Шерешева М.Ю., Полянская Е.Е., Оборин М.С. Необходимость системного подхода к развитию российских туристских дестинаций в условиях растущей угрозы овертуризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2019. Т.13. № 4. С. 75-86.
6. Яшалова Н.Н., Рубан Д.А. Перспективы развития экологического туризма в интересах «зеленой» экономики // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2013. №6. С. 98- 106.
7. Яшалова Н.Н., Рубан Д.А. Особая значимость экологического фактора для устойчивого развития национальной экономики: концептуальный анализ // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. №14. С. 20-30.
8. Alam MS, Paramati SR (2016) The impact of tourism on income inequality in developing economies: does Kuznets curve hypothesis exist? *Ann Tour Res* 61:111–126.
9. Al-Mulali U, Fereidouni HG, Mohammed AH (2014a) The effect of tourism arrival on CO2 emissions from transportation sector. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 26:230–243.
10. Al-mulali U, Fereidouni HG, Lee JMY, Mohammed AH (2014b) Estimating the tourism-led growth hypothesis: a case study of the Middle East countries. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 25(2):290–298.
11. Anatasia V (2015) The causal relationship between GDP, exports, energy consumption, and CO2 in Thailand and Malaysia. *Int J Econ Perspect* 9(4):37–48.
12. Azam M, Alam MM, Hafeez MH (2018) Effect of tourism on environmental pollution: further evidence from Malaysia, Singapore and Thailand. *J Clean Prod* 190:330–338.
13. Bouzahzah M, El Menyari Y (2013) International tourism and economic growth: the case of Morocco and Tunisia. *J North Afr Stud* 18(4):592–607.
14. Bozkurt C, Akan Y, Okumus I (2016) Environmental Kuznets curve hypothesis in BRICTS: the role of tourism. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 59.
15. Brida JG, Cortes-Jimenez I, Pulina M (2016) Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review. *Curr Issue Tour* 19(5):394–430.
16. Cetin M, Ecevit E (2017) The Impact of financial development on carbon emissions under the structural breaks: empirical evidence from Turkish economy. *Int J Econ Perspect* 11(1):64–7.



## References

1. Zaharov K.S. Sostoyanie i perspektivy razvitiya vnutrennego turizma v Rossii (ekonomicheskie aspekty) // *Mezhdunarodnoe nauchnoe izdanie Sovremennye fundamental'nye i prikladnye issledovaniya*. 2016. T. 1. № 2 (21). S. 128-132.
2. Kurushina E.V. Ekonomicheskaya integraciya s pozicij metodologii nauchnogo poznaniya (voprosy klassifikacii) // *Fundamental'nye issledovaniya*. 2013. №8-5. S. 1146-1150.
3. Lyubarskaya M.A., Lyubarskij A.N. Ekonomicheskie aspekty razvitiya turizma v Rossii // *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2016. № 2. S. 12-16.
4. Minaev A.A. Ponyatie vnutrennego turizma i ego ekonomicheskaya sushchnost' // *Vestnik sovremennyh issledovanij*. 2018. № 7.2 (22). S. 138-143.
5. SHeresheva M.YU., Polyanskaya E.E., Oborin M.S. Neobhodimost' sistemnogo podhoda k razvitiyu rossijskih turisticheskikh destinacij v usloviyah rastushchej ugrozy overturizma // *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 2019. T.13. № 4. S. 75-86.
6. YAshalova N.N., Ruban D.A. Perspektivy razvitiya ekologicheskogo turizma v interesah «zelenoj» ekonomiki // *Vestnik UrFU. Seriya: Ekonomika i upravlenie*. 2013. №6. S. 98- 106.
7. YAshalova N.N., Ruban D.A. Osobaya znachimost' ekologicheskogo faktora dlya ustojchivogo razvitiya nacional'noj ekonomiki: konceptual'nyj analiz // *Nacional'nye interesy: priority i bezopasnost'*. 2014. №14. S. 20-30.
8. Alam MS, Paramati SR (2016) The impact of tourism on income inequality in developing economies: does Kuznets curve hypothesis exist? *Ann Tour Res* 61:111–126.
9. Al-Mulali U, Fereidouni HG, Mohammed AH (2014a) The effect of tourism arrival on CO2 emissions from transportation sector. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 26:230–243.
10. Al-mulali U, Fereidouni HG, Lee JMY, Mohammed AH (2014b) Estimating the tourism-led growth hypothesis: a case study of the Middle East countries. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 25(2):290–298.
11. Anatasia V (2015) The causal relationship between GDP, exports, energy consumption, and CO2 in Thailand and Malaysia. *Int J Econ Perspect* 9(4):37–48.
12. Azam M, Alam MM, Hafeez MH (2018) Effect of tourism on environmental pollution: further evidence from Malaysia, Singapore and Thailand. *J Clean Prod* 190:330–338.
13. Bouzahzah M, El Menyari Y (2013) International tourism and economic growth: the case of Morocco and Tunisia. *J North Afr Stud* 18(4):592–607.
14. Bozkurt C, Akan Y, Okumus I (2016) Environmental Kuznets curve hypothesis in BRICTS: the role of tourism. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 59.
15. Brida JG, Cortes-Jimenez I, Pulina M (2016) Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review. *Curr Issue Tour* 19(5):394–430.
16. Cetin M, Ecevit E (2017) The Impact of financial development on carbon emissions under the structural breaks: empirical evidence from Turkish economy. *Int J Econ Perspect* 11(1):64–7.



## ЭКОНОМИКА И СЕРВИС / ECONOMICS & SERVICES

УДК 642.7

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10104

### Профессиональная посуда для ресторана — критерии выбора и современные тренды

**ИРИНИНА Ольга Ивановна**

к.т.н., доцент

Институт туризма и предпринимательства

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых»

---

**Аннотация:** статья посвящена вопросам выбора профессиональной посуды для сервировки стола. В работе освещены тренды и современные направления декорирования посуды и сервировки стола 2019 года. Статья может быть интересна профессионалам ресторанного бизнеса и студентам, обучающимся по направлениям подготовки «Сервис» и «Гостиничное дело».

**Ключевые слова:** сервис, ресторан, посуда, сервировка, качество, дизайн

**Для цитирования:** Ирина О.И. Профессиональная посуда для ресторана — критерии выбора и современные тренды // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 27-32. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10104.

**Статья поступила в редакцию:** 20.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 20.02.2020.

---

### Professional tableware for restaurant-selection criteria and modern trends

**Olga I. IRININA**, Cand. Sc. (Technical science), Associate Prof.

Institute of tourism and entrepreneurship, Vladimir state university named after A. G. and N. G. Stoletovs, Vladimir, Russian Federation

---

**Abstract:** the article is devoted to the choice of professional tableware for table setting. The paper highlights the trends and modern ways of decorating dishes and table setting in 2019. The article may be interesting for professionals of the restaurant business and students of “Service” and “Hospitality”.

**Keywords:** service, restaurant, dishes, table setting, quality, design

**For citation:** Irinina O. I. (2020). Professional tableware for restaurant-selection criteria and modern trends. Service plus, 14(1), 27-32. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10104 (In Russ.)

**Submitted:** 2020/01/20.

**Accepted:** 2020/02/20.

---



Впечатление о ресторане или кафе, как правило, составляется из целого ряда объективных и субъективных факторов, которым мы можем не придавать серьезного значения, но которые так или иначе говорят о том, как в данном предприятии относятся к гостям. Многие заведения ресторанов способны определить уровень заведения, только взглянув на предметы сервировки.

Как театр начинается с вешалки, так ресторан начинается с посуды. При кажущемся мнении, что это лишь детали, блюда, красиво сервированные на дизайнерской тарелке, выглядят более привлекательно и аппетитно, тогда как неверно подобранная тарелка может испортить впечатление и от блюда, и от сервиса заведения.

Изысканная, изящная, правильно и со вкусом подобранная сервировочная посуда служит «обрамлением» для кулинарных шедевров, созданных шеф-поваром, как рама для оформления произведения искусства, и является одной из основ формирования имиджа ресторана.

Кроме того, правильно подобранная посуда и столовые приборы способны влиять на повышение аппетита, улучшают вид и вкусовое восприятие еды. Красивая посуда — это хорошее настроение гостей, а это именно то, ради чего работают рестораторы. Даже если кухня ресторана находится на высоком уровне, следует помнить о том, что люди ходят в ресторан не только за ужином, но и за атмосферой. Именно поэтому посуду для ресторанов необходимо выбирать очень тщательно, с учетом ценовой политики, стиля и направления заведения, т.к. гость будет огорчен, если изысканное дорогое блюдо будет на дешевой тарелке. Если ресторан претендует на определенный уровень, столовые приборы и посуда должны ему соответствовать. В дорогом ресторане всё, что предлагается гостям, должно быть высшего качества: и блюда, и напитки, и интерьер, и атмосфера, и посуда.

Для ресторанов категории люкс и премиум-баров с изысканным интерьером и широким ассортиментом блюд подбирается самая качественная, дорогая и часто уникальная посуда, дорогой утонченный фарфор из коллекций именитых дизайнеров, серебряные или стальные дизайнерские столовые приборы, которые могут подчеркнуть статус заведения.

Внешний вид посуды должен полностью соответствовать кухне и специфике ресторана, чтобы не допустить диссонанса с интерьером, мебелью, тематикой. Узор на тарелках может гармонировать с узором на стенах, цвет посуды — подчеркивать основные тона, ис-

пользуемые в отделке, или контрастировать с ними.

Обязательное условие — посуда должна быть однотипной, выдержанной в едином стиле.

Строгие классические формы подходят для солидных ресторанов, для предприятий французской кухни — утонченные предметы сервировки, для ресторанов итальянской кухни применяют стандартную европейскую посуду и приборы, в т.ч. специальные тарелки для пиццы и пасты; для ресторанов японской кухни и суши-баров — прямоугольные блюда и деревянные доски для суши и роллов и национальную посуду, палочки для еды и подставки для них; для заведений узбекской и кавказской кухни — национальную посуду — кисе, глиняные тарелки, горшочки для запекания и тушения, сервировочные чугунные сковороды, пиалы с национальным орнаментом [1].

При выборе стиля используют универсальные классические предметы сервировки или современные, креативные. Предприятия, специализирующиеся на реализации блюд из качественных органических продуктов оснащают посудой с матовой фактурой природных цветов, рестораны с национальной кухней — посудой с этническим орнаментом, подчеркивающим колорит ресторана [1].

Требования к посуде, используемой в предприятиях общественного питания, устанавливаются нормативными документами: ГОСТами, СанПиНами, регламентирующими нормы прочности, функциональности, а также гигиенические нормы. Перечень нормативных документов, регламентирующих требования к посуде для предприятий общественного питания приведен в таблице 1 [4].

В ресторанах любого типа и класса не допускается использование посуды с трещинами, сколами, отбитыми краями, деформированной, с поврежденной эмалью [2]. Многие рестораны и кафе разрабатывают внутренние стандарты качества, которые определяют требования к посуде и приборам.

В ресторанах и барах категорий люкс и высшей при сервировке стола и обслуживании банкетов, кейтеринговых мероприятий используется различная посуда: керамическая, фарфоровая — более изысканная, утонченная и дорогая, отличающаяся легкостью и повышенной прочностью, оригинальная посуда, изготовленная по специальному заказу, с логотипом ресторана.

В тематических и национальных ресторанах используется посуда из керамики, дерева и металла художественной обработки.



Таблица 1 Перечень нормативных документов, регламентирующих требования к посуде для предприятий общественного питания.

Table 1 List of normative documents regulating the requirements for tableware for public catering enterprises.

Тип и номер документа	Наименование документа
ГОСТ 30407-96	Посуда и декоративные изделия из стекла. Общие технические условия.
ГОСТ Р ИСО 6486-2-2007	Посуда керамическая, стеклокерамическая и стеклянная столовая, используемая в контакте с пищей. Выделение свинца и кадмия. Часть 2. Допустимые пределы.
ГОСТ Р 54156-2010	Посуда и приборы столовые из коррозионностойкой стали для детей и подростков. Технические условия.
ГОСТ Р 54575-2011	Посуда фарфоровая. Технические условия.
ГОСТ Р 55824-2013	Посуда керамическая. Номенклатура показателей
СанПиН 2.3.6.1079-01	Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья.

Для того, чтобы оставить приятное впечатление у гостя, необходимо использовать профессиональную посуду, имеющую следующие универсальные характеристики качества и внешнего вида:

- она должна отличаться высокими гигиеническими свойствами, обеспечивать экологическую безопасность контакта с пищевыми продуктами, подтвержденную необходимыми сертификатами соответствия и безопасности;
- узор на посуде должен быть стойким к истиранию, сохранять яркость изначального цвета, не тускнеть в результате многократного использования в течение длительного времени;
- обладать повышенной прочностью, долговечностью, износостойкостью и практичностью;
- должна иметь упрочненный борт во избежание сколов (ведущие производители предоставляют соответствующую гарантию);
- должна быть красивой и эстетичной, отличаться правильной геометрией, идеально гладкой поверхностью — в ней не должно быть пор, где могут скапливаться загрязнения и микроорганизмы;
- должна быть простой в уходе, удобной для мытья,
- устойчивой к химическому воздействию профессиональных моющих средств и механическим повреждениям;
- должна быть совместима с профессиональным посудомоечным, тепловым и холодильным

оборудованием: изделия должны хорошо переносить частые циклы мойки и сушки в посудомоечных машинах, выдерживать резкие перепады температур (из холодильника в жарочные шкафы и пароконвектоматы, микроволновые печи) без утраты эстетической привлекательности и эксплуатационных характеристик;

- должна соответствовать категории и ценовому сегменту заведения, направлению кухни, дизайну внутреннего оформления.

Важным преимуществом профессиональной посуды является её взаимозаменяемость и эргономичная форма. Профессиональная посуда имеет выемки для удобного штабелирования, что позволяет обеспечить компактность при хранении.

Т.к. посуда в ресторанах и барах очень активно эксплуатируется, не рекомендуется закупать изделия с излишне тонкими и маленькими элементами (ручки чашек и чайников, ножки фужеров), с маленькой площадью опоры или слишком высокие.

Ресторанный бизнес связан с большим количеством затрат, поэтому крайне важно оптимизировать затраты на закупку посуды.

Прежде чем закупать посуду для ресторана, необходимо детально проанализировать меню и определить, в чём будет подаваться каждое блюдо с учётом размера порций, формы подачи, способа тепловой обработки.

Существует множество компаний, в течение длительного периода существующих на рынке HoReCa.

Эксперт по направлению «Посуда и инвентарь» компании «КЛЕН», более 20 лет присутствующей на данном рынке, Наталья Куликова, советует выбирать посуду классического белого цвета, которая может стать базовой практически в любом заведении, т.к. рисунок на посуде быстро тускнеет и стирается, что приводит к лишним затратам на приобретение посуды. Дополнить белую посуду можно дизайнерской цветной посудой из фарфора или керамики. Часто употребляемые предметы (тарелки, чашки, салатники) рекомендуется приобретать универсальных размеров и форм. Для того, чтобы посуда всегда выглядела достойно, эксперт рекомендует выбирать продукцию только от проверенных производителей. Достичь этого позволит работа со стабильными компаниями, работающими на рынке несколько лет и имеющими прочные связи с поставщиками для того, чтобы рестораторы имели возможность докупать предметы сервировки [1].

Компания предлагает широчайший выбор посуды для кафе, баров и ресторанов. Это и очень дорогая элитная посуда, в создании которой участвовали лучшие европейские дизайнеры, и демократичный качественный китайский фарфор, и недорогая посуда из фаянса.

Другой известной компанией на рынке HoReCa является Resto Complex, на протяжении многих лет предлагающая владельцам ресторанного бизнеса посуду в современном стиле, столовые приборы всевозможных разновидностей высокого качества.

В линейке предлагаемой посуды представлен фарфор фирмы Tudor England, совмещающий в себе традиции староанглийских фабрик 19-го века и современный дизайн. Фарфор обладает высокой прочностью, долговечностью, при доступных ценах. Посуда отличается невероятным сочетанием английских мотивов и модерна, безупречностью и изяществом форм в современном стиле, выпускается в широком ассортименте. В линейке представлены изделия больше 400 разновидностей дизайна, что позволяет рестораторам подобрать посуду под стиль заведения. Плюсами данного фарфора являются безопасные материалы, нанесение декора вручную, термостойкость и сверкающий блеск, устойчивость к повреждениям.

Компания Рестошеф (Restochef), занимающаяся комплексным оснащением ресторанов, кафе, кейтеринговых компаний, банкетных залов, предлагает много линеек столовой фарфоровой посуды для ресторанов с пожизненной гарантией на сколы края, гарантируя бесплатную замену, столовых приборов,

барного стекла, банкетных аксессуаров, барных принадлежностей и др.

Компания Рестошеф является официальным дистрибьютором в России английского фарфора Dudson, дающего на часть своей продукции пожизненную гарантию на сколы края с последующей бесплатной их заменой; генеральный дистрибьютор профессионального фарфора Continental (ЮАР); официальный дистрибьютор немецкого профессионального фарфора Tafelstern, на который предоставляется пожизненная гарантия на глазурь. Компания поставляет нескольких серий фарфоровой посуды, различного цвета и формы, разнообразие которой позволит удовлетворить любой запрос предприятий различных концепций: ресторанов украинской, кавказской, узбекской, азиатской и других национальных кухонь, стейк-хаусов, европейских ресторанов, суши-баров, ирландских пабов, кофеен или ресторанных зон в модном клубе.

Костяной фарфор Rosenthal серии Jade — профессиональный фарфор с изящными линиями и элегантным дизайном, отличается особой изысканностью, тонкостенностью и просвечиваемостью, имеет приятный теплый оттенок и глянцевый блеск, способный украсить и подчеркнуть интерьер ресторана. Эту серию используют в отелях и ресторанах высокого уровня.

ООО «Атлант-Сервис» поставляет продукцию завода Ras AL Khaimah по производству столовых фарфоровых изделий премиум класса. Лабораторией предприятия было произведено более 2,5 тыс. испытаний для получения уникальной формулы эмали, определения оптимальных режимов обжига при изготовлении изделий, что способствовало увеличению прочности и устойчивости посуды к сколам и значительно увеличило срок их эксплуатации, на которую завод предоставляет гарантийный талон на 5 лет, предоставляющий возможность бесплатной замены изделий, что позволит рестораторам экономить значительные средства на дозакупках посуды.

В последние годы постоянно растет спрос на барное стекло разнообразных коллекций, что объясняется прежде всего разнообразием ассортимента напитков в барах и ресторанах и развитием культуры питания.

Признаками качественного стеклянного изделия являются прочность стенок и кромок бокалов, блеск и прозрачность, гладкость обработки поверхности, отсутствие в толще стекла пузырьков, долговечность. Современные технологии изготовления и обработки, в частности, кромки бокала лазером позволяют изготавливать надежную посуду без увеличения ее массы.



## Профессиональная посуда для ресторана – критерии выбора и современные тренды

При выборе бокалов профессионалы учитывают ассортимент напитков в меню, многообразие форм и объемов, возможность обеспечить стилевое единство. Известно, что форма барного сосуда влияет на восприятие вкуса содержимого. Острые очертания бокала подчеркивают агрессивные нотки напитка, в округлом бокале лучше раскрываются коктейли с нежным вкусом. Утонченность ягодных ликерных мотивов идеально воспринимается в небольших рюмках на высокой ножке, а для подачи крепких напитков лучше всего подходят маленькие по объему сосуда рубленых форм. Посуда из прозрачного стекла без рисунков и тонирования позволяет оценить прозрачность крепких спиртных напитков.

У российских рестораторов пользуются популярностью изделия из стекла и хрусталя французской компании Arc International торговой марки Arcogoc, разработанные в сотрудничестве с ассоциацией барменов Франции, а также винные бокалы таких заводов, как Montini (Италия), APS (Германия), Nepp (Германия), Paderno (Италия), Pintinox (Италия), а также продукция премиум-класса, класса-люкс [1].

Многие шеф-повара выбирают для кулинарных шедевров белую посуду, считая её своего рода чистым листом для творчества, по аналогии с художниками. Однако, в последние годы появились новые тренды в посуде, характеристика которых представлена в табл. 2.

Таблица 2. Тренды в посуде 2019 года

Table 2. Trends of 2019 in tableware

№ п/п	Тренды	Характерные особенности
1.	Стиль минимализм	Особая простота линий, функциональность, отсутствие лишних элементов декора. Классические нотки создаются благодаря прозрачным стеклянным бокалам и белым тарелкам из фарфора или стекла. Особый колорит тренду сезона придает посуда с потрескавшейся глазурью или в виде надломленного и «помятого» фарфора. Такая посуда сделает любое блюдо более элегантным.
2.	Авангардные предметы сервировки	Посуда в нежной цветовой гамме: полупрозрачные оттенки розового, бежевого, голубого или зеленого
3.	«Золотое сечение»	Позволяет прочувствовать королевскую роскошь. Такой метод декорирования посуды прекрасно впишется в стили рустик, классический или модерн. Можно подобрать посуду как с тоненькой золотистой каемочкой, так и со сплошным напылением. Особое внимание уделяется оттенкам драгоценных металлов, которыми можно украшать не только фарфоровые изделия, но и бокалы для вина из стекла. Нестандартный выбор — предметы посуды под золото, медь или серебро, наборы матового черного цвета или антрацитового оттенка. Столовые приборы под такую посуду подбирают так же черные, медные, золотистые или серебристые.
4.	Орнаменты и рельефы	Самый праздничный стиль сервировки стола. Это может быть ручная роспись, контрастные монохромные рисунки, этно- мотивы, геометрические принты или фантазийные пейзажи города. Рисунок при этом должен быть насыщенным и ярким. Эффектно выглядит набор посуды в темном матовом и глянцевом исполнении.
5.	Стилевое направление милитари	В посуде оно выражается морскими орнаментами и полосатыми принтами. Бело-синюю полосу на сервизе комбинируют с белыми скатертями и салфетками с морскими обитателями или кораблями. Лучше, если полоска будет немного неровной, словно посуда куплена у начинающего гончара.
6.	Посуда в экостиле	Набирает все большую популярность с каждым годом. Для данного стиля актуальны природные мотивы в любом проявлении. Варианты могут быть разнообразными: деревянная посуда, не боящаяся воздействия высоких температур и воды, посуда из матового стекла или глиняная с глазурью. Особый колорит сервировке придаст черная стеклянная посуда или резной хрусталь.
7.	Ваби-саби	Новый стиль, который еще недостаточно известен, но уже имеет своих поклонников, предпочитающих простоту во всем и умеющих видеть совершенство в достаточно несовершенных вещах. Пример — керамическая посуда с декоративными трещинками.

№ п/п	Тренды	Характерные особенности
8.	Асимметричный авангардный стиль	В настоящее время находится на самом пике моды. Классическая круглая форма сменяется на квадрат и фантазийные, с грубыми неровными краями фигуры. Трещинки и вмятины, шероховатая поверхность и необработанная на вид посуда — очевидный тренд этого года. Можно встретить такую посуду не только из дерева, но из керамики с художественными вмятинами, неровностями и потеками красочного слоя.
9.	Цвет посуды	Тенденции в посуде затронули не только стилевые направления, форму, но и цвет посуды. Самым нестандартным, но популярным оттенком сезона в посуде является терракотовый, который был одним из основных в новогодней сервировке стола, а также неяркие и теплые: припыленный розовый, лососевый, охристый, бордо и глубокий зеленый, которые можно сочетать с этническими рисунками.

Таким образом, проведённый анализ требований к профессиональной посуде и современных трендов позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на различие в стилевых направлениях, в 2019 выделяются три самых популярных: на первом месте — керамика, на втором — стекло, на третьем — фарфор, так называемый материал «вечности», предлагаемый как в тонком, так и в более прочном виде [3].

#### Список использованных источников

1. Посуда для ресторанов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://aif.ru/boostbook/posuda-dlja-restoranov.html> (дата обращения 27.10.2019 г.)
2. СанПиН 2.3.6.1079-01 Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья. [Электронный ресурс]. — М., 2015. — Доступ из справ. -правовой системы «Консультант Плюс».
3. Тренды в посуде 2019 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://poryadok.ru/blog/trendy-v-posude-2019/> (дата обращения 03.01.2019 г.).
4. Хлебосольность и вкус: посуда в отельной кухне // Академия гостеприимства. — №4.-2018.- с.22-31.

#### References

1. Tableware for restaurants [Electronic resource]. URL: <https://aif.ru/boostbook/posuda-dlja-restoranov.html> (Accessed on 27.10.2019). (In Russ.)
2. SanPiN 2.3.6.1079-01 Sanitary and epidemiological requirements for catering organizations, production and turnover of food products and food raw materials in them. [Electronic resource]. — Moscow, 2015. — Access from the Internet — legal system "Consultant Plus". (In Russ.)
3. Trends in tableware 2019. [Electronic resource]. URL: <https://poryadok.ru/blog/trendy-v-posude-2019/> (Accessed on 03.01.2019). (In Russ.)
4. (2018) Hospitality and taste: dishes in the hotel kitchen. *Akademiya gostepriimstva [Academy of hospitality]*, 4, 22-31. (In Russ.)



## ЭКОНОМИКА И СЕРВИС / ECONOMICS & SERVICES

УДК 331.108

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10105

### Анализ систем мотивации в индустрии гостеприимства

**СТРЕКОПЫТОВА Дарья Михайловна**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, студент

ООО «Галерея Отель», администратор, strekopytovadarya@yandex.ru

**Аннотация:** В сфере гостеприимства особую роль играет персонал. Каждая гостиница заинтересована в квалифицированных сотрудниках, знающих свое дело. Чтобы удержать работников, необходимо разработать мотивационную систему, рассчитанную на каждого сотрудника и на его потребности. Появление термина «человеческий ресурс» во многом поменяло стратегию мотивирования персонала. Появилась потребность не только в материальном стимулировании, но в нематериальном. В данной статье рассмотрены существующие теории мотивации, применяемые на практике. Проанализированы мотивационные системы на конкретных гостиницах. В качестве гипотезы исследования ставилась проверка о значимости материальной стороны мотивации и её трансформации с возрастом сотрудников отелей. Представлены главные факторы мотивации и важность «бонусных поощрений». Описаны примеры действующих систем мотивации в сетевых и несетевых гостиницах. Также было проведено анкетирование, результаты которого показали разницу между теоретическими данными и практикой.

**Ключевые слова:** мотивация, гостиница, нематериальная система, материальная система, персонал, система «бонусных поощрений».

**Для цитирования:** Стрекопытова Д.М. Анализ систем мотивации в индустрии гостеприимства // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 33-40. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10105.

**Статья поступила в редакцию:** 15.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 16.02.2020.

### Analysis of motivation systems in the hospitality industry

**Daria M. STREKOPYTOVA, student**

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

**Abstract.** In the hospitality industry, staff play a special role. Each hotel is interested in qualified staff who know their job. In order to keep employees, it is necessary to develop a motivational system designed for each employee and his needs. The emergence of the term "human resource" has largely changed the strategy of motivating staff. There was a need not only for material stimulation, but for non-material. This article discusses existing theories of motivation that are used in practice. The motivational systems at specific hotels are analyzed. As a hypothesis of the study, a check was put on the significance of the material side of motivation and its transformation with the age of hotel employees. The main motivation factors and the importance of "bonus rewards" are presented. Examples of existing motivation systems in chain and non-chain hotels are described. A survey was also conducted, the results of which showed the difference between theoretical data and practice.

**Key words:** motivation, hotel, non-material system, material system, personnel, system of "bonus rewards"

**For citation:** Strekopytova, D. M. (2020). Analysis of motivation systems in the hospitality industry. Service plus, 14(1), 33-40. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10105 (In Russ.)

**Submitted:** 2020/01/15.

**Accepted:** 2020/02/16.



**Введение.** В современном мире правильный подбор персонала — неотъемлемая часть успеха предприятия, особенно это касается сферы гостеприимства. Уровень сервиса сильно зависит от уровня квалификации и подготовки кадров, поэтому каждого сотрудника необходимо заинтересовать, чтобы он наиболее полно смог себя реализовать и приносить доход отелю.

Гостиничные услуги имеют ряд отличительных особенностей: несохраняемость, неосвязаемость, непостоянство качества и неотделимость производства от потребления услуг, которые обуславливают необходимость подхода к персоналу как к человеческому ресурсу, так как для гостя обслуживающий персонал представляется отдельной услугой, которая зачастую формирует желание вернуться снова.

**Теория.** Существует ряд мотивационных теорий: традиционные теории, содержательные теории и процессуальные теории. Автор традиционной теории — Фредерик Уинстон Тейлор, своей работе [1] делал упор на материальную составляющую мотивации и говорил о необходимости компенсации рутинной работы повышенным заработком и перехода с сдельной формы оплаты труда.

У содержательных теорий мотивации есть научное объяснение. Физиологи считают, что потребность существует, если в мозге человека есть соответствующие нервные клетки, сигналы по которым от внешней или внутренней среды заставляют человека удовлетворять ее. Когда потребность удается удовлетворить, в мозге возникают положительные эмоции, необходимые для того, чтобы кора головного мозга (в частности, отвечает за долговременную память) запоминала правильную программу поведения (выстроила связи между различными нейронами благодаря высвобождению из них нейромедиаторов) и в дальнейшем заставляла человека действовать по этой же схеме. Так возникает мотивация.

Герчиков разработал «Типологическую модель мотивации», которая является содержательной теорией [2]. Герчиков создал концепцию для решения управленческих задач. Она состоит из двух осей: мотивации достижения и мотивация избегания. Выделяются 5 типов трудовой мотивации: инструментальный, профессиональный, патристический, хозяйский и избегательный. Каждый тип индивидуально подбирается сотруднику исходя из его жизненных предпочтений и позиций. Вторая содержательная теория мотивации — «Двухфакторная теория мотивации Герцберга», которая описывает два основных

фактора, которые удерживают персонал: гигиенические и мотиваторы [3]. В рамках теории «Трехфакторная модель Мак-Клелланда» автор выделил три равноправные категории мотивов: потребность во власти, потребность в успехе, потребность в принадлежности к коллективу. К каждой потребности подбирается соответствующий метод мотивации [4]. Одна из самых интересных содержательных теорий — «Х-У- теория Мак-Грегора». Основной посыл — разделение людей на Х-и У- категории, где Х- категория — не приемлющие работу люди, а У- категория — люди, для которых работа — естественное желание [5]. Самая узнаваемая теория данного типа — «Теория мотивации Маслоу», где каждый метод мотивации опирается на пирамиду Маслоу. Хьюберт Рамперсад в своей работе «Индивидуальная сбалансированная система показателей» предложил теорию суть которой заключается в том, что необходимо соблюдать баланс целей сотрудников и целей организации [6].

Как уже было сказано ранее значимость выполнения тех или иных потребностей, для каждого человека различна. Это связано и с его генетическими особенностями, и с тем опытом, который он получил в течение жизни. В соответствии с этим у разных людей поведение, связанное с удовлетворением потребностей, будет различно, так как будет исходить из разных ожиданий. Понимание этого легло в основу процессуальных теорий мотивации, которые гласят, что человек выбирает ту или иную манеру поведения, исходя из собственного понимания ее целесообразности в данной ситуации и конкретный момент времени.

Процессуальная теория Портера-Лоурела ставит акцент на 5 переменных: затраченные усилия, восприятие, полученные результаты, вознаграждение, степень удовлетворения. Основной вывод теории: результативный эффективный труд ведет к удовлетворению работника, а не наоборот [7]. В работе Врума «Теория ожидания Врума» установлено, что для мотивации человека необходимы наличие потребности и ожидание ее действительного удовлетворения. Ключевыми факторами являются ожидание желаемого результата, ожидание вознаграждения за результат, ожидание соответствующего вознаграждения [8]. Завершающая процессуальная теория — «теория справедливости Стейси Адамса», где сравниваются вознаграждение и усилия одного человека с теми же показателями другого человека. Итогом сравнения может быть чувство несправедливости, от чего зависит то или иное поведение сотрудника [9].

Подбором персонала в гостиничной индустрии занимается отдел кадров или Human Resource Management. В системе работы этого отдела выделяют следующий ряд фундаментальных задач: управление планированием и использованием персонала, управление аттестацией персонала, обучением и его развитием, управление мотивацией и формирование корпоративной культурой [10].

В настоящее время отношение к кадрам гостеприимства изменилось — если раньше это было синонимом слова «прислуга», то сегодня это «человеческий ресурс». Соответственно у работников данной сферы появляется не только выбор места работы, но и собственные требования, которые обусловлены высоким уровнем квалификации или опытом работы. В связи с этим, отдел кадров должен вырабатывать новые методы мотивации персонала. Служба управления персоналом также занимается координацией руководителей по работе с кадрами, составляет тренинг-план для работников с целью повышения навыков и так далее.

Актуальность работы обусловлена тем, что в современном гостиничном бизнесе немалую часть рынка занимает именно несетевые отели. Особенно такая форма распространена в малых городах, которые не являются туристическими центрами, Краснодарском крае, регионах Кавказа. Также несетевые отели широко представлены в крупных городах: Москве, Санкт-Петербурге, Казани и некоторых других. Персонал в сетевых отелях часто сменяется, это связано с тем, что менеджменту сложно найти соответствующий мотивационный подход к сотрудникам, который удовлетворял бы все их потребности.

Вопрос мотивации — один из самых проблематичных и важных вопросов, стоящих перед руководителями и отделом кадров. В нашей стране система мотивации развита слабо, так как многие менеджеры опираются в основном либо на материальную систему поощрения, либо на «карательный» метод мотивации, что отпугивает персонал и убивает в них желание работать.

В крупных сетевых отелях существуют свои способы решения вопроса мотивации, которые отличаются от конкурентных. Эти способы давно известны: корпоративный, материальный, личные стимулы, творческий, метод свободного времени и так далее. Каждая крупная сеть старается создать новые средства мотивации и стимулирования персонала с целью удержания их на рабочем месте и избежания негативных отзывов как о работодателе. Брендовые отели, которые имеют

свои точки в нескольких странах, предоставляют в качестве мотивации бесплатный или с высокой скидкой номер в отелях другого города. Но что могут предложить своим сотрудникам несетевые отели и в, особенности, малые? Этот вопрос достаточно часто возникает у руководителей такого рода гостиниц, ведь персонал в сетевых известных отелях намного сильнее мотивирован не только материально [11].

Изучать этот вопрос следует с рассмотрения пирамиды потребностей Маслоу, так как работа является способом удовлетворения каждого этапа пирамиды. Теория Маслоу является фундаментальной и признана менеджерами по всему миру. Начиная с самой базовой потребности — физиологической, Маслоу описывает в иерархичном порядке необходимость в безопасности, принадлежности к социальной группе, в уважении и признании и самая высокая ступень — потребность в самовыражении.

Параллельное прохождение каждой ступени пирамиды при составлении мотивационного подхода обеспечивает удовлетворение всех категорий потребностей сотрудников. Каждый сотрудник имеет свои собственные ценности, которые определяют полный набор мотивационных элементов. Поэтому система мотивации должна предоставлять персоналу достаточно широкий и гибкий выбор средств удовлетворения потребностей.

Профессор Хлебников Д.В. В своей статье «Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации» отмечает, что при выборе методов мотивации и стимулирования нельзя полагаться только на желания работников. В первую очередь они должны оправдывать главные цели отеля и предусматривать обеспечение функций, процессов и процедур деятельности гостиницы необходимыми и достаточными компетенциями. В работе Хлебников Д.В. «переворачивает» треугольник Маслоу в прямоугольник. Это уравнивает каждую ступень теории Маслоу, которые влияют на мотивационную систему [12].

В соответствии с основными потребностями не трудно подобрать методы, которые смогут простимулировать персонал. Некоторые запросы могут удовлетворяться только материально или наоборот — только морально. Необходимо также учитывать, что различные категории работников мотивируются по-разному. Таким образом, факторы стимулирования и мотивации классифицируются по формулировкам потребностей пирамиды Маслоу.



Д.В. Хлебников добавляет, что данная система это лишь гипотеза, выстроенная на изучении практики применения различных мотивационных схем. Подход описан начиная с вершины пирамиды:

- потребность в самовыражении — это критичная потребность, выражается в стремлении к полноценному использованию своих способностей, знаний, умений. Мотивация людей с данной потребностью должна содержать в себе нечто оригинальное. Организационные методы, наделяющие сотрудника управляющими обязанностями, например, повышение или ведение проекта. Материальные методы имеют свое место и здесь. Подарки, премии и прочие эквивалентные способы, которые справедливо оценивают работу. Нематериальные методы в виде качественной корпоративной культуры, то есть совместные поездки, спортивные и прочие мероприятия;
- потребность в уважении и признает существоют у менеджеров разных отделов, потому что им необходимо повышать свой статус. В рамках управления этой потребностью следует применять материальные, нематериальные, организационные и имиджевые рычаги. Здесь значительную роль играет имидж компании, статус работника и престиж;
- потребность в принадлежности к социальной группе важна для работника любого отдела гостиницы. Для этого фактора необходимо использовать следующие методы: нематериальный (обратная связь от управленца, грамоты), материальный (экономическая конкуренция), имиджевые (статус), организационные (тренинги, перспективы);
- потребность в безопасности влияет на стрессоустойчивость, лояльность и приверженность организации сотрудника. Уместно говорить о материальных («белая» зарплата), имиджевых и организационных методах мотивации;
- физиологические потребности — основа для устройства на работу. В основном выражается в материальных методах, но многие гостиницы особенно сетевые подключают нематериальные в виде обучения, тренингов и так далее [13].

Таким образом, можно сказать, что независимо от статуса материальные методы мотивации присутствуют в каждой должности. Данное сопоставление пирамиды Маслоу и методов мотивации имеют один недо-

статок в виде непредсказуемости выбора сотрудника. То есть для каждого разная мотивация имеет разный вес. Например, для кого-то значительнее получать «белую» зарплату и иметь работу в проверенной фирме, кому-то гораздо важнее размер зарплаты независимо от легальности предприятия.

Что касается несетевых отелей, то данный метод может применяться в зависимости от номерного фонда, количества персонала, формы управления отелем. Но иерархичная система описанного подхода помогает выделить лучшего сотрудника, которому можно доверить больший объем работы с соответствующими наградами. Несетевые отели не могут предложить своим сотрудникам разнообразие нематериальных и имиджевых мотиваций, но может расширить материальную и организационную системы [14]. Рассмотрим типы мотиваций на примере конкретных несетевых отелей.

В одной из своих статей Авилова Н.Л. описывает практику применения мотивационных подходов в отеле «Аврора» в Курске. Основной компонент мотивации, конечно же, экономический. Это система оплаты труда, которая работает по принципу «лучшему — лучшее». Данная мотивация имеет наибольший вес, и руководство отеля уделяет системе оплаты труда и надбавок наибольшее внимание. Заработная плата сотрудников состоит из нескольких частей, включающих в себя оклад, премии, бонусы, надбавки, выслугу лет. В качестве нематериальной мотивации в гостинице «Аврора» существует особый стиль управления, который подразумевает общение руководителя с каждым сотрудником. Это позволяет в непринужденной форме сделать замечание, выразить благодарность или получить информацию о потребностях самих сотрудников.

Также в формате нематериальной мотивации проводятся обучающие тренинги, повышается уровень корпоративной культуры за счет создания комфортных условий работы и сплочения коллектива. «Аврора» также вдохновляясь опытом сетевых отелей создает «систему корпоративных тарифов», то есть скидки на проживание для родственников сотрудников и для самих работников скидки на бары и рестораны гостиницы [14].

В отеле «Европа Отель» Санкт-Петербурга также преобладает материальный метод мотивации, то есть заработная плата, доплата за выслугу лет, доплата за условия труда (ночные смены, переработки), бонусы и премии. Нематериальная мотивация не отличается разнообразием: создание благоприятной атмосферы в коллективе, совместные мероприятия и так далее.

## Анализ систем мотивации в индустрии гостеприимства

**Данные и методы.** С целью изучить мотивацию работников в сфере HoReCa, было проведено электронное анкетирование с использованием ресурса анкетирования Гугл, объем выборки составил более 800 человек, которые работают в сфере гостеприимства.

Примечательно, что на вопрос «является ли для Вас финансовая составляющая основным мотиватором?» чаще всего выбирался ответ «нет, мне нравится атмосфера, коллектив, руководство и тд». При этом стоит отметить, что 82,1% гостиничного персонала среди респондентов имеют систему «бонусных поощрений». Что касается руководства, то практически все опрошенные работники гостиниц своевременно получают feedback от своих руководителей. Кроме того, 82% отмечают готовность к помощи у своих менеджеров.

Если говорить о нематериальной системе мотивации, то 67,8% сотрудников отмечают, что руководство отеля проводят тренинги и квалификационные мероприятия в достаточном количестве, но при этом 28,5% хотели бы увеличить количество тренингов, а 3,7% гостиниц не предоставляют персоналу возможность посещать квалификационные мероприятия.

64,2% директоров в качестве нематериальной мотивации устраивают совместные мероприятия, которые направлены на улучшение атмосферы в коллективе. У 96% проводятся массовые развлекательные мероприятия такие, как корпоратив, Новый год и так далее. 14,2% также выезжают на пикники и в небольшие совместные поездки. А у 25% в отделах устраивают локальные праздники, например, день рождения сотрудника.

Среди анкетированных 13,8% работают в департаменте питания гостиниц. Для 60% из них финансовая составляющая играет самую важную роль и в 100% случаев руководство предоставляет систему «бонусных поощрений». Также у всех проводятся тренинги и квалификационные мероприятия, массовые развлекательные мероприятия, которые улучшают атмосферу в коллективе. Среди респондентов оказались и студенты вузов, которые в настоящее время работают в сфере гостеприимства — 8,4%. Для них главной мотивацией является финансовая составляющая.

Если брать демографический фактор, то 77,7% анкетированных — женщины. Для 82% из них материальная часть не имеет значения и 67,8% считают, что совместные праздники (массовые развлекательные, совместные поездки и т. д.) прекрасно поддерживают дружелюбную атмосферу в коллективе. Что касается мужчин, то 75% работают только из-за денег, но при этом такой же про-

цент опрошенных находят совместные мероприятия отличным способом улучшить атмосферу на работе.

В анкетировании участвовали респонденты с разным уровнем образования: 75% — уже получили высшее образование и 25% учатся на данный момент в ВУЗе. Что касается студентов, то финансовая составляющая — единственная причина работы. Причем 12% ответили, что «заработная плата низкая, но ничего другого найти не могу». 26% анкетированных, получивших высшее образование считают самым важным материальную мотивацию. Остальные находят главным мотиватором рабочую атмосферу.

На диаграмме (рис. 1) представлено процентное соотношение ответов на открытый вопрос «Укажите самый главный фактор мотивации в сфере HoReCa». Заработная плата и карьерный рост являются лидирующими ответами на данный вопрос. Рисунок 2 показывает важность системы «бонусных поощрений». Ответы достаточно разнообразны, но действительно важно для респондентов то, что она в принципе существует и грамотно работает.

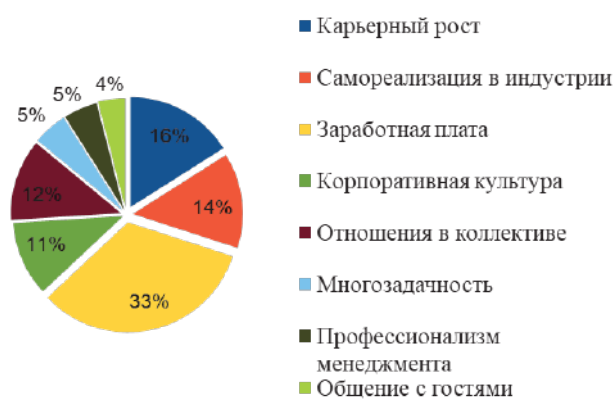


Рис. 1 — Факторы мотиваторы сотрудников отелей  
Fig. 1-Motivating factors for hotel employees



Рис. 2 — Важность системы «бонусных поощрений» для сотрудников отелей  
Fig. 2-Importance of the “bonus rewards” system for hotel employees

**Полученные результаты.** Таким образом, для людей, работающих в гостиницах не так важна заработная плата, как рабочая атмосфера, возможность посещать как развлекательные, так и массовые мероприятия.

С другой стороны, большинство работников департамента питания выбрали данную индустрию из-за заработной платы. При этом все анкетированные отметили, что руководство всегда готово оказать помощь и является частью коллектива. Для женщин материальная составляющая не так важна, как для мужчин. Хотя мужчины также упомянули о важности массовых мероприятий (как обучающих, так и развлекательных). Студентов больше интересуют деньги, а вот работников, закончивших ВУЗ привлекает атмосфера в коллективе. Анализируя рисунки 1 и 2, можно сказать, что все же для большинства опрошенных заработная плата — самый важный мотиватор, а наличие системы «бонусных поощрений» является важным, но не самым главным мотиватором.

Если говорить о руководстве, которое составляет для опрошенных систему мотивации, то можно сделать вывод, что мотивирующие системы созданы для сотрудников с разными потребностями: карьерный рост, заработная плата, рабочая атмосфера и общение. Соответственно, HoReCa способна удовлетворить любые рабочие потребности персонала.

**Заключение.** На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что система мотивации в гостиничной индустрии имеет большое значение, так как от удовлетворенности своей работой персонала напрямую зависит прибыль отеля. Начиная с низших должностей и закан-

чивая управленцами, материальная мотивация занимает особое место. Только выражается в каждой должности по-своему. В сетевых отелях создать стойкую систему мотивации намного проще, так как большой штаб имеет различные потребности, различные мотивации. Также сетевые отели могут предлагать отдых в отеле сети бесплатно или по сниженным тарифам, что довольно часто используют работники.

Основной задачей данной статьи было выявить способы стимулирования персонала в несетевых отелях. Как правило, несетевые отели имеют меньший номерной фонд, меньшее количество сотрудников, меньший доход, поэтому система мотивирования сильно уступает сетевым отелям. Основная и порой единственная мотивация сотрудников — материальная. Руководители придумывают необычные схемы начисления денежных наград, стараясь удержать этим сотрудников. Но как показывает анализ отеля «Европа Отель», персоналу не хватает отвлекающих мероприятий, например, тренингов, которые могли бы улучшить трудоспособность и повысить квалификацию работников. На примере гостиницы «Аврора», где нематериальные мотивации играют важную роль, можно сделать вывод, что сотрудники гостиницы проявляют интерес к своей работе, потому что она не только приносит им деньги, но и развивает и отвлекает.

В несетевых отелях большую роль играет скорее нематериальная мотивация, нежели материальная. Потому что на сотрудников психологически давит «гонка за бонусами», а тренинги, совместные мероприятия и комфортная рабочая зона настраивает персонал дружелюбно по отношению к работе.

#### Список использованных источников

1. Авилова Н.Л. Практика мотивации персонала в гостиничном комплексе «Аврора» г. Курск // Сервис в России и за рубежом. 2013. №5 (43). С. — 55-58.
2. Бацокин А.О. Актуальность двухфакторной теории мотивации Фридриха Герцберга // Всероссийский журнал научных публикаций. 2013. №5 (20). С. 48-51.
3. Борисова Н.М. Теории мотивации Д. Макгрегора и применение в российской практике // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. Социально-экономические и гуманитарные науки: VIII Всероссийской научно-практической конференции творческой молодежи, посвященной 55-летию запуска первого искусственного спутника Земли. Красноярск: Сиб. гос. аэрокосмич. ун-т, 2012. С. 167-168.
4. Опарина Н.Н., Герчиков В.И. Мотивация персонала. Учебно-методическое пособие. — М.: МЦФЭР, 2005. 86 с.
5. Типологическая модель мотивации В.И.Герчикова // Проект «Дельфы». URL: <https://delfy.biz/methods/tmg> (Дата обращения: 15.12.2019).
6. Климовец О.В. Фандий К.В. Analysis of system development staff motivation hotels // Журнал научных публикаций «Дискуссия». 2014. №8(49). — С. 97-102.
7. Кнышов А.В., Моряк И.А. Анализ основных положений теории справедливости Джона Стейси Адамса // Novum. 2017. №7. С. — 105-108



## Анализ систем мотивации в индустрии гостеприимства

8. Мусагитова Я.Я. Применение мотивационной теории В.Врума в практической деятельности. // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2018. № 2(18). С. 86-96
9. Павлова М. Никольская Е.Ю. Особенности системы управления персоналом в индустрии гостеприимства // Инновационная наука. 2016 №3-1. С. 175-182.
10. Пантелеев С.Л. Адаптация модели мотивации Портера-Лоулера к современным условиям // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2005. №1, Т. 5. С. 303-311.
11. Хлебников Д.В. Применение пирамиды иерархии потребностей Маслоу при проектировании системы мотивации // Менеджмент сегодня. 2002. №3. С. 1-7.
12. Хьюберт К. Рамперсад. Индивидуальная сбалансированная система показателей. Москва: Олимп-Бизнес, 2005. 320 с.
13. Mosalev A.I., Shpilina T.M., Shcheglova O.G., Gizyatova A.S. Human Resources Management for Tourism and Hospitality Industry in Russia // IOP conference series: earth and environmental science. the 17th theoretical and practical conference "opportunities for development of regional studies of siberia and neighbouring areas". Tomsk, 2018. С. 12-31.

## References:

1. Avilova N.L. (2013). Praktika motivatsii personala v gostinichnom komplekse «Avrora» g. Kursk [The Practice in Staff Motivation at the Hotel Complex "Aurora" Kursk]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and abroad]*, 5(43), 55-58. (In Russ.).
2. Batsokin A.O. (2013). Aktual'nost' dvukhfaktornoy teorii motivatsii Fridrikha Gertsberga [The relevance of the two-factor theory of motivation of Friedrich Herzberg]. *Vserossiyskiy zhurnal nauchnykh publikatsiy [All-Russian Journal of Scientific Publications]*, 5 (20), 48-51. (In Russ.).
3. Borisova, N.M. (2012). Teorii motivatsii D. Makgregora i primeneniye v rossiyskoy praktike. [McGregor and application in Russian practice]. *Aktual'nyye problemy aviatsii i kosmonavtiki. Sotsial'no-ekonomicheskkiye i gumanitarnyye nauki: VIII Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii tvorcheskoy molodezhi, posvyashchennoy 55-letiyu zapuska pervogo iskusstvennogo sputnika Zemli [Actual problems of aviation and astronautics. Socio-economic and humanitarian sciences: VIII All-Russian scientific and practical conference of creative youth dedicated to the 55th anniversary of the launch of the first artificial Earth satellite]*. Krasnoyarsk: Sib. state aerospace university, 167-168 (In Russ.).
4. Oparina, N.N. & Gerchikov, V.I. (2005) *Motivatsiya personala. Uchebno-metodicheskoye posobiye [Staff motivation.]*: Teaching Aid. Moscow: MTSFER (In Russ.).
5. Tipologicheskaya model' motivatsii V.I.Gerchikova [Typological model of motivation by V.I. Gerchikova] // Project "Delphi". URL: <https://delfy.biz/methods/tmg> (Accessed on December, 15, 2019). (In Russ.).
6. Klimovets, O.V. & Fandiy K.V. (2014). Analysis of system development staff motivation hotels. *Zhurnal nauchnykh publikatsiy «Diskussiya» [Discussion]*, 8(49), 97-102.
7. Knyshov, A.V. (2017). Analiz osnovnykh polozheniy teorii spravedlivosti Dzhona Steysi Adamsa [An analysis of the fundamentals of justice theory by John Stacy Adams]. *Novaum*, 7, 105-108. (In Russ.).
8. Musagitova, YA.YA. (2018). Primeneniye motivatsionnoy teorii V.Vruma v prakticheskoy deyatelnosti. [The use of V. Vroom's motivational theory in practice]. *Skif. Voprosy studencheskoy nauki [Scythian. Student Science Issues]*, 2(18), 86-96. (In Russ.).
9. Pavlova, M. & Nikol'skaya, Ye.YU. (2016) Osobennosti upravleniya personalom v industrii gostepriimstva [Features of the personnel management system in the hospitality industry]. *Innovatsionnaya nauka [Innovative science]*. 3-1, 175-182. (In Russ.).
10. Panteleyev, S.L. (2005). Adaptatsiya modeli motivatsii Portera-Loulera k sovremennym usloviyam [Adaptation of the Porter-Lawler motivation model to modern conditions]. *Nauchno-tehnicheskiiy vestnik informatsionnykh tekhnologiy, mekhaniki i optiki [Scientific and Technical Journal of Information Technologies, Mechanics and Optics]*. 1(5), 303-311. (In Russ.).
11. Khlebnikov, D.V. (2002). Primeneniye piramidy iyerarkhii potrebnostey Maslou pri proyektirovanii sistemy motivatsii [Application of the pyramid of Maslow's hierarchy of needs in designing a motivation system]. *Menedzhment segodnya [Management today]*, 3. 1-7. (In Russ.).

12. Rampersad, K.K. (2005). *Individual'naya sbalansirovannaya sistema pokazateley [Individual balanced scorecard]*. Moscow: Olimp-Biznes (In Russ.).
13. Mosalev, A.I., Shpilina, T.M., Shcheglova, O.G., & Gizyatova, A.S. (2018). Human Resources Management for Tourism and Hospitality Industry in Russia. *IOP conference series: earth and environmental science. the 17th theoretical and practical conference "opportunities for development of regional studies of siberia and neighbouring areas"*. Tomsk, Russia, 12-31.





## КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE & CIVILIZATION

УДК 321.7

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10106

### Виртуализация социальных институтов

**МЕЖЕВНИКОВА Ольга Петровна**

Ташкентский государственный технический университет (Узбекистан)

старший преподаватель кафедры «Философия и национальная идея»

olgamejvnikova@mail.ru

**УХИНА Татьяна Викторовна**

ФГБОУ ВО Российский государственный университет туризма и сервиса

кандидат экономических наук, доцент высшей школы туризма и гостеприимства

3332221@mail.ru

**Аннотация:** Цель исследования — раскрыть особенности становления нового социально-информационного пространства современности под влиянием информационно-коммуникативных технологий. Авторы попытались представить социальный институт в контексте виртуализации современного общества. Проведенный сравнительный анализ традиционных и виртуальных сообществ и социальных институтов показывает трансформацию социальных взаимодействий и переход их в глобальную информационную сеть. В статье подробно описан процесс и особенности виртуализации социальных институтов на примере виртуализации экономики и политики. Научная новизна заключается в междисциплинарном рассмотрении вопроса виртуализации социальных институтов с привлечением трудов современных философов, социологов, экономистов. В результате исследования авторы пришли к выводу, что процесс виртуализации социальных институтов — это процесс симуляции и семиотизации социального пространства вплоть до обретения знаковой сферой статуса единственной и самодостаточной реальности.

**Ключевые слова:** социальный институт, симуляция, виртуализация, информационно-коммуникационные технологии, электронный бизнес, метакapитализм, политизация киберпространства.

**Для цитирования:** Межевникова О.П., Ухина Т.В. Виртуализация социальных институтов // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 41-48. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10106.

**Статья поступила в редакцию:** 26.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 26.02.2020.



## Virtualization of social institutions

**Olga P. MEZHEVNIKOVA**, Senior Lecturer, olgamejvnikova@mail.ru  
Tashkent state technical University, Tashkent, Uzbekistan

**Tatyana V. UKHINA**, Cand. Sc. (Economics), Associate prof., 3332221@mail.ru  
Higher School of Tourism and Hospitality, Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russian Federation

**Abstract:** The purpose of the study is to reveal the features of the formation of a new social and information space of our time under the influence of information and communication technologies. The authors try to present a social institution in the context of the virtualization of modern society. A comparative analysis of traditional and virtual communities and social institutions shows the transformation of social interactions and their transition into a global information network. The article describes in detail the process and features of the virtualization of social institutions using the example of virtualization of the economy and politics. Scientific novelty lies in an interdisciplinary consideration of the virtualization of social institutions with the involvement of the works of modern philosophers, sociologists, and economists. As a study result, the authors conclude that the process of virtualization of social institutions is a process of simulation and semiotisation of social space until the symbolic sphere acquires the status of a single and self-sufficient reality.

**Keywords:** social institution, simulation, virtualization, information and communication technologies, electronic business, metacapitalism, politicization of cyberspace

**For citation:** Mezhevnikova, O.P., & Ukhina, T.V. (2020). Virtualization of social institutions. *Service plus*, 14(1), 41-48. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10106 (In Russ.).

**Submitted:** 2020/01/26.

**Accepted:** 2020/02/26.

На рубеже XX и XXI веков человечество столкнулось с социокультурным феноменом виртуализации самых разных сторон жизни общества, и проявляется он в замещении реальности образами: виртуализация стоимости в экономике, виртуализация власти в политике, виртуализация знания о реальном мире в науке, что связано с опасностями заблуждений и лженаучных выводов, виртуализация процесса творчества в искусстве, яркой иллюстрацией чего является индустрия спецэффектов и компьютерной анимации при производстве видеопродукции, виртуализация любви и взаимоотношений в сфере межличностного общения, сетевые технологии управления кадрами, ресурсами, материальными и информационными потоками в менеджменте [1, 2].

Цель работы состоит в том, чтобы проследить как процесс развития информационных технологий и виртуализация общественной жизни отражается на изменении институционализации и конкретных институтов общества.

Термин «социальный институт» ввел в научный оборот и популяризировал английский социолог XIX в.

Г. Спенсер. Социальные институты, по Г. Спенсеру, представляют собой подобие органов общественного организма, которые делают возможной совместную жизнь и сотрудничество людей. Рассмотрение социальных институтов в функциональном ключе продолжил Э. Дюркгейм, придерживавшийся идеи о позитивности общественных институтов, которые выступают важнейшим средством самореализации человека [2]. У американского философа Дж. Ролза социальный институт является «публичной системой правил, которые определяют должность и положение человека с соответствующими правами и обязанностями, властью и неприкосновенностью и т.д.» [3, 61-62].

Объясняя природу социальных институтов, американский философ Дж. Сёрл считает, что человеческое общество начинается не с социальной реальности, поскольку социальность, основанная на коллективной интенциональности, присуща и животным, а с институциональной реальности, которая возможна только на основе биологической способности человека к символизации. Процесс приписывания объектам символических функций и превращения их в институциональные

## Виртуализация социальных институтов

объекты Сёрл описывает с помощью двух категорий: конститутивных правил и перформативных предложений, причем обе эти категории взаимосвязаны и для них большое значение имеет конвенциональный контекст: «Социальные объекты всегда конструируются социальными действиями; и, в этом смысле, объект только продолжающаяся возможность действия» [4, 12].

В целом становится очевидным, что социальные институты выступают исторически сложившимися образованиями, которые обеспечивают согласованность и устойчивость связей и отношений в рамках целостной организации общества в связи с потребностями социума в регулировании значимых сфер своей жизнедеятельности и поддержания своей целостности.

В настоящее время в современных социальных институтах под влиянием процессов виртуализации происходит трансформация их структур и функций. Виртуализация общества и социальных институтов представляет различные возможные понимания этого явления:

1. виртуализация как замещение реальности образами и символами, (Ж. Бодрийяр [5], Д. Иванов [6]).
2. виртуализация как создание альтернативного социального пространства (Г. Бехманн [7]).
3. как наложение виртуальности на действительность и утверждения особых форм коммуникации (А. П. Моисеева, О. А. Мазурина, О. А. Перепелкин [8]).

С нашей точки зрения, виртуализация настолько сложный процесс, что его невозможно однозначно оценить, поэтому представляется более правильным говорить о термине «виртуализация» как о собирательном для целой совокупности взаимосвязанных и взаимозависимых социальных явлений.

В настоящее время компьютерные технологии оказались наиболее эффективным инструментарием симуляции общества. Однако, компьютерная реальность не является простым отражением существующего социума, поскольку функционирует по собственным законам, обладая условностью параметров, нематериальностью воздействия, свободой входа/выхода.

У российского философа А. Бодрова в контексте постмодернистской теории симулякров, разработанной главным образом Ж. Делезом и Ж. Бодрийяром, проведен анализ процесса виртуализации основных социальных институтов и явления повсеместного замещения их деятельности симулятивными процессами. В

эпоху постмодернизма человек начинает воспринимать окружающий мир через призму симуляции, веря в её условность, управляемость и держа в голове мысль о возможном выходе из нее. Под виртуализацией подразумевается процесс замещения институционализированных практик симуляциями. Рассматривая современное общество, можно говорить о том, что процесс виртуализации проистекает в различных сферах жизнедеятельности по одним и тем же принципам. Эти принципы мы можем наблюдать в сферах экономики, политики и образования [9].

Таким образом, переход в виртуальное пространство происходит не только на уровне сетевых технологий, но и в рамках некомпьютерной виртуализации социальных институтов: «Мы живем в эпоху политики образов и образов политики» [10, 405]. Политическая власть все больше приобретает статус института имиджа, экономический рынок насыщен образами товаров, продаваемых посредством рекламы, а экономический процесс, то есть производство стоимости, со сборочных конвейеров перемещается в рекламное агентство.

Остановимся на институционализации виртуальной реальности в сфере экономики и политики.

Первым этапом виртуализации экономики по праву можно считать появление денежной системы вообще. С переводом ценностей в бумажный эквивалент форма хозяйствования определила поле подмены реальности ценностей. Поэтому появление электронных денег лишь изменило форму подачи этой подмены, что позволило сохранять эквивалент какой-либо ценности не в симулирующей форме векселя, а в виртуальной памяти компьютера.

Существует два вида электронных денег:

1. электронные поручения, данные клиентом банку по переводу принадлежащих ему безналичных денег со счета на счет. Такие поручения передаются по глобальным сетям, а потому в принципе подпадают под наше определение электронных денег, однако фактически таковыми не являются. За этими поручениями стоят реальные депозиты, внесенные в тот или иной банк и измеряемые в одной из мировых валют;
2. собственно, электронные деньги. Такие деньги совсем необязательно должны исчисляться в какой-либо реально существующей валюте. Иногда такие деньги имеют товарное обеспечение. Они могут вести «самостоятельную

жизнь» в глобальной сети (и только в ней), либо храниться в «электронных кошельках» и передаваться через специальные портативные устройства, в том числе сопряженные с компьютером, подобно наличности. Первые из них мы называем виртуальными деньгами, а вторые — электронной наличностью [11].

Современное экономическое пространство, активно используя передовые коммуникационные технологии, постепенно проецируется в виртуальную реальность. Но виртуализацией является не только использование электронных сетей в экономической сфере, но и распространенное восприятие имиджа товара, а также ценообразование.

В обществе XIX — 1-ой половины XX века товар представляет вещь, объективное свойство которого, — благо, а основными характеристиками экономики являются производительность и платежеспособность. Сегодня производство товаров любой степени сложности не является экономической проблемой, проблема состоит в том, как эти товары продать, то есть придать им особую привлекательность в глазах покупателя. Продается, таким образом, зачастую не товар, а марка, брэнд, и цену товара определяет не меновая стоимость, как это было раньше, не реальные свойства и не затраты труда, а социальный статус брэнда. Социальный статус производителя определяет стоимость товара, а не стоимость товара — статус производителя.

Растет и доля затрат на рекламу в бюджете товаропроизводителей. Экономически симуляция вещи в рекламном послании начинает превалировать над собственно вещью. К трем традиционным концепциям цены (марксизм, маржинализм, монетаризм) можно добавить четвертую, которая хотя еще, может быть, и недостаточно четко разработана теоретически, но присутствует в экономической практике — виртуализм:

1. марксизм: цена — функция «объективной» стоимости (императив «реального» производства);
2. маржинализм: цена — функция «субъективной» стоимости (императив потребления);
3. монетаризм: цена — функция меновой стоимости (императив рынка);
4. виртуализм: цена — функция образа стоимости (императив «виртуального» производства) [11].

Поскольку на рынке обращаются теперь изображения, образы ценностей, то еще одной возможностью является подмена реальности наличия денежных средств.

Человек должен предъявлять не металл, бумагу или, наконец, пластик, а именно образ платежеспособности. Такого рода виртуальностью пропитана вся экономика — банки держат обязательств на порядки больше, чем реальных средств, и единомоментное востребование всех вкладов и всех выплат по страховкам физически невозможно, хотя юридически правомочно..

Таким образом, в неэлектронной виртуализации экономики можно выделить два аспекта: изменение цены как функции и превалирование образа товара над его функциональной значимостью. Электронная виртуализация экономики во многом сохраняет традиционные формы экономического взаимодействия, переводя их в интерактивный режим.

В последнее десятилетие активно развивается сетевая экономика, когда субъекты экономических отношений реализуют свои функции в основном путем оперативного взаимодействия по глобальной информационной сети. «Интернетизация» экономики является одной из ведущих тенденций в развитии мировой экономической системы. Появляется новая социальная формация, которая получила название метакapиализм.

Сущность метакapиализма заключается в революционном переходе общества от традиционных форм бизнеса к электронному бизнесу, то есть к ведению всех экономических операций только по сетям информационных телекоммуникаций. Это приводит к формированию электронных рынков сбыта продукции, которые названы метарынками, а также к развитой международной сети метамаркетов — электронных магазинов. Прогнозируется, что вне этой сети все отрасли производства товаров и услуг будут неконкурентоспособными.

Благодаря развитию электронной коммерции и выходу e-бизнеса на уровень B2B (business to business) системы электронной коммерции, в которых в качестве субъектов операций купли-продажи выступают юридические лица (компании), современные компании превращаются во владельцев брэнда (торговой марки, патентных прав, имиджа) и отказываются от деятельности, требующей физического капитала.

До начала XXI века бизнес строился по действующей как минимум 100 лет схеме, основанной на вложенном капитале, средствах производства и «человеческом капитале». Различие активов определялось различием бизнеса: производственные центры, центры распределения, финансовые институты, больницы или

**Виртуализация социальных институтов**

лечебные учреждения, магазины, телекоммуникационные компании, системы кабельного телевидения, развлекательные центры и т.д. Таким образом, модель бизнес-процессов большинства компаний интуитивно или осознанно строилась на концепции предприятия как пирамиды, в основании которой лежит физический капитал и которая построена для производства и продажи продукции. В конце 80-х и 90-х годах предложения по совершенствованию и синхронизации цепочки взаимоотношений поставщик-потребитель строились на допущении, что большинство составляющих этой цепочки должны находиться под контролем компании, зачастую в пределах ее «четырех стен». Компании действовали до некоторой степени независимо, нащупывая и создавая свою наилучшую цепочку и модель производства, и успокаивались только тогда, когда им удавалось держать под контролем все от начала до конца.

Появление новых технологий отчасти изменило подобный подход и позволило целому ряду крупных компаний построить лучшую модель для внутренних процессов, а также стимулировало процесс стандартизации во многих секторах экономики. К концу 90-х годов большинство компаний все еще усердно трудились над совершенствованием цепочек взаимоотношений поставщик-потребитель и при этом внедряло новые системы для улучшения управления производством. Все стремились (и стремятся) увеличить скорость и ответную реакцию бизнес-процессов, но, тем не менее, финансовые показатели традиционных компаний оказываются намного ниже показателей компаний, которые успешно применили электронные бизнес-технологии. Е-бизнес оказался более подвижным, гибким и смог добиться существенного прироста доходности капитала [12].

В книге «Метакапитализм и революция в электронном бизнесе: какими будут компании и рынки в XXI веке» авторы Минс Г., Шнайдер Д. утверждают, что те компании, которые не сумеют создать свои метамаркеты, потеряют лидирующие позиции и, возможно, будут вынуждены вообще уйти с мирового рынка и даже из состава ведущих транснациональных корпораций. Авторы прогнозируют небывалую экономическую эффективность метакпитализма. Так, например, за последние 10 лет, благодаря развитию электронного бизнеса, объем мирового капитала, по некоторым оценкам, увеличился с 20 до 200 трлн долларов. Именно поэтому сегодня ряд ведущих международных компаний, таких как «Форд» и «Дженерал Моторз», активно используют возможности сети интернет для создания

своих электронных метамаркетов. Предполагается, что это позволит снизить расходы на процедуры управления продажами не менее чем в 10 раз, а годовой объем продаж увеличится в 3-3,5 раза [14].

Виртуальная экономика имеет вековую предысторию. Однако не следует думать, что сетевая экономика является единственным видом виртуализации экономических отношений. Это далеко не так. Процесс виртуализации экономики начался гораздо раньше. Еще в XIX веке был сформирован рынок ценных бумаг, и люди стали приобретать не реальные заводы, фабрики, нефтяные скважины и золотые прииски, а лишь акции этих предприятий, т.е. некие символы, олицетворяющие реальную стоимость этих предприятий с достаточной степенью условности. Покупая и продавая эти акции, многие наживали целые состояния, а другие разорялись и терпели банкротство. Фондовый рынок живет своей собственной жизнью, гораздо более динамичной, чем та реальная экономика, виртуальным отражением которой он является.

Не избежала процесса виртуализации и политика.

Важная черта политики постиндустриального общества — виртуализация власти. Д. В. Иванов утверждает, что борьба за политическую власть сейчас — это борьба образов, созданных рейтингами и имиджмейкерами. Политические институты сформировались в эпоху индустриального общества как комплекс норм, определяющих способы постановки и решения проблем обладания властью. В эпоху постиндустриального общества эти базовые компоненты политических практик симулируются, вызывая виртуализацию институтов — выборов, государства, партий [13].

Реальная политическая борьба между отдельными кандидатами на тот или иной выборный пост подменяется сегодня состязанием ангажированных политтехнологов, поддерживающих этих кандидатов. Замена реальных политических позиций и действий сохраняет модернистскую политику и обеспечивает успех тем кандидатам, чей образ, а вовсе не программа или действия, зримо воплощает ценности свободы и прогресса. Именно более привлекательный имидж молодых, раскованных, эмоциональных Б. Клинтона, Т. Блэйра, Г. Шредера стал решающим фактором их побед на выборах (соответственно, в 1992, 1997 и 1998 гг.) над обладавшими традиционными ресурсами власти и правившими экономически благополучными и социально стабильными странами Дж. Бушем, Дж. Меджором, Г. Колам [16].



Такие основы демократии как разделение властей, парламентаризм, многопартийность остаются лишь символами. Утратившие реальность многопартийность и парламентаризм симулируются экспертами-консультантами и имиджмейкерами как удобная и привычная среда состязания политических образов. Партии, возникавшие как представители классовых, этнических, конфессиональных, региональных интересов, превратились в «марки» — эмблемы и рекламные слоганы, традиционно привлекающие электорат. Императив использования приверженности «марке» движет процессом симуляции партийной организации политической борьбы. Там, где «марка» отсутствует, партии и движения формируются, объединяются и распадаются с калейдоскопической быстротой в стремлении найти привлекательный имидж.

Немецкий социолог Н. Луман, рассматривая феномен власти как символически генерализованное средство коммуникации, утверждает, что «прямое коммуникативное обращение к власти заменяется обращением к символам, накладывающим на обе стороны нормативные обязательства и одновременно принимающим в расчет подразумеваемый перепад между властными уровнями» [16].

Исследуя современные тенденции виртуализации общества, российский философ Б. В. Марков констатирует, что процесс глобализации экономики, хозяйства и масс-медиа в последние годы усилился под влиянием интернета, и теперь становится все более очевидным, что он вошел в противоречие с демократическим проектом, опирающимся на идею национального государства. Интернет существенно меняет условия развития власти: с одной стороны, появляются возможности, угрожающие демократии (распространение несанкционированной информации, новые возможности для координации преступных групп и т. д.), с другой стороны, развитие телекоммуникаций дает новые шансы демократизации на мировом уровне [16].

«Организационным каркасом» в управлении взамен имеющихся жестких структур зачастую могут стать

сетевые технологии, автоматизирующие накопление информационных параметров объекта управления и выдающие на их основе управленческие решения с участием человека (принятие решений, оценка проблемы, анализ информации и т. п.), а в типовых ситуациях — и в автоматическом режиме. А так ли нужен человек на каждом руководящем месте в новых условиях (особенно это касается представительной власти)? Есть области, где саморегуляция более эффективна и должна применяться в первую очередь.

Киберпространство меньше чем за десятилетие превратилось не только в среду, в которой осуществляются межличностные взаимодействия, задаются смысловые контексты для огромной массы людей, определяющих их поведенческую культуру, но стало одной из главных основ в жизнедеятельности как человечества в целом, так и отдельного человека [17, 9]. Современные компьютерные сети могут значительно расширить границы доступного информационного пространства, что в сочетании с технологиями виртуальной реальности создают возможности для новых форм получения информации. Так, уже стали реальностью виртуальные музеи, виртуальные библиотеки, театры. Технологии виртуальной реальности дают невиданные доселе средства для творческого самовыражения.

Таким образом, спровоцированная развитием мультимедийных технологий виртуализация провоцирует, в свою очередь, развитие подобных технологий. Современные процессы виртуализации столь стремительны, что с трудом поддаются прогнозированию, а между тем, предметное поле социально-философских исследований данной проблемы только складывается. Поэтому возникает необходимость в выработке методологии исследования виртуальной реальности в аспекте социально-философских, социально-экономических, социологических и других проблем, а также в обосновании концепции виртуальной реальности как социально-философского явления.

#### Список использованных источников

1. Шапиро Д. И. Человек и виртуальный мир. Когнитивные, креативные и прикладные проблемы. — М.: Эдиториал УРСС, 2000. — 222 с.
2. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии / Москва: Изд. дом Дело: РАНХиГС, 2018. — 732 с.
3. Ролз Дж. Теория справедливости / Дж. Ролз. Новосибирск, 1995. — 258 с.
4. Серл Дж. Конструирование социальной реальности / Дж. Серл. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/searle.htm/> (дата обращения: 28.03.2020).



## Виртуализация социальных институтов

5. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального. — Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2000. — 96 с.
6. Иванов Д. В. Виртуализация общества. СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2000. — 96 с.
7. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний. Москва: Логос, 2010. — 248 с.
8. Моисеева А. П., Мазурина О. А., Перепелкин О. А. Виртуализация как социальная трансформация и коммуникация // Изв. Томск. политехн. ун-та. 2010. Т. 316, № 6.
9. Бодров А.А. Виртуальная реальность как когнитивный и социокультурный феномен / Александр Алексеевич Бодров: Диссерт... на соиск. научн. степени доктора филос. наук. Специальность: Онтология и теория познания — 09.00.01. Самара, 2007. 293 с.
10. Иванов Д.В. Общество как виртуальная реальность. — М.: АСТ, 2004. — 507 с.
11. Иванов Д. В. Постиндустриализм и виртуализация экономики. // Журнал социологии и социальной антропологии. — 1998. — Т.1., Вып.1. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://hq.soc.pu.ru/publications/jssa/1998/1/a8.html> (дата обращения: 28.03.2020).
12. Алексей Волков. Метакапитализм и В2В. 25.04.2002 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.marketer.ru/internet/elektronnaya-kommerciya/metakapitalizm-i-b2b/](http://www.marketer.ru/internet/elektronnaya-kommerciya/metakapitalizm-i-b2b/) (дата обращения: 24.03.2020).
13. Минс Г., Шнайдер Д. Метакапитализм и революция в электронном бизнесе: какими будут компании и рынки в XXI веке / пер. с англ.— М.: Альпина паблишер, 2001. — 208 с.
14. Иванов Д. В. Виртуализация общества. — СПб.: Петерб. Востоковедение, 2000. — 96 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ivanov-dv.viv.ru/cont/virtual/1.html> (дата обращения: 28.03.2020)
15. Луман Н. Власть. М.: Праксис, 2001. С. 21.
16. Марков Б. В. Демократия и Интернет // Технологии информационного общества — Интернет и современное общество: Материалы Всероссийской объединенной конференции. СПб., 20-24 ноября 2000 г. - СПб.: СПбГУ, 2000. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ims2000.nw.ru/src/> (дата обращения: 28.03.2020).
17. Межевникова О.П. Становление постчеловека: проблемы и перспективы // Социально-гуманитарный вестник. Всероссийский сборник научных трудов. Краснодар. № 23. 2018. С. 9-15 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.soc-gum-vestnik.narod.ru/soder.htm>

## References

1. Shapiro, D. I. (2000). Man and the virtual world. Cognitive, creative, and applied problems. Moscow: Editorial URSS. (In Russ.).
2. Durkheim, E. (2018). The Elementary Forms of the Religious Life: the totemic system in Australia. Moscow: Publishing house Delo: RANEPА. (In Russ.).
3. Rawls, J. (1995). A Theory of Justice. Novosibirsk. (In Russ.).
4. Searle, J. (1995). The Construction of Social Reality. [Electronic resource]. URL: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/searle.htm/> (Accessed on 28.03.2020). (In Russ.).
5. Baudrillard, J. (2000). À l'ombre des majorités silencieuses ou la fin du social [In the Shadow of the Silent Majorities]. Ekaterinburg: Publishing house of Ural University. (In Russ.).
6. Ivanov, D. V. (2000). Virtualization of society. St. Petersburg: Publishing house «Petersburg Oriental Studies». (In Russ.).
7. Bechmann, G. (2010). Modern society: risk society, information society, knowledge society. Moscow: Publishing house «Logos». (In Russ.).
8. Moiseeva, A. P., Mazurina, O. A., & Perepelkin, O. A. (2010). Virtualization as a special form of social transformation and communication. *Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta [News of Tomsk Polytechnic University]*, 316 (6). (In Russ.).
9. Bodrov, A. A. (2007). Virtual'naya real'nost' kak kognitivnyj i sociokul'turnyj fenomen [Virtual reality as a cognitive and sociocultural phenomenon]. Doctor of philosophy's thesis. Samara. (In Russ.).
10. Ivanov, D. V. (2004). Society as a virtual reality. Moscow: Publishing house «АСТ». (In Russ.).

11. Ivanov, D. V. (1998). Postindustrialism and virtualization of the economy. *ZHurnal sociologii i social'noj antropologii [Journal of sociology and social anthropology]*, 1 (1). [Electronic resource]. URL: <http://hq.soc.pu.ru/publications/jssa/1998/1/a8.html> (Accessed on 28.03.2020). (In Russ.).
12. Volkov, A. (2002). Metacapitalism and B2B. [Electronic resource]. URL: [www.marketer.ru/internet/elektronnaya-kommerciya/metakapitalizm-i-b2b/](http://www.marketer.ru/internet/elektronnaya-kommerciya/metakapitalizm-i-b2b/) (Accessed on 24.03.2020). (In Russ.).
13. Mins, G., & Shnajder D. (2001). Metakapitalizm and the revolution in e-business [Metakapitalizm i revoljucija v jelektronnom biznese]. Moscow: Al'bina Pablisher. (In Russ.).
14. Ivanov, D. V. (2000). Virtualization of society. St. Petersburg: Publishing house «Petersburg Oriental Studies». [Electronic resource]. URL: <http://ivanov-dv.viv.ru/cont/virtual/1.html> (Accessed on 28.03.2020) (In Russ.).
15. Luhmair, N. (2001). Macht. Moscow: Publishing house «Praksis». (In Russ.).
16. Markov, B. V. (2000). Democracy and the Internet. *Tekhnologii informacionnogo obshchestva — Internet i sovremennoe obshchestvo [Information society technologies — the Internet and modern society]*: Proceedings of Russian joint conference. St. Petersburg: Publishing house of St. Petersburg State University. [Electronic resource]. URL: <http://ims2000.nw.ru/src/> (Accessed on 28.03.2020).
17. Mezhevnikova, O. P. (2018). The emergence of the posthuman: problems and prospects. *Social'no-gumanitarnyj vestnik. Vserossijskij sbornik nauchnyh trudov [Social and humanitarian Bulletin. Russian collection of scientific papers]*, 23, 9-15 [Electronic resource]. URL: <http://www.soc-gum-vestnik.narod.ru/soder.htm> (In Russ.).



## КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE & CIVILIZATION

УДК 378.147:316.752

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10107

### Влияние технологий критического чтения и письма на формирование культурных ценностей в студенческом сообществе

**ВЕТОШКИНА Юлия Владимировна**

Кандидат культурологии

e-mail: kame-yuliya@ya.ru

ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет» (город Пермь, Россия)

**Аннотация:** в данной статье анализируется влияние новой образовательной технологии на студенческую культуру. Мы проинтервьюировали десять человек. Респондентами стали студенты разных направлений подготовки философско-социологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета. С помощью методики глубинного интервью С. Квале выявляются установки жизненного мира: система ценностей, мотивов поведения, норм, на которые воздействовал учебный курс «Мышление и письмо». Основа этого курса — обучение практикам критического чтения и письма. В результате исследования мы пришли к выводам, что в университете формируется новое сообщество, главными ценностями которого являются: формирование критического мышления, рефлексия, освоение технологий критического чтения и письма, выстраивание новых социальных связей. Эти ценности проявляются в определенных моделях поведения. Рефлексия обнаруживается в практиках ведения дневниковых записей, освоение технологии критического чтения и письма в умении экстраполировать эти знания на работу с другими текстами. Общение участников в течение учебного курса приводит к становлению сообщества с поддерживающей средой.

**Ключевые слова:** письменные практики, технологии критического чтения и письма, студенческое сообщество, жизненный мир, культурные ценности, нормы, правила, критическое мышление, рефлексия.

**Для цитирования:** Ветошкина Ю.В. Влияние технологий критического чтения и письма на формирование культурных ценностей в студенческом сообществе // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 49-58. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10107.

**Статья поступила в редакцию:** 12.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 13.02.2020.



## Influence of critical reading and writing technologies on the formation of cultural values in the student community

Yuliya V. VETOSHKINA, Cand. Sc. (Culture), Associate prof., kame-yuliya@ya.ru  
Perm State University, Perm, Russian Federation

**Abstract.** This article analyzes the impact of new educational technology on student culture. We interviewed ten people. The respondents were students of different areas of study at the faculty of philosophy and sociology of Perm State National Research University. Using the method of in-depth interview of S. Kvale, the attitudes of the life world are revealed: the system of values, motives of behavior, norms that were influenced by the training course "Thinking and Writing". The basis of this course is teaching critical reading and writing practices. As a result of the study, we came to the conclusion that a new community is being formed at the university, the main values of which are: the formation of critical thinking, reflection, the development of critical reading and writing technologies, and building new social ties. These values manifest themselves in certain behaviors. Reflection is found in the practice of keeping diary entries, mastering the technology of critical reading and writing in the ability to extrapolate this knowledge to work with other texts. Communication between participants during the training course leads to the formation of a community with a supportive environment.

**Keywords:** writing practices, technologies of critical reading and writing, student community, life world, cultural values, norms, rules, critical thinking, reflection

**For citation:** Vetoshkina, Yu. V. (2020). Influence of critical reading and writing technologies on the formation of cultural values in the student community. Service plus, 14(1), 49-58. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10107 (In Russ.)

**Submitted:** 2020/01/12.

**Accepted:** 2020/02/13.

**Введение.** В Пермском государственном национальном исследовательском университете на философско-социологическом факультете с 2015 года реализуется новый учебный курс «Мышление и письмо» (далее будет также использовано сокращение «МиП»). Эта дисциплина выстроена и ведется в соответствии с моделью обучения, называемой «Liberal Arts» или «Свободные искусства». Зародилась эта образовательная модель еще в античности и на данный момент известна во всем мире, в том числе России (СПбГУ и РАНХиГС). Одним из основных принципов этой модели является акцент на сам процесс обучения: перемещение студента из позиции объекта педагогических воздействий в позицию субъекта активных учебных действий.

Дисциплина «Мышление и письмо» является базовой дисциплиной данной образовательной системы. Она преподается на первом курсе, в первом триместре — т.е. в самом начале учебной деятельности предваряя все остальные дисциплины. Становление индивида, превращение его в полноценного члена сообщества, в нашем случае сообщества университетского, протекает через освоение языка, принятия стандартов

поведения, ценностей и норм, т.е. через освоение определенной культуры. Курс посвящен работе с текстами разных жанров, а инструментом становятся письменные практики.

Учебный курс ведется как интенсив, занятия проводятся каждый день и представляют собой трехнедельное глубинное погружение в процесс.

Основная цель курса «Мышление и письмо» — формирование у студентов умений самостоятельной работы с текстами разных жанров, подразумевающих понимание, осмысление, переживание, создание собственных текстов. Де факто курс реализует гораздо больший комплекс задач. Начиная от процесса социализации в университете и заканчивая формированием новых ценностных установок. Стоит также отметить, что образовательная траектория классического университета выстроена в рамках традиционной образовательной парадигмы и данный курс является исключением из правил.

Обучение на данном курсе ежегодно проходят более ста бакалавров философско-социологического факультета. Это студенты, обучающиеся по направ-





**Влияние технологий критического чтения и письма на формирование культурных ценностей в студенческом сообществе**

лениям подготовки: общая и клиническая психология, социология, философия, искусства и гуманитарные науки, организация работы с молодежью. Те, кто прошел этот курс первыми — в 2015 году, на данный момент уже стали выпускниками бакалавриата.

Цель исследования — рассмотрение составляющих новой культурной среды, которая создается благодаря курсу «Мышление и письмо», и формирует определенные ценностные установки «жизненного мира» (А. Шюц) в студенческом сообществе. Жизненный мир — это продукт человеческого сознания, его образ мира, ментальную структуру: «... донаучный жизненный мир, который есть единственный и единый жизненный мир для меня, тебя и любого из нас» [1, с. 181].

**Теория.** Теоретическую основу исследования составили работы Альфреда Шюца и его концепция «жизненного мира»: изучение влияния нового знания, технологии на личность и ее культуру возможно через призму интерсубъективного опыта, образующего жизненные миры индивидов [1].

При изучении культуры определенного сообщества мы придерживаемся деятельностного подхода в изучении понятия культура, сформулированного еще М.С. Каганом [2] и Э.С. Маркаряном [3], которые рассматривали культуру как приспособление индивидов к жизни в природной среде с помощью внебиологических технологий именуемых культурными. «В понятии «культура» абстрагируется именно тот механизм деятельности, который не задается биологической организацией и отличает проявления специфически человеческой активности. Вместе с тем общий процесс человеческой деятельности осуществляется благодаря особой комбинации и неразрывному взаимодействию биологических и надбиологических механизмов при ведущем значении последних. Поэтому мы и определили человеческую деятельность как социальную по своей природе активность, программируемую и реализуемую с помощью механизмов культуры» [3, с. 97].

В исследовании использована концепция М. Грановеттера — теория «сильных» и «слабых» связей внутри определенных сообществ, которые определяют социальную мобильность как отдельного индивида, так и всего общества [4].

**Данные и методы.** Основным методом исследования стало глубинное интервью по методике Стейнара Квале [5]. Интервьюируемыми (или респондентами — Р) стали десять человек с разных направлений подготовки философско-социологического факультета,

завершившие четырехлетнее образование в 2019 году. Интервью было намеренно отсроченным по времени, проводилось через четыре года после окончания курса, потому что нам было важно выявить то, как повлиял данный курс на формирование основных установок жизненного мира. В основе исследования лежит ценностный подход согласно которому обнаружив ценностные установки и структурировав их, можно понять, что составляет базис культуры определенного сообщества. Исследовательское интервью выявляет основные ценности, сложившиеся благодаря курсу «Мышление и письмо». Мы рассмотрели, как курс повлиял на процесс адаптации, развитие критического мышления, процесс совместной деятельности и обретение новых социальных связей, которые приводят к формированию нового сообщества, прошедших через изучение курса «Мышление и письмо», и интеграции с ним.

**Модель и полученные результаты.** Первый вопрос интервью касался цели курса «Мышление и письмо». Для чего, по мнению отвечавших, нужен был этот курс в университетской программе? Большинство респондентов отмечали, что курс, по их мнению, имеет две цели: учебная адаптация и развитие критического мышления. Эти установки совпадают с целью, поставленной педагогами курса, детализируя ее. Индивиды, которые начинают заниматься новой деятельностью в незнакомой институции, испытывают определенную степень фрустрации. Студенты-первокурсники, пришедшие в университет впервые, и столкнувшиеся с совершенно новой деятельностью, испытывают высокую степень стресса. Благодаря включенности в письменные практики и сознательной установке: «Все, что вы пишете в рамках этого курса, все тексты, которые вы создаёте, очень ценны и важны», страх перед процессом письма, перед университетом в целом и учебной группой в частности постепенно снижается. Студенты включаются в новую культурную практику. Благодаря освоению культурных норм происходит приспособление к новой среде, включается адаптационная функция культуры. Ответы респондентов: «*Это курс, который внедрял в нас готовность здесь учиться, знакомил нас с университетом в целом, с деятельностью, которой мы будем заниматься. Очень многогранной. В школе у нас такого не было точно*» (Р.1). «*В плане какой-то адаптации это очень хорошо для меня было*» (Р.2). «*Для рефлексии, для интеграции студентов в учебный процесс, для знакомства со смешанными группами, потому что в своей группе мы проводим*

очень много времени и знаем друг друга, а вот благодаря «МиП» я познакомилась с социологами, психологами, которые стали для меня впоследствии очень ценными контактами» (Р.6).

Согласно другой установке курса «Мышление и письмо» на занятиях зачитывается ровно то, что написано в тетради, и никто не в праве перебить или оспорить сказанное. В аудитории происходит культурная коммуникация, но не на уровне обыденного общения на бытовые темы, а на уровне обмена мировоззренческими установками. В этот момент формируется позиция уважительного отношения к мнению другого человека, умение не столько слушать, а услышать сказанное. Ответы респондентов дополняют и конкретизируют эту мысль: «Мы же в университете, в стенах какого-то священного научного места, но ты пришел из школы. У тебя есть какие-то мысли свои, представления, принципы, и когда ты можешь их высказывать по отношению к чему-либо: к тексту, к картинке и получать обратную связь, наверное, вот это было одной из самых важных целей. Услышать себя в этих стенах, услышать ответ на твои мысли и конечно расширить кругозор» (Р.2). «Через четыре года обучения я могу сказать, что, когда человек проходит через систему ЕГЭ, у него остается формализованность, формальность мышления: все равно привыкаешь к тому, что есть правильное и неправильное мнение. И мне особенно отчетливо запомнилось, что нам давали такую установку, что нет правильного и неправильного в рамках этого курса...» (Р.4).

В ходе интеграции к новой среде через освоение новых норм, правил преобразуется и сам индивид. Интервьюируемые говорили о развитии критического мышления. Термин «критическое мышление» имеет множество определений. Первыми его стали использовать в своих научных исследованиях Ж. Пиаже [6], Л.С. Выготский [7]. Современный исследователь критического мышления Дэвид Клустер выделяет пять признаков критического мышления. Важнейший из них состоит в том, что критическое мышление есть мышление социальное. «Когда мы спорим, читаем, обсуждаем, возражаем и обмениваемся мнениями с другими людьми, мы уточняем и углубляем свою собственную позицию. Поэтому педагоги, работающие в русле критического мышления, всегда стараются использовать на своих занятиях всевозможные виды парной и групповой работы, включая проведение дебатов и дискуссий...» [8]. Ответы респондентов: «Мне кажется, что курсу

удалось сформировать у меня, если не критическое мышление полностью, то какую-то его часть абсолютно точно. Когда мы обсуждали тексты, принцип же был такой, что включаются в работу все участники и отсидеться точно не получится, высказать что-то все равно придется и когда кто-нибудь говорил полнейшую несурезицу, на мой взгляд, то возникали дебаты, вопросы, ответы. «А почему так? А мне кажется, что вот так». В ходе сравнения своего мнения с мнением одногруппников вырабатывалось критическое мнение» (Р. 2).

Критическое мышление, безусловно, мышление самостоятельное, которое основано на многих умениях: проанализировать информацию, задать проблемный вопрос и попытаться на него ответить, подобрать разумные и обоснованные доводы, и т.д. По сути критическое мышление — это процесс, который может закладываться еще в детском возрасте и продолжаться формироваться на протяжении всей жизни. «Именно благодаря критическому мышлению традиционный процесс познания обретает индивидуальность и становится осмысленным, непрерывным и продуктивным» [8]. «Мне хотелось бы верить в то, что я мыслю не однобоко и у меня есть возможность критически осмысливать вещи. Субъективно я считаю, что критическое мышление у меня есть. Я не всегда выражаю свое мнение. Не считаю нужным делать это всегда. Но эта черта критичности сформировалась, и курс показал мне возможность быть критичным в рамках университета. Можно говорить о том, что правильно или неправильно. Если раньше я могла промолчать, то после курса, наверное, я смогла говорить. Сейчас я могу составлять конкуренцию с теми, кто на первых курсах явно лидировал и очень много говорил публично. Если наши точки зрения различаются, то я могу вступить с ними в дискуссию» (Р.4).

Напрямую с развитием умения мыслить критически связано и умение рефлексировать. «Поскольку выживание человека не гарантировано самой природой, оно становится для него практической задачей, а его среда и он сам в этой среде — предметом постоянной рефлексии. Человек вынужден анализировать свою среду, выделять те ее элементы, которые необходимы для удовлетворения его инстинктивных потребностей (у животных потребности и средства их удовлетворения изначально скоординированы). Этот процесс анализа и выделения есть процесс приписывания значений элементам среды; ориентация на значения

**Влияние технологий критического чтения и письма на формирование культурных ценностей в студенческом сообществе**

приводит к тому, что поведение человека становится осмысленным и понимаемым. Именно такое осмысленное поведение явилось источником культуры» [9, с. 21]. Происходит формирование базовых культурных установок. Рефлексия и саморефлексия воспринимаются респондентами как особая ценность, сформированная в рамках занятий: *«Рефлексия. Это очень серьезный и важный навык. Мне это важно в работе с будущими клиентами, да и в принципе для самого психолога. Понимать, что ты делаешь, осмысливать это и осмысливать то, что ты осмысливаешь. Это такая база, без которой вообще не продвинуться, если ты не умеешь рефлексировать над своими и чужими мыслями и переживаниями. Это очень важно»* (Р.5).

Как видим, респонденты говорят о развитии критического мышления, рефлексии над собственными процессами как об особо ценном для сообщества студентов, изучивших курс «Мышление и письмо».

На вопрос о том, что в течение курса было самым важным для них, интервьюируемые говорили, что главной ценностью письменных практик оказался процесс совместной деятельности. Установки современного общества настраивают индивида на достижение личного успеха. Более того: современная цивилизация и ее продукты — город и городской образ жизни — дарят индивиду возможность быть одиноким и счастливым. «Город — это уникальная культурная лаборатория, которая позволяет человеку быть одному. На протяжении почти всей истории человек не мог быть один — он с необходимостью и неизбежностью был частью сообщества: большой семьи, клана, религиозной общины, сословия. И только в современном городе он получает возможность освободиться от этой неизбежной во всех прочих условиях необходимости быть частью сообщества, возможность быть индивидом» [10, с. 19]. Но в тоже время человек — животное социальное. Однако, жизненный сценарий часто не содержит информации о том, каким образом должна выстраиваться коммуникация с другими людьми. Письменные практики дают возможность вступить во взаимодействие через процесс письма. Освоение норм коллективного взаимодействия — это важный аспект данного курса. *«Это была продуктивная совместная деятельность, в первый раз я работала в мини-группе, и у нас рождались общие мысли, установки. Прочитанный текст из плоского становился объемным, глубоким»* (Р.8).

В процессе совместной деятельности продолжается и усиливается адаптация студентов-первокурсников:

*«Каждый высказывался индивидуально, т.е. должен был высказаться. Я высказываюсь и дальше по кругу и это позволяло гораздо сильнее познакомиться с этими людьми. Мне это очень нравилось, нравилось слушать. У меня много знакомых с того курса осталось...»* (Р.1). *«Самым интересным и важным было еще то, что были задания и их нужно было в коллективе выполнять. Т.е. опять же сплочение, а когда ты находишься на первом курсе для тебя это крайне важно, потому что все вокруг ново, дико, университет, в котором ты в первый раз»* (Р.5).

Важной для студентов становится возможность обретения новых знакомств, связей. Согласно теории Марка Грановеттера [4] для человека в современном обществе более выгодными и полезными могут оказаться не столько «сильные связи» — связь с близкими друзьями, родственниками, семьей, сколько связи «слабые» — в нашем случае это временное знакомство при сотрудничестве в одной учебной группе. Здесь стоит отметить, что группы на курсе «Мышление и письмо» не являются классическими учебными группами. Группы составлены намеренно эклектично — вместе с психологами учатся социологи, философы, будущие дизайнеры и т.д. *«Со всеми, с кем училась на «МиПе», здороваюсь и общаюсь до сих пор. Все готовы оказать поддержку, и мы работали с некоторыми в рамках вне учебных мероприятий. Как только закончился курс, нам предложили поучаствовать в одном проекте, связанном с организацией площадок на фестивале документального кино. Моиими коллегами оказались ребята из группы «МиПа», и мне было с ними очень комфортно работать...»* (Р.4).

Совместная деятельность приводит к тому, что рождается ощущение близости с другими участниками: *«...есть ощущение, что они какие-то близкие люди по воспоминаниям... Они теперь в стенах университета близкие, это точно»* (Р.2).

Описываемый выше процесс совместного взаимодействия, обретения новых социальных связей, способствует формированию сообществ с поддерживающей средой. Учебный курс «МиП» длится три недели, но студенты, прошедшие процесс инициации в рамках этой дисциплины, продолжают теперь уже в университетской среде разделять общую реальность с едиными нормами, правилами и ценностными установками.

Практически все интервьюируемые отмечали особую роль педагога в этой дисциплине. *«Два самых ярких впечатления. Одно из которых — это мой преподава-*



тель, первый выпускник моего направления «Общая психология» ... Она меня как человек и личность очень вдохновила, на мои самые первые занятия» (Р.2). «Что касается нашего преподавателя на курсе — она была потрясающая, она мне очень нравилась... Она была очень пронизательной, чувствующей каждого и максимально спокойной. Если кто-нибудь что-нибудь не смог или не захотел сделать — она никогда не кричала, не упрекала. Это тоже такой шок после школы» (Р.6). «То, насколько она была компетентна, меня это очень вдохновило. И в плане какой-то поведенческой структуры мне кажется, что я много от нее переняла и то как она общается со студентами, и то, как она строит диалог, и то, как она мысль свою излагает, какие-то приемы, наверно, очень много для меня значили, чем просто полезную и ценную информацию я получила» (Р.2). Для любого сообщества важна фигура «модератора» — в нашем случае преподавателя. Он становится особо ценным в рамках данной дисциплины, так как именно через него транслируются правила и нормы, которые потом интегрируются в сообщество. Отметим, что «большинство студентов оценивает себя весьма критически, самостоятельно выделяя свои сильные, но, что особенно важно, слабые стороны, такие как неумение слушать других, леность, нежелание интенсивно работать, дефицит внимания, неумение быть внимательным к деталям и т.д. Эта объективная самооценка освобождает преподавателя от жесткой авторитарной позиции, связанной с выявлением и проговариванием личностных недостатков студентам» [11, с. 63].

Другой важной ценностью, о которой говорили респонденты, стало изменение отношения к процессам чтения и письма. По сути процесс письма — это основная деятельность студентов-бакалавров и он «стал немного проще. Появилась какая-то свобода в выражении собственных мыслей» (Р.5). Занятие письменными практиками дают возможность улучшить свое умение выражать мысли на бумаге. Респонденты отмечали, что после того, как перечитывали свои записи в конце курса, а это требуется, чтобы написать финальное эссе по всему курсу, они отметили эволюцию своей письменной речи: стали писать более внятно и структурированно или, напротив, научились улавливать сложные мыслечувствования и описывать их в подробностях. «На курсе нас научили, что можно записывать любые мысли, которые вот прямо сейчас пришли в вашу голову, что они могут потом быть полезными для

чего-то и что их желательно сохранять. Они потом могут вдохновлять на дальнейшую работу. Ну и плюс — внутренняя потребность. Мне захотелось более красиво писать. Например, научные тексты, поэтому я стараюсь писать и нарабатывать навык» (Р.3).

Студенты отмечали, что во многом этой эволюции письма, его совершенствованию помогли практики, которые называются фрирайтинг (от англ. free writing) или свободное письмо. Данная технология известна достаточно давно, ее авторы Питер Элбоу [12; 13] и Джулия Кэмерон [14; 15]. Техника предполагает непрерывное письмо в течение фиксированного отрезка времени. Это упражнение помогает снять психологические блоки, зажимы, раздвинуть культурные границы. «Мне очень нравилось свободное письмо — фрирайтинг. Некоторые ребята рисовали цветочки, я старалась сразу же писать, заниматься самоанализом. Это помогало в определенной степени. Я заранее знала, что, если у меня проблема, то я приду и сяду на «Мышлении и письме», возьму листок бумаги и смогу эту проблему решить. Это было очень важно и очень полезно. Я до сих пор применяю этот прием. Если я сталкиваюсь с проблемой, я делаю это в телефоне. Я сажусь и пишу» (Р.6).

Бакалавры в интервью говорили о том, что постепенно вырабатывается потребность в особом типе письма — по сути своей дневниковом — привычка фиксировать свои мысли, рефлексировать по поводу произошедших событий, прочитанной книги и т.д. Представляется важным, что эта привычка входит в жизненный мир, становится частью повседневности: «Да, я больше стала писать. В школе я вообще никогда не занималась самоанализом. Никогда. У меня подруга увлекалась этим, а я не понимала: зачем заводить какие-то дневники личные и писать туда проблемы. Излагать проблемы на бумаге. После курса «Мышление и письмо» я заметила, что я стала больше писать» (Р.6).

Некоторые респонденты говорили о том, что в школьные годы уже пробовали вести дневники: «Ну только лет в восемь-девять какие-нибудь девчачьи дневники. Так чтобы целенаправленно — нет...» (Р.2) Кто-то делал это осмысленно, но для большинства это было скорее данью моде и возрасту нежели рациональным действием, имеющим настоящую ценность. После курса «МиП» некоторые вновь обращаются к практике ведения дневника и дневниковых записей, но уже с позиции рефлексующего субъекта. «Я вернулась к ведению дневников, и, на мой взгляд — это суще-

## Влияние технологий критического чтения и письма на формирование культурных ценностей в студенческом сообществе

ственное изменение, потому что это полезно. Это мне помогает анализировать свои дни, понимать, что я не впустую их проживаю и какие-то выводы делать» (Р. 7). Ведение дневниковых записей помогает осмыслить череду жизненных событий, это инструмент, помогающий зафиксировать и понять ход собственных мыслей.

Кто-то ведет новую форму дневника — записывая свои мысли в смартфоне, в разделе Записей. «Хоть и не на бумаге, а в телефоне это чаще всего происходит, но я вижу перед собой слова, фразы свои о том, как прошел день, мои мысли» (Р.6). «МиП» сподвигло меня снова возобновить ведение личных дневников, понятно, что я не делаю это каждый день, но я стараюсь один раз в два-три месяца возвращаться и фиксировать какие-то моменты в бумажном варианте. У меня тетрадь, которая лежит и к которой можно в любой момент года вернуться, какими-то вещами поделиться... Я это осознанию и дневник у меня и письменный, и электронный» (Р.7). «Недавно в Заметках на телефоне я начала свои мысли записывать. У меня есть блокнот, где я до телефона записывала свои мысли, но это не прямо дневник, а скорее записи какие-то спонтанные. Из которых потом даже рассказы небольшие получались, а сейчас я делаю заметки» (Р.3).

Поскольку письмо становится практикой с особым смыслом, а дневник ценным артефактом, то изменяется отношение к форме ведения записей. Респонденты обращают на это внимание: «Я взяла свою тетрадь, где я записывал свои мысли и оказалось, что я очень небрежно пишу, т.е. я могла позволить себе что-то зачеркивать, почерк не аккуратный, неопрятно... Я пока искала в этих каракулях какие-то ценные мысли поняла, что очень небрежно пишу. Потом какое-то время в процессе учебы я пыталась это исправить, как-то структурировать конспекты...» (Р.2). «Я был бы более опрятным. Не писал бы в каких-то исписанных школьных тетрадках. Я не писал бы карандашом, я весь первый год писал карандашом. Может быть серьезнее бы отнесся, лучше бы писал, старался, чтобы нормально сделать задание, а не для того, чтобы на меня опять внимание обратили» (Р.1).

Серьезным образом письменные практики повлияли и на процесс чтения. Стоит отметить, что респонденты являются студентами философско-социологического факультета, т.е. гуманитариями, которым априори близок процесс чтения. Респонденты отметили, что в

процессе чтения случились серьезные изменения. Чтение из эмоционального стало более рациональным, с включением рефлексии: «Чтение изменилось в плане замечания каких-то мелочей в тексте, именно когда ты читаешь... Мы же потом высказывали главную мысль, структуру, всякие схемы строили и вот на поиск этих главных маркеров в тексте это, наверное, повлияло. Более пристальное внимание к мелочам, до этого у меня было более эмоциональное чтение. Читаешь и что чувствуешь — это было более важным для меня, а сейчас это как-то изменилось. Не скажу, что меньше чувствовать текст стала, но стала в то же время обращать внимание на такие штуки больше» (Р.2).

Как отмечают респонденты, в процессе чтения тексты становились более целостным в восприятии. Одна из задач курса — выстроить диалог «читатель-автор», продемонстрировать, что за каждым текстом стоит автор, не абстрактная фигура, а человек со своими мыслями и чувствами, которые можно расшифровать и согласиться или, напротив, опровергнуть. «Я любила читать и до этого курса. На курсе научили тому, что полезно выделять что-то в тексте, когда ты читаешь, например, кусочек, который является самым главным для тебя или отрывок, который, напротив, наиболее важен по твоему мнению автору. Этот навык я приобрела на «МиПе»...» (Р.3).

Тексты, которые изучаются в рамках этого курса, носят философский, культурологический, социологический характер. Это тексты, написанные авторитетными писателями и учеными и первоначально рождает барьер «авторитета». «Кто я такой, чтобы судить об этой книге?» или «Где я и где Он (автор)», — именно базовые установки присутствуют подчас в сознании вчерашних школьников — нынешних студентов.

Георг Зиммель писал: «Развитие современной культуры характеризуется перевесом того, что можно было бы назвать объективным духом, над духом субъективным; это значит: в языке и праве, в технике и искусстве, в науке и предметах домашнего обихода заключен дух, за ежедневным ростом которого субъект поспеивает далеко не вполне, а часто отстает от него» [16, с.11]. Многие тексты, написанные авторитетными, но далекими в темпоральном и содержательном измерениях людьми, чей контекст жизни и творчества оказывается неизвестным или мифологизированным, отталкивающе воздействуют на впечатление читателей — таких текстов и их содержания боятся, отказываются



воспринимать. Особенно, если дискурс принадлежит, например, философу, жившему в античный период. «Во всяком случае личность отстает все дальше и дальше от преобладающей объективной культуры», — как сказал про это явление Георг Зиммель [16, с. 11]. С этой типизированной установкой сознания работает курс «Мышление и письмо». «Были изменения в чтении в плане анализа и в плане содержательности, то есть ты смотришь на текст не как набор предложений, объединенных одной идеей. А ты смотришь на текст как источник философской идеи. Как саккумулированный потенциал одного человека, который это писал. То есть через тексты можешь выйти на автора, на какие-то его идеи. Его жизнь проанализировать благодаря тексту. Например, при чтении сказки Г.Х. Андерсена мы выходили на такие идеи, что, наверное, автор это не просто так сделал, это как-то связано с его жизнью: он был одинок, страдал от этого, этим же был близок многим современным людям...» (P.7).

Освоенные технологии критического чтения письма в последствии переносятся на работу с другими текстами: «Когда на третьем курсе читали сложные тексты по философии, то сразу вспомнил про «МиП»: порядок практик вспомнил, вопросы, которые задавали к тексту и на которые отвечали. Стало проще и легче...» (P.10).

Итак, сообщество «мышленистов» (как обозначают себя сами студенты) основано на письменных практиках. Ценными, как мы видим со слов студентов, стали изменения в процессах чтения и письма: актуализация личного опыта посредством чтения текстов, развитие рефлексии над процессом чтения, формирование авторской позиции в процессе создания текстов, потребность в ведении дневниковых записей.

«Что бы вы изменили в занятиях на этом курсе?» — так звучал вопрос интервью, и многие респонденты отвечали, что писали бы аккуратнее, читали бы вдумчивее, отнеслись бы к процессу занятий более серьезно, если можно было бы вернуть время: «Я бы возможно больше времени этому посвятила. Почему-то у меня осталось впечатление, что были тексты в этой книжке, которые мы не успели прочитать и потом к ним вернуться мне не очень удалось, но вот, наверное, больше времени я бы этому уделила... У нас же были домашние задания — прочитать текст, и мне кажется, что я этому времени недостаточно уделяла. Читала часто впопыхах: где-то по дороге, в автобусе. Сейчас этому чтению я бы уделила поболь-

ше времени» (P.2). Один из респондентов говорит, что реализовал бы более качественный подход к процессу обучения: «Это к вопросу, наверное, о вдохновении и включенности в процесс, я бы, наверное, старалась высыпаться, чтобы быть более работоспособной. Я писала в тетради и даже пыталась выделять какие-то места маркерами, но я бы сейчас подошла к этому процессу более качественно, изменила бы свое отношение к подходу... Более качественный подход к обучению, постаралась бы углубиться в некоторые моменты, там, где я подошла более поверхностно» (P.4).

Было и другое мнение: «И вот, наверное, если начать с начала я была бы чуть более расслабленной. Первые два курса я была в таком напряжении ожидая неудачи. Я переживала даже за баллы, которые получила за зачет. Зачем? Я бы была более расслабленной, и учеба бы пошла легче, интереснее...» (P.6). Речь идет о том, чтобы как раз отказаться от формализованной ученической стратегии поведения и выбрать путь исследователя, ученого, интересующегося глубинными смыслами. Быть не потребителем, а стать настоящим «актером» — т.е. человеком, действующим в рамках учебного процесса.

Многие респонденты высказывались о желании сделать курс более длинным по времени или ввести дополнительно на более старших курсах: «Удлинение его по времени. Мне бы сейчас на четвертом курсе снова хотелось бы попасть на этот курс и посмотреть, как бы я сейчас работала. Знания, которые я получила и новые мысли я бы уже по-другому описывала в этой тетради» (P.3). «Я в целом сейчас понимаю, что если бы я сейчас, например, этот курс проходила, то для меня это была бы прямо отдушина. Я, наверное, бы сейчас больше вдохновилась и посчитала эту работу творческой» (P.4). «Я уже сказала частично, что вот стоит на старших курсах проводить «МиП». Если на первом курсе проводится курс с целью адаптации, т.е. ты знакомишься не только со своими одногруппниками, но и другими людьми с потока. На четвертом курсе более эгоистичная цель — для себя, чтобы собраться, что-то понять и характер заданий должен быть иным — они должны быть направлены на личностный рост. Причем лучше уже заниматься своими группами, чтобы обсуждать профессиональные темы» (P.6). Этот факт говорит о том, что у студенческого сообщества есть желание продолжать совместную деятельность через письменные

## Влияние технологий критического чтения и письма на формирование культурных ценностей в студенческом сообществе

практики. Деятельность воспринимается как ценность, к которой хочется возвращаться.

Любопытно, что ценностное отношение проявляется и в сохраняемых артефактах, напоминающих о «Мышлении и письме». Интервьюируемые признались, что помнят общее фото с учебной группой, сделанное на память, хранят тетрадку с курса, хрестоматию: «Не помню, что именно это было, но завершилось все общей фотографией. Она до сих пор у меня сохранена, и она как напоминание о курсе. Как самое теплое хорошее впечатление. Атмосферность была» (Р.4); «Я обычно не храню тетради. С «МиПа» храню тетрадку, это же не только классный курс, он еще и самый первый у нас был» (Р.9).

Хранение артефактов свидетельствует о том, что изменилось отношение к предметам-соучастникам деятельности. Наделение предметов ценностью и бережное особое к ним отношение говорит о формировании культурного поля, т. е. студенты становятся участниками важного для них культурного процесса.

**Заключение.** В целом курс «Мышление и письмо» наглядно демонстрирует регулятивную функцию культуры в тот момент, когда сформированные в ходе курса правила и ценности в поведении, стойкий познавательный интерес, критическое мышление начинают регулировать поведение индивидов — возникает внутренняя мотивация — собственное нормотворчество. На вопрос о том, что можно было бы поменять в форме или содержании курса «МиПа» респонденты ответили, что «хорошо было бы ввести круговую систему смены преподавателей, смены группы — переходить в новую. Возникла бы новая волна. Не знаю хорошо это было бы или нет, но мне этого хотелось. Раз начали ломать привычную систему, то ломать ее до конца» (Р.5); «В

качестве эксперимента в рамках этого курса интересна была бы смена преподавателя, смена части участников... К концу курса я представляла, что может сказать тот или иной человек, т.к. мы вместе работали по разным темам две недели и мы про жизненный багаж свой все равно говорили, озвучивали свой взгляд на мир. А вот эта вот перетасовка могла бы какую-то роль сыграть, произошло бы обновление...» (Р.4). В данном случае студенты выступают как действующие субъекты, они предлагают и далее ломать традиционный подход — продолжать обмен преподавателями, студентами для того, чтобы увидеть разные педагогические подходы, вступить во взаимодействие с еще большим количеством людей, проиграть новые роли.

Курс «Мышление и письмо» помогает создать в вузе новую среду — сообщество инициированных технологией критического чтения и письма. В рамках подобных сообществ студенты становятся друг для друга значимыми другими, так как разделяют и поддерживают общие ценностные установки: развитие самостоятельного критического мышления, умение рефлексировать, качественные изменения в процессах чтения и письма, взаимодействия с другими участниками, желание быть актором учебного процесса — субъектом, а не объектом. Ценности проявляются в определенной модели поведения. Рефлексивность обнаруживается в практиках ведения дневниковых записей, которые становятся продуктом для дальнейшего осмысления и анализа. Освоение технологии критического чтения и письма в умении экстраполировать эти знания на работу с другими текстами. Общение и выстраивание социальных связей через письменные практики приводит к становлению сообщества с поддерживающей средой и последующей ассоциацией себя с этим сообществом.

### Список использованных источников

1. Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом: пер. с нем. и англ./ А. Шюц. М.: Рос. полит. энцикл. (РОС-СПЭН), 2004. 1056 с.
2. Каган М. С. Человеческая деятельность. (Опыт системного анализа). М.: Политиздат, 1974. 328 с.
3. Маркарян Э. С. Теория культуры и современная наука: (логико-методол. анализ). М.: Мысль, 1983. 284 с.
4. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология (электронный журнал). Т. 10. 2009. № 4. С. 31 — 50. URL: [https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc\\_t10\\_n4.pdf#page=31](https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc_t10_n4.pdf#page=31) (дата обращения: 30.03.2020).
5. Квале С. Исследовательское интервью / С. Квале. М.: Смысл, 2003. 301 с.
6. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка / Жан Пиаже; [Сост., новая ред. пер. с фр., коммент. Вал. А. Лукова и Вл. А. Лукова]. М.: Педагогика-Пресс, 1999. 526 с.
7. Выготский Л. С. Мышление и речь: Психика, сознание, бессознательное / Л. С. Выготский. Москва: Лабиринт, 2001. 366 с.

8. Клустер Д. Что такое критическое мышление? // Русский язык (электронный журнал). 2002. №29. URL: <https://rus.1sept.ru/article.php?ID=200202902> (дата обращения: 30.03.2020).
9. Ионин, Л. Г. Социология культуры [Текст]: учеб. пособие для вузов / Л. Г. Ионин; Гос. ун-т. Высшая школа экономики. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. 427 с.
10. Куренной В. Сила слабых связей. Горожанин и его право на одиночество. М.: Strelka Press, 2017. 216 с.
11. Березина Е.М., Ветошкина Ю.В., Игнатова Е.С. Технологии развития критического мышления и письма на примере метода «сократического диалога» // Культура и цивилизация. — Москва, Аналитика Родис. Т. 8. 2018. №5А. С. 56 — 65.
12. Elbow P. Writing without Teachers. Paperback, Revised, 1998. 240 p.
13. Elbow P. Everyone Can Write: Essays toward a Hopeful Theory of Writing and Teaching Writing. New York. Oxford: Oxford University Press, 2000. 412 p.
14. Cameron J. The Artist's Way. Pan Books, 1995. 223 p.
15. Cameron J. The Right to Write: An Invitation and Initiation into the Writing Life (Artist's Way). Tarcherperigee, 1999. 236 p.
16. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос (электронный журнал). 2002 (34). № 3/4. URL: <https://ruthenia.ru/logos/number/34/02.pdf> (дата обращения: 30.03.2020).

### References

1. Schutz, A. (2004). Selected: the World shining with meaning: trans. with him. and English. Moscow: Ros. polit. Encyclopaedia (ROSSPEN). (In Russ.).
2. Kagan, M. S. (1974). Human activity. (Experience in system analysis). Moscow: Politizdat. (In Russ.).
3. Markarian, E. S. (1983). Theory of culture and modern science: (logico-methodol. analysis). Moscow: Mysl'. (In Russ.).
4. Granovetter, M. (2009). The Strength of weak ties. *Ekonomicheskaya sociologiya [Economic sociology] (electronic journal)*, 1010 (4), 31 — 50. URL: [https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc\\_t10\\_n4.pdf#page=31](https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc_t10_n4.pdf#page=31) (Accessed on 30.03.2020). (In Russ.).
5. Kvale, S. (2003). Research interview. Moscow: Smysl. (In Russ.).
6. Piaget, J. (1999). Speech and thinking of the child. Moscow: Pedagogika-Press. (In Russ.).
7. Vygotsky, L. S. (2001). Thinking and speech: Psychology, consciousness, and the unconscious. Moscow: Labyrinth. (In Russ.).
8. Kluster, D. (2002). What is critical thinking? *Russkii Yazik [Russian language] (electronic journal)*, 29. URL: <https://rus.1sept.ru/article.php?ID=200202902> (Accessed on 30.03.2020). (In Russ.).
9. Ionin, L. G. (2004). Sociology of culture [Text]: studies. manual for universities. Moscow: HSE. (In Russ.).
10. Kurennoy, V. (2017). The strength of weak connections. The citizen and his right to be alone. Moscow: Strelka Press. (In Russ.).
11. Berezina, E. M., Vetoshkina, Yu. V., & Ignatova, E. S. (2018). Technologies of development of critical thinking and writing on the example of the method of «Socratic dialogue». *Kultura i civilizaciya [Culture and civilization]*, 8 (5A), 56-65. (In Russ.).
12. Elbow, P. (1998). Writing without Teachers. Paperback, Revised.
13. Elbow, P. (2000). Everyone Can Write: Essays toward a Hopeful Theory of Writing and Teaching Writing. New York. Oxford: Oxford University Press.
14. Cameron, J. (1995). The Artist's Way. Pan Books.
15. Cameron, J. (1999). The Right to Write: An Invitation and Initiation into the Writing Life (Artist's Way). Tarcherperigee.
16. Simmel, G. (2002). Big cities and spiritual life. *Logos (electronic journal)*, 3/4. URL: <https://ruthenia.ru/logos/number/34/02.pdf> (Accessed on 30.03.2020). (In Russ.).



## КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE & CIVILIZATION

УДК 340.12

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10108

### Философские основы собственности и парадигм права собственности

**КАРПОВ Евгений Алексеевич,**

кандидат юридических наук, доцент Высшей школы бизнеса, менеджмента и права  
ФГБОУ ВО «Российской государственной академии туризма и сервиса»,  
141221, Московская обл., Пушкинский район, д.пос. Черкизово, ул. Главная д. 99

**Аннотация:** Целью исследования является анализ философской сущности собственности и парадигм права собственности. В ходе изучения прослеживается генезис философской мысли о собственности, изменение ее философских и научных парадигм, выявление общих закономерностей развития мышления о собственности и праве собственности. Объект исследования — философские воззрения на собственность и право собственности. Предмет исследования — философский феномен собственности и права собственности. По итогам исследования делаются следующие выводы: философские воззрения на собственность развивались по закону диалектики путем единства и борьбы двух противоположностей в виде частных и публичных интересов, приведших к переходу в качественно новое состояние, путем отрицания только «частных» интересов человека в правах на собственность. С развитием в Европе юриспруденции, как теоретической науки в основе которой, впоследствии, будет лежать принцип герменевтического истолкования собственности, формируются две крупные научные парадигмы права собственности: в англо-саксонской правовой семье можно говорить о «рассеивающейся» собственности — диссеминированном праве собственности в виде комплекса отдельных прав на имущество. В романо-германской правовой семье сформировалось консолидированное в понятии право собственности — централизованное право собственности, герменевтическое истолкование которого происходит в рамках заданного понятия.

**Ключевые слова:** собственность, право собственности, диалектическое развитие, парадигма, герменевтическое истолкование, правовая система, позитивное право, юридическое мировоззрение.

**Для цитирования:** Карпов Е.А. Философские основы собственности и парадигм права собственности // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 59-67. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10108.

**Статья поступила в редакцию:** 27.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 27.02.2020.





## Philosophical bases of property and paradigm of ownership

**Evgeny A. KARPOV**, Cand. Sc. (Law), Associate Prof.

Higher School of Business, Management and Law, Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russian Federation

**Abstract.** The aim of the study is to analyze the philosophical nature of property and the paradigms of ownership. During the study, the genesis of philosophical thought about property, the change in its philosophical and scientific paradigms, the identification of the general laws of the development of thinking about property and the right of ownership are traced. Object of study — philosophical views on property and ownership. The subject of the study is the philosophical phenomenon of ownership and property rights. Based on the results of the study, the following conclusions are made: philosophical views on property developed according to the law of dialectics through the unity and struggle of two opposites in the form of private and public interests, which led to a transition to a qualitatively new state, by denying only the “private” interests of a person in ownership. With the development of jurisprudence in Europe, as a theoretical science, which will subsequently be based on the principle of hermeneutic interpretation of property, two major scientific paradigms of ownership are being formed: in the Anglo-Saxon legal family, one can speak of “dispensing” property — disseminated property right in the form of a complex separate ownership. In the Romano-Germanic legal family, a consolidated in the concept of ownership right—a centralized ownership right has formed, the hermeneutical interpretation of which occurs within the framework of a given concept.

**Keywords:** property, ownership, dialectical development, paradigm, hermeneutic interpretation, legal system, positive law, legal worldview

**For citation:** Karpov E. A. (2020). Philosophical bases of property and paradigm of ownership. *Service plus*, 14(1), 59-67. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10108 (In Russ.)

**Submitted:** 2020/01/27.

**Accepted:** 2020/02/27.

**Введение.** Следует отметить, что собственность, как древняя ценностная категория, рассматривалась мыслителями с целью определения ее назначения и роли в жизни государства, общества и личности. На основании данного положения можно говорить о том, что предмет философии собственности достаточно широк и может включать в себя ее аксиологические экономические и юридические аспекты. Вместе с изменением человеческой мысли, менялась и сама категория собственности, одновременно охватывая все больше и больше сторон общественной жизни. В ходе исследования, мы будем прослеживать динамику философских воззрений на собственность и право собственности. Содержание гипотезы исследования представляет собой мысль о диалектическом развитии философии собственности и формировании научных парадигм права собственности в континентальной и англо-саксонской правовой семье, основным фактором формирования которых является исторический процесс и осмысление юридического опыта.

**Актуальность исследования.** Актуальность исследования не вызывает сомнений. Проблемами фи-

лософии собственности и права собственности занимались многие ученые и философы, среди них можно назвать: Т. Гоббс «Левиафан», К. Маркс «Капитал», Г. Гегель «Основы философии права», В.В. Кортунов «Рассудок. Разум. Дух», V. V. Kortunov «Russian philosophy between western metaphysics and eastern mysticism», Дженкс Эдуард. Английское право (Источники права. Судостроительство. Судопроизводство. Уголовное право. Гражданское право), У. Маттеи, Е А Суханов. Основные положения права собственности. — М. : Юрист., 1999. Философия собственности и право собственности является одной из центральных проблем философии права.

**Методология исследования.** В ходе исследования основными методами можно считать диалектический философский метод, так как философия собственности и права собственности развивалась по концентрической спирали путем накопления противоречивых ее свойств и их дальнейшего синтеза и отрицания предыдущих свойств. В ходе исследования также применялся анализ и герменевтическое истолкование философских текстов, а также историко-право-



вой метод исследования, который позволяет раскрыть содержание права собственности и собственности в ходе исторического процесса. Для анализа англо-саксонской и романо-германской правовых семей применялся сравнительно-правовой метод исследования.

**Дискуссия и результаты.** Как известно, Сократ не оставил после себя письменных сочинений, но его ученик — Платон отмечал необходимость обобщения многих объектов и предметов материального мира. Он утверждал, что «прежде всего никто не должен обладать никакой частной собственностью, если в том нет крайней необходимости. Затем, ни у кого не должно быть такого жилища или кладовой, куда не имел бы доступа всякий желающий. Припасы, необходимые для рассудительных и мужественных знатоков военного дела, они должны получать от остальных граждан в уплату за то, что их охраняют...»[21]. **Платон таким образом пытался сформировать у личности нравственную составляющую в форме преданности государству и отсутствию личных и частных интересов. При отсутствии частных интересов возможна консолидация всех устремлений личности на благо государства.** Философ и ученый Аристотель так описывал собственность: «Собственность должна быть общей только в относительном смысле, в абсолютном же она должна быть частной»[2]. Аристотель ставит приоритет на эгоистическую природу человека и, следовательно, на необходимость обладания им определенными материальными благами.

После периода Античности, идеи Аристотеля продолжали оказывать свое влияние в схоластике Западной Европы. Западноевропейское католическое богословие сформировалось, в том числе, под большим влиянием учения Аристотеля и его логики. Данный факт не мог не отразиться на католическом учении о праве собственности. Католический богослов Ф. Аквинский аналогичным образом интерпретировал отношения к частной собственности, как к необходимой ценности, требующей защиты и уважения. По мнению Ф. Аквинского «Общность имущества присуща естественному закону, однако не в том смысле, что природный (естественный — Н.С.) закон повелевает всем владеть сообща и ничем не владеть как собственностью, но в том смысле, что разделение имущества было осуществлено в соответствии не с природным законом, но по человеческому соглашению, которое, как говорилось выше, относится к установленному (позитивному — Н.С.) закону. Следовательно, частная собственность не

противоречит природному закону, но измыслена человеческим разумом в дополнение к нему»[1,23].

Развитие религиозного кризиса в католичестве и Реформация М. Лютера создали условия для доминирования рационалистических позиций в общественном сознании, что в итоге привело цивилизацию к очередному этапу в истории — Новому времени и эпохе Просвещения. Значительную роль в формировании философии собственности сыграл английский просветитель Д. Локк. По мнению Локка: «Бог, отдавший мир всем людям вместе, наделил их также разумом, чтобы они наилучшим образом использовали этот мир для жизни и удобства. Земля и все на ней находящееся даны людям для поддержания и облегчения их существования.»[15]. Таким образом, английский просветитель Д. Локк истолковал наличность предметов материального мира, как естественную и реальную возможность человека обладать собственностью. Как верно отмечает В.В. Картунов: «либеральная теория Локка недвусмысленно утверждает верховенство имущественного права над всеми иными видами права»[12]. Тем не менее в трудах Локка имеются элементы приоритета публичных интересов. В.В. Картунов далее отмечает, что: «Дж. Локк понимает, что жажда присвоения должна быть ограничена, в противном случае она может привести к катастрофическим последствиям»[12]. Таким образом, в рассуждениях Локка все же не идет речь о безграничном праве частной собственности, а скорее о ее гарантиях каждому человеку и ее правовой охране от государственных злоупотреблений, которые на момент эпохи Просвещения были весьма актуальны, ввиду относительно недавно произошедшей революции в Англии, где представители индпендентов во главе с О. Кромвелем одержали победу на сторонниками Карла I Стюарта.

Нет никаких сомнений, что эпоха Просвещения связана с усилением гуманистических начал человека, так как с эпохой Возрождения позднего Средневековья связано ослабление аскетических начал и усиление индивидуалистических начал человека. **Центром сосредоточения общественного сознания становится человек и его потребности.** По мнению Т. Гоббса, власти необходимо урегулировать отношения собственности с целью их защиты. Т. Гоббс отмечал: «должна быть какая-нибудь принудительная власть, которая угрозой наказания, перевешивающего благо, ожидаемое людьми от нарушения ими соглашения, принуждала бы в одинаковой мере людей к выполнению их согла-

шений и упрочила бы ту собственность, которую люди приобретают путем взаимных договоров взамен отказа от универсального права. И такая власть может явиться с основанием государства»[4]. Можно отметить, что право собственности в том только случае способно реализовать себя, если оно урегулировано нормами права и защищено принуждением. Таким образом, философией права эпохи Просвещения было обосновано не только значимость собственности как ценности, но и само право на собственность, как система правил и норм, охраняемых и поддерживаемых государством. В период эпохи Просвещения также активно развивалось учение о естественных правах. Как утверждал Т. Гоббс: «Естественные законы неизменны и вечны. «Ибо, — поясняет Гоббс, — несправедливость, неблагодарность, надменность, гордость, криводушие, лицепрятие и остальные пороки никогда не могут стать правомерными, так как никогда не может быть, чтобы война сохраняла жизнь, а мир ее губил»[4]. Суждение Гоббса опять-таки связано с усилением роли рационалистических начал в философии Нового времени и формировании основ идеалистической философии. По мнению Гоббса естественные права исходят из общепризнанных положительных качеств личности и общества. **Право и естественные права, по мнению Гоббса, являются результатом положительной сущности человеческого бытия, притом рационального. В данном суждении Гоббса безусловно видна идеалистическая составляющая философии права.**

Более позднее развитие философии собственности и права собственности связано с немецкой классической философией. По мнению И. Канта: «право на вещь — это право частного пользования вещью, которой я владею (первоначально или в силу установления) совместно со всеми другими. В самом деле, последнее — единственное условие, только при котором возможно, чтобы я исключал каждого другого владельца из частного пользования вещью (*ius contra quemlibet huius rei possessorem*), потому что без допущения такого совместного владения невозможно мыслить себе, каким образом я, который не находится во владении вещью, могу быть ущемлен другими, которые находятся во владении этой вещью и пользуются ею.— Односторонним произволом я не могу обязать никого другого воздерживаться от пользования вещью, к этому у него вообще-то не было бы никакой обязательности; следовательно, я могу обязать к этому лишь объединенным произволом всех [состоящих] в совместном владении»[8]. Далее

он продолжает: «Внешний предмет, который по своей субстанции есть чье-то свое, представляет собой собственность (*dominium*) того, кому неотъемлемо принадлежат все права на эту вещь (как акциденции присущи субстанции), которой собственник (*dominus*) может распоряжаться по своему усмотрению (*ius disponendi de re sua*)»[8]. Таким образом, на собственности, как отмечает И. Кант, сосредотачивается воля субъекта и его возможность определять судьбу вещи. Как мы видим, еще до создания первого кодифицированного источника — Французского гражданского кодекса 1804 г., Кантом были определены основные правомочия собственника, которые и стали, если так можно выразиться, матрицей понятия «права собственности».

Сущность частной собственности и в целом собственности, отразил в своих идеях такой философ как Г. Гегель, значение его идей оказало большое влияние на развитие западноевропейского гражданского права. В своей работе «Основы философии права» он определяет собственность как свободу воли личности: «В собственности моя воля лична, но лицо есть некое это; следовательно, собственность становится личным этой воли. Так как я даю моей воле наличное бытие через собственность, то собственность также должна быть определена как эта, моя. В этом состоит важное учение о необходимости частной собственности. Если государство и может делать исключения, то только оно и может их делать»[3]. Г. Гегель в своих высказываниях поддерживает мысль об индивидуалистическом характере права собственности и одновременно и роли государства и его приоритете в регулировании права собственности. Г. Гегель все же ставил публичный интерес выше частного, власть государства оказывается более значимой в системе ценностей права.

Идеи немецкой классической философии оказали большое влияние на формирование будущих систематизированных норм о собственности и формирование юридических понятий о собственности уже на государственном уровне. Основные положения (тезисы) мыслителей эпохи Просвещения и немецкой философской школы, были также отражены и в речах политических лидеров Великой французской революции и Якобинской диктатуры. М. Робеспьер в своей речи отмечал следующее: «Вы увеличили число статей, чтобы обеспечить неограниченную свободу пользования правом собственности и ни сказали ни слова для того, чтобы определить его законный характер, поэтому Ваша декларация создается, по видимому, не для всех людей,



а только для богачей, скупщиков, биржевых игроков и тиранов. Я предлагаю Вам исправить эти недостатки, закрепляя следующие истины. Статья 1 — право собственности есть право каждого гражданина пользоваться и распоряжаться той частью имущества, которая гарантируется ему законом. Статья 2 — право собственности, как и все другие права ограничено обязанностью уважать права других людей. Статья 3 — Оно не может наносить ущерб, ни свободе, ни безопасности, ни собственности, ни существованию наших ближних. Статья 4 — всякое владение, всякая сделка, нарушающая этот принцип, незаконны и безнравственны»[22]. Таким образом, право частной собственности по Робеспьеру не может преобладать над интересами общества и государства. Публичные интересы, по мнению Робеспьера, являются **консолидацией интересов общества, можно их назвать даже волей разумного общества, в условиях которого обеспечено процветание каждого человека и гражданина, но не приватный интерес определенных социальных групп или классов.** Данное положение конечно же вытекает из теории общественного договора происхождения государства, согласно которой государство образуется из-за взаимной договоренности людей и возможности государства обеспечения прав и интересов этих людей.

Позднее философские идеи начали уже рецепироваться в сознании Западноевропейских юристов. Например, Р.Ж. Потье, в своем трактате о праве отразил следующие основы права частной собственности: «Мы определили право собственности, как право распоряжаться вещью по своему смотрению; и мы добавили: однако без ущемления прав другого»[20]. В трактате английского юриста сэра Уильяма Блэкстона «Комментарии к английским законам», где право собственности понималось как: «единоличное и деспотичное господство над вещью»[17]. Таким образом, юристами было сформулировано понятие права собственности, отражавшее его содержание как правового института, среди признаков которого максимальное господство над вещью (юридическая власть) и возможность ограничением со стороны государства. **Диалектическое развитие права собственности представляло собой единство и борьбу двух противоположностей в виде частных и публичных интересов, приведших к переходу в качественно новое состояние, путем отрицания только «частных» интересов человека в правах на собственность.** С развитием капиталистических отношений, появлением классов и борьбы

между ними собственность стала рассматриваться как орудие господствующего класса. Безусловно, ярким представителем классовой теории философии права собственности являлись ученые и философы, теоретики коммунизма — К. Маркс и Ф. Энгельс. По вопросу приобретения права собственности К. Маркс отмечал: «Разграбление церковных имуществ, мошенническое отчуждение государственных земель, расхищение общинной собственности, осуществляемое по-узурпаторски и с беспощадным терроризмом, превращение феодальной собственности и собственности кланов в современную частную собственность — таковы разнообразные идилические методы первоначального накопления. Таким путём удалось завоевать поле для капиталистического земледелия, отдать землю во власть капитала и создать для городской промышленности необходимый приток поставленного вне закона пролетариата»[16]. Право собственности и сама собственность — по мнению К. Маркса, орудие в руках господствующего класса буржуазии.

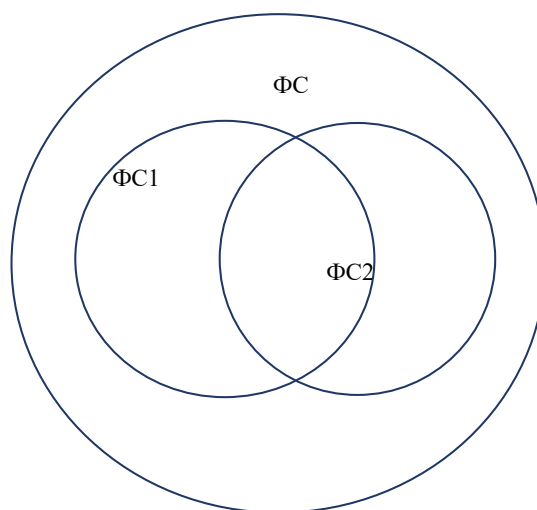
В свете пересечения взглядов Маркса с христианским учением интересно упомянуть святителя Иоанна Златоуста. Иоанн Златоуст отмечает следующее: «Сребролюбцы считают врагом своим человека, не причинившего им никакого вреда, желают сделать рабом свободного и ввергают его в бесчисленные бедствия; напротив, беснующиеся ничего другого не делают, как только в самих себе питают болезнь. Первые ни спровергают множество домов, заставляют хулить имя Божье, являются заразой городов и всей вселенной; а мучимые бесами более достойны сожаления и слез. Эти последние многое делают в бесчувствии; напротив первые, имея ум, безумствуют, среди городов неистовствуют и беснуются некоторым новым бешенством. В самом деле, все беснующиеся делают ли что-либо подобное тому, на что дерзнул Иуда, совершивший неслыханное преступление? И все ему подражающие, подобно диким зверям, убежавшим из ограды, возмущают города, никем не будучи удерживаемы. Хотя они отовсюду обложены узами, как то: страхом судей, угрозой законов, презрением от людей и многим еще другим, — но они, разрывая их, все извращают. И если бы кто совершенно отнял от них те узы, тогда ясно увидел бы в них беса гораздо лютейшего и жесточайшего, нежели каков вышедший из упомянутого ныне бесноватого»[7].

Несмотря ни на что, развитие философии права собственности осуществлялось и в рамках юридиче-

ской научной школы. Данный процесс был связан с научно-техническим прогрессом и прежде всего прогрессом теоретической науки, который конечно же отразился и на юриспруденции. Философские взгляды, формирование научно-теоретической базы, накопленный правовой опыт создали почву для формирования философии права собственности в том числе в рамках права, а именно юридической науки.

Философия права собственности получила возможность реализовываться не только в виде идеи и ценности, но и претворится в действительность в форме изданных нормативных правовых актов. Сформированные философами идеи и методы исследования нашли свое применение в объективной реальности науки юриспруденции и действующих нормативных правовых актов. Начиная с момента оформления юриспруденции как теоретической науки, можно выделить несколько путей развития философии собственности: философия собственности, как ценности и феномена, философия права собственности «вне права», философия права собственности «в рамках права».

Философия собственности как ценности и феномена представляет собой первичную и самую широкую систему знаний о собственности. **Она включала в себя самые первые взгляды философов и мыслителей прежде всего о ценностном значении собственности.** Невысокий уровень теоретической юриспруденции не позволял создать философию нормы о праве собственности. Философия права собственности сформировалась уже на базе действующих норм о праве собственности и представляет собой анализ собственности, как ценности и как орудие управления (например, Марксистская теория, либо учение о собственности эпохи Просвещения). Философия права собственности «вне права» является системой знаний о праве собственности с точки зрения взгляда на само право собственности, его сущность, назначение и ценность как такового. Философия же права собственности в «рамках права» являет собой анализ юридической сущности права собственности и философское истолкование нормативных правовых актов, понимание их действительного содержания и роли самой собственности в общественных отношениях. В диаграммах Эйлера-Венна философия собственности и философию права собственности можно представить себе следующим образом: ФС- философия собственности; ФС1 - философия права собственности «вне рамок права»; философия права собственности «в рамках права»- ФС2.



Позднее уже в XIX в. начала развиваться школа позитивистского права, ярким представителем которой являлся Г. Кельзен. По мнению Г. Кельзена: «Правовая власть предписывает определенное человеческое поведение только потому, что считает его верно или ошибочно ценным для правового сообщества людей. В конечном счете, эта связь с правовым сообществом имеет решающее значение для правового регулирования человеческого поведения, которое находится в индивидуальном отношении к конкретному другому человеку. Правовая норма, обязывающая должника платить кредитору, защищает не только, а возможно и не столько, интересы конкретного кредитора, сколько интересы правового сообщества, стремящегося сохранить определенную экономическую систему»[11]. То есть в основе всего права лежит разрешительно-дозволительный порядок, устанавливаемый государством в целях соблюдения согласованных интересов личности, общества и государства или правового сообщества, как это понимает Кельзен. **В случае с позитивным правом приоритет сдвигается от ценности права собственности к ее целесообразности, создавая тем самым преимущественно юридическую природу права собственности, как комплекс правил посредством которых регулируется статус права собственности.** В случае с философией позитивного права, мы можем говорить о герменевтическом подходе к содержанию собственности, суть которого заключается в истолковании юридического термина права собственности и его элементов. Можно сказать, что философия позитивного права окончательно оформила юриспруденцию как



юридическую науку, особенно в странах романо-германской правовой семьи, где как известно играет определенную роль и юридическая научная доктрина[10].

Следующим этапом можно назвать непосредственно истолкование юристами содержания права собственности через призму юридической науки и формирование парадигмального юридического мышления о собственности[13].

С учетом двух доминирующих правовых семей современности (англо-саксонской и романо-германской) сформировалось две крупные научные парадигмы права собственности. Английский ученый юрист начала XX века Э. Дженкс под «собственностью» подразумевает, как указывает самое название, результат присвоения или освоения человеком предметов природы[6]. В свою очередь в континентальной правовой семье сформировалось кодифицированное право, где большую роль играют юридические понятия. Одно из первых юридических понятий о праве собственности, как известно было представлено в Гражданском кодексе Франции 1804 г (Кодексе Наполеона). Согласно ст. 544 ФГК: «Собственность есть право пользоваться и распоряжаться вещами наиболее абсолютным образом, с тем, чтобы пользование не являлось таким, которое запрещено законами или регламентами». Юридическое мировоззрение на право собственности в странах романо-германской правовой семьи формируется через понятие, данное в кодифицированном источнике.

В англо-саксонской правовой семье выделяют права собственности (property rights) как комплекс прав на имущество. Недвижимость в виде земельных участков, зданий, и прав на эти имущества. Также выделяется и движимое имущество, которое именуется (personal property). Полная собственность приобретается только на движимое имущество (ownership). На недвижимые вещи приобретается титулы в виде (estate), являющиеся ограниченными вещными правами. Титулы могут приобретаться и по праву справедливости, которые могут находиться у разных лиц на единый объект. Выделяется в англо-саксонской правовой системе и срочное право собственности[14]. Имеют место в англо-саксонском праве и сложноструктурные модели права собственности[24]. Помимо этих видов собственности в США и Великобритании существует также и доверительная собственность (trust), либо фидуциарная собственность (fiduciary ownership)[19]. В правовых семьях различаются объекты права собственности. Профессор У. Маттеи отмечает: «В Германии, в юриди-

ко-техническом плане объектом права собственности могут быть только материальные предметы. Во Франции и Италии подход иной. В этих странах право собственности может распространяться также и на нематериальные предметы, вроде оригинальной идеи»[17].

Таким образом, можно сказать, что сформировались две научные парадигмы права собственности: в англо-саксонской правовой семье право собственности можно сравнить с ризомой в постмодернизме[5] и говорить о ней как о «рассеивающейся» собственности -диссеминованном праве собственности. В романо-германской правовой семье сформировалась консолидированное в понятии право собственности — централизованное право собственности, герменевтическое истолкование которой происходит в рамках заданного понятия. Данные парадигмы сформировались в силу различных факторов формирования самого права в этих двух правовых семьях. Основным фактором **формирования системы права** в англо-саксонской правовой семье можно считать юридический опыт, выраженный, главным образом в судебном прецеденте [9]. Как указывает М.Н. Марченко: «отсутствие в английской правовой системе, составляющей основу англосаксонского права, четко выраженного по сравнению с континентальным правом деления на отрасли права; ориентация норм общего права — продукта судебной деятельности по рассмотрению конкретных дел — прежде всего на разрешение конкретных проблем, а не на формулирование общего правила поведения, ориентированного на будущее; традиционное преувеличение роли процессуального права по отношению к другим отраслям права, придание ему в ряде случаев большего значения, чем материальному праву»[18]. Можно полагать, что юридические парадигмы права собственности сформировались в том числе под влиянием исторических традиций этих стран.

**Выводы.** Проведя исследование, мы можем сделать следующие выводы:

философские воззрения на собственность развивались по закону диалектики путем единства и борьбы двух противоположностей в виде частных и публичных интересов, приведших к переходу в качественно новое состояние, путем отрицания только «частных» интересов человека в правах на собственность

начиная с момента научно-технического прогресса в Европе, одновременно развивается, и теоретическая наука юриспруденции в основе которой впоследствии будет лежать принцип герменевтического истолкования собственности в рамках нормы права;

с учетом двух доминирующих правовых семей современности (англо-саксонской и романо-германской) сформировались две крупные научные парадигмы права собственности: в англо-саксонской правовой семье можно говорить о «рассеивающейся» собственности — диссеминированном праве собственности в виде

комплекса отдельных прав на имущество. В романо-германской правовой семье сформировалась консолидированное в понятии право собственности - централизованное право собственности, герменевтическое истолкование которого происходит в рамках заданного понятия.

#### Список использованных источников

1. Аквинский Ф. Сумма теологии. М, Едиториал УРСС, Красанд. 2014. 656 С.
2. Аристотель. Политика. — М.: Астрель, 2010. 400 С.
3. Гегель Г. Философия права. М.: Мир книги, 2007. 464 С.
4. Гоббс Т. «Левиафан». М., Рипол-Классик. 2017. 672 С.
5. Делёз Ж., Гваттари Ф. Тысяча плато. Капитализм и шизофрения / Пер. с фр. и послесл. Я. И. Свирского, науч. ред. В. Ю. Кузнецов. — Екатеринбург: У-Фактория; М.: Астрель, 2010. 895 с.
6. Дженкс Эдуард. Английское право (Источники права. Судостройство. Судопроизводство. Уголовное право. Гражданское право) / Пер. с англ. Л. А. Лунц ; Предисл. Л. А. Лунц, М. М. Исаева. М.: Юрид. изд-во Минюста СССР, 1947.- 378 с. (Часть четвертая. Глава XIX, с. 249 — 256)
7. Иоанн Златоуст. Толкование на Евангелие от Матфея. Сибирская благовонница. 2010. 2350 С.
8. Кант И. Метафизика нравов. М., Родина. 2019. 272 С.
9. Карпов Е.А. Конвергенция романо-германской и англо-саксонской модели права собственности в гражданском праве России/ Международное публичное и частное право. М, 2020 № 2 С. 26-30
10. Кашанина Т. В. Юридическая техника. М.: Эксмо, 2008. 512С.
11. Кельзен Г. Чистое учение о праве. СПб, Алеф. 2015. 542 С.
12. Картунов В.В. Рассудок. Разум. Дух. М., «Фонд содействию социального развития-Евразия»: РГУТИС. 2017. 872 С.
13. Кун. Т. Структура научных революций. М., АСТ. 2015. 320 С.
14. Право собственности: актуальные проблемы / Отв. ред. В.Н. Литовкин, Е.А. Суханов, В.В. Чубаров. М.: 2008, Статут. — С. 33-34.
15. Локк Д. Два трактата о правлении. М, Социум. 2014. 484 С.
16. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. М, Эксмо. 2017. 1200 С.
17. Маттеи У, Суханов Е.А. Основные положения права собственности. — М.: Юрист., 1999. 384 С.
18. Проблемы теории государства и права: Учебное пособие / Под ред. М.Н. Марченко. — М.: Юрист, 2001. — 656 с.
19. Нарышкина Р.Л. Доверительная собственность в гражданском праве Англии и США. М., 1965. — 37 С.
20. Pothier R.J. La traite du droit de domainede propriete // Pothier R.J. Traités sur different matieres de droit civil, appli- qués a l usage du burre et jurisprudence fracoise. T.4 Paris, M. DCC. LXXXI (1781). P 384.
21. Платон. Законы. М., Мысль 1999. 832 С.
22. Робеспьер. М. Избранные труды. М., Наука. 1965. 320 С.
23. Сомин. Н.В. Католическая социальная доктрина: спуск в преисподнюю
24. Тягай. Е.Д. Право собственности на недвижимость в США. Сложноструктурные модели. М., Проспект. 2018. 200 С.

#### References

1. Aquinas, F. (2014). Summa of theology. Moscow: Editorial URSS, Krasand. (In Russ.).
2. Aristotle, (2010). Policy. Moscow: Astrel. (In Russ.).
3. Hegel, G. (2007). Philosophy of law. Moscow: World of books. (In Russ.).
4. Hobbes, T. (2017). Leviathan. Moscow: Ripol-Classic. (In Russ.).



5. Deleuze, J., Guattari, F. A (2010). Thousand Plateaus. Capitalism and schizophrenia. Yekaterinburg: U-Factoria; Moscow: Astrel. (In Russ.).
6. Jenks, E. (1947). English law (Sources of law. Judicial system. Judicial proceedings. Criminal law. Civil law). Moscow: Jurid. Publishing House of the Ministry of Justice of the USSR. (In Russ.).
7. John Chrysostom, (2010). Interpretation of the Gospel of Matthew. Siberian invertebrate. (In Russ.).
8. Kant, I. (2019). Metaphysics of manners. Moscow: Publishing house «Rodina». (In Russ.).
9. Karpov, E.A. (2020). The convergence of the Roman-German and Anglo-Saxon models of property rights in the civil law of Russia. *Mezhdunarodnoe publichnoe i chastnoe pravo [International public and private law]*, 2, 26-30. (In Russ.).
10. Kashanina, T. V. (2008). Legal technique. Moscow: Eksmo. (In Russ.).
11. Kelsen, G. (2015). Pure doctrine of law. St. Petersburg: Aleph. (In Russ.).
12. Kortunov, V.V. (2017). Reason. Mind. Spirit. Moscow: "Foundation for the Promotion of Social Development-Eurasia": RGUTIS. (In Russ.).
13. Kun, T. (2015). The structure of scientific revolutions. Moscow: AST. (In Russ.).
14. Litovkin, V.N., Sukhanov, E.A., & Chubarov, V.V. (2008). Ownership: current issues. Moscow: Statut. (In Russ.).
15. Locke, D. (2014). Two treatises on the board. Moscow: Socium. (In Russ.).
16. Marx, K. (2017). Capital. Criticism of political economy. Moscow: Eksmo. (In Russ.).
17. Mattei, U, & Sukhanov E.A. (1999). The main provisions of property rights. Moscow: Lawyer. (In Russ.).
18. Marchenko, M.N. et al. (2001). Problems of the theory of state and law: Textbook. Moscow: Lawyer. (In Russ.).
19. Naryshkina, R.L. (1965). Trust in civil law of England and the USA. Moscow. (In Russ.).
20. Pothier, R.J. (1781). La traite du droit de domainede propriete // Pothier R.J. Traités sur different matieres de droit civil, appliqués a l usage du burre et jurisprudence fracoise. T.4 Paris, M. DCC. LXXXI.
21. Plato. (1999). The laws. Moscow: Publishing house «Misl'». (In Russ.).
22. Robespierre, M. (1965). Selected Works. Moscow: Publishing house «Nauka». (In Russ.).
23. Somin, N.V. Catholic Social Doctrine: Descent into the Underworld. (In Russ.).
24. Tyagay, E.D. (2018). Ownership of real estate in the United States. Complex structural models. Moscow: Publishing house «Prospekt». (In Russ.).

## КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ / CULTURE & CIVILIZATION

УДК 165

DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10109

### Феномен иррационального в восточном стиле мышления

**КОРТУНОВ Вадим Вадимович**, доктор философских наук, профессор, директор Центра гуманитарных исследований Высшей школы международного сотрудничества Российского государственного университета туризма и сервиса, kortunov@bk.ru

**ГОЗАЛОВА Марина Робертовна**

Российский государственный университет туризма и сервиса, Москва, Российская Федерация; Директор Высшей школы международного сотрудничества, кандидат социологических наук, доцент

**КРАСНОВА Ольга Николаевна**

Российский государственный университет туризма и сервиса, Москва, Российская Федерация; кандидат политических наук, доцент, olgargutis@rambler.ru

---

**Аннотация.** Индийская мифология и ведийский образ мира, построенный на ее основе, имеют исключительное значение для понимания всей восточной культуры. Мифологический комплекс представлений Индии является не только наиболее древним (исследователи относят его формирование к III тысячелетию до н.э.), но и удивительно стойким. Ведийский образ мира сочетает в себе черты не только собственно мифологии, но и религии, и философии; он становится исходной моделью для формирования более поздних религиозно-философских доктрин. Напомним, что именно ведийский образ мира лег в основу господствующей в Древней Индии идеологии брахманизма, а затем, через модификацию брахманской доктрины, составил фундамент современного индуизма. Более того, даже оппозиционные брахманизму религиозно-философские системы, такие как джайнизм, бхагаватизм, буддизм, ставящие под сомнение святость Ригведы и других самхит, сохраняли общую мировоззренческую преемственность и солидарность с фундаментальными образами ведийской модели мира.

Безусловно, индийская мифология, особенно на ранних этапах своего формирования, имеет много общего с мифологическими представлениями других народов мира. На определенной стадии развития мифологического сознания мы всюду можем найти синкретические и антропоморфные мотивы, отголоски тотемизма или анимизма, влияние матриархата и, конечно же, тенденцию к преодолению политеистических традиций и тяготение к теистическому монизму. Однако на Востоке все эти элементы мифологического сознания приобретают особое, принципиальное звучание, позволяющее поставить вопрос о специфически восточном способе мироотношения и о ключевом значении ведийских образов в общей модели мира, построенной Востоком.

**Ключевые слова:** Восток, субъект, мифология, Индия, иррациональность

**Для цитирования:** Кортунов В.В., Гозалова М.Р., Краснова О.Н. Феномен иррационального в восточном стиле мышления // Сервис Plus. 2020. Т.14. №1. С. 68-76. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10109.

**Статья поступила в редакцию:** 12.01.2020.

**Статья принята к публикации:** 13.02.2020.

---





## The Phenomenon of the Irrational Thinking in the Eastern Style of Thinking

**Vadim V. KORTUNOV**

Russian State University of Tourism and Service, Moscow, Russian Federation;  
Dr. Sc. (Philosophy), Prof., kortunov@bk.ru

**Marina R. GOZALOVA**

Director of Higher School of International Cooperation, PhD in Sociology, Associate Professor

**Ol'ga N. KRASNOVA**

Russian State University for Tourism and Service, Moscow, Russian Federation; Cand. Sc. (Political Science), Associate prof., olgargutis@rambler.ru

---

**Abstract.** Indian mythology and the Vedic worldview based on it are crucially important for understanding of the entire Eastern culture. The mythological complex of representations of India is not only the most ancient (researchers attribute its origin to the 3<sup>rd</sup> millennium BC) but also surprisingly persistent. The Vedic worldview combines features not only of mythology itself, but also of religion and philosophy; it becomes the initial model for the formation of later religious and philosophical doctrines. It should also be noted that it was the Vedic image of the world that formed the basis of the dominant ideology of Brahmanism in Ancient India, and then, through the modification of the Brahman doctrine, formed the basis of modern Hinduism. Moreover, even religious and philosophical systems which oppose Brahmanism, such as Jainism, Bhagavatism and Buddhism which question the sanctity of the Rigveda and other Samhitas, maintained a worldview continuity and solidarity common with the fundamental images of the Vedic model of the world.

Of course, Indian mythology, especially in the early stages of its formation, has much in common with the mythological representations of other world nations. At a certain stage of the development of mythological consciousness we can find syncretic and anthropomorphic motives everywhere, echoes of totemism or animism, the influence of matriarchy, and, of course, the tendency to overcome polytheistic traditions and attraction to theistic monism. However, in the East all these elements of mythological consciousness acquire a special, fundamental prominence, which allows us to raise the question of a specifically Eastern way of attitude towards the world and the key significance of Vedic images in the general model of the world built by the East.

**Keywords:** East, subject, mythology, India, irrationality

**For citation:** Kortunov V.V., Gozalova M.R. & Krasnova O.N. (2020). The Phenomenon of the Irrational Thinking in the Eastern Style of Thinking. *Servis plus*, 14(1), P. 68-76. DOI: 10.24411/2413-693X-2020-10109 (In Russ.).

**Submitted:** 2020/01/12.

**Accepted:** 2020/02/13.

---

**Введение.** В мифологии античной Греции сюжеты и яркие образы составили основу греко-римской художественной культуры и активно эксплуатировались на протяжении всей истории Западной Европы. Достаточно напомнить, что практически всё художественное творчество эпохи Возрождения апеллирует к античным сюжетам. Вместе с тем, сам мифологический образ мира античной Греции доминировал в сознании европейцев на достаточно узком промежутке исторического времени. Здесь важно подчеркнуть, что несмотря на то,

что античная философия активно использует формы мифологического сознания, облекая своё повествование во всевозможные диалоги, притчи, поэмы, создавая образы вполне сопоставимые с мифологическими, общая философская картина мира, начиная уже с милетской школы, строится на иных мировоззренческих принципах, которые всё сложнее и сложнее стыкуются с собственно мифологическими представлениями древних греков. В эпоху Возрождения и Нового Времени обращение философии к античной мифологии и

метафизике связано с предельным выхолащиванием их истинного духа. В этом плане А.Ф. Лосев был совершенно прав, когда утверждал, что «если наиболее централен для античного мировоззрения платонизм, то для Запада, особенно в эпоху Просвещения, характерен тот платонизм, из которого выпала вся его пластическая и интуитивная основа. Такой платонизм есть рационализм или, говоря конкретнее, картезианство. Просветительское мировоззрение имеет под собой картезианский опыт, а просветительская античность есть французский рационализм» [1].

Антропоморфный и «приземленный» характер античной мифологии сделал практически невозможным построение философских и научных доктрин на основе мифологических образов и взглядов. Грекам оказалось проще осуществлять научно-философские поиски за пределами своей богатейшей мифологической традиции. Отсюда возникает определенный парадокс античной культуры. Философские изыскания ученых в области космологии и космогонии противоречат традиционной мифологической концепции, но не теряют при этом своей актуальности и значимости для развития метафизического знания. Поиск единого субстанциального начала мироздания, наметившийся уже в поэмах натурфилософов, можно расценивать в качестве стремления к монистическому мировоззрению. И это происходит на фоне языческого политеизма, который, фактически, не подвергается никаким реформациям. Всё это позволяет предполагать, что уже в эллинистический период европейское мировоззрение развивалось вне существенной зависимости от мифологии. Сами же мифологические образы постепенно перестают выполнять функцию элементов действующей модели мира и уходят в область художественного творчества [2].

Индийская мифология и искусство оказались более гибкими и многофункциональными. Они достаточно быстро преодолели антропоморфную ограниченность и их содержание наполнилось богатейшими абстракциями. Один из виднейших исследователей восточного искусства К. Эпштейн пишет: «Шива танцует, создавая мир и уничтожая его, необъятный ритм его танца вызывает представление об огромных мировых периодах, а его движения исполнены безжалостной магической силой заклинаний. Небольшая скульптурная группа в британском музее — это наиболее трагичное из где-либо виданных воплощений идеи смерти в любовной теме; оно увековечивает как никакое другое произведение, роковой элемент, присущий человеческим страстям.

Наши европейские произведения банальны и бессмысленны в сравнении с этими глубокими произведениями, лишенными побрякушек и символизма, сосредоточенными на главном и глубоко пластичными» [3].

Гипотезы:

I. Феномен иррационального представляет собой важнейшую составляющую духовной культуры и мировоззрения, служа основой формирования религиозных и мифологических систем, художественного восприятия и творчества, выработки органических систем ценностей.

II. Феномен иррационального возможно интерпретировать не только в качестве субъективного переживания объективных процессов, происходящих в мире, но и в качестве фактора, обладающего самостоятельным гносеологическим, онтологическим и аксиологическим смыслом.

III. Рационализм и иррационализм целесообразно рассматривать в качестве фундаментальных архетипических парадигм, составляющих бинарную основу в рамках оппозиций «цивилизация — культура», «научно-сциентистская и религиозно-эстетическая модели мира», «западный и восточный культурно-исторические типы мировоззрения».

IV. Восточный культурно-исторический тип мировоззрения основан, преимущественно, на иррационально-мистическом способе миропонимания, для которого характерны синкретизм, нивелировка субъектно-объектной парадигмы, тенденция к подавлению субъективности, постижение реальности в ее противоречивости и целостности, принципы невербализуемости и антидискурсивности, трансцендентно-эйдетическая интенция сознания.

**Методы.** В своем исследовании мы опирались на те работы, в которых как напрямую затрагивается проблема типологии различных моделей мира, так и анализируется ряд смежных по отношению к нашей теме проблем. В первую очередь, мы, конечно же, пытались опираться на первоисточники: к примеру, анализируя основные принципы иррационально-мистического мироотношения, мы старались интерпретировать древнейшие религиозно-философские тексты (Упанишады, Самхиты, Махабхарата, Бхагавадгита, древнебуддистская литература, Дао де цзин, арабо-мусульманские источники). Также были использованы работы Лосева А. Ф., Epstein K., Сатиочандра Чаттерджи, Дхирендрамохан Датта, Hacker P., Сахаи К., Чаттопадхья Д., Блаватская Е. П., Тагор Р., Радхакришнан С.



## Феномен иррационального в восточном стиле мышления

**Результаты.** В силу своего грандиозного мировоззренческого заряда, ведийские образы получили необходимую универсальность для осуществления эффективного конвертирования в иные сферы духовной практики. Это, в свою очередь, послужило дополнительным стимулом для сохранения синкретического характера восточной культуры: мифологические образы оказались достаточно гибкими и, потому, вполне приемлемыми для использования как в собственно теологии, так и в области художественного творчества, метафизики и даже научного знания. Более того, индуизм приобрел черты как универсальной картины мира, так и обыденно-практического стиля жизни, регулирующего политические и социально-правовые отношения, определяя психологию поведения и идеологию — в самом широком смысле этого слова [4]. Во все времена, как отмечают Сатиочандра Чаттерджи и Дхирендрамохан Датта, «...в Индии философия являлась составной частью жизни. Как только появлялась новая система мысли, группа ее сторонников воспринимала ее как философию жизни и создавала школу этой философии. Они жили ею...» [5].

Практический окрас священных текстов отчетливо виден в знаменитом памятнике индийской литературы «Камасутре». Этот текст дает наставления по многочисленным вопросам бытовой жизни, регламентируя процедуры венчания, похорон, давая наставления в области семейной жизни и отношения полов [6]. При этом Камасутра наполняет каждое практическое действие человека глубоким метафизическим смыслом, вскрывает духовную подоплеку обыденности. Повседневная жизнь человека обретает сакральный смысл, пронизывается идеей причастности к вечности, космосу. И даже эротическая линия Камасутры становится неотъемлемой частью общей мировоззренческой доктрины, будучи одухотворенной чувством святой любви к человеку, Богу, Универсуму. Весьма показательна судьба Камасутры в странах Западной Европы: это чудесное художественно-образное произведение, в процессе своей адаптации к западноевропейскому менталитету, было варварски препарировано. Из Камасутры европейцы выбросили всё «лишнее»: философию, мифологию, художественность, превратив ее, таким образом, в своеобразный справочник по технике секса.

Для того, чтобы проиллюстрировать неразрывную связь философии и жизни, мировоззренческих выкладок и практики, достаточно привести лишь один красноречивый пример. Крупнейший философ современной

Индии Сарвепалли Радхакришнан (1888-1975) в 50-х годах нынешнего века становится вице-президентом, а затем, и Президентом Индии. Данный прецедент абсолютно невозможен для Западной Европы, которая могла только мечтать о философе-правителе. Мудрец на троне — это образ, который на Западе никогда не был воплощен в жизнь, а существовал лишь в идеальных теоретических конструкциях. Впрочем, однажды Платон предпринял несколько попыток реализовать этот образ в практической жизни, наивно полагая, что он со своими философскими идеями обязан принести пользу в деле совершенствования общественно-политической структуры Сицилии. Но эти попытки неизменно заканчивались провалом. В первый раз, когда Платон предложил свои услуги, оскорбленные правители Сиракуз, вместо того, чтобы посадить великого философа на трон, продали его в рабство. В последний раз «предвыборная кампания» Платона и вовсе чуть не стоила ему жизни.

Одним из центральных принципов ведийского образа мира стал запрет на иерархию элементов бытия. Это достигалось рассмотрением космоса как единого, недифференцированного целого. Из этой посылки вытекает целый комплекс существенных для восточного мировосприятия положений, который, в дальнейшем, останется незыблемым практически во всех индийских религиозно-философских системах. Пантеон богов (который колеблется в числовом диапазоне от трех с лишним тысяч в Ригведе до нуля в некоторых школах буддизма и джайнизма) приобретает условный характер, поскольку это по преимуществу не антропоморфные боги, а, так сказать, боги-образы, боги-субстанции, боги-стихии (гимны десятой мандалы Ригведы в этом плане наиболее характерны: боги описываются здесь вне их физических атрибутов). Кроме того, необходимо помнить, что колоссальное количество имен богов, которое мы встречаем в самхитах, еще не говорит о наличии такого же количества самих богов. Дело в том, что эти имена часто фиксируют лишь различные функции и качества единой мистической силы. К примеру, одно из основных божеств ведийской (а затем брахманской и индуистской) традиции — Вишну — имеет множество имен, в которых фиксируются, уточняются его функции и качества. Так, само имя «Вишну» означает что-то вроде «проникающий во всё», «всеобъемлющий». Но «проникать во всё» — не единственная его функция; поэтому Вишну снабжается другими именами-эпитетами: он же является и Хари («избавителем»), и Кешавой

(«благоволосым»), и Пурушоттамой («высшим духом»), и Мурари («врагом демона Муры») и так далее. Кроме того, главные индийские боги часто выступают перед людьми в различных «ипостасях», принимая, по необходимости, черты смертных существ. Такое перевоплощение бога получило в брахманской доктрине название аватары (буквально — «нисхождение») [7]. Тот же самый Вишну, для выполнения своих земных миссий, вынужден выступать в различных обликах: он принимает аватару черепахи — Курмы — когда ему необходимо погрузиться на дно океана, аватару коня — Калки — когда предстоит наземная борьба, аватару Рамы, Кришны, Варахи [8].

Специфический характер ведийского пантеизма не только преодолевает по существу политеистическое миропонимание, но и стирает четкую границу между «миром земным» и «миром небесным», столь характерную для античной мифологии, да и для всего западноевропейского христианства. Стоит также обратить внимание на то, что, в отличие от весьма распространенной в не-восточных регионах мира бинарной модели мироздания («мир сей» — «мир иной»), индийская мифология провозглашает трехчленную модель (три лока космического бытия), добавляя промежуточный «мир воздушного пространства», который оказывается наиболее важным и ценным, поскольку служит необходимым гарантом целостности и взаимообусловленности космоса. При этом трехчленная модель мироздания остается условной, поскольку все миры оказываются подчинены единому закону — Рите — который обеспечивает, одновременно, и космический, и нравственный порядок. Таким образом, восточная традиция изначально не разделяет онтологию и этику, законы материального и духовного мира [9]. По этому поводу один из виднейших современных индологов Кальпана Сахаи пишет: «Для европейца душа и тело, материальное и духовное противопоставлены, часто находятся в конфликте, а у нас одно дополняет другое. В европейской традиции все строится на конфликте человека со средой, на его внутреннем конфликте. Мы же смотрим на человека как на часть природы, часть макрокосмоса. Этот макрокосмос существует и внутри него. Поэтому не может быть ни борьбы с природой, ни ее победитель. Всё это определяет различие взглядов на человека, искусство, литературу» [10].

Это всепронизывающее всеединство достигает своего пика, когда речь заходит о Брахмане — безличном космическом принципе, описанном в некоторых

мандалах Ригведы, а затем развитом в более поздних сакральных и философских текстах, прежде всего в араньяках и упанишадах. Самобытность восточного образа мира становится особенно очевидной, когда мы сталкиваемся с весьма запутанной и сложной интерпретацией Брахмана в традиционных понятиях европейской науки. Некоторые ученые видят в торжестве безличного космического принципа атеистические тенденции, доходящие до «супертеизма» [11]. Автор данной работы всё же склонен определять «Брахман» в качестве беспредельной духовной основы космоса пантеистического толка, тем более, что это понятие в индийской литературе часто сопоставляется с Атманом — индивидуальной духовной основой живого существа, — причем таким образом, что между Атманом и Брахманом утверждается абсолютное тождество (наиболее яркий пример подобной интерпретации — Шандилья-видья).

Еще один существенный момент ведийско-брахманского образа мира, составивший основу дальневосточного мировоззрения в целом, заключен в идее сансары — вечного круговорота перерождений. По сути дела, сансара предполагает сущностное единство всего живого: между человеком, растением и животным нет принципиальной разницы в том смысле, что все они обладают бессмертной душой и смертным телом. Подобная модель мироотношения исключает саму возможность возникновения какого-либо антропоцентризма и делает нелепой постановку вопроса о взаимоотношении человека с природой. Человек есть часть природы, космоса — не больше и не меньше. Его телесная оболочка — последняя преграда на пути слияния с Абсолютным разумом космоса. Важно подчеркнуть, что принцип сансары ни в коем случае не означает торжество вечной жизни во плоти. Круговорот перерождений дается живому существу ради возможности в полной мере развить свои способности и достичь совершенства. «...Для того, чтобы действительно исчерпать весь опыт, который дается земным существованием, — отмечает Е. П. Блаватская, — человеку нужна не одна, а много жизней. По учениям древних Мудрецов, он и живет много раз, воплощаясь в различные эпохи, при самых разнообразных условиях, до тех пор, пока земной опыт не сделает его мудрым...» [12]. Подлинная награда за это — мокша — полное освобождение от сансары, от физической, телесной оболочки и актуальное слияние со вселенским духом. «Как реки текут и исчезают в море, теряя имя и образ, так знающий, освобо-





## Феномен иррационального в восточном стиле мышления

дившись от имени и формы, восходит к божественному Пуруше» [13].

Религиозно-философская и мифологическая система, описанная в самхитах, во многом определила ход развития дальнейшего восточного мировоззрения. Прежде всего, это сказалось на самом методе философствования и месте метафизики в общей картине мира. Постоянное ощущение непосредственной связи человека и космоса, микромира и макромира привело к тому, что даже спустя тысячелетия, синкретический и органический подход к проблемам бытия составил отличительную черту всей индийской культуры. Запад в этом смысле пошел по иному пути: по пути дифференциации знания и практической деятельности. И этот путь оказался чрезвычайно продуктивным для решения большинства утилитарно-прагматических задач. Стремительное развитие частных научных дисциплин превратило западное общество в неоспоримого лидера по части специализации. Отсюда — столь характерное для Запада первенство в естественнонаучных областях знания, и отсюда же — столь трагические последствия, обнаружившиеся в XX столетии и связанные с потерей целостного понимания бытия. Для индийской литературы, напротив, характерно постоянное и удивительно острое ощущение единства духовных процессов, ощущение «причастности» к космосу, вселенной, Единому. Каждая концепция — размышления о смысле жизни и поиск абсолютной истины; любой мифологический образ — уже сам по себе есть модель мироздания; всякое художественное произведение, какое ни возьми, — разговор с Богом о судьбах человечества. «Личность — это ограничение безграничного, — утверждает Тагор, — личное пробуждается в Боге, когда он творит. Он ограничивает себя пределами собственного закона; игра, которая есть этот мир, чья реальность заключена в его отношении к личности, продолжается. Предметы различаются не по своей сущности, а по своей видимости, иными словами, в зависимости от того, кто на них смотрит. Это и есть искусство, истинность которого проявляется не в сущности или логике, а в выражении. Абстрактная истина может принадлежать науке и философии, но реальный мир принадлежит искусству. Мир как искусство есть игра Верховного Существа, упоенно творящего образы» [14].

Особый взгляд на человека, общество, природу, вселенную в значительной степени установил само проблемное поле индийской философии. Ни в одной из фундаментальных мировоззренческих концепций

Индии мы не найдем деления не только на «метафизику» и «теологию», но и на онтологию, гносеологию, логику, этику и эстетику. Западная наука до сих пор не в состоянии установить соответствия между законами бытия и законами мышления. На Востоке же существует единый онтологическо-гносеологический комплекс вопросов, который, в придачу ко всему, охватывает и весь спектр логических, этических и эстетических вопросов. Проблема добра и зла, столь характерная для западноевропейской этики, приобретает в восточной литературе условный окрас, ведь добро и зло взаимно обуславливают друг друга: не может быть созидания без разрушения, жизни без смерти, дня без ночи. Индийский бог имеет три лика тримурти — символизирующие бога-творца Брахму, бога-хранителя Вишну и бога-разрушителя Шиву. И все они при этом суть Одно; все они суть гуны (атрибуты, качества) единой вселенной. Отсюда же — необыкновенная энциклопедичность индийских религиозно-философских систем: прежде, чем отстаивать свою собственную точку зрения, мудрец обязан выяснить и понять, что говорилось до него другими мыслителями, и только затем приступить к изложению собственного учения. Поэтому каждая религиозно-философская система — будь то ведантизм, буддизм, джайнизм или любая из даршан — есть в то же время и энциклопедия, в которой анализируется весь предыдущий культурно-философский опыт и которая вмещает в себя все возможные точки зрения на человека и бытие.

Еще одна особенность индийских философско-религиозных систем — причем практически всех без исключения — заключена в изначальной неудовлетворенности существующим положением вещей. За это Восток часто подвергают критике, упрекая в излишнем пессимизме и «мрачности» по отношению к посюсторонним проявлениям жизни. Думается, что подобная критика возникает из непонимания существа восточного стиля мышления. Восточный пессимизм по отношению к феноменальному миру не имеет ничего общего с эсхатологическими идеями. Напротив, постоянная неудовлетворенность и внутреннее беспокойство за судьбы мира и человечества служит в индийском сознании мощнейшей интенцией, стимулирующей как работу сознания, так и предметно-практическую деятельность человека. Поэтому любая индийская религиозно-философская концепция не останавливается на простой констатации определенной картины мира. В них мы всегда находим глубоко эстетическую мысль — мысль о необходимости

преодоления предметно-эмпирического бытия, мысль о необходимости осознания видимости и преходящего характера окружающих нас фетишей. От вещного к вечному, от иллюзорного к истинному, от сущего к должному — вот истинный морально-эстетический пафос философской культуры Индии.

Уже на основе одних только упанишад можно составить достаточно ясное представление о мистичности восточной культуры. Причем эта мистичность исходит из реальности бытия, понятого как Единое, которое не постигается силами человеческого разума. Поэтому европейская наука, имеющая перед собой гностический, просвещенческий идеал, не слишком жалуется мистику и, обыкновенно, подразумевает под ней нечто аномальное, «выдуманное», сверхъестественное, а то и вовсе — чертовщину. Такое отношение к мистике вполне закономерно для строгого научного ума, не желающего и не умеющего верить в свою ограниченность. Для западноевропейского сознания безусловной реальностью обладает лишь то, что можно пощупать, понюхать или увидеть. Условной реальностью обладает то, что может быть доказано рационально-логическим путем. Всё прочее — ирреально, «мистично». Между тем, существование мистического есть факт именно реальной жизни, факт, который остается фактом независимо от того, культивируют ли его (как это делается на Востоке) или же, напротив, стараются не замечать (как это делается на Западе).

Упанишады не обосновывают и не доказывают необходимости мистического восприятия. Мистичность реальности и реальность мистики для этих литературных памятников столь очевидны, что не нуждаются в доказательстве (тем более, что доказательность, в научном смысле этого слова, не может служить в данном случае каким-либо критерием). Согласно упанишадам, человек поднимается на более высокую, мистическую ступень познания тогда, когда высвобождается из-под диктата разума. Для того, чтобы понять жизнь духа и дух жизни, необходимо соответствовать им. А о каком соответствии можно говорить, когда мы пытаемся при помощи понятий и логики приблизиться к внепонятийному и внелогическому?

Индийская философия исходит из очень простого тезиса, доказательство которого мы, возможно, и не найдем в явном виде в ведийских источниках, но который укоренен в самом восточном образе мышления. Реальность есть всецелое бытие и лишь всецелое бытие — реально. Подлинная реальность — это сама жизнь, причем

вся жизнь, которая сама по себе не имеет деления на материю и дух, на понятия и образы, на зло и добро, земное и небесное. При помощи органов чувств мы можем познать не всю реальность, а лишь ту ее часть, которую воспринимаем как предметно-материальную. И даже в этом случае мы уже ошибаемся и ограждаем себя от истины, ибо познаем нечто в отрыве от Единого, всецелого, в отрыве от того, что не имеет деления на материальное и духовное. При помощи понятий и логики мы опять-таки познаем не всю реальность, а ту ее часть, которую зовем «идеей». Но опять-таки мы ошибаемся, ибо идея есть фрагмент реальности, а не сама реальность; идея есть фрагмент духа, но не сам дух. Истина — абсолютна и всецела; вне своей всецелостности и абсолютности она не есть истина.

**Обсуждения.** Между тем, категория иррационального (столь крепко прижившаяся на Востоке) подвергалась жесточайшей дискриминации на протяжении развития всей западноевропейской культуры. Уже в Древней Греции философы тяготели к рационалистическому пониманию мира, доходящему до крайности. Если наши представления о мире противоречат реальности — тем хуже для реальности (Парменид, Зенон). Даже в эпоху Средневековья, когда в Европе доминировал теоцентризм, рационально-логическая картина мира не переставала существовать. Это выразилось в многочисленных спорах о «примирении» веры и знания, а впоследствии и вовсе в схоластических учениях о Боге (Фома Аквинский).

В эпоху Нового времени, начиная с Рене Декарта, рационализм утвердился не только в качестве научного мировоззрения, но и в качестве универсального образа жизни европейцев. Он проходит красной нитью через всю Немецкую классическую философию и достигает своего апогея в психоанализе (Зигмунд Фрейд). В XX веке любые проявления иррационального в Европе и США интерпретируются как деструктивное, болезненное, патологическое состояние сознания.

**Заключение.** В итоге мы пришли к выводам, подтверждающим наши гипотезы, заявленные ранее.

Мистичность познания в восточной культуре достигается в полной мере путем преодоления рационально-логических барьеров, путем освобождения сознания от категориальной ограниченности. Лишь на этом пути возможно коснуться исконной реальности. Мы рассуждаем об объектах мира с помощью утверждений, которые оцениваем как «истинные» или «ложные». Но реальность не истинна и не ложна, она просто есть! Мы



## Феномен иррационального в восточном стиле мышления

выстраиваем цепь отношений между явлениями. Но реальность-то безотносительна!

Реальность, описанная в Упанишадах, чем-то напоминает кантовскую вещь-в-себе, которая оказалась абсолютно трансцендентна чистому разуму. Кант, как справедливо указывают ученые, в этом вопросе занял агностическую позицию. Весьма неудачно эту проблему пытался решить и Гегель, некорректно наделяя логическое мышление атрибутами бытия, т.е. противоречивостью, движением, бесконечностью. Если оценивать изыски Гегеля с точки зрения индийской философии, то он допустил, как минимум, две серьезные ошибки. Во-первых, настаивая на логичном способе познания, он не смог преодолеть границы разума и вступить в область духа; тем самым, познающее и познаваемое оказались не адекватными друг другу. Во-вторых, Гегель не совсем правильно истолковал природу реальности, которая, будучи Единым, находится за пределами противоречий и антиномий. Постигание реальности вершится не в противоречиях, и даже не в их единстве или борьбе, а за их пределами. Более того, постижение реальности вершится за пределами самого мышления.

Лишь тогда, когда мы оказываемся в состоянии возвыситься над мыслью, словом, логикой, неслышимое становится слышимым, невоспринимаемое становится воспринимаемым и неизвестное становится известным. Это возможно лишь на пути мистической интуиции, охватывающей реальность в ее целостности и неделимости. Такого рода интуиция уже не предполагает познания объекта субъектом «исследования»; она вообще не предполагает каких-либо субъектно-объектных отношений, а означает актуальное тождество моего «Я» и Единого. До тех пор, пока мы возвращаемся в условностях отвлеченных категорий, мы лишь скользим по поверхности реальности, но не проникаем в нее. По словам Радхакришнана, «...то, что было разбито на отношения, никогда не сможет восстановить своё единство посредством чистой логики. <...> Первое же соприкосновение с логикой приводит к превращению Единого в систему» [17]. На пути мистической интуиции невозможно построить научную систему, но возможно постичь абсолютное. На пути рациональной логики невозможен трансцензус, но возможен научный прогресс. По первому пути пошел Восток, по второму — Запад.

## Список использованных источников

1. Лосев А. Ф. Очерки античного символизма и мифологии. — М., 1993. — С.11
2. Цит. по Дайсэцу Т. Судзуки. Мистицизм христианских и буддистский. — Киев, 1996. — С. 116
3. Epstein K. Let There be Sculpture. — 1942. — P. 193. Цит. по: Открытие Индии: философские и эстетические воззрения в Индии XX века. — М., 1987. — С. 136-137
4. См. например: Касты в Индии. Сборник статей. — М., 1965; Куценков А.А. Политическая функция индийской касты. — НАА, 1974. — № 1
5. Сатиочандра Чаттерджи, Дхирендрамохан Датта. Индийская философия. — М., 1994. — С. 23
6. Об основных элементах повседневной культовой и обрядовой практики Индии см.: Гусева Н. Р. Индуизм. — М., 1977. — С. 227-285
7. Подробнее об этом см.: Hacker P. Zur Entwicklung der Avataraalchre // Wiener Zeitschrift für die Kunde Süd- und Ostasiens. — 1960, N 4, — S. 47-70
8. Неру Джавахарлал. Открытие Индии / Открытие Индии: философские и эстетические воззрения Индии XX века. — М., 1987. — С. 130-131
9. Сахаи К. Шива, Будда и Воланд // «Новое время». — № 29 от 15.07.88. — С.48
10. См. например: Чаттопадхья Д. Индийский атеизм. — М., 1973
11. Блаватская Е. П. Закон причин и последствий, объясняющий человеческую судьбу (Карма). Сновидения. — Днепропетровск, 1995. — С. 6
12. Упанишады, III, 2, 8
13. Тагор Р. Вероисповедание художника / Открытие Индии: философские и эстетические воззрения Индии XX века. — М., 1987. — С. 319
14. Taittirīya, II. 4. Цит. по: Радхакришнан С. Индийская философия. — М., 1993. — Т. 1, С.144
15. Kena, II. 3; Mundaka, II. 1; см. Katha, I. 3. 10. Цит. по: Радхакришнан С. Индийская философия. — М., 1993. — Т. 1, С.144

16. Chândogyā, VI. 13. Цит. по: Радхакришнан С. Индийская философия. — М., 1993. — Т. 1, С.146  
 17. Радхакришнан С. Индийская философия. — М., 1993. — Т. 1, С.150

#### References

1. Losev A. F. Essays on ancient symbolism and mythology. — Moscow, 1993. — P.11. (In Russ.)
2. Quoted from: D. T. Suzuki. Mysticism, Christian and Buddhist. — Kiev, 1996. — P. 116. (In Russ.)
3. Epstein K. Let There be Sculpture. — 1942. — P. 193. Quoted from: Discovery of India: philosophical and aesthetic views of India of 20<sup>th</sup> century. Moscow, 1987. — P. 136-137. (In Russ.)
4. E.g.: Castes in India. Collection of articles. — М., 1965; Kutsenkov A. A. Political function of the Indian caste. — Nations of Asia and Africa, 1974. — No. 1. (In Russ.)
5. Satischandra Chatterjee and Dharendra Mohan Datta, Indian Philosophy — Moscow, 1994. — P. 23. (In Russ.)
6. Concerning the main elements of everyday cult and ritual practice in India see: Guseva N. R. Hinduism. — Moscow, 1977. — P. 227-285. (In Russ.)
7. For more information see: Hacker P. Zur Entwicklung der Avataraalchre // Wiener Zeitschrift für die Kunde Süd- und Ostasiens. — 1960, N 4, — S. 47-70
8. Nehru Jawaharlal. Discovery of India / Discovery of India: philosophical and aesthetic views of XX century India. — Moscow, 1987. — P. 130-131. (In Russ.)
9. Sahai K. Shiva, Buddha and Voland // «Novoe Vremya». — № 29, 15.07.88. — P.48. (In Russ.)
10. E.g.: Chattopadhyaya D. Indian atheism. — Moscow, 1973. (In Russ.)
11. Blavatsky E.P. The law of causes and consequences that explains human destiny (Karma). Dreams. — Dnepropetrovsk, 1995. — P. 6. (In Russ.)
12. The Upanishads, III, 2, 8
13. Tagore R. The religion of an artist / Discovery of India: philosophical and aesthetic views of XX century India. — Moscow, 1987. — P. 319. (In Russ.)
14. Taittirīya, II. 4. Quoted from: Radhakrishnan S. Indian philosophy, Moscow, 1993, Vol. 1, P. 144. (In Russ.)
15. Kena, II. 3; Mundaka, II. 1; см. Katha, I. 3. 10. Quoted from: Radhakrishnan S. Indian philosophy, Moscow, 1993, Vol. 1, P. 144. (In Russ.)
16. Chândogyā, VI. 13. Quoted from: Radhakrishnan S. Indian philosophy, Moscow, 1993, Vol. 1, P. 146. (In Russ.)
17. : Radhakrishnan S. Indian philosophy, Moscow, 1993, Vol. 1, P. 150. (In Russ.)

