

Методология исследования ценностей в дискурсивных сообществах: современное состояние проблемы*

Ларионов И. Ю.

Один из важнейших аспектов существования современных профессиональных сообществ и культурных общностей состоит в значительно выросшей роли коммуникаций. Коммуникация — это не просто способ взаимодействия между индивидами и социокультурными группами, но вынужденный образ самого их существования. Контекст современной профессиональной практики представляет коммуникативное поле, в котором отдельные субъекты и группы, преследующие собственные интересы, выстраивают системы и границы смысла и понимания. Взаимопонимание и взаимодействие неизбежно сталкиваются с необходимостью перевода интуитивно понятных смыслов в общеприемлемые «языки», формализацию привычных практик, а также построение определенного образа себя как для общения с другими, так и для развития собственных, внутренних структур.

В рамках анализа указанного аспекта существования современных сообществ уже традиционно используется концепт «дискурса», остающийся эффективным и плодотворным. «Современный дискурс-анализ переживает период бурного становления не только в качестве новой научной парадигмы, но и в качестве области дисциплинарных теорий и методов, характеризующихся с одной стороны в терминах своей идейной и теоретической разрозненности, а с другой стороны в терминах эскалации дискурса как методологической основы интегрированных исследований», — пишут редакторы электронного журнала «Современный дискурс-анализ» (2009 г.).

К сожалению, многогранность этого понятия, обусловленная его развитием, а также востребованностью не только в разных методологиях, но в различных дисциплинах, стали в отечественной науке причиной его нечеткого употребления. Действительно, можно выделить как минимум три этапа развития содержания и применения концепта «дискурс»: зародившееся в исследованиях внутрен-

* Статья выполнена при поддержке гранта РФФИ (Проект № 12-03-00420).

неязыковых структур, оно, далее, было расширено до области разнообразных социальных феноменов и практик, так что, наконец, стало требовать исследования внеязыковых явлений [20, 6–12]. Все это разнообразие практически одновременно вошло в оборот российской науки в конце 80-х — 90-х гг., причем не всегда было воспринято во всей полноте. «Слово “дискурс” зачастую стало употребляться лишь как наглядное свидетельство осведомленности того или иного автора или докладчика в области новых методов философствования, что привело к тому, что “дискурс” перестали воспринимать как самостоятельное научное понятие, не задумываясь об уместности употребления данного термина» [6, 181].

Таким образом, использование самих понятий «дискурс», «дискурсивное сообщество», «дискурсивный анализ» предполагает предварительное уточнение их содержания и контекста употребления. Для заявленной проблемы разработки методологии исследования формализации и легитимизации ценностей в дискурсивных сообществах созвучными представляются, в первую очередь, концепции авторов-постмодернистов и Юргена Хабермаса. В проектах постмодернистов и Хабермаса принято акцентировать различие, но в данной статье будет предпринята попытка показать важную общность этих подходов, вместе противопоставляющихся лингвистическим и социологическим и традиционно относимых к философско-культурологическим теориям дискурса. Оба проекта представляют собой реакцию на имевший место в XX в. кризис легитимации ценностей, исследуют в этой связи традиционный концепт рациональности и обращаются к аналитике связи практик утверждения смысла с существующими структурами власти.

Само разъяснение особенностей постмодернистского подхода уже будет содержать важные аспекты условий легитимизации ценностей. Современное понимание постмодерна, постмодернизма и — уже — постструктурализма имеет достаточно расплывчатый характер; часто постмодернизм в искусстве объединяют с постмодернистской ситуацией в теоретическом исследовании. Тем не менее, можно выделить ряд существенных моментов, связанных с развитием понятия дискурса.

Считается общим местом связь постмодернизма с иронией, плюрализмом, фрагментарностью, отсутствием определенных оснований (исторических и принципиальных). Постмодернизму противостоит (и предшествует) модернизм с его четким и очевидным эпистемологическим и этическим фундаментализмом. Ж. Лиотар в

своей программной работе «Состояние постмодерна» использует понятие «метанарратив». Постмодерн им определяется как недоверие к метанарративам, при котором нарративная функция «распыляется в облака языковых нарративных, а также денотативных, прескриптивных, дескриптивных и т. п. частиц, каждая из которых несет в себе прагматическую валентность *sui generis*» [4, 11]. Как культурное явление постмодернизм — реакция на истеблишмент, установленные формы модернизма. Постмодернизм изначально явно или скрыто содержит следующий посыл: основанные на метанарративах наука, философия, искусство эстетически и политически неадекватны и некомпетентны.

Особенностью постмодернизма также является навязчивое преодоление границ, драматическое устранение различий. Различий между глобальным и локальным, между различными культурами, между «высоким» и повседневным, между «серьезным» произведением искусства и шуткой, иронией, гротеском, между самим произведением искусства и его зрителем. Ярчайшая черта постмодерна, указанная его важнейшими теоретиками (напр., Ж. Бодрийяром) — это то, что современность отношений — социальных, производственных и т. п. — интенсивно опосредована отношениями, семиотическим и знаковым обменом. Сами практики обозначения не являются более простым средством, приобретая самостоятельную роль и сущность: превращаясь в крайне важную часть жизни и концентрируя внимание собственно на себе, а не на тех точках, которые они связывают между собой. Текстуализм постмодерна имеет одной из своих причин указанное изменение роли значения, его доминирование над означаемым. Вместе с тем, лишенный установленных границ, мир постмодерна уходит от установленного раз и навсегда, единственно возможного значения (истины/правила). Текстуальность социальности образует новую смысловую сеть (*rhizome* — ризому), в которой отсутствует стержень, центр, к которому были бы сведены все остальные смыслы (ср. выше понятие «метанарратива»). Напротив, все они в равной мере принадлежат контексту, не связанному с идеей единства, каждая точка связана с любой другой, причем они не подвержены какой-либо фиксации, и отношения, и структура элементов постоянно меняют свои конфигурации. В такой ситуации абсурд и бессмыслица (вытесняемые в традиционном рационализме) не противоречат смыслу, поскольку смысл есть результат процесса творческой деятельности. Современному смыслообразованию требуются новые творческие возможности.

Постмодернизм создает текст из цитат. Преимущества сборки, создания переходят уже к адресату: к читателю, к зрителю. Автор стал нуждаться в диалоге со своим адресатом. В лабиринте текста и образов постмодернистский читатель и зритель как своеобразный новый творческий субъект прокладывает себе путь и расширяет поле интерпретаций. Однако в отношении к фигуре читателя и зрителя особенностью эпохи, связанной с постмодерном, стало окончательное утверждение важности потребления, консьюмеризма — как образа жизни, так и термина социальной теории, без которого не обойтись при описании современной жизни. Жить в эпоху постмодерна значит скорее (=больше, быстрее, в большей степени) потреблять, чем производить. Потребление формирует идентичность, а также солидарность: мы есть то, что потребляем (как внешние предметы, так и образ самого себя). В то же самое время, потребляемые предметы выступают как объекты желания, так что индивидуальность отчасти сводится к способности формулировать желания, предпочтения и выражать их общепонятным способом, используя определенные «словари».

Таким образом, можно выделить следующие существенные особенности постмодернистского подхода к теории дискурса, которые можно использовать для разработки методологии исследования легитимизации ценностей:

— выделение практик речи, производства и использования слов как самостоятельных; преодоление классической теории соотношения языка и опыта: не опыт является основанием для высказывания о нем, а наличие формы высказывания делает возможным и реализует индивидуальные и коллективные «желания», «интересы», «права» и т. п.;

— отказ от абсолютистской трактовки истины и проблематизация связи присутствия истины в дискурсе и с социальными практиками, с властью («анализ дискурса не только должен объяснять, почему те, а не иные высказывания были использованы, но и почему выбран данный путь мобилизации сил, использования именно данных социальных источников» [D. Maingueneau; цит. по: 6, 187]);

— установка на исходное утверждение одновременного сосуществования различные дискурсов, которые могут быть схожими или существенно отличаться друг от друга, а также различным образом включать в себя одни и те же концепты, которые становятся, тем самым, «плавающими означающими» (напр., «справедливость», «труд» и т. п.);

— подчеркивание важности присущих каждому дискурсу систем ограничения высказываемых (а следовательно, осознаваемых и даже существующих) смыслов, а также связи этих систем ограничения с проявляющейся в дискурсе власти («Будем называть дискурсом совокупность высказываний постольку, поскольку они принадлежат к одной и той же дискурсивной формации; он конституируется ограниченным числом высказываний, для которых можно определить совокупность условий существования» [8, 117]; «Институция, как структура, характеризуемая определенным дискурсом, требует дополнительных ограничений, чтобы декларируемые высказывания были приемлемы для нее. Эти ограничения как фильтры действуют на силу дискурса, они обрывают возможные связи в коммуникативных сетях: есть вещи, о которых нельзя говорить. Кроме того, они отдают предпочтение некоторым классам высказываний, а иногда одному единственному (классу), господство которого характеризует дискурс определенной институции: нужно говорить об определенных вещах и в определенной манере» [4, 49].)

Юрген Хабермас, автор проекта «коммуникативной рациональности» — рациональности, соответствующей т. н. «коммуникативному действию», при котором индивиды и социальные группы направлены на взаимодействие друг с другом, взаимопонимание и консенсус. Коммуникативная рациональность — это практическая рациональность, которая, с одной стороны, лишена необходимой в классической теории рациональности отсылки к той или иной инстанции единства (метафизика), а с другой — сохраняет характер всеобщности. Теория Хабермаса имеет как описательный, так и нормативный оттенки. Его цель — разработка таких правил рациональности, которые позволят отдельным субъектам и сообществам вступить в конструктивную коммуникацию друг с другом, причем так, чтобы в этой коммуникации все требования к ее членам сохраняли, во-первых, рациональный характер, а во-вторых, индивидуальные предпочтения. «Коммуникативными я называю такие интеракции, в которых их участники согласуют и координируют планы своих действий; при этом достигнутое в том или ином случае согласие измеряется intersубъективным признанием притязаний на значимость» [11, 91]. Нормативность в такой коммуникации проистекает не из согласования индивидуальных предпочтений, а из определенных правил самой коммуникации. Основными принципами дискурса (содержанием коммуникативной рациональности) выступают следующие:

- равная доступность дискурса для каждого;
- равное право на участие в критике (в том числе собственных ценностей);
- обязанность высказываться искренне (репрезентативные речевые акты);
- полное, взаимное и равное распределение возможностей контролировать дискурс [19, 177].

Важнейшим отличием постмодернистского восприятия дискурса от теории Хабермаса выступает то, что предлагаемые последним описания должны носить общезначимый характер. Но такую общезначимость, в силу ее процедурности, нельзя напрямую отождествить с метанарративом того или иного типа, против которого выступают постмодернисты. Так или иначе, Хабермас претендует на то, что реконструирует предпосылки аргументативной дискуссии вообще, из-под власти которых не в состоянии выйти даже тот, кто отказывается от предлагаемой процедуры установления единства коммуникации [11, 158].

Можно встретить восприятие теории Хабермаса как аналитически-нормативной в современной литературе по менеджменту, что вполне естественно для данной науки. Так, Эберхард Шнебель [22] подчеркивает, что теория дискурса исследует возможность коммуникации не просто между сообществами, но между различными группами внутри организации. Автор справедливо указывает, что разработки Хабермаса позволяют анализировать конфликты, основанные на столкновении индивидуальных ценностей (особенно в статье подчеркиваются именно драматические случаи различия, конфликты в мультикультурных сообществах). В то же время, дискурсивный анализ позволяет выявить принципы и ценности, которые опосредуют отношения между представителями различных уровней сообщества. Наконец, дискурс — это то, что позволяет представителю сообщества не только мотивировать, но оценивать свои действия.

Однако, по мнению Э. Шнебеля, ценность дискурсивной теории Хабермаса в том, что она позволяет исследовать и согласовывать ценности различных групп внутри сообщества, а его принципы — формулировать рациональные аргументы для структурирования коммуникативного процесса эффективно и целенаправленно. «Чтобы обсуждать ценности корпорации... нам нужны критерии описания того, какие ценности, используемые в организациях, относятся к объективному, формальному и рациональному аспектам, а какие — к

уникальным индивидуальным предпочтениям. Этот вопрос порождает более глубокое понимание того, как принимаются решения в корпорациях и как влиять на принятие решения в будущем и контролировать его. Фундаментальными выступают два аспекта:

1. Как мы можем осуществлять коммуникацию, будучи связаны с различными культурными и индивидуальными наборами ценностей?

2. Какая рациональная система релевантна для различных индивидуальных ценностей и предпочтений, но и независима от них?» [22, 81].

Каждое мнение (даже главного администратора) следует рассматривать как одно из многих, и только процесс дает структурирование рациональной коммуникации. Анализ отношения между индивидуальными ценностями и рациональной коммуникацией формирует основу для интеграции экономических теорий в практику процесса и задач принятия решений.

Более того, Шнебель предлагает связать концепт «дискурса», как его понимает Хабермас, с корпоративной культурой, т. е. его теория позволяет по-новому подойти к корпоративной культуре и проблеме управления ею. Соотношение индивидуального и дискурсивного можно рассмотреть как соотношение персональной этики и корпоративной культуры. Необходимо исследовать, насколько в каждой корпоративной культуре силен элемент индивидуализма, и насколько это влияет на дискурс. А изучение того, как посредством дискурса индивидуальные ценности связаны с общей целью организации, позволяет оценить, насколько существующая корпоративная культура адекватна. Внутренняя же ясность корпоративной культуры достигается через следование правилам дискурса.

Познакомившись с таким подходом, следует вновь поставить вопрос о возможности использовать дискурсивный анализ для исследования ситуаций конфликта ценностей и, как крайний случай, — межкультурного конфликта. Продуктивность постмодернистской теории дискурса очевидна. Концепция же Хабермаса, можно сказать, оправдывает себя в своем применении. Дискурс рассматривается им как то, что находится над множеством индивидуальных желаний, то, что использует соотношение между индивидуальной субъективностью и становящимися в данной ситуации общезначимыми рациональными правилами. В рамках общих правил дискурса значение (индивидуальное) — это то, что устанавливается и репрезентируется.

Как мы видим, рассматриваемую теорию, действительно, можно использовать как нормативную, однако это не уменьшает ее ценность как аналитической. Индивидуальные ценности и мотивы (интуитивный уровень) укоренены в «жизненном мире» и могут варьироваться в зависимости от опыта, социальной среды, образования и культуры человека. Дискурс (рациональный уровень) принимает на себя роль формальной структура повседневных отношений. Моральные ценности и мотивы — это часть индивидуальных ценностей, но характер значения, т. е. моральных категорий и принципов, они обретают в дискурсе и коммуникации. Следует отметить, что, по Хабермасу, смысл (подобно тому, что мы видели у постмодернистов) устанавливается именно в дискурсе, а не существует до него. Понимание — это введение индивидуальных смыслов в коммуникативный процесс; в этом же процессе происходит и их верификация. В дискурсе структурируются не индивидуальные смыслы, а то, как они сообщаются другому. В то же самое время существенная особенность этой теории в том, что она показывает, посредством чего ценности реализуются в действии [19].

Таким образом, особенности применения концепта «дискурс» (как он разработан в философских теориях во второй половине XX в.) для исследования ценностей сообществ, мы видим в следующем:

— фактически, прибегая к концепту «дискурс», исследователь переносит акцент работы с анализа поведения (поступков) или мотивов (субъекта) к речи, языку, высказыванию и коммуникации;

— как «дискурс» анализируются такие концепты, которые сами формируют восприятие, опыт, повседневность и рациональность (а также способны формировать индивидуальность и самосознание); дискурс рассматривается как посредник связи институтов (социальной жизни) и предметного мира;

— «дискурсивные» концепты — это те, которые связаны с процессом формулировки ценностей и правил, постановки целей, обсуждения и принятия решений; дискурс производит и истину, и ценности (на повседневном, обыденном уровне он часто и функционирует так, что истина и ценность неразрывны); дискурсивный анализ тем самым позволяет корректно описывать нормативный аспект высказываний, претендующих в то же время на дескриптивность;

— элементы дискурса — это те, которые устанавливают правила и отношения внутри сообщества, создавая тем самым само сообщество как носителя того или иного дискурса (нескольких взаимосвязанных дискурсов); причем дискурсивные сообщества следует

рассматривать одновременно и как возникающие благодаря присутствию дискурса (в том числе как инструмента самоидентификации, самоописания и самооценки и противопоставления другим);

— анализ дискурса наделяет концепты ролью в становлении самого дискурса, выделяя ключевые, центральные, а также указывает на те концепты, которые не используются (утверждения, вопросы, которые «запрещены»);

— в анализе дискурса подчеркивается его конститутивная функция относительно фактов, показывается, как означаемые возникают в дискурсе, верифицируются и в каком контексте они концептуализируются;

— анализ дискурса — это анализ структур коммуникации, путей ее формализации, а также связи коммуникации с властью и признанием; конфликт следует рассматривать как имеющий помимо прочего также и дискурсивную природу, так как определенные дискурсом представления о чем-либо фигурируют в качестве легитимизирующих практику.

Хороший пример аналитического и методологического использования концепта «дискурс» в раскрытом выше содержании можно найти, например, в статье [21], посвященной обсуждению заинтересованными группами вопроса о строительстве моста через пролив Орезунд (между Данией и Швецией) и дальнейшего развития региона. Все рассматриваемые группы либо имеют доступ к принятию решения, либо непосредственно влияют на них. Авторы описывают сами дискурсы, выделяют дискурс-гегемон и конкурирующие дискурсы. Внутренние особенности отношений внутри дискурса описываются при помощи терминов «ядро/периферии дискурса»: ядро — «концепты, которые в данном дискурсе рассматриваются как самоочевидные, в отношении которых можно задать содержательный вопрос о правильности их использования»; периферия — концепты маловажные и плохо определенные. Потенциал такого подхода в выявлении не только различий в понимании одних и тех же нормативных концептов в разных дискурсах, но в определении того, какую роль они в нем играют.

Кроме того, вводится интересное понятие «дискурсивной арены» как области, в которой предстают тексты, высказывания или иные формы дискурса и социальных практик. Это — пространства, где дискурсы становятся видимыми и, в то же время, проявляются линии конфликтов. Такими дискурсивными аренами могут быть как институты — отделы планирования, суды, так и городские пло-

щади и газеты. Вводя концепт дискурсивной арены, мы хотели бы привлечь внимание к факту, что дискурсивные практики всегда располагаются в пространстве [21, 392-3]. Результаты анализа можно представить в виде такой таблицы.

	Дискурс-гегемон «Региональная эволюция»	«Плодovitая (Fertile) Земля»	«Защита природы»	«Конкрет- ное» мышле- ние»
Ядро дискурса	Региональная эво- люция	Земля	Природа	Политиче- ский процесс
Агенты дискурса	Администраторы, журналисты, биз- несмены	Независимые эксперты	Защитни- ки приро- ды	«Глас народа»
Арена дискурса	Политические ин- ституты, медиа, неформальные от- ношения	Политические институты, медиа, лобби- рование	Общест- венные места, природа	Обществен- ные места

Также производятся попытки репрезентации каждого дискурса в конкретных образах: как они видят результат развития региона.

Представленная таблица выглядит упрощенно, однако в статье раскрываются некоторые другие значения, входящие в «дискурсивное ядро», описываются институты и сообщества, участвовавшие в обсуждении проблемы с различных точек зрения. Помимо этого, показано, как, несмотря на сохранение дискурса-гегемона, в него под влиянием контакта с остальными дискурсами проникли и заняли важное место экологические концепты.

Другой интересный пример дискурсивного анализа (однако, во многом упрощенного до качественного метода) представляет работа Г. де Графа [16]. Этот автор противопоставляет дискурсивный анализ и классический этический, стремится освободить исследования от концептов-последствий применения языка традиционной этики («решение проблемы», «индивидуальный выбор» и др.). Основная цель статьи — описать и сравнить несколько «дискурсов», связанных с отношением сотрудников голландских банков (ING, ABN-Amro, Rabobank) к своим клиентам (основной дискурсивный концепт). Исследование на первом этапе включало запись и обработку интервью с работниками (руководителями) организаций (банков) и ряда организационных документов (на первом месте — этические кодексы) с последующей формулировкой на этом материале ряда 52 отдельных утверждений (напр., «Для меня наихудший вариант общения с клиентами — это когда организация становится банкротом», «Хотелось бы, чтобы клиенты в целом не были бы такими

приземленными, ведь цены — единственное, что имеет значение в бизнесе», «Самая важная причина, почему клиент нас выбирает, это “наше впечатление друг о друге”»; клиентам с нами комфортно, они как дома»). На втором этапе выяснялось отношение работников к указанным высказываниям, и на этом материале на основании общности содержания суждений было выявлено несколько дискурсов, свойственных разным организациям. Автор выделил 5 таких дискурсов:

А. В основе лежит восприятие отношений с клиентами как непосредственно взаимовыгодных.

В. В основе — ориентированность на более широкое понимание выгоды и блага клиента, за пределами его непосредственной выгоды от взаимодействия с банком.

С. В основе — акцентирование наличия у клиента и банка конкурирующих интересов.

Д. Восприятие клиента как покупателя продукта, приносящего прибыль (маркетинг).

Е. Ориентация на производство наилучшего продукта, который сам по себе способен привлечь большое число клиентов (коммерция).

Дополнительно была исследована возможная взаимосвязь между выделенными типами дискурса, представленными в организации, и степенью ее централизованности, а также ориентации на мелкие или крупные поселения.

Итак, в данной статье были показаны некоторые подходы к анализу дискурса как легитимизирующей практику и ценности, а также ряд разработок, в которых понятие дискурса методологически применено к различным сферам профессиональной и прикладной этики. Они служат хорошей иллюстрацией к тому, что понимание дискурсивного аспекта жизни сообществ открывает возможности разработки новых подходов к объяснению сложной природы ценностно-нормативных систем социальных групп.

Литература

1. Андреева Е. Постмодернизм. СПб., 2007.
2. Веселов Ю. В. Экономическая социология постмодерна // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 1.
3. Козловски П. Культура постмодерна: Общественно-культурные последствия технического развития. М., 1997.

4. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М.-СПб., 1998.
5. Рокмор Т. К критике этики дискурса // Вопросы философии. 1995. № 1. С. 106-117.
6. Смирнов А. В. Методологические перспективы понятия «дискурс» в аспекте построения новой концепции культуры // *Studia culturae*. Вып. 5. СПб., 2003. С. 180–196.
7. Современный дискурс-анализ. Электронный журнал. Вып. 1. т. 1. Центр коммуникативных и медийных исследований «Медиа-перспектива» Белгородского государственного университета, 2009. [Электронный ресурс]: URL: www.discourseanalysis.org.
8. Фуко М. Археология знания. Киев, 1996.
9. Фуко М. Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1996.
10. Фурс В. Н. Философия незавершенного модерна Юргена Хабермаса. Минск, 2000.
11. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000.
12. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. М., 2003.
13. Хабермас Ю. Вовлечение другого (очерки политической теории). СПб., 2001.
14. Beschorner T. Ethical Theory and Business Practices: The Case of Discourse Ethics // *Journal of Business Ethics*. Vol. 66. No. 1. Jun. 2006. P. 127–139.
15. Chriss J. J. Habermas, Goffman, and Communicative Action: Implications for Professional Practice // *American Sociological Review*. Vol. 60. No. 4. Aug., 1995. P. 545-565.
16. Graaf de G. Discourse Theory and Business Ethics. The Case of Bankers' Conceptualizations of Customers // *Journal of Business Ethics*. Vol. 31. No. 4. Jun. 2001. P. 299–319.
17. Grant D., Keenoy T., Oswick C. Organizational Discourse: Key Contributions and Challenges // *International Studies of Management & Organization*. Vol. 31. No. 3 (Organizational Discourse). Fall, 2001. P. 5–24.
18. Habermas J. Justification and application: remarks on discourse ethics. The MIT Press, 2001.
19. Habermas J. Vorstudien und Ergaenzungen zu einer Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt a.M., 1984.
20. Howarth D. Discourse. Open University Press, 2000.

21. Linnros H.D., Hallin P.O. The Discursive Nature of Environmental Conflicts: The Case of the O: resund // *Area*. Vol. 33. No. 4. Dec. 2001. P. 391–403.

22. Schnebel E. Values in Decision-Making Processes: Systematic Structures of J. Habermas and N. Luhmann for the Appreciation of Responsibility in Leadership // *Journal of Business Ethics*. Vol. 27. No. 1/2. Sep. 2000. P. 79–88.

23. Shapiro M. J. *Reading the Postmodern Polity*. University of Minnesota Press, 1992.

24. White S. K. Reason and Authority in Habermas: A Critique of the Critics // *The American Political Science Review*. Vol. 74. No. 4. Dec. 1980. P. 1007–1017.

Проблемы морального доверия*

*Перов В. Ю.,
Тазенкова П. А.*

В последние несколько десятилетий феномен доверия становится все более актуальной темой исследований в области социально-гуманитарных наук. Во многом это обусловлено тем, что в условиях усложняющихся общественных отношений, происходящих в современном обществе, традиционных экономических и политических механизмов и способов регулирования и управления социальной реальностью становится недостаточно для обеспечения устойчивости межличностных и социальных взаимодействий на всех уровнях. Все более востребованными оказываются дополнительные способы и стратегии взаимоотношений между различными субъектами, будь то отдельные люди, сообщества по интересам, профессиональные группы, корпорации, социальные институты и т. д. Одной из форм таких стратегий многие исследователи называют доверие, понимаемое в качестве способа обеспечения устойчивости расширяющихся, усложняющихся и опосредованных межличностных и социальных взаимодействий. Как справедливо отмечает А. Селигмен: «В самом общем и

* Статья выполнена при поддержке гранта РФНФ (Проект № 12-03-00420).