

А ННОТАЦИИ

ПОНЯТИЯ ЛЮБВИ В ПОЛИАМОРИИ: СОСТАВЛЯЮЩИЕ ДИСКУРСА О МНОЖЕСТВЕННЫХ ЛЮБОВНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Кристиан Клессе

Понятием «полиамория» обозначается такая философия отношений, согласно которой любить не одного человека, а нескольких – это хорошо и правильно. Любовь, близость, активная лояльность, честность, равенство, взаимность, порядочность и общение – таковы главные ценности, связанные с этим «стилем любви», «ориентацией отношений» или «этическим подходом» к немоногамности, основанной на консенсусе. Общей чертой большинства интерпретаций полиамории является то, что в качестве фундамента осмысленных эротических отношений и близости между людьми они рассматривают любовь. Автор анализирует популярные публикации по полиамории и личные рассказы, собранные им в ходе качественных исследований – глубинных интервью, проводившихся, главным образом, с полиаморными мужчинами и женщинами бисексуальной ориентации в Великобритании. Целью при этом является установление существенных особенностей дискурса о полилюбви. В статье выдвигается тезис, что полиамория располагается в точке слияния определенных линий эволюции практик романтической любви в XX–XXI веках.

«ВХОДЯ В ЛИФТ СВОЕГО ДОМА, Я УЖЕ ЧУВСТВУЮ СЕБЯ НА РАБОТЕ». ГРАНИЦЫ МЕЖДУ РАБОТОЙ И НЕ-РАБОТОЙ В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ

Наталья Савельева

В статье рассматриваются причины и механизмы размывания границы между работой и не-работой в многоуровневых организациях прямых продаж. Статья опирается на материалы собственного исследования автора, в основе которого лежит кейс-стади, посвященное американской компании «Mary Kay» действующей

щей в России с 1993 года и занимающейся продажей косметической продукции. По мере того, как деятельность дистрибьютора компании превращается из хобби в профессию, граница, разделяющая профессиональную и личную сферу, работу и не-работу оказывается все более размытой. Необходимым, но не достаточным условием для этого является отсутствие отношений наемного труда между компанией и дистрибьюторами. Результатом этой трансформации становится изменение повседневных практик дистрибьюторов: практики работы встраиваются в практики не-работы, что трансформирует изначальную форму и смысл последних. В результате «работой» становятся действия, которые до этого не имели отношения ни к работе, ни к получению прибыли – общение с друзьями, поддержание социальных сетей, уход за собой, а также то, что связано со сферой эмоций и субъективности. Это подкрепляет переопределение работы в терминах не-работы, «отдыха», «хобби», что поддерживает веру дистрибьюторов в справедливость и преимущества собственного положения и оправдывает те издержки, которые связаны с их сотрудничеством с компанией.

«ЗДЕСЬ КАК МУЗЕЙ»: ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР КАК ОБЩЕСТВЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО

Анна Желнина

Одним из ярких явлений 2000-х годов в Санкт-Петербурге, как и во многих российских городах, стало появление торговых центров. В существующей литературе торговые центры описываются как символ новой культуры потребления в трансформирующихся постсоциалистических обществах; в данной статье этот новый пространственный формат исследуется как публичное пространство, арена для процессов социального расслоения, проведения границ и оформления новых идентичностей. На основании качественного социологического исследования, проведенного в 2006–2008 годах в Санкт-Петербурге, делается вывод, что торговые центры, воспринимаемые как образец «европейского» и «цивилизованного» стиля жизни, становятся ограниченным, квазипубличным пространством для «среднего класса», из которого вытесняются представители маргинализируемых социальных групп и «нежелательные» образцы поведения. При этом даже относительно однородная среда торговых центров сегментируется: посетители вырабатывают внутреннюю социальную классификацию.

В ЦЕЙТНОТЕ: ЗАМЕТКИ О СОСТОЯНИИ РОССИЙСКОЙ АНТРОПОЛОГИИ

Сергей Соколовский

В статье на основе анализа современных тенденций в антропологических исследованиях и публикациях, а также с учетом опыта развития этой области в пред-

шествующий период оценивается современное состояние российской антропологии. Особое внимание здесь уделено рассмотрению институциональных, социальных и политических влияний на развитие дисциплины. Автор указывает и комментирует внешние и внутренние факторы, способствовавшие развитию ее кризиса. В частности, он обращает внимание на такой фактор, как сложившийся демографический состав исследователей, работающих в этой области, – с преобладанием старшего поколения, и указывает на него как на ключевую причину неудовлетворительного положения дел в российской антропологии в настоящее время.