

Научная статья / Original article

УДК 304.442

<https://doi.org/10.34130/2233-1277-2022-1-101>

**Гуманитарная экспертиза и социальная семиотика:
возможности регионального социокультурного
проектирования¹**

Тульчинский Григорий Львович

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург, Россия, gtul@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5820-7333>

Аннотация. Трансформация современных социально-культурных практик делает достаточно острой необходимость комплексной гуманитарной экспертизы. Цель данной работы — показать значение и перспективы реализации такой экспертизы при разработке и реализации масштабных проектов и программ. Современные социально-культурные практики выявили ядро, главный, если не абсолютный критерий гуманитарной экспертизы. Таким ядром является обеспечение, сохранение и развитие субъектности как главного фактора и импульса развития человеческой цивилизации, главного условия ее пластичности, преадаптивности и прокреативности. Концептуальная основа решения проблемы может быть связана с междисциплинарным подходом на основе социальной семиотики и ее расширением в глубокой семиотике. Такой подход реализует роль и значение фактора личностной субъектности в качестве источника, инструмента и результата семиозиса культуры как порождения, отбора, хранения и трансляции социального опыта. Примером реализации такого подхода является региональное социокультурное проектирование. Такие возможности показаны на примере работы известных культурологов В. И. Бакштановского, И. Е. Фадеевой, В. А. Сулимова. Специальное рассмотрение посвящено проекту этнопарка финно-угорской культуры в Республике Коми, который нацелен на решение масштабного комплекса задач: от развития человеческого и социального капиталов и просветительно-рекреативных целей до продвижения имиджево-репутационного потенциала региона. Данный проект суть обещание реализации желаемых переживаний, объединяющая, привлекательная идея, уходящая корнями в прошлое, осмысляющая настоящее, отвечающая на глубокие чаяния, надежды, открывающая новые горизонты будущего развития. Таким образом, проведенное рассмотрение демонстрирует возможности социальной се-

миотики, гуманитарной экспертизы не только в научно-теоретическом, но и в практическом планах, включая социально-экономическое развитие в региональном масштабе.

Ключевые слова: брендинг, глубокая семиотика, гуманитарная экспертиза, личностный смысл, социальная семиотика

Для цитирования: Тулчинский Г. Л. Гуманитарная экспертиза и социальная семиотика: возможности регионального социокультурного проектирования // Человек. Культура. Образование. 2022. № 1. С. 101—113. <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2022-1-101>

Humanitarian Expertise and Social Semiotics: Regional Dimension

Grigorii L. Tulchinskii

National Research University “Higher School of Economics”, Saint Petersburg, Russia, gtul@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5820-7333>

Abstract. *A modern civilization transformation necessitates a complex humanitarian expertise. The purpose of the article is to show significance and prospects for implementation of such expertise in the development and implementation of large-scale projects and programs. Modern socio-cultural practices have revealed the core, the main, if not the absolute criterion of humanitarian expertise. Such a core is the provision, preservation and development of subjectivity as the main factor and impetus for the development of human civilization, the main condition for its plasticity, pre-adaptation and pro-creativity. Its conceptual basis can be associated with an interdisciplinary approach based on social semiotics and its expansion into deep semiotics. This approach realizes the role and significance of the factor of personal subjectivity as a source, tool and result of semiosis of culture as generation, selection, storage and transmission of social experience. An example of this approach implementation is regional socio-cultural design. Such opportunities are represented by the works of famous culturologists V. I. Bakshtanovsky, I. E. Fadeeva, and V. A. Sulimov. A special consideration is devoted to the project of the Ethno-park of Finno-Ugric Culture in the Komi Republic aimed at solving a large-scale set of tasks — from development of human and social capital and educational and recreational goals to promoting the image and reputational potential of the region. This project is the promise of realization of the desired experiences, a unifying, attractive idea rooted in the past, comprehending the present, responding to deep aspirations, hopes, opening up new horizons for future development. Thus, the work demonstrates possibilities of social semiotics, humanitarian expertise, not only in scientific and theoretical, but also in practical terms including socio-economic development on a regional scale.*

Keywords: *branding, deep semiotics, humanitarian expertise, personal meaning, social semiotics*

For citation: Tulchinskii G. L. Humanitarian Expertise and Social Semiotics: Regional Dimension. *Chelovek. Kul'tura. Obrazovanie = Human. Culture. Education*. 2022; 1:101—113 (In Russ.). <https://doi.org/10.34130/2233-1277-2022-1-101>

Введение. Вопросы гуманитарной экспертизы рассматривались исследователями в различных контекстах. Одним из первых о гуманитарной экспертизе начал говорить и писать В. И. Бакштановский, который еще в 1970-80-х гг. проводил региональные деловые игры, связывая гуманитарную экспертизу с планами регионального развития: насколько они способствуют решению социальных проблем, всему тому, что сейчас называется человеческим и социальным капиталом [2]. Позже, создав НИИ прикладной этики на базе Тюменского индустриального университета, В. И. Бакштановский сконцентрировался на этической экспертизе высшего образования и управления им [3]. С педагогической деятельностью связывали гуманитарную экспертизу также С. И. Братченко, В. А. Бухвалов, Я. Г. Плинер [4]. Л. Н. Канищевой были выделены критерии для проведения гуманитарной экспертизы образовательного проекта (решения, разработки), включая его ресурсное обеспечение, экологичность, соблюдение правовых и нравственных норм, эстетическую привлекательность [5].

Давно сложился институт психологической и лингвистической экспертизы. Однако со временем становилось все более очевидно, что психологических, экономических, правовых и лингвистических экспертиз недостаточно. Так, подобные экспертизы, которые практикуются в судебном деле (когда суды и стороны, участвующие в судебном разбирательстве, заказывают необходимые экспертизы), часто упираются в вопросы морали, этики, а то и философии. Вызревает необходимость комплексной экспертизы, затрагивающей гуманитарные аспекты конфликта, его причин, развития, последствий. Такая экспертиза необходима не только в суде, но и для оценки проектов — прежде всего образовательных программ и практик, проектов регионального развития, в здравоохранении, культурных индустриях. И принципиально важно, что такая экспертиза не может быть осуществлена каким-то одним человеком — гуманитар-

ная экспертиза носит комплексный междисциплинарный характер [8; 14].

Запрос на комплексную гуманитарную экспертизу обострился в связи с интенсивной цифровизацией, использованием цифровых технологий в образовании, экономике, культуре, социальной сфере, имеющими неоднозначные последствия, которые иногда специалисты даже связывают с перспективами пост- и трансгуманизма.

Речь идет о серьезных вызовах. Это вызовы экономические — когда в режиме прекарного труда приобретает рентный характер сам образ жизни работника. Большие массивы данных (Big Data), оставляемых нами в социальных сетях, при поиске и покупках, получаемых услугах, используются маркетологами и прочими интересантами. Маркетинг подталкивания (nudge), контроль и социальные сети становятся инструментами тотального манипулирования. Это также вызовы психофизиологические (деградация способности к рефлексии, речевых способностей), коммуникативные, когда от человека требуется только пользоваться правильными опциями, лайкать, банить и покупать. Именно это Д. Агамбен и называет «новой животностью» — от человека требуется не рассуждение и аргументация, а правильная реакция. Сама субъектность (самосознание самости) все больше поглощается реализацией алгоритмов, задаваемых извне. Такая ситуация иногда квалифицируется как антропологическая катастрофа. М. К. Мамардашвили применял эту характеристику к опыту тоталитаризма. Но тоталитаризм индустриального общества был пробой пера того, что реализуется с помощью цифровизации, которая придает таким практикам технологический институциональный характер.

До собственно необратимой катастрофы дело еще не дошло. Но уже остро ощущается дефицит человеческой субъектности, того, что только и обеспечивает креативность, способность выхода за рамки алгоритма, открывать и создавать новое, еще не запрограммированное. Это то, что еще называют soft skills — способность аргументировать, рассуждать, сопереживать... Даже разработчики говорят, что им нужна гуманитарная компетентность в оценке ставящихся целей, хода разработки, ее реализации, а не только последствий.

Цифровизация выявила ядро, главный, если не абсолютный критерий гуманитарной экспертизы. Это обеспечение, сохранение

и развитие субъектности — главного фактора и импульса развития человеческой цивилизации, главного условия ее пластичности, преадаптивности и прокреативности [1; 6].

Методы исследования, теоретическая база. Возникает вопрос о теоретической и практической концептуальной основе необходимой комплексной гуманитарной экспертизы. И такой концептуальный аппарат должен давать возможность междисциплинарного анализа, обеспечивающего не разрозненность и фрагментарность дисциплинарных аналитик и оценок, а их взаимодополнительность, интеграцию, а то и конвергенцию. Такие возможности дает семиотический подход, который уже давно перерос его сведение к анализу лингвистических систем, расширив возможности анализа знаковых систем на социально-культурные практики (социальная семиотика, семиотика культуры), раскрывая в глубокой семиотике (*deep semiotics*) роль и значение фактора личностной субъектности как источника, инструмента и результата семиозиса [9; 15].

В этой связи чрезвычайно перспективным является потенциал подходов и наработок, полученных в последнюю четверть предыдущего и в начале нынешнего столетия в исследованиях семиотики культуры (Ю. М. Лотман и тартусско-московская семиотическая школа), социальной герменевтики (Г. И. Богин), роли осмысления и смыслообразования в психологии коммуникации (А. А. Брудный, А. И. Портнов), социопсихолингвистики и семиотики города (Т. М. Дридзе) [20].

Результаты исследования и их обсуждение. Особый интерес представляет синтез философии языка, культуры и личности, реализованный В. А. Сулимовым и И. Е. Фадеевой в предложенном ими направлении социокультурной семиотики. Ирина Евгеньевна Фадеева (1952—2017), создатель кафедры культурологии и педагогической антропологии Сыктывкарского государственного университета им. Питирима Сорокина, доктор культурологии, защищалась у выдающегося отечественного исследователя культуры и творчества М. С. Кагана. Владимир Александрович Сулимов (1952—2018) учился во Львовском университете у учеников К. Айдукевича и Т. Котарбинского, был аспирантом замечательного специалиста

по психологии и языковой коммуникации А. А. Леонтьева, доктор культурологии, возглавил кафедру после кончины И. Е. Фадеевой.

Начинали они с философии культуры и символа [17], символической и текстовой деятельности в социально-культурной коммуникации [11; 13], семиотической структуры и содержания языкового континуума [10; 12], но развернутая ими масштабная программа анализа знакового и символического содержания коммуникативного пространства культуры вывела исследователей к тематике социальной семиотики [18], включая культурные практики русского Севера [19]. Это был значимый переход, во-первых, от структурно-статичных моделей семиозиса к многомерно-динамическим, а во-вторых, к учету в социально-семиотическом анализе личностного аспекта. Тем самым в поле семиозиса было введено многообразие социально-культурных практик различного уровня и масштаба.

После распада СССР, фактического ухода из русскоязычного пространства Тартуского университета, интенсивным самоопределением коллег в Кыргызстане, именно в Сыктывкаре сложилось развитое и продвинутое направление социально-семиотических исследований. К сожалению, создатели направления с интервалом в год ушли из жизни. Но остался круг коллег и учеников, их усилиями продолжается ставшая регулярной масштабная конференция «Семиозис и культура», выходит качественный научный журнал «Человек. Культура. Образование».

Применением аппарата социальной семиотики и ее расширения в глубокой семиотике при активном участии В. А. Сулимова и коллег стало содержательное наполнение проекта «Финно-угорский этнокультурный парк» в с. Ыб Сыктывдинского района Республики Коми в рамках долгосрочной республиканской целевой программы «Создание комплекса "Финно-угорский этнокультурный парк (2010—2012 годы)"». Создание этнопарка было важно для развития социально-культурного комплекса региона.

Коми есть что предложить российским и мировым рынкам. И этому может способствовать эффективный брендинг, привлекающий внимание к региону. Брендинг сам по себе — комплексная проблема гуманитарной экспертизы. Бренд — это не броский логотип и яркий слоган. Полноценный бренд — ответ на чаяния и надежды, обещание реализации желаемых переживаний [16]. Формирование такого бренда — дело серьезного, внятного, а главное — совмест-

ного интеллектуального поиска не только экспертов, но и представителей бизнеса, власти. У регионального бренда, в отличие от товарного, личностного, корпоративного брендов, нет и не может быть единственного собственника. Он инструмент консолидации власти, бизнеса и населения, формирования общего сознания «мы» (региональной идентичности).

В этой связи упомянутый проект важен не просто как этнографический парк, которых немало и в России, и в мире. Есть такие привлекательные для туристов проекты, как, например, «Скансен» в Стокгольме или проект в Малых Мандрогах на Свири. В подавляющем большинстве они реализуются на перекрестках туристических маршрутов. Таким перекрестком ни Сыктывкар, ни Ыб пока еще не являются. Более того, Сыктывкар является железнодорожным тупиком. И инициаторы этого проекта прекрасно понимали необходимость создания чего-то такого, что бы заставляло людей целенаправленно приезжать сюда и оставлять здесь деньги. Бренд этого комплекса не может быть идеей, апеллирующей только к славному прошлому, культурно-историческому наследию. Такой бренд представляет интерес только для небольшого круга туристов — не более, что особенно опасно в случае данного комплекса, который расположен в стороне от основных туристических маршрутов и транспортных коммуникаций. Он имеет перспективы только в случае формирования эксклюзивного продукта.

Но в конечном счете дело даже не в туристах. Разработчики проекта смотрели глубже, шире, выше и дальше, потому что под этот проект подверстывается некая идея точки социокультурного роста региона и фактора личностного роста. Речь идет прежде всего о многоуровневой образовательной деятельности, подготовке специалистов под конкретные рабочие места, широких связях с вузами и образовательными структурами. Идея этнопарка органично вписывалась в целый хозяйственно-функциональный комплекс, отражающий специфику региона, включая лесное производство, сельское хозяйство, обучение молодежи, развитие занятости, Центр народных ремесел в Вьльгорте. В этом случае можно говорить о социальной политике, которая предшествует экономике, когда социально-культурный человеческий фактор является не результатом, не продуктом, а предпосылкой для развития экономики.

И тогда становится особенно ясно, что главное в этой связи — это проблема бренда, проблема идеологии в хорошем смысле этого слова, что и отражает этот проект. Очевидное преимущество проекта в том, что он не ограничивается районом и даже республикой, поскольку речь идет о финно-угорской культуре. Также с очевидностью он может и должен быть связан с представлением о будущем России.

Был создан «растущий» проект, который должен постепенно интегрировать в себя и, в свою очередь, интегрироваться с другими комплексами, будет к ним сопричастным, выстраивая некую общую мечту, некий общий уникальный бренд. Культура финно-угорских народов, природа Коми, уникальный экономический комплекс республики, научно-образовательный потенциал Сыктывкара обладают несомненной уникальностью. Реализация проекта дала бы существенные возможности позиционирования Республики Коми в российском и мировом культурном, информационном и экономическом пространстве, она открывала новые окна возможностей экономического и социально-культурного развития Коми. Однако концепция этнопарка была приостановлена.

В 2015 г. Глава республики обратился к студентам и преподавателям Сыктывкарского университета подготовить предложения по преобразованию финно-угорского этнопарка. Новая концепция была готова в мае 2016 г. (рук. рабочей группы Л. В. Гурленова, в группу входил и В. А. Сулимов).

Разработчики ставили задачу организации пространства бытия коми культуры в легко воспринимаемых и прочитываемых формах, воплощения в предметной среде архетипических и фантазийных элементов сознания современного человека, включения детей и взрослых в область исторического и культурного действия, познания этнонациональных основ жизни коми народа, других финно-угорских народов.

Поиски главной идеи бренда проекта привели к эпической поэме К. Жакова «Биармия» — эпосу коми, написанному по аналогии с финским эпосом «Калевала» и эстонским эпосом «Калевипоэг». Идея Биармии отлично согласуется с давней североевропейской памятью Гипербореи — биармийцы предстают прямыми потомками гиперборейцев — счастливыми людьми в счастливом крае, наследниками гиперборейской прародины человечества.

Такое название открывало возможность создания территории-страны с разнообразными зонами: мифологической, этнографо-бытовой, военно-исторической, языческой и христианской, искусства, спортивной («первая лыжа») и др., т. е. формирования цельного этнокультурного пространства, в котором объединены прошлое и современность, духовная и материальная культуры. Возникла перспектива использования благоприятных природно-ландшафтных ресурсов и экологических условий территории (многообразная северная фауна и флора, отдаленность от промышленных производств), расширения услуг природного туризма за счет подключения к площадке этнопарка дополнительных ресурсов (Печоро-Илычского государственного природного заповедника и национального парка «Югыд ва») [7].

Этнопарк под Сыктывкарком имел потенциал стать уникальной площадкой регулярно проводимых мероприятий, привлекательных не только для туристов. К информационной поддержке продвижения проекта могли бы привлекаться многочисленные электронные ресурсы геймерских сообществ. А событийное наполнение информационного продвижения, привлечение широкого внимания к проекту можно было обеспечить спортивными состязаниями, анимационными баттлами, проектами реконструкторов в онлайн- и офлайн-форматах, съемками передач формата «Форт Байард», различных испытаний, приближенных к экстремальным — ландшафтно-климатические условия Коми позволяют это делать круглогодично с учетом сезонного разнообразия. На первых этапах эти испытания должны пройти какие-то известные люди, потом они должны быть доступны другим участникам с получением различных сертификатов «биармийских испытаний» по мужским, женским, детским номинациям. Таких номинаций может быть веер. Знаменитости + сертификат + уникальность могут вызвать стремление приехать и пройти эти испытания.

Речь может идти не только о физических испытаниях, но и интеллектуальных, каких-то умений, способностей... Возможно использование названия «гиперборейское многоборье». Только эти испытания должны быть серьезными, тогда и внимание к проекту будет гарантировано.

Брэнд в современном понимании — не просто удачное название, а обещание реализации желаемых переживаний, объединяю-

шая, привлекательная идея, уходящая корнями в прошлое, осмысляющая настоящее, отвечающая на глубокие чаяния, надежды, открывающая новые горизонты будущего развития. Людям предлагается некая мечта о будущем: брэнд — это всегда посыл в будущее. Поэтому особенно важна тщательная проработка такой «идеологии» проекта. Такая разработка являлась центральным звеном определения брэнда и художественной концепции комплекса «Финно-угорский этнокультурный парк».

Заключение. К сожалению, в силу ряда причин развернутая реализация проекта, в котором гуманитарная составляющая была исходным и сквозным фактором, несколько притормозилась. Но описанный выше его потенциал полностью сохраняется, потому что территория республики нуждается в подобных проектах. Так, по инициативе мэрии Сыктывкара началась разработка проекта брендинга Сыктывкара как «столицы леса», в нем также прослеживается важнейшая гуманитарная составляющая.

Республика Коми является достойным предметом для мечты, только нужно определить содержание этой мечты, наполнить его актуализированными интерактивными образами, познавательными практиками, позволяющими развернуть историческое смысловое пространство Республики Коми в современном мире. В глобализированном экономическом, культурном и информационном пространстве уникальность, неповторимость, своеобразие выступают главными факторами конкурентоспособности и остро востребованы.

Материал статьи показывает возможности социальной семиотики, гуманитарной экспертизы не только в научно-теоретическом, но и в практическом планах, включая социально-экономическое развитие в региональном масштабе.

Список источников

1. Асмолов А. Г., Шехтер Е. Д., Черноризов А. М. Преадаптация к неопределенности: непредсказуемые маршруты эволюции. М.: Акрополь, 2018. 212 с.
2. Бакштановский В. И. (ред.) Гуманитарная экспертиза: Возможности и перспективы. Новосибирск: Наука, 1992. 173 с.
3. Бакштановский В. И. Прикладная этика и моральное творчество: концепция гуманитарной экспертизы и консультирования. Тюмень: ИПСО, 1990. 196 с.

4. Братченко С. Л. Введение в гуманитарную экспертизу образования. СПб.: СПб ГУПМ, 2003. 137 с.
5. Канищева Л. Н. Формирование опыта гуманитарной экспертизы у будущих программистов: на материале социально ориентированных технических проектов. Волгоград: ВГПУ, 2009. 27 с.
6. Киященко Л. П. Событие. Личность. Время (К философии трансдисциплинарности). М.: ИФ РАН, 2017. 113 с.
7. Концепция развития финно-угорского этнокультурного парка в с. Ыб (Биармия) / рук. группы Л. В. Гурленова. Сыктывкар: СГУ им. П. Сорокина. 2016.
8. Леонтьев Д. А., Иванченко Г. В. Комплексная гуманитарная экспертиза. М.: Смысл, 2008. 140 с.
9. Леонтьев Д. А. Психология смысла. Природа, строение и динамика смысловой реальности. М.: Смысл, 2003. 487 с.
10. Сулимов В. А. Семиотика литературного текста. Сыктывкар: Коми пединститут, 2009. 162 с.
11. Сулимов В. А. Текстовая деятельность, культура, коммуникация. Сыктывкар: Изд-во КГПИ, 2003. 93 с.
12. Сулимов В. А. Философия и логика русского языкового континуума. Сыктывкар: Изд-во КГПИ, 2005. 128 с.
13. Сулимов В. А., Фадеева И. Е. Коммуникативное пространство современной культуры: знаки и символы // Философские науки. 2004. № 4. С. 110—123.
14. Тульчинский Г. Л. Гуманитарная экспертиза как социальная технология // Экспертиза в социальном мире: от знания к деятельности. М.: Смысл, 2006. С. 10—29.
15. Тульчинский Г. Л. Оценочно-эмоциональные факторы смыслообразования: нормативно-ценностные паттерны нарративов культуры // Человек. Культура. Образование. 2018. № 4 (30). С. 175—193.
16. Тульчинский Г. Л. Total branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре. СПб.: СПб ГУ, 2013. 280 с.
17. Фадеева И. Е. Символ в системе культуры. Теория и культурно-историческая феноменология. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. 144 с.
18. Фадеева И. Е., Сулимов В. А. Семиозис: субъективная антропология символической реальности. СПб.: Астерион, 2013. 252 с.
19. Фадеева И. Е., Сулимов В. А. Человек в культуре Севера: от модерна к модернизации (Республика Коми). СПб.: Астерион, 2016. 202 с.
20. Tulchinskii G. L. Social semiotics: communicative and socio-cultural practices. The Russian-speaking contribution to the development of social semiotics in 1970—2000 s. // Russian Journal of Communication, 2021. Vol.13. Issue 2. P. 203—221.

References

1. Asmolv A. G., Shekhter E. D., Chernorizov A. M. *Preadaptatsija k neopredeljonosti: nepredskzueмые marshrutы evoljutsii* [Pre-adaptation to uncertainty: unpredictable evolutionary routes]. Moscow: Akropol, 2018. 212 p. (In Russ.).
2. Bakshatanovskij V.I. (ed.) *Gumanitarnaja ekspertiza: vozmozhnosti i perspektivy* [Humanitarian Expertise: Opportunities and Prospects]. Novosibirsk: Nauka, 1992. 173p. (In Russ.).
3. Bakshatanovskij V. I. *Prikladnaja etika i moral'noe tvorchestvo: kontseptsija gumanitarnoj ekspertizы i konsul'nirovaniya* [Applied Ethics and Moral Creativity: The Concept of Humanitarian Expertise and Counseling]. Tyumen: IPOS, 1990. 196p. (In Russ.).
4. Bratchenko S. L. *Vvedenie v gumanitarnuju ekspertizu obrazovaniya* [Introduction to the humanitarian expertise of education]. St. Petersburg: SPb GUPM, 2003. 137 p. (In Russ.).
5. Kanitsheva L. N. *Formirovanie opыta gumanitarnoj ekspertizы u budushikh programmistov: na materiale sotsial'no orientirovannykh proektov* [Formation of the experience of humanitarian expertise among future programmers: on the material of socially oriented technical projects]. Volgograd: VGPU, 2009. 27 p. (In Russ.).
6. Kijattschenko L. P. *Sobytie. Lichnost'. Vremya (K filosofii transdistsiplinarnosti)* [Event. Personality. Time (Toward a Philosophy of Transdisciplinarity)]. Moscow: IPh RAS, 2017. 113 p. (In Russ.).
7. *Kontseptsija razvitiya finno-ugorskogo etnokul'turnogo parka v s.Yb (Biarmija)* [The concept of the development of the Finno-Ugric ethnocultural park in the village Yb (Biarmia)]. (head of the group L.V. Gurlenova). Syktyvkar: SGU. 2016. (In Russ.).
8. Leont'ev D. A., Ivanchenko G. V. *Kompleksnaja gumanitarnaja ekspertiza* [Complex Humanitarian Expertise]. Moscow: Smysl, 2008. 140 p. (In Russ.).
9. Leont'ev D. A. *Psikhologija smysla. Priroda, stroenie i dinamika smyslovoj real'nosti* [The psychology of sense. The nature, structure and dynamics of semantic reality]. Moscow: Smysl, 2003. 487 p. (In Russ.).
10. Sulimov V. A. *Semiotika literaturnogo teksta* [Semiotics of the literary text]. Syktyvkar, Komi pedinstitut, 2009. 162 p. (In Russ.).
11. Sulimov V. A. *Tekstovaja dejatel'nost, kultura, kommunikatsija* [Text activity, culture, communication]. Syktyvkar, Isd. KGPI, 2003. 93 p. (In Russ.).
12. Sulimov V. A. *Filosofija i logika russkogo jazykovogo kontinuumа* [Philosophy and Logic of the Russian Linguistic Continuum]. Syktyvkar, Isd. KGPI, 2005. 128 p. (In Russ.).
13. Sulimov V. A., Fadeeva I. E. Communicative space of modern culture: signs and symbols. *Filosofskie nauki* [Philosophical Sciences], 2004, no.4, p. 110—123. (In Russ.).

14. Tulchinskii G. L. Humanitarian expertise as a social technology. *Ekspertiza v sotsial'nom mire: ot znaniya k dejitel'nosti* [Expertise in the social world: from knowledge to action]. Moscow: Smysl, 2006, pp. 10—29. (In Russ.).

15. Tulchinskii G. L. Estimating and emotional factors for meanings generation: normative-value patterns of cultural narratives. *Chelovek. Kultura. Obrazovanie = Human. Culture. Education*, 2018, no. 4(30), pp. 175—193. (In Russ.).

16. Tulchinskii G. L. *Total branding: mifodizain postinformatsionnogo obshchestva. Brendy i ikh rol' v sovremennom biznese i kul'ture* [Total branding: mythodesign of a post-information society. Brands and their role in modern business and culture]. St. Petersburg: SPbGU, 2013. 280 p. (In Russ.).

17. Fadeeva I. E. *Simvol v sisteme kultury. Teorija i kulturnoistoricheskaja fenomenologija* [Symbol in the system of culture. Theory and Cultural-Historical Phenomenology]. St. Petersburg, RGPU, 2003. 144 p. (In Russ.).

18. Fadeeva I. E., Sylimov V. A. *Semiozis: subjektivnaja antropologija simvolicheskoy realnosti* [Semiosis: the subjective anthropology of symbolic reality]. St. Petersburg, Asterion, 2013. 252 p. (In Russ.).

19. Fadeeva I. E., Sylimov V. A. *Chelovek v culture Severa: ot moderna k modernizatsii (Respublika Komi)* [Man in the culture of the North: from modernity to modernization (Komi Republic)]. St. Petersburg, Asterion, 2016. 202 p. (In Russ.).

20. Tulchinskii G. L. Social semiotics: communicative and socio-cultural practices. The Russian-speaking contribution to the development of social semiotics in 1970–2000s. *Russian Journal of Communication*, 2021, Vol. 13, Issue 2, p. 203—221.

Сведения об авторе / Information about the author

Тулчинский Григорий Львович

Grigori L. Tulchinskii

доктор философских наук,
профессор, Национальный
исследовательский университет
«Высшая школа экономики» в
Санкт-Петербурге; профессор Санкт-
Петербургского государственного
университета (Санкт-Петербург,
Россия)

Doctor of Philosophy, Professor of
National Research University “Higher
School of Economics” (Saint Petersburg
Branch); Professor of Saint Petersburg
State University (St. Petersburg,
Russia)

199034, Россия, Санкт-Петербург,
10-я Линия В. О., 3

3, 10th Liniya V. O., St. Petersburg,
199034, Russia

Статья поступила в редакцию / The article was submitted

21.02.2022

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing

25.02.2022

Принята к публикации / Accepted for publication

27.02.2022