

Общество потребления: понятие и феноменологические рамки

© Л.А. Сони́на

Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет,
Москва, 125319, Россия

Благодаря вышедшей в 1970 г. работе Ж. Бодрийяра «общество потребления» стало понятием, ассоциирующимся с современной эпохой. Однако этот термин вошел во французский научный дискурс до Ж. Бодрийяра, и сама концепция потребления как образа жизни была разработана задолго до выхода его работы. Исследовано появление общества потребления, показано, является ли оно атрибутом исключительно современной эпохи. Сделан вывод, что черты общества потребления отслеживаются в глубокой древности, в среде первобытных людей. Далее потребительская интенция лишь усиливается и в современную эпоху переходит от статусной характеристики определенных слоев общества на все население.

Ключевые слова: потребление, демонстративное потребление, общество потребления, Ж. Бодрийяр, Т. Веблен, теория праздного класса, прибавочный продукт

Бессознательное, массовое потребление как самоцель — диагноз, поставленный Ж. Бодрийяром современному обществу и подтвержденный обилием научной и художественной пострефлексии на эту тему. Потребление настолько прочно вошло в нашу жизнь и настолько сильно пронизало ее мнимостью в бодрийяровском понимании, что иллюзорность насыщения стала понятна даже на обывательском уровне и нашла отклик в распространении современного движения «антипотребления», характеризующегося соответствующим аскетичным образом жизни и отторжением всего того, что навязывается современными социально-культурными и экономическими установками (например, категорическим неприятием рекламы [1]).

На первый взгляд возникновение общества потребления — процесс дискретный, характерный исключительно для XX в. Но действительно ли феномен потребления внезапен для человечества? Можно ли найти его черты в прошлом (и если да, насколько далеко это прошлое), были ли ему подвержены люди древности, или «охотник-собиратель не имеет ничего от Homo Economicus буржуазного изобретения» [2]?

Для ответа на этот вопрос проведем междисциплинарный сравнительный анализ, включающий оценку философских, социальных, культурологических и экономических концепций.

К истории понятия и феномена общества потребления. Понятие «общество потребления» было популяризировано в мировом научном сообществе в 1970-е годы благодаря выходу одноименной работы Бодрийяра [3]. При этом появление понятия определяется более ранним временем, и это важно не только в контексте фиксации исторического факта или хронологии зарождения термина, но и для понимания онтологии феномена, который он отображает.

Согласно французским источникам, его автором считается редактор журнала *Esprit* Жан-Мари Доменаш¹, использовавший словосочетание «общество потребления» (*la société de consommation*) в своем обзоре в 1960 г. [4]. Во французской литературе также присутствует версия, согласно которой общество потребления является сокращенной формулировкой концепта, обозначенного А. Лефевром в 1950-х годах как «бюрократическое общество контролируемого/управляемого потребления» (*société bureaucratique de consommation dirigée*) [5].

Осмыслению феномена общества потребления посвящен огромный пласт работ психологической, социально-философской, экономической и экологической направленности, многие из них связаны с наработками Бодрийяра. Например, Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) по запросу на «общество потребления» предлагает 5348 публикаций, из них 101 имеет отсылки к Ж. Бодрийяру и ни одной к А. Лефевру или Ж.-М. Доменашу (данные на 27 февраля 2019 г.). Обратный запрос на «Бодрийяр» выдает 635 публикаций и поиск среди них по различным ключевым словам, связанным с потреблением (например, «потребление» или «общество потребления»), также выдает более 100 публикаций. Первичный поиск по «Анри Лефевр» (поскольку фамилия Лефевр принадлежит нескольким ученым, представляющим разные научные области, в поисковый запрос было включено его имя) выдал всего 17 публикаций, и все они посвящены урбанистике и социальному пространству. По фамилии «Доменаш» поиск не выдал ни одной публикации.

Отсутствие в отечественном дискурсе понятия «общество потребления» в том виде, в каком оно трактовалось французами до 1970 г., возможно, вызвано отсутствием переводов работ соответствующих мыслителей на русский язык². Однако это не единственный пробел в исследовании общества потребления. Феномен в целом,

¹ Jean-Marie Domenach (1922–1997) — французский писатель, колумнист, участник движения Сопротивления.

² В настоящее время из крупных работ А. Лефевра переведена книга «Производство пространства» (Лефевр А. Производство пространства / пер. с фр. И. Стаф. М.: Strelka Press, 2015. 432 с.).

за редким исключением³, воспринимается так, как он определен Бодрийяром, т. е. как феномен, присущий исключительно современной эпохе. Об этом свидетельствует и анализ научных публикаций по соответствующей тематике (мы не будем здесь его приводить, так как он заслуживает отдельной статьи), и анализ научно-популярного контента, квинтэссенция которого выражена в тексте, опубликованном в «Википедии», где со ссылкой на статью В.И. Ильина отмечается, что «Общество потребления возникает в результате развития капитализма» (важно, что подобный акцент присутствует и в англоязычной версии этой статьи в Википедии, и в версии на других европейских языках) [6, 7]. В качестве исключения отметим лишь появление работ, выявляющих концепты и дискрипции общества потребления в художественной литературе XX в., написанной до появления работы Бодрийяра. Анализируются произведения фантастики: например, роман-антиутопия О. Хаксли «О дивный новый мир» (1932), описывающий общество, в котором потребление является одной из главных ценностей и культом [8]. Также в Интернете выложен обзор, посвященный анализу концептов общества потребления во французских романах середины XX в.⁴: например, в романе Симоны де Бовуар «Прелестные картинки» (1966) показаны герои из благополучной среды, их окружают вещи модных дизайнеров, включая Шанель, к приобретению которых они постоянно стремятся, но, несмотря на их наличие, неизменно остаются несчастными.

Саму концепцию потребления как образа жизни (consumerism) задолго до того, как она стала трендовым описанием современности, представил Т. Веблен в вышедшей в 1899 г. работе «Теория праздного класса: экономическое исследование институций» [10]. Под праздным классом здесь понимаются собственники, характерной чертой которых является демонстративное потребление, а именно — расточительное потребление товаров и услуг с целью демонстрации и подтверждения собственного благополучия. В этом смысле Веблен за 70 лет предвосхитил Бодрийяра, который писал, что «богатство, “изобилие” является в действительности только накоплением знаков счастья» и что товары — это «сочетание знаков всех категорий благ» [2].

Бодрийяр зафиксировал массовое потребление материальных благ, превратившееся в систему ценностей и установок. Веблен видел

³ См., например, диссертационное исследование А.О. Ланцева, который прослеживает черты общества потребления со времен Античности [9].

⁴ Работа «Концепты общества потребления во французской литературе 50–60-х годов XX в. на примере романов Э. Триоле “Розы в кредит”, Ж. Перек “Вещи” и С. де Бовуар “Прелестные картинки”» выложена на нескольких ресурсах под видом диплома, реферата и обзора анонимно, однако отсутствие авторства не умаляет достоинства этого исследования.

это в поведении и психологии высшего класса. Оба они отметили те симптомы, о которых предупреждал Эпикур во времена Античности. Эпикур считал важной разницу между удовольствием истинным и только кажущимся. Как отмечают Н.А. Аранович и Г.С. Пак, исследуя вопрос разумного потребления и разумных потребностей, под истинным удовольствием Эпикур понимал удовлетворение потребностей, имеющих естественный предел: например, насыщение в ответ на чувство голода или согревание в ответ на ощущение холода. Кажущееся удовольствие возникает сверх естественных потребностей: это не просто насыщение, но перенасыщение или употребление деликатесов, использование не просто средства передвижения, но дорогой повозки (или роскошного автомобиля). Такое удовольствие не имеет предела насыщения. И, наконец, существует удовольствие, не связанное с естественными потребностями: удовлетворение тщеславия, жажды славы и т. п. «Необходимо стремиться к истинным и достижимым удовольствиям первого типа, вторые необходимо ограничивать и всячески избегать третьих» [11]. Очевидно, что человечество не собиралось идти по этому пути, а продолжало все больше насыщать потребности, не имеющие естественного предела, пока не превратилось в систему «кругообразной динамики роста и изобилия» [2], при которой самовоспроизводство стало самоцелью и условием выживаемости до такой степени, в какой ее заметил Бодрийяр.

В отличие от Бодрийяра, Веблен показал, что интенция к потреблению была присуща человеку с древних времен и оформилась в Средневековье, когда институционально сформировался праздный класс: «Институт праздного класса получает свое наивысшее развитие на более поздней стадии существования варварской культуры, например, в феодальной Европе или феодальной Японии» [10]. Это тот момент социально-экономического развития, когда высшие слои общества перестают участвовать в производственной деятельности: она становится признаком низкого общественного положения. При этом зарождение праздного класса связывается с появлением института частной собственности, который на ранних стадиях включал, например, захваченных у чужих племен женщин и, как следствие, продукты их труда. В целом истоки общества потребления, по Веблену, прослеживаются после эпохи первобытнообщинного строя.

Потребление как интенция в первобытном обществе. Можно ли говорить, что черты общества потребления обозначены и в среде первобытных людей? Чтобы ответить на этот вопрос, обратимся к марксистской теории, которая достаточно много переосмысливалась и критиковалась (напомним, например, что Й. Шумпетер называл марксизм подделкой под религию, а О. Бем-Баверк выявил противоречия между тезисами, выдвинутыми в первом и втором томах «Ка-

питала», и сделал вывод об ошибочности основных элементов марксистской теории) [12, 13]. Однако именно К. Маркс изначально был главным вдохновителем Ж. Бодрийяра, начинавшего свой научный путь, будучи приверженцем неомарксизма. Как пишет В.Н. Фурс: «Характер использования им идей Маркса сродни методу математической экстраполяции в точных науках, когда модифицированный математический аппарат некоторой теории применяется для упорядочения данных наблюдения в принципиально иной предметной области, а затем в “силовом поле” между математическими формулами и эмпирическими данными генерируется теория, собственное содержание которой уже не имеет ничего общего с “донорской”» [14]. Так, к выявлению знаковой сущности товаров Бодрийяра подтолкнула марксистская идея о потребительной стоимости (относящейся к особенностям товара, в отличие от стоимости производственной): «Потребительная стоимость имеет стоимость только для потребления и реализуется только в процессе потребления» (т. е. становится знаком для потребителя) [15]. Однако Бодрийяр оставил без экстраполяции идею о том, что производство продукции, имеющей знаковую природу, появляется гораздо раньше, чем капитализм.

Согласно марксистскому подходу, общественно-экономические формации определяют степень развития орудий труда и тип производственных отношений, которые, эволюционируя, приводят к наращиванию прибавочного продукта. Под прибавочным продуктом понимается продукт, производимый сверх необходимого; затраченные на это усилия определяются как прибавочный труд [16]⁵. Необходимое само по себе едва ли может стать симулякром, играющим роль демонстрации изобилия или счастья, поскольку его основной смысл состоит в удовлетворении тех потребностей, не удовлетворить которые невозможно. В то же время прибавочный продукт в силу своей необязательной, необозначенной сути может обрести любое значение, в том числе и демонстрационное, знаковое, переходящее в симулякр.

В рамках традиционной политической экономии считалось, что в первобытном обществе орудия труда были столь примитивны, что производство прибавочного продукта не представлялось возможным или носило случайный характер [17, с. 324–326]. В социальном аспекте это приводило к распределительной системе производства, которая описывается как первобытный коммунизм (коммунализм) [18]. Однако такой подход получил переосмысление, включавшее понимание, что орудие труда само по себе является прибавочным продуктом, а следовательно, «прибавочный продукт возник вместе с возникновением первобытного общества, т. е. в связи с созданием пер-

⁵ Автор приводит этот советский источник, поскольку в нем содержится краткое достоверное изложение концепции прибавочного продукта Маркса.

вобытных орудий труда, а не в период разложения первобытного общества, как утверждается в советской и современной литературе по экономической истории первобытного общества» (подробное и убедительное, основанное на анализе экономических понятий доказательство тому см. в статье [19]).

Таким образом, с экономической точки зрения при первобытно-общинном строе уже начали выделяться черты общества потребления. Их также можно увидеть в эпикурейском смысле. Типологизируя памятники первобытной культуры, исследователи среди прочего выделяют клады и произведения искусства, которые свидетельствуют о появлении интенции к излишеству и удовлетворению потребностей сверх естественных (поскольку ккладам относятся «личные предметы или грабительские, вотивные предметы», среди произведений искусства важно отметить наличие «украшений (ожерелья и подвески из разных материалов, браслеты и т. д.)» [20, с. 119]). Отмечается также зарождение эстетики в архитектуре («в археологии палеолита [констатируется] существование ритмики и симметрии в укладке костей внешней обкладки жилища») и производстве орудий труда («уже в среднеашельском времени... зарождается эстетическое отношение людей к вещам, в частности орудиям труда [20, с. 118]). Об этом свидетельствует изысканность вторичной обработки некоторых рубил, наконечников, симметрия орудий, которая не влияла на их функцию. При этом первобытный мастер затрачивал значительно больше времени на украшение орудия труда, нежели на его изготовление» [20, с. 122]).

Первобытный человек не только сам стремится к эпикурейскому удовлетворению потребностей сверх естественных, но и считает, что это нужно богам: об этом свидетельствует наличие множества вотивных предметов того времени и жертвоприношений [20, с. 119]. Согласно этно-религиозным исследованиям Э. Тайлора, жертвоприношение могло иметь три основания: дарение, чествование и лишение себя того, что понравится божеству (подробнее см. [21]). Все эти основания означают, что в восприятии первобытных людей божеству были важны произведенные человеком артефакты, т. е. божество наделялось качествами потребителя, и это изначально было важной характеристикой внутренней религиозности человека. Согласно даже самым реакционным концепциям внутренней религиозности (будь то идеалистическая Г. Гегеля или антропологическая Л. Фейербаха), человек наделяет бога теми качествами, которыми сам обладает, а значит, совершая жертвоприношения и создавая вотивные предметы, первобытный человек исходил из своей собственной интенции к потреблению.

Таким образом, выявив экономические и религиозные предпосылки к потреблению в среде первобытных людей, можно сделать

вывод, что они были первичным звеном в эволюционной цепочке развития интенции к потреблению по Веблену. Конечным звеном на данный момент является общество потребления Бодрийяра.

Основной вывод заключается в том, что стремление к потреблению, не эпикурейскому, а знаковому, бодрийяровскому, было присуще человеку всегда, по крайней мере на протяжении той истории, которая прослеживается фактологически.

С точки зрения социальной науки, безусловно важным является постановка диагноза современному обществу, и в этом огромная заслуга Бодрийяра, который смог диагноз не только поставить, но и описать его так, что проблема общества потребления стала для всех очевидной. Однако с философской точки зрения важно понимать онтологическую суть этого диагноза. Необходимо знать, что общество потребления возникло не внезапно, человечество шло к нему на протяжении всей истории, эволюционируя технически, культурно и социально.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Rumbo J.D. Consumer resistance in a world of advertising clutter: The case of Adbusters. *Psychology & Marketing*, 2002, vol. 19, no. 2, pp. 121–126.
- [2] Бодрийяр Ж. *Общество потребления. Его мифы и структуры*. Москва, Культурная революция, Республика, 2006, 269 с.
- [3] Vaudrillard J. *La société de consommation, ses mythes, ses structures*. Paris, Éditions Denoël, 1970, 304 p.
- [4] Paquot T. De la “société de consommation” et de ses détracteurs. *Mouvements*, 2008, no. 54, pp. 54–64.
- [5] Bensaid D. Henri Lefebvre 1901–1991. *Une intelligence de ce temps*. URL: http://danielsenaid.org/IMG/pdf/1991_00_00_db_310.pdf (дата обращения 26.02.2020).
- [6] Ильин В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность. *Материалы III Всероссийского социологического конгресса*. URL: https://www.isras.ru/abstract_bank/1210009740.pdf (дата обращения 08.04.2020).
- [7] Общество потребления. *Википедия. Свободная энциклопедия*. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения 09.05.2020).
- [8] Фролов М.В. Общество потребления в антиутопии Олдоса Хаксли и в современном мире. *Гуманитарные научные исследования*, 2015, № 12, с. 262–264.
- [9] Ланцев А.О. *Становление концепта «общество потребления» в западной философии. От античности к современности*. Дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2013, 174 с.
- [10] Веблен Т. *Теория праздного класса: экономическое исследование институций*. Москва, Прогресс, 1984, 367 с.
- [11] Аранович Н.А., Пак Г.С. *Три дискурса потребления в обществе постмодерна*. *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Сер. Социальные науки*, 2010, № 3 (19), с. 20–24.

- [12] Шумпетер Й. Маркс — пророк. В кн.: *Капитализм, Социализм и Демократия*. Москва, Экономика, 1996, 540 с.
- [13] Бем-Баверк О. *Критика теории Маркса*. Москва; Челябинск, Социум, 2002, 280 с.
- [14] Фурс В.Н. Радикальная социальная теория Жана Бодрийяра. *Социологический журнал*, 2002, № 1, с. 5–40.
- [15] Маркс К., Энгельс Ф. К критике политической экономии. В кн.: *Собрание сочинений. В 39 т. Т. 13*. Москва, Политиздат, 1959, 771 с.
- [16] Прибавочный продукт. *Большая советская энциклопедия*. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/> (дата обращения 10.05.2020).
- [17] Афанасьев В.С. Прибавочное рабочее время. В кн.: *Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. В 4 т. Т. 3*. Москва, 1979, с. 324–326.
- [18] Семенов Ю.И. *Введение во всемирную историю. Выпуск I. Проблема и понятийный аппарат. Возникновение человеческого общества*. Москва, МФТИ, 1997, 202 с.
- [19] Золотов А.Ф., Омельченко О.Ю. Методологические аспекты исследования экономической истории первобытного общества. *Економічний вісник Донбасу*, 2009, № 3, с. 29–33.
- [20] Кепин Д.В. Вещь в контексте первобытной культуры. *Искусство и культура*, 2014, № 2, с. 116–124.
- [21] Кузнецова О.В. Жертвоприношение в архаических культурах: основание феномена. *Сумма философии*, 2007, вып. 7, с. 135–137.

Статья поступила в редакцию 04.09.2020

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Сони́на Л.А. Общество потребления: понятие и феноменологические рамки. *Гуманитарный вестник*, 2020, вып. 4.
<http://dx.doi.org/10.18698/2306-8477-2020-4-672>

Сони́на Лидия Александровна — старший преподаватель кафедры социологии и управления Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета. e-mail: lidija_sonina@mail.ru

Consumer society: the concept and phenomenological framework

© L.A. Sonina

Moscow Automobile and Road Construction State Technical University,
Moscow, 125319, Russia

Thanks to J. Baudrillard's work published in 1970, "consumer society" has become a concept associated with the modern era. However, this term entered the French scientific discourse before J. Baudrillard, and the very concept of consumption as a way of life was developed long before his work was published. The paper studies the emergence of a consumer society, shows whether it is an attribute of an exclusively modern era. The conclusion is drawn that the features of the consumer society are traced in ancient times, among primitive people. Further, the consumer's intention only intensifies and in the modern era moves from the status characteristics of certain strata of society to the entire population.

Keywords: consumerism, conspicuous consumption, consumer society, J. Baudrillard, T. Veblen, theory of the leisure class, surplus product

REFERENCES

- [1] Rumbo J.D. Consumer resistance in a world of advertising clutter: The case of Adbusters. *Psychology & Marketin*, 2002, vol. 19, no. 2, pp. 121–126.
- [2] Baudrillard J. *La société de consommation: ses mythes et ses structures*. Gallimard Publ., 1974, 318 p. [In Russ.: Baudrillard J. *Obshchestvo potrebleniya. Ego mifi i struktury*. Moscow, Kulturnaya Revolyutsiya, Respublika Publ., 2006, 269 p.].
- [3] Baudrillard J. *La société de consommation, ses mythes, ses structures*. Paris, Éditions Denoël, 1970, 304 p.
- [4] Paquot T. De la "société de consommation" et de ses détracteurs. *Mouvements*, 2008, no. 54, pp. 54–64.
- [5] Bensaïd D. Henri Lefebvre 1901–1991. *Une intelligence de ce temps*. Available at: http://danielbensaid.org/IMG/pdf/1991_00_00_db_310.pdf (accessed February 26, 2020).
- [6] Ilin V.I. Obshchestvo potrebleniya: teoreticheskaya model i rossiyskaya realnost [Consumer society: theoretical model and Russian reality]. *Materialy III Vserossiyskogo sotsiologicheskogo kongressa* [Proceedings of the III All-Russian Sociological Congress]. Available at: https://www.isras.ru/abstract_bank/1210009740.pdf (accessed April 8, 2020).
- [7] Obshchestvo potrebleniya [Consumer society]. *Wikipedia. Svobodnaya entsiklopediya* [Wikipedia. Free encyclopedia]. Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (accessed May 9, 2020).
- [8] Frolov M.V. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya — Humanities scientific researches*, 2015, no. 12, pp. 262–264.
- [9] Lantsev A.O. *Stanovlenie kontsepta «obshchestvo potrebleniya» v zapadnoy filosofii. Ot antichnosti k sovremennosti. Dis. ... kand. filos. nauk* [Formation of the concept of "consumer society" in Western philosophy. From antiquity to modern timesю Cand. philos. sc. diss.]. Ekaterinburg, 2013, 174 p.
- [10] Veblen T. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions*. Macmillan, 1899, 400 p. [In Russ.: Veblen T. *Teoriya prazdnogo*

- klasa: ekonomicheskoe issledovanie institutsii. Moscow, Progress Publ., 1984, 367 p.].
- [11] Aranovich N.A., Pak G.S. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Ser. Sotsialnye nauki — Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences*, 2010, no. 3 (19), pp. 20–24.
- [12] Schumpeter J. The Marxian Doctrine. In: *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper & Brothers, 1942, 431 p. [In Russ.: Schumpeter J. Marks — prorok. In: Kapitalizm, Sotsializm i Demokratiya. Moscow, Ekonomika Publ., 1996, 540 p.].
- [13] Böhm R. von Bawerk E. *Kritika teorii Marksa* [Criticism of Marx's theory]. Moscow; Chelyabinsk, Sotsium Publ., 2002, 280 p. (In Russ.).
- [14] Furs V.N. *Sotsiologicheskii zhurnal — Sociological Journal*, 2002, no. 1, pp. 5–40.
- [15] Marks K., Engels F. K kritike politicheskoy ekonomii [Toward a Critique of Political Economy]. In: *Sobranie sochinenii* [Collected Works]. In 39 vols, vol. 13. Moscow, Politizdat Publ., 1959, 771 p. (In Russ.).
- [16] Pribavochny product [Surplus product]. *Bolshaya sovetskaya entsiklopediya* [Great Soviet Encyclopedia]. Available at: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/> (accessed May 10, 2020)
- [17] Afanasev V.S. Pribavochnoe rabochee vremya [Surplus labor time]. In: *Ekonomicheskaya entsiklopediya. Politicheskaya ekonomiya* [Economic encyclopedia. Political Economy]. In 4 vols., vol. 3. Moscow, 1979, pp. 324–326.
- [18] Semenov Yu.I. Problema i ponyatiinyi apparat. Vozniknovenie chelovecheskogo obshchestva [Problem and conceptual apparatus. The emergence of human society]. In: *Vvedenie vo vsemirnyuyu istoriyu* [Introduction to world history]. Moscow, MIPT Publ., 1997, 202 p.
- [19] Zolotov A.F., Omelchenko O.Yu. *Ekonomichny visnik Donbasu — The Economic bulletin of Donbass*, 2009, no. 3, pp. 29–33.
- [20] Kepin D.V. *Iskusstvo i kultura (Art and culture)*, 2014, no. 2, pp. 116–124.
- [21] Kuznetsova O.V. *Summa filosofii (Summary of philosophy)*, 2007, no. 7, pp. 135–137.

Sonina L.A., Assist Professor, Department of Sociology and Management, Moscow Automobile and Road Construction State Technical University,
e-mail: lidija_sonina@mail.ru