

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-4-50-58
УДК 31.316.7(045)

Производство общения как базовый критерий эффективности межкультурных коммуникаций*

А.Г. Тюриков^а, А.Я. Большунов^б, С.А. Большунова^с

Финансовый университет, Москва, Россия

^а<https://orcid.org/0000-0001-8388-9543>; ^б<https://orcid.org/0000-0003-0358-1608>;

^с<https://orcid.org/0000-0002-9050-7280>

АННОТАЦИЯ

В статье раскрывается и обосновывается тезис, согласно которому производство форм общения является основным критерием эффективности межкультурных коммуникаций. Концепт активной интерсубъективности, в фокусе которого находятся процессы совместного смыслообразования, формирования локальной сферы интерсубъективности, позволяет моделировать производство форм общения в межкультурных коммуникациях. В статье обсуждаются атрибуты активной интерсубъективности, которые должны браться в расчет при моделировании межкультурных коммуникаций, а также особенности моделирования активной интерсубъективности как производства форм общения в межкультурных коммуникациях. Описываются общественные практики активной интерсубъективности, которые могут быть задействованы в целях оптимизации межкультурных коммуникаций. В заключение указывается, что процессы активной интерсубъективности в межкультурных коммуникациях нуждаются в консультационном сопровождении и перечисляются требования к консультантам, способным обеспечить это сопровождение.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; активная интерсубъективность; общественные формы общения; производство форм общения; смыслообразование; эффективность межкультурной коммуникации; смыслоцентричное консультирование

Для цитирования: Тюриков А.Г., Большунов А.Я., Большунова С.А. Производство общения как базовый критерий эффективности межкультурных коммуникаций. *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2021;11(4):50-58. DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-4-50-58

ORIGINAL PAPER

Communication Production as a Primary Criterion for the Effectiveness of Intercultural Communication**

A.G. Tyurikov^a, A. Ya. Bolshunov^b, S.A. Bolshunova^c

Financial University, Moscow, Russia

^a<https://orcid.org/0000-0001-8388-9543>; ^b<https://orcid.org/0000-0003-0358-1608>;

^c<https://orcid.org/0000-0002-9050-7280>

ABSTRACT

The article reveals and substantiates the thesis that the production of forms of communication is the main criterion for the effectiveness of intercultural communication. The concept of active intersubjectivity, which focuses on the joint meaning formation, forming a local sphere of intersubjectivity, allows us to model the production of forms of communication in intercultural communications. The article discusses the attributes of active intersubjectivity that should be considered when modelling cross-cultural communications and the features of modelling active intersubjectivity as the production of forms of communication in cross-cultural communications. Public practices of active intersubjectivity that can be used to optimize cross-cultural communication are discussed. The conclusion states that the processes of active intersubjectivity in cross-cultural communications need consulting support and lists the requirements for consultants who can provide this support.

Keywords: cross-cultural communication; active intersubjectivity; social forms of communication; production of forms of communication; meaning formation; effectiveness of cross-cultural communication; meaning-centered counseling

For citation: Tyurikov A.G., Bolshunov A. Ya., Bolshunova S.A. Communication production as a primary criterion for the effectiveness of intercultural communication. *Gumanitarnye Nauki. Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2021;11(4):50-58. (In Russ.). DOI: 10.26794/2226-7867-2021-11-4-50-58

* Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет средств Научного фонда Финансового университета.

** The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds on a state order to the Financial University.

ВВЕДЕНИЕ

Коммуникации часто рассматривают как средство достижения каких-либо целей и с этой точки зрения оценивают их эффективность. Например, переговоры являются средством заключения договора, совершения сделки. Замысел статьи состоит в том, чтобы показать, что такой подход к оценке эффективности коммуникаций заводит в западню. Производство самого общения является предпосылкой достижения разнообразных целей; общение предрасполагает к компромиссам, взаимности, реципрокности. Напротив, низкое качество общения становится препятствием к достижению даже рациональных договоренностей. В настоящей статье мы стремимся показать, что сделки, компромиссы и т. п. являются не целями, а эвентуальными продуктами эффективной коммуникативной деятельности.

Приведем в качестве примера низкой эффективности коммуникаций Д. Трампа. Его называют «мастером сделок». Но что стало реальным продуктом его коммуникативной экспансии? Ким Чен Ын, руководство Ирана, Си Цзиньпин, даже союзники (европейские лидеры) либо воздерживаются от общения с Трампом, либо ограничивают общение с ним. Не будет преувеличением сказать, что в международных отношениях Трамп потерпел коммуникативное крушение. В итоге ни одна из обещанных Трампом «сделок» не состоялась. Конечно, можно чего-то добиться «выкручиванием рук», но этот «успех» всегда будет непрочным, неустойчивым, временным, и стороны, из которых его «выдавили», откажутся от «сделок», как только для этого будут условия.

Обратным примером являются взаимоотношения В. Путина и Р. Эрдогана, которым удается сохранять эффективное общение, несмотря на противоречия между Россией и Турцией по широкому кругу вопросов. Происходит это в значительной мере потому, что им удается поддерживать коммуникации, взаимный интерес к общению и, как следствие, — личным отношениям.

Аналогично, в экономике прочные отношения между компаниями являются не столько результатом способности руководителей и переговорщиков добиваться результатов «здесь-и-теперь», сколько их способности сформировать коммуникативный контекст,

общее смысловое пространство, располагающих к сделкам.

В кросс-культурных (и не только) семьях сохранение семьи является эффектом способности сторон поддерживать коммуникации, осуществлять производство и воспроизводство коммуникаций. В соседских отношениях в поликультурных средах решающее значение принадлежит способности поддерживать коммуникации.

ОБЗОР ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

В рамках НИР «Межкультурная коммуникация в глобальном мире: опыт моделирования и применения нового теоретико-методологического инструментария» было реализовано обширное исследование научных публикаций, посвященных проблемам эффективности межкультурных коммуникаций, методом контент-анализа.

В результате проведенного анализа было выявлено, что понятие «эффективность» напрямую зависит от используемых авторами моделей коммуникации и теоретических предпосылок. Модели коммуникации в организациях и «субъект-ориентированные» модели рассматривают эффективность как вероятность достижения целей, выполнения функций [1]. По существу, в этом случае коммуникации воспринимаются как действия, совершающиеся в составе некоторой деятельности (например, экономической, политической и т. п.), и речь идет об эффективности действий, критерии которой задаются деятельностью. Диалогические модели под эффективностью в коммуникации обычно подразумевают достижение «понимания» [2]. Но речь здесь не идет о понимании в том смысле, о котором, например, говорит Унамуно: «Понять — значит простить». Понимание здесь определяется как «правильная оценка партнера по коммуникации, а именно — типичных для него психических механизмов обработки сигналов», «для достижения взаимопонимания необходимо распознать механизмы понимания информации собеседником» [2, с. 36]. По сути, как правило, речь идет о взаимопонимании по определенному кругу вопросов, и такое взаимопонимание носит вполне прагматичный, а не экзистен-

циальный характер. Наконец, информационно-кодовые модели связывают эффективность с полной и точной передачей сообщения [3]. Все названные модели указывают, во-первых, на «средственный», инструментальный подход к коммуникациям. Во-вторых, разночтения свидетельствуют не только об отсутствии единого взгляда на эффективность коммуникаций, но и на необходимость рефлексии методологических и мировоззренческих установок при определении понятия эффективности.

Вторым значимым результатом контент-анализа стала систематизация факторов, детерминирующих эффективность межкультурной коммуникации (см. рисунок).

Из рисунка видно, что выявленные в проанализированных публикациях факторы можно разделить на три группы. Первая — «факторы, относящиеся к процессу коммуникации» — включает три подгруппы: а) формы взаимодействия, которые ученые относят к эффективным (например, диалог, двустороннее взаимодействие, кооперация и др.); б) характеристики процесса коммуникации, влияющие на его эффективность (добровольность коммуникации, наличие доверия, взаимоуважения и др.); в) результат коммуникации. Последняя подгруппа — наиболее противоречивое множество, поскольку разные авторы считают продуктивными разные результаты, что напрямую вытекает из авторского определения эффективности. В связи с этим в некоторых статьях эффективная межкультурная коммуникация подразумевает адаптацию к культуре другого или стирание культурных различий, в иных — взаимное обогащение и сохранение культурных различий или достижение понимания. Вторая группа — «факторы, относящиеся к субъекту коммуникации» — также разделена на три подгруппы и описывает идентичность коммуниканта, способствующую эффективной коммуникации, включая знания, навыки, установки, цели и мотивы, эмоциональный фон, владение коммуникативными действиями и операциями, а также системные свойства субъекта такие, как обращение со смыслами.

Основная сложность применения данной группы для оценки коммуникации заключается в слабой операционализации ее компонентов, а также невозможности составления полного, универсального и непротиворечивого списка всех необходимых субъекту факторов

эффективной межкультурной коммуникации, поскольку разные коммуникативные ситуации запрашивают от участников различные навыки, компетенции, установки и пр.

Последней выделенной группой факторов, влияющих на эффективность межкультурной коммуникации, являются ситуативные факторы. Они представляют собой хаотичное множество ситуаций и определяются контекстом и проблематикой проанализированных работ. Так, в бизнес-коммуникациях принято учитывать экономические издержки, а помогающие работники уделяют большее внимание социальному контексту.

В целом выделенные факторы эффективности коммуникаций являются либо чрезмерно общими и слабо операционализированными, либо чрезмерно конкретными (ситуационными).

ФЕНОМЕН И ПОНЯТИЕ АКТИВНОЙ ИНТЕРСУБЪЕКТИВНОСТИ КАК ПРОИЗВОДСТВА ОБЩЕНИЯ

В настоящей статье обсуждаются возможности использования в целях моделирования и оценки эффективных межкультурных коммуникаций концепта активной интерсубъективности, введенного в 2007 г. в научный оборот Х. Де Жагэр и Э. Ди Паоло [4].

В ситуациях монокультурного общения «мы понимаем друг друга... через наше общее участие в общем мире», и «чтобы понять других людей... я должен обратить внимание на мир, который я уже делю с ними» [5]. Этот общий нам жизненный мир является интерсубъективно конституированным и дан нам как мир культуры [6, с. 111, 169], являющейся ««смысловым формообразованием» (Э. Гуссерль использует термин «смысловый гештальт») [7, с. 455]. Иначе говоря, в монокультурных коммуникациях люди находятся внутри одного «смыслового гештальта», располагают интерсубъективными ресурсами коммуникации для так называемого *direct social perception* (прямого социального восприятия, «чтения мыслей») [5]. Ранее Ю. Хабермас подчеркивал, что «жизненный мир образует... интуитивно уже заранее понимаемый контекст ситуации действия; в то же время он поставляет ресурсы для процессов истолкования, в которых участники коммуникации стараются покрыть возникающую в той или иной ситуации действия потребность во



Рис. / Fig. Факторы эффективности коммуникаций, выявленные в результате качественного контент-анализа / Factors of the effectiveness of communications, identified as a result of high-quality content analysis

Источник / Source: авторский / the authors.

взаимопонимании» [8, с. 202]. В отличие от монокультурного общения ситуация межкультурной коммуникации характеризуется дефицитом интерсубъективных ресурсов. «Активная интерсубъективность» — процесс и деятельность, в которых осуществляется совместное создание объединенного смысла [9], общего для участников коммуникации «смыслового гештальта», т.е. локального жизненного мира. Наглядным примером является кросс-культурная семья, в которой в первые три года своего существования муж и жена должны создать свое пространство интерсубъективности, свой локальный, семейный, жизненный мир, и, если эта задача не будет решена, семья с высокой степенью вероятности распадется.

Активной интерсубъективностью люди вовлекаются в соопределение, в совместное смыслообразование и формирование общих им феноменологических (смысловых) ландшафтов (локальных жизненных миров) [4, 5, 10–12]. Само понятие активной интерсубъективности введено в контексте движения, получившего название «интерсубъективного поворота» [12], являющегося важным направлением развития

энактивизма. По мнению Де Жагэр, люди не всегда располагают контролем над взаимодействиями, в которых участвуют, даже не всегда вполне осознают их, но формы социального взаимодействия конституируют поведение и сознание людей [11]. Понятие активной интерсубъективности предполагает, что люди могут преодолеть оковы господствующих над ними общественных отношений (форм социального взаимодействия), стать сотворцами новой интерсубъективности. Это похоже, по мнению Т. Фукс и Х. Де Жагэр, на вступление в неизведанный ландшафт, не только пространственно, но и временно, личностно и эмоционально; взаимное объединение открывает потенциально новые области создания смысла, которые не были доступны ранее [12].

В рамках настоящей статьи важно, что К. Маркс в ранних работах, вплоть до «Немецкой идеологии», использовал понятия общественной формы и формы общения как эквивалентные. И он также допускал, что при определенных условиях люди способны к созданию новых общественных форм бытия людьми, т.е. новых форм общения.

В современном энактивизме (деятельностно-феноменологическом подходе) марксовы «вещные силы» называются воплощениями (embodiment), образующими вместе с воплощенными в них смысловыми формообразованиями (интенциональными структурами и контекстами) интересубъективность, которой конституируются жизненные миры. Здесь мы рассматриваем общественные формы жизнедеятельности людей (формы общения) как одно из наиболее значимых воплощений. Активная же интересубъективность является производством общественных форм бытия людьми (форм общения) как воплощений, постольку процессы смыслообразования играют в ней центральную роль.

В исследованиях межкультурной коммуникации понятие активной интересубъективности призвано сыграть ключевую роль, так как коммуникация осуществляется в ситуациях дефицита интересубъективных ресурсов. В этих ситуациях необходимо создавать общее пространство смыслов, объединяющее участников коммуникации. Межкультурная коммуникация всегда имеет характер активной интересубъективности, основным эффектом которой является производство форм общения.

Рассмотрим наиболее значимые в контексте статьи атрибуты активной интересубъективности.

Во-первых, активная интересубъективность — это именно деятельность, не редуцируемая к осуществляющимся в ее составе действиям [4]. Она устанавливает относительную область со своими собственными свойствами, которая моделирует индивидуальное поведение [4, 13]. Она то, что в действиях образует их форму и смысл, связующий их в одно целое. Согласно теории деятельности А. Н. Леонтьева, различают деятельность, реализующую ее действия и операции. При этом эта теория связывает процессы смыслообразования именно с деятельностью. Но собственно деятельность, оставляя на всем свой невидимый след [10], сама остается за кадрами своих эмпирических проявлений. Еще Платон иронически заметил, что для восприятия лошади достаточно зрения, осязания и прочих чувств, а для того, чтобы воспринять «идею лошади» (лошадь — то, что имеет смысл лошади) надобен еще и ум. Аналогично К. Маркс определяет товар как вещь чувственно-свер-

хчувственную: товар — то, что имеет смысл «товар». Этот смысл вещь приобретает в деятельности, и это «сверхчувственное» есть тот самый след, который деятельность оставляет на всем. Действовать (обращаться) с вещами как с товарами значит — действовать с ними сообразно с их смыслом.

Вторым атрибутом активной интересубъективности является совместное смыслообразование как процесс создания общего «смыслового гештальта», локальной сферы интересубъективности.

В-третьих, активная интересубъективность — это динамический процесс взаимопонимания, формирования необходимого для этого «неявного знания» [12], приобретения социальной чувствительности, выражающейся в способности к прямому социальному восприятию, буквально «считыванию мыслей» друг друга. Именно благодаря интересубъективности (общего смыслового гештальта) люди понимают друг друга «с полуслова».

В-четвертых, процесс активной интересубъективности получает «собственную жизнь», своего рода автономию [12]. Он образует сферу становящейся интересубъективности, имеющей перспективу стать произведенным участником межкультурной коммуникации жизненным миром.

В-пятых, специфическим феноменологическим аспектом активной интересубъективности является «погружение», где это — и условие, и эффект «иммерсивной перспективы» (т. е. перспективы соприсутствия в хайдеггеровском значении слова, соучастия в становящемся жизненном мире) [12].

В-шестых, специфический характер «сцепления» участников активной интересубъективности, выражаемый терминами «соопределение», «корегулирование». При этом «сцепление» как развертывающийся в активной интересубъективности процесс, не означает «гармонии» — это «непрерывное колебание между синхронизацией и десинхронизацией, между созвучием (attunement) и отчуждением» [12]. Дело в том, что процесс производства форм общения включает в себя не только создание пространства интересубъективности, но и деконструкцию препятствующих ему воплощений («развоплощение», «распредмечивание»), которая нередко имеет травмирующий характер.

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ АКТИВНОЙ ИНТЕРСУБЪЕКТИВНОСТИ

В настоящей статье в центре научного интереса — не спонтанно возникающие очаги коммуникации, а общественные практики активной интерсубъективности, которые могут быть задействованы в межкультурных коммуникациях. К ним относятся хейзинговские игры (согласно Й. Хейзингу, культура происходит из игры), делиберативные практики Ю. Хабермаса, организационно-деятельностные и «ОДИ-образные» игры (ОДИ). Существенно, что ОДИ — «есть создание принципиально новых культурных форм, режимов жизни, мышления и деятельности», иммерсивные практики (например, иммерсивный театр) [14, с. 135]. К ним можно также отнести некоторые форсайт-практики. Большинство названных практик имеет характер игр. Согласно Л. С. Выготскому, конституирующим признаком игры является «расхождение смыслового поля и оптического с главенством смыслового» [15, с. 228]. В детских играх это выражается в том, что «ребенок создает мнимую ситуацию» [15, с. 204]. Во взрослых играх смысловая ситуация в некотором смысле тоже является «мнимой». Деррида вообще все формы общественного бытия людьми называет «призраками К. Маркса» [16], поскольку в общественном бытии люди и вещи таковы, каковы они не по природе, а по смыслу. Расхождение смыслового поля и видимого является неотъемлемой характеристикой того, что К. Маркс называл общественным бытием людей и вещей. Но суть игры не в этом. Люди всегда действуют в смысловых полях, их поведение всегда опосредствованно смыслами ситуаций, событий, вещей и т. п. В этом состоит основной тезис новой феноменологии У. Матурана и Ф. Варела. Суть игры в том, что в игре происходит сдвиг с целей на смысл, с достижения целей — на смыслообразование. Поэтому игра, включая детские игры, — это область особенно плодотворная для исследования «enactive» (бездеятельный) [10] и реализации энактивистских практик, включая практики активной интерсубъективности.

В общественном и социальном значении практики активной интерсубъективности — это практики социокультурных переходов (А. Геннеп). Соответственно, активную интерсубъективность можно характеризовать

как пространство и время лиминальности (порогового перехода), а участников активной интерсубъективности — как «лиминальных personae» — («пороговых людей»), находящихся в переходах жизненных миров [17, с. 169].

ОСОБЕННОСТИ МОДЕЛИРОВАНИЯ И ПРОЕКТИРОВАНИЯ АКТИВНОЙ ИНТЕРСУБЪЕКТИВНОСТИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Особенности моделирования активной интерсубъективности связаны с тем, что речь идет о моделировании не действий, а именно деятельности. Можно указать на восемь особенностей моделирования активной интерсубъективности в межкультурной коммуникации.

1. Моделирование «смысловой ситуации» межкультурных коммуникаций. «Смысл... задает ситуацию деятельности, это ее конституирующий, образующий элемент» [18, с. 101]. В межкультурной коммуникации объектом моделирования являются, прежде всего, дефициты интерсубъективности и препятствующие коммуникации воплощения интенциональных структур жизненных миров.

2. Моделирование деконструкций, препятствующих коммуникации интенциональных структур и их воплощений (т. е. процессов «распредмечивания», «развоплощения»). Деконструкция неизбежно породит «цветение смыслов», которым участники коммуникаций будут вовлечены в смыслообразование. Деконструкция интенциональных структур и их воплощений — это всегда в той или иной мере культурный шок, травма. Моделируя активную интерсубъективность в межкультурной коммуникации, необходимо учитывать это обстоятельство.

3. Моделирование процессов совместного смыслообразования, становления общего участникам коммуникации смыслового гештальта.

4. Моделирование форм общения (общественных форм деятельности), предрасполагающих к взаимности, соприсутствию, соопределению. Речь идет о производстве таких форм общения в практиках активной интерсубъективности.

5. В деятельностно-организационном проектировании активной интерсубъективности речь идет не о действиях и, тем более, «меро-

приятных», а о том, как развернуть деятельность как игру с характерным для нее сдвигом с целей на смыслы и смыслообразование. Речь именно о том, как коммуникации приобретут характер нередуцируемой к действиям совместной деятельности.

6. Моделирование феноменологических планов активной интерсубъективности (процессы активной интерсубъективности являются таковыми лишь постольку, поскольку проживаются, приобретают характер экзистирования).

7. Конечно, любая практика активной интерсубъективности предполагает «рабочие цели». Но эти цели должны либо относиться к сути происходящего (что не всегда возможно, поскольку участники исходно не располагают смыслами, которые позволят им сформулировать адекватные цели; участникам еще только предстоит пройти через горнило смыслообразования), либо они заведомо будут деконструированы и пересмотрены в процессе активной интерсубъективности.

8. Последняя особенность связана с моделированием динамики процессов активной интерсубъективности. Процессы эти включают, как минимум, три фазы. Первая — фаза входа в пространство активной интерсубъективности (погружения). Это фаза деконструкции препятствующих межкультурной коммуникации интенциональных структур и воплощений вплоть до «цветения смыслов». Вторая фаза — собственно смыслообразования, соопределения, соприсутствия как производства новой формы общения. Наконец, поскольку характеризуется тенденцией к автономии,

«замыканию», необходима третья фаза выхода — трансформации новых смыслов в новую совокупность «рабочих целей».

ВЫВОДЫ

Производство, воспроизводство и развитие форм общения выступает основным критерием эффективности межкультурных коммуникаций, при этом производство форм общения осуществляется в практиках активной интерсубъективности.

Активная интерсубъективность — сложный процесс, нуждающийся в консультационном сопровождении. Можно говорить о специфических консультационных практиках, в которых на первом плане находится смыслообразование, формирование смыслового гештальта как сферы интерсубъективности. Сегодня на Западе наблюдается «поворот к созданию смыслов», взрыв интереса к тому, что называют смыслом в энактивизме [19]; возникло даже понятие смыслоцентричного консультирования [20]. Из вышесказанного следует, что такие практики требуют от консультантов:

- высокого уровня методологической оснащенности;
- специфических компетенций в области модерирования (игротехники);
- социальной чувствительности, проявляющейся в способности к прямому социальному восприятию; при этом надо располагать чувствительностью и в отношении самого себя, собственной коммуникативной несоборности в ситуации межкультурной коммуникации;
- культурных компетенций.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ/ REFERENCES

1. Окольнишкова И. Ю. Анализ подходов к оценке эффективности маркетинговых коммуникаций. *Вестник ЮУрГУ*. 2011;28(245):134–142.
Okolniskova I. Yu. Analysis of approaches to assessing the effectiveness of marketing communications. *Vestnik YUURGU*. 2011;28(245):134–142. (In Russ.).
2. Белозерцев А. В. Параметры коммуниканта в моделях коммуникации. *Lingua mobilis*. 2014;3(49):32–44.
Belozertsev A. V. Communicator parameters in communication models. *Lingua mobilis*. 2014;3(49):32–44. (In Russ.).
3. Насибуллин Р. Т., Фазлыев А. А. Матричная модель реализуемости коммуникации. *Социальная политика и социология*. 2010;8(62):533–539.
Nasibullin R. T., Fazlyev A. A. Matrix model of communication feasibility. *Sotsial'naya politika i sotsiologiya*. 2010;8(62):533–539. (In Russ.).
4. De Jaegher H., Di Paolo E. Participatory sense-making. An enactive approach to social cognition. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*. 2007;(6):485–507.

5. Gallagher S. Two Problems of Intersubjectivity. URL: https://www.academia.edu/20554561/Two_Problems_of_Intersubjectivity?email_work_card=view-paper.
6. Гуссерль Э. Картезианские медитации. М.: Академический Проект; 2010. 229 с.
Husserl E. Cartesian meditations. Moscow: Academic Project; 2010. 229 p. (In Russ.).
7. Гуссерль Э. Избранные работы. Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского». М.: Издательский дом «Территория будущего»; 2005. 464 с.
Husserl E. Selected works. Series “University Library of Alexander Pogorelsky”. Moscow: Publishing House “Territory of the Future”; 2005. 464 p. (In Russ.).
8. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука; 2001. 379 с.
Habermas J. Moral consciousness and communicative action. St. Petersburg: Nauka; 2001. 379 p. (In Russ.).
9. Drain Chris. Cognition, activity and content: N. Leontiev and the enactive origin “of ideal reflective content”. *Epistemology & Philosophy of Science*. 2018;55(3):106–121.
10. Di Paolo Ezequiel A., Rohde Marieke, De Jaegher Hanne. Horizons for the Enactive Mind: Values, Social Interaction, and Play. URL: https://www.academia.edu/2082265/Horizons_for_the_enactive_mind_Values_social_interaction_and_play?auto=download&email_work_card=download-paper.
11. Froese T., Shaun Gallagher. Getting interaction theory (IT) together: Integrating developmental, phenomenological, enactive, and dynamical approaches to social interaction. *Interaction Studies*. 2012;13(3):436–468.
12. Fuchs T., De Jaegher H. Enactive intersubjectivity: Participatory sense-making and mutual incorporation. URL: https://www.academia.edu/11325878/Enactive_intersubjectivity_Participatory_sense-making_and_mutual_incorporation.
13. De Jaegher H., Di Paolo E. Making Sense in Participation: An Enactive Approach to Social Cognition. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1089.4002&rep=rep1&type=pdf>.
14. Щедровицкий Г. П. На досках. Публичные лекции по философии Г. П. Щедровицкого. М.: Изд-во Шк. Культ. Полит.; 2004. 196 с.
Shchedrovitsky G. P. On the boards. Public lectures on philosophy by G. P. Shchedrovitsky. Moscow: Publishing House Polit; 2004. 196 p. (In Russ.).
15. Выготский Л. С. Психология развития ребенка. Moscow: Изд-во «Смысл», Изд-во «Эксмо»; 2004. 512 с.
Vygotsky L. S. Psychology of child development. Moscow: Smysl Publishing House, Eksmo Publishing House; 2004. 512 p. (In Russ.).
16. Деррида Ж. Призраки Маркса. Государство долга, работа скорби и новый интернационал. М.: Logos-altera, издательство «Esse homo»; 2006. 256 с.
Derrida J. The Ghosts of Marx. The State of Duty, the Work of Sorrow and the New International. Moscow: Logos-altera, Publishing House “Esse Homo”; 2006. 256 p. (In Russ.).
17. Тэрнер В. Символ и ритуал. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука»; 1983. 277 с.
Turner V. Symbol and ritual. Moscow: The main editorial office of oriental literature of the Nauka Publishing House; 1983. 277 p. (In Russ.).
18. Щедровицкий Г. П. Знак и деятельность. М.: Вост. Лит.; 2005. 463 с.
Shchedrovitsky G. P. Sign and activity. Moscow: Vostochnaya Literatura; 2005. 463 p. (In Russ.).
19. Dervin Brenda, Naumer Charles M. Sense-making. URL: <https://www.academia.edu/393263/Sense-Making>.
20. Wong Paul T. P. Meaning-Centred Counselling. URL: https://www.academia.edu/783625/Meaning-centered_counseling.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Александр Георгиевич Тюриков — доктор социологических наук, профессор, руководитель Департамента социологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия
t-ag2013@yandex.ru

Андрей Яковлевич Большунов — кандидат психологических наук, доцент Департамента социологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций, Финансовый университет, Москва, Россия
abolshunov@bk.ru

София Андреевна Большунова — научный сотрудник Центра социальной экспертизы и развития, Финансовый университет, Москва, Россия
sophia.bolshunova@gmail.com

ABOUT THE AUTHORS

Alexander G. Tyurikov — Dr. Sci. (Sociology), Professor, Head of the Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia
t-ag2013@yandex.ru

Andrey Ya. Bolshunov — Cand. Sci. (Psychology), Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University, Moscow, Russia
abolshunov@bk.ru

Sofia A. Bolshunova — Research Fellow, Centre for Social Expertise and Development, Financial University, Moscow, Russia
sophia.bolshunova@gmail.com

Заявленный вклад авторов:

А.Г. Тюриков — анализ отечественных подходов к изучению эффективной коммуникации; описание особенностей моделирования и проектирования активной интерсубъективности в межкультурной коммуникации; организация проведения контент-анализа, подготовка заключения.

А.Я. Большунов — описание феномена и уточнение понятия активной интерсубъективности как производства общения; описание общественных практик.

С.А. Большунова — разработка инструментария исследования; проведение полевого и аналитического этапа исследования; верификация научных выводов статьи.

Author's declared contribution:

A. G. Tyurikov — analysis of domestic approaches to the study of effective communication; description of the features of modelling and designing active intersubjectivity in intercultural communication; organization of content analysis, preparation of an opinion.

A. Ya. Bolshunov — description of the phenomenon and clarification of the concept of active intersubjectivity as the production of communication; description of social practices.

S. A. Bolshunova — development of research tools; carrying out the field and analytical stage of the study; verification of the scientific conclusions of the article.

Статья поступила 18.03.2021; принята к публикации 15.05.2021.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

The article received on 18.03.2021; accepted for publication on 15.05.2021.

The authors read and approved the final version of the manuscript.