

КУЛЬТУРА И ОБЩЕСТВО

DOI: 10.17805/zpu.2021.1.13

Культурная доминанта российской и китайской молодежи на занятиях по прикладной культурологии

Н. А. Завьялова

Уральский государственный экономический университет

В. А. Луков

Московский гуманитарный университет

Статья включает кейс-стади, проведенный на занятиях по прикладной культурологии с элементами сопоставительного анализа с участием китайских и российских магистрантов. В рамках учебного эксперимента участникам было предложено определить понятие «культура» с целью выявления взглядов на культурную политику в современных КНР и России. В теоретическом плане в статье уточнено содержание понятия «культурная доминанта», которое понимается авторами как сознательная установка на усвоение образцов определенной культуры. Культурная доминанта китайских магистрантов ориентирована на культуру Китая. Проанализирован китайский феномен понимания культуры, который на уровне установок ориентирован на усвоение и принятие родной культуры в первую очередь, что является частью государственной политики. В статье представлен анализ культурной доминанты российских магистрантов, ориентированных на интеграцию с международными партнерами в атмосфере доверия и сотрудничества. Однако современная геополитическая ситуация демонстрирует высокую степень необоснованности подобной позиции, что указывает на необходимость усиления внимания россиян непосредственно к российским культурным образцам, призванным усилить глобальные геополитические позиции России. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что успехи китайцев во внешней экспансии на разных уровнях современной жизни продиктованы глубоким укоренением в собственной культуре, преемственностью по отношению к ней и различным способам ее ретрансляции.

Ключевые слова: культура; прикладная политология; Китай; Россия; молодежная политика; тезаурус; культурная доминанта; дизайн

ВВЕДЕНИЕ

Вопросы, связанные с классификацией культур, уже давно стали предметом глубокого и пристального внимания ученых различных направлений гуманитарного цикла. К классическим работам, посвященным типам и видам культуры, относятся исследования, описывающие следующие разновидности культуры: национальная и мировая, культура социальных групп (классовая, городская, молодежная и т. д.) и индивидуального человека, культура материальная и духовная, прогрессивная и реактивная, культура высокого/низкого контекста. Экономисты и маркетологи подразделяют культуры на внешне- и внутреннеориентированные. К экономическим преимуществам первого типа относятся способность реагировать на изменения на рынке, клиентоориентированность и, как результат, растущая экс-

пансия на международных рынках, нередко носящая неокOLONиальный характер, когда происходит изъятие прибавочного продукта из экономик и рынков, захваты- ваемых страной-инвестором. Подобную рыночную стратегию нередко приписывают китайским корпорациям. За последнее время не только промышленные китайские гиганты ориентированы на неокOLONиальный тип продвижения, но и предприятия китайского агропромышленного комплекса успешно применяют данную стратегию. В статье «И ДАЙ И ЛУ джан люэ ся джонгуо нонье жухэ ДЗОУ ЧУЦУ» / «“Один пояс и одна дорога” для китайского сельского хозяйства означает “выйти наружу, вовне”» китайский журналист, описывая результаты «азиатского Давоса» — специ- ализированного форума Боао, указывает на то, что перед китайским агробизнесом поставлены задачи наращивать экспорт (Вэй Денфен, 2016: Электронный ресурс).

В рамках данной статьи мы проанализируем культурологические истоки заявлен- ной стратегии, которую современная КНР реализует на самых разных уровнях — как на уровне образования и культуры, так и на уровне промышленности, сельского хозяйства, торговли. В рамках исследования мы предпринимаем попытку ответить на следующий вопрос: «На фоне осуществления страной активной экспансии вов- не каково отношение современных китайцев к собственной культуре?» Отвечая на поставленный вопрос, мы считаем необходимым ввести понятие *культурной доми- нанты*, которое мы определяем как сознательную установку на усвоение образцов определенной культуры. Понятие доминанты в современное гуманитарное знание пришло из советской психологии, в рамках которой А. А. Ухтомский в 1911–1923 гг. разработал учение о господствующем очаге возбуждения в центральной нервной системе, подавляющем все остальные возбудители (Ухтомский, 2020: 125). В теоре- тическом плане представляется возможным соотнести данное понятие с понятием «тезаурус» в трактовке Института фундаментальных и прикладных исследований Московского гуманитарного университета, определяемым в рамках развитого там тезаурусного подхода в гуманитарном знании как «субъектная организация зна- ний» (Луков Вал. А., Луков Вл. А., 2008: 12), что отличает содержание этого понятия от его трактовок, принятых в лингвистике и информатике. В этом ракурсе *культур- ная доминанта* опосредует тезаурус, задает направления его расширения. Тезаурус в высокой степени зависит от культурной доминанты, поскольку доминанта детер- минирует качество и содержание усваиваемых субъектом знаний, задает дальней- шую сферу применения усвоенных знаний, умений и навыков.

МЕТОДИКА КЕЙС-СТАДИ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ ПО ПРИКЛАДНОЙ КУЛЬТУРОЛОГИИ

Анализ заявленной проблематики необходимо начать с описания кейса с участи- ем китайских и российских магистрантов на занятии по прикладной культурологии. Магистрантам были выданы бумажные макеты футболок. Состав группы включал четырех магистранток из КНР и девять магистрантов из России.

Задание 1. Необходимо представить, что Вам поручили создать футболки для фо- рума по культуре. Что Вы вкладываете в понятие «культура»?

Пояснение для преподавателей: при подготовке кейса мы сознательно отказ- лись от обсуждения понятия «политика» с целью выявить косвенное, опосредован- ное понимание политики государства через культуру.

Задание 2. Используя собственное понимание культуры, создайте дизайн фут- болки. В виде символов отразите свое видение культуры, нанесите эти символы на макет, обоснуйте представленную концепцию. Максимальное число символов — 15. Вы можете использовать слова как на русском, так и на английском языках.

Время выполнения задания: 25 минут. По окончании этого срока студентам необходимо отложить ручки и карандаши и начать представление созданной футболки, описывая изображенные символы, концепции представленных символов, собственные примеры.

В ходе предлагаемого кейса студентами и преподавателем были использованы методы активного и пассивного наблюдения, когда в пассивной фазе участники выполняли задание и на уровне бытовых реплик лишь выражали просьбы передать карандаши или ручки нужного цвета, а в активной фазе слушали представления макетов футболок друг друга и фиксировали базовые идеи символов культуры и их концепции в протоколах.

Материалы кейса. Всем студентам были выданы бумажные белые макеты, вырезанные из плотного картона модели футболок, выполненные по образцу (рис. 1). Также все магистранты получили протоколы для фиксации наблюдений с рубриками на русском языке (см. таблицу), поскольку китайские магистранты также владеют русским языком на достаточном уровне, согласно шкале владения русским языком как иностранным.

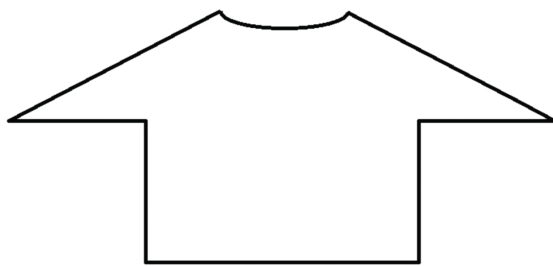


Рис. 1. Модель футболки для международного форума культурологов
Figure 1. Model of a T-shirt for the International Forum of Cultural Studies Experts

МОДЕЛЬ ПРОТОКОЛА НАБЛЮДЕНИЯ ВО ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ
КОНЦЕПЦИИ СИМВОЛОВ КУЛЬТУРЫ, ИЗОБРАЖЕННЫХ
НА МОДЕЛИ ФУТБОЛКИ ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОГО
ФОРУМА КУЛЬТУРОЛОГОВ

MODEL OF THE OBSERVATION PROTOCOL USED DURING THE
PRESENTATION OF THE CULTURAL SYMBOLS CONCEPT FEATURED
ON THE EXPERIMENTAL T-SHIRT MODEL FOR THE INTERNATIONAL
FORUM OF CULTURAL STUDIES

Имя, фамилия студента	Символ культуры	Трактовка символа культуры
Студент 1	Символ 1	
	Символ 2	
	Символ 3	
	Символ 4	
	Символ 5	
Студент 2	Символ 1	
	Символ 2	
	Символ 3	
	Символ 4	
	Символ 5	
Студент 3...		
Студент 13 ...		

*СЛОВА-СИМВОЛЫ И ФРАЗЫ-СЛОГАНЫ
НА ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫХ МОДЕЛЯХ ФУТБОЛОК*

Все студенты успешно справились с представленным заданием. Большинство магистрантов использовали английский язык для выполнения собственного задания. Два магистранта из КНР использовали на своих футболках иероглифы и слова из русского языка. В некоторых случаях магистранты предпочитали использовать не отдельные слова, а целые фразы-слоганы.

Слова-символы и фразы-слоганы на футболках российских магистрантов: peace (мир), world (вселенная), culture (культура), conflict (конфликт), bridging the gap (преодоление разрыва), friendship (дружба), similarities (сходства), differences (различия), culture must unite all nations (культура должна объединять все нации), uniting cultures for bright future (объединение культур для яркого будущего), cooperation (кооперация), colorful world (разноцветный мир), different visions (различные взгляды), we can reach everything (мы можем достичь всего), Russia (Россия), China (Китай), keep your uniqueness (сохраняйте свою уникальность), behaviors (стили поведения), symbols (символы), works of arts (произведения искусства), traditions (традиции), customs (обычаи), visible culture (видимая культура), invisible culture (невидимая культура), assumptions (предположения), beliefs (верования), world views (взгляды на мир), values (ценности), attitudes (позиции), have a peek inside (загляни вовнутрь).

Слова-символы и фразы-слоганы на футболках китайских магистрантов: plum flower (цветок сливы), an orchid (орхидея), chrysanthemum (хризантема), culture (культура), культура, wénhuà (культура), fù (богатство), чайник, lantern (фонарик), 2008 Beijing (Пекин 2008), love and peace (любовь и мир), Chinese brush (китайская кисть), cup (чашка).

Символы-рисунки на футболках российских магистрантов: матрешка, фигурки людей, карта континентов, земной шар, государственные флаги стран мира.

Символы-рисунки на футболках китайских магистрантов: китайский круглый фонарик, эмблема Олимпиады в Пекине в 2008 г., чайник, китайская кисть для каллиграфии, мандала «рыбки» инь-ян, чашка с чаем, шляпа, сумка, кусочек арбуза, солнце, сливовое дерево, хризантема, бамбук, пагода, карта Китая, палочки для еды, горы, площадь Тяньаньмэнь, лотос, телевизионная башня в Шанхае, пятиконечная звезда.

Анализ результатов свидетельствует о том, что большинство российских студентов ориентированы на внешние культуры, сотрудничество и кооперацию. Они не отрицают собственной культуры, но и не акцентируют свое особое желание транслировать ее образцы или воспроизводить исключительно российские образцы. Китайские студенты, напротив, стремятся подчеркнуть значимость собственной культуры, обнаруживают огромную привязанность к ней, находясь на обучении в России.

И россияне, и китайцы активно интегрируются в международное пространство. Однако возникает вопрос о том, каков механизм этой интеграции по отношению к собственной культуре. Молодые китайцы склонны подчеркивать значимость собственной культуры, активно демонстрировать ее образцы, настаивать на том, что понимание культуры для них возможно исключительно сквозь призму собственной культуры (рис. 2). Подобное отношение к собственной культуре имеет огромную политическую значимость, поскольку оно стимулирует приверженность к интересам собственной страны, продвижению ее на мировой политической арене. Для российских студентов культура — это смешение всех образцов без значимых предпочтений, нередко отказ от сознательных акцентов на собственной культуре (рис. 3).

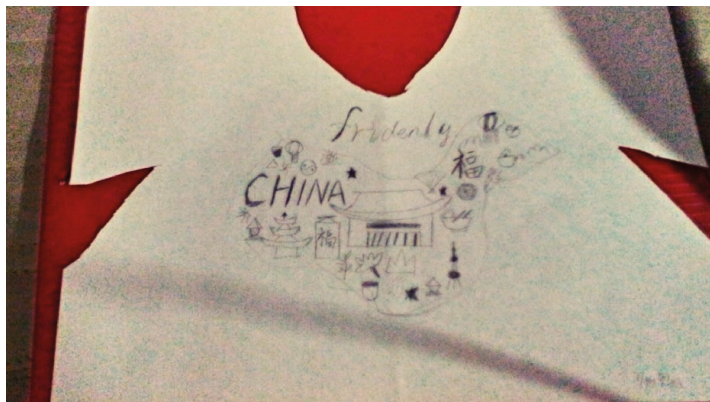


Рис. 2. Футболка студентки из КНР
Figure 2. A T-shirt of a student from China



Рис. 3. Футболка студентки из России
Figure 3. A T-shirt of a student from Russia

РОЛЬ КОГНИТИВНОГО БАЗИСА В ОЩУЩЕНИИ МИРА КИТАЙЦЕВ И РОССИЯН

Анализируя представленный материал кейса, мы используем теорию о когнитивном базисе и его составляющих, сформулированную в первой трети XXI в. (McNamara, Willard, Norenzayan, Henrich, 2019; Mesoudi, 2016; Stubbersfield, Tehrani, Flynn, 2018). Отметим, что на данном этапе мы имеем дело с проявлениями когнитивного базиса китайских и российских магистрантов. Когнитивный базис включает в себя такие составляющие, как «компонент выживания» (важную для здоровья информацию), «социальный компонент» (информацию о социальных связях), «эмоциональный компонент» (информацию о чувствах и эмоциях). Когнитивный базис китайских студентов строится на исключительно китайских составляющих, которые включают в себя сведения, полезные для здоровья (чай, национальная кухня, полезные растения, мандала инь-ян), сведения о социальных связях (посещение храмов и главной площади страны, стремление к богатству и процветанию), сведения, важные для эмоций и чувств (гордость за Олимпиаду в Пекине 2008 г., шанхайскую телебашню, символ страны — пятиконечную звезду). Анализируя когнитивный базис российских магистрантов, следует отметить, что они не стремятся его активно демонстрировать, их

сведения о социальном и эмоциональном благополучии основываются на надеждах на международную интеграцию, сотрудничество с другими странами и взаимопонимание с иностранными партнерами. Мы полагаем, что подобный акцент помещает молодых россиян в некоторую зону риска, поскольку они попадают в зависимость от международной конъюнктуры. Выскажем предположение о том, что следует укреплять внимание молодых россиян к основам собственной культуры, что усилит позиции России в обозримом будущем.

Каковы истоки подобных расхождений в культурных картинах мира китайских и российских магистрантов? Китайская экономика, политика и культура традиционно ориентированы на собственные потребности, рынок и духовно-эстетические образцы. По мнению известнейшего американского дипломата, лауреата Нобелевской премии мира Г. Киссинджера, ни одна страна не может похвастать такой долгой историей цивилизации или такой тесной связью с древней историей и классическими принципами стратегии и искусства управления государством. Г. Киссинджер полагает, что само название государства призвано стимулировать носителей китайского языка оказывать приоритетное внимание именно своему государству: «В то время как другие страны называли себя по имени этнических групп или в соответствии с географическими понятиями, Китай назвал себя “Чжунго” — “Срединное царство”, или “Срединное государство”» (Киссинджер, 2017: 15). Анализируя китайские политические и исторические трактаты, исследователи нередко приходят к выводу о том, что подобные трактаты изобилуют цитатами и аллюзиями на собственно китайский опыт, игнорируя зарубежные достижения. Подобное развитие китайской политической мысли укрепляет патриотизм.

Каковы позитивные и негативные последствия подобного концентрированного внимания китайцев на экономике, политике и культуре собственной страны? По мнению экспертов, 80% прибыли китайских корпораций приходится на внутренний рынок. Обеспечивая нужды собственных граждан, китайские бизнесмены в некоторой степени теряют возможности на внешних рынках. Однако в тех сферах экономики, где китайские товары поставлены на экспорт, местные правительства нередко вводят торговые барьеры, стремясь защитить внутренних производителей. Следовательно, китайская ориентация на внутренний рынок оправдана современными экономико-политическими реалиями. Стимулируя внимание к собственным культурным образцам, китайские политики умело воспитывают внутреннего потребителя, который обеспечивает устойчивый спрос на собственные товары. Внутренний потребитель не подвластен внешним торговым войнам и является гарантом востребованности товаров, производимых в пределах государства.

Значимым позитивным эффектом китайской ориентированности на собственное культурно-историческое наследие страны является возможность психологической консолидации китайского народа во время трудностей и вызовов современности. Примером может служить ситуация с коронавирусной инфекцией 2019-nCoV и реакцией на нее китайской общественности. Солидарность китайского общества, желание поддержать соотечественников в трудную минуту порождают множество изображений в китайском Интернете, где простые обыватели выдвигают позитивные лозунги — культурно-коммуникативные формулы (Завьялова, 2017: 150; Завьялова, 2015: 78) — с использованием родных иероглифов и понятного каждому китайцу сленга: “Zhōngguó jiāyóu” «Китай, добавь масло!» (jiāyóu — выражение «добавить масло» пришло в современный китайский язык из автомобильного дела) = «Китай, поднажми!» (рис. 4).



Рис. 4. Фотография с ободряющим лозунгом «Китай, поднажми!»
(Фотография из китайской интернет-сети «Вейсин»: Электронный ресурс)
Figure 4. A photo with the encouraging slogan “China, add oil!”
(Photo from the Chinese Internet network “Weixin”: Electronic resource)

Возвращаясь к обсуждению представленного на анализируемом занятии кейса, сформулируем следующий вопрос: «Поскольку китайские студенты ориентированы на собственную культуру, то является ли целесообразным для них обучение за рубежом?» Ответим положительно, поскольку цель их обучения заключается в приобретении навыков, необходимых для успешного служения Китаю, его процветания. Многие сегодняшние магистранты, прошедшие обучение за рубежом, смогут определять политику страны в будущем, используя свой зарубежный опыт. Сохраняя приоритеты внутреннего рынка, Китай стремится в глобальных масштабах расширить свои зоны влияния с опорой на собственную культуру, нередко недоступную для внешних агентов. В том случае если внешние агенты желают сотрудничать с Китаем, они должны овладеть языком этого государства и предпринять усилия с целью проникновения в эту страну, ее рынок, законы которого, в свою очередь, защищают китайцев и отпугивают «чужаков».

Анализируя позицию российских магистрантов, выскажем предположение о том, что они предпринимают попытку обрести значимого другого вне собственной страны. Подобный расчет на внешние дружественные контакты представляется обоснованным в условиях современной турбулентной геополитической конъюнктуры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проанализированный кейс на практическом занятии по прикладной культурологии в сопоставительном аспекте свидетельствует о том, что, принимая в целом формат современного глобального мира, Китай и Россия по-разному практически воплощают его в жизнь. Китай, провозглашая приоритет собственной культуры, формирует стабильный внутренний рынок, воспитывая собственных потребителей на родных культурных образцах. Российская модель глобализации предполагает установку на взаимодействие представителей различных культур в рамках атмосферы взаимопомощи и сотрудничества. Мы убеждены в том, что современная геополитическая ситуация не позволяет прогнозировать скорейшее наступление подобной

системы международного взаимодействия. Напротив, в мире возрастает тенденция локализации, набирают силы движения, ориентированные на подъем национального самосознания в ущерб международной солидарности и сотрудничеству. По нашему мнению, лишь сохранение собственной культуры, преемственность по отношению к ней, почитание родных культурных образцов позволяет сформировать более устойчивую психолого-экономическую установку для молодежи современности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Завьялова, Н. А. (2017) Культурно-коммуникативные формулы в рамках тезаурусного подхода // Знание. Понимание. Умение. № 3. С. 152–162. DOI: 10.17805/zpu.2017.3.12
- Завьялова, Н. А. (2015) Культурно-коммуникативные универсалии как современный этап развития культуры // Знание. Понимание. Умение. № 1. С. 77–88. DOI: 10.17805/zpu.2015.1.7
- Киссинджер, Г. (2017) О Китае / пер. с англ. В. Н. Верченко. Изд. на русском языке «AST Publishers», 790 с.
- Луков Вал. А., Луков, Вл. А. (2008) Тезаурусы. Субъектная организация гуманитарного знания. М. : Изд-во Национального института бизнеса. 784 с.
- Ухтомский, А. А. (2020) Доминанта: физиология поведения. М. : АСТ. 250 с.
- Фотография из китайской интернет-сети «Вейсин» [Электронный ресурс]. URL: <https://mp.weixin.qq.com/s/Brah> (дата обращения: 10.01.2020).
- Вэй Денфен (2016) «И ДАЙ И ЛУ джан люэ ся джонгуо нонье жухэ ДЗОУ ЧУЦУ» («Один пояс и одна дорога» для китайского сельского хозяйства означает «выйти наружу, вовне») 25 июля. [Электронный ресурс]. URL: http://mp.weixin.qq.com/s?src=3×tamp=1469428649&ver=1&signature=N*-RoE*NdHivgUKmMa9RycxucA8twUCffTb6Ds-e3k4pt3KJ9H-MrkeNLGGS2q9c769WR7SjGqxBrvmwjiWWBpSrTlAgOiVfOd-mwKfNLCdbyfphKMgh-MsnbaMhXdbR0fq1WdXfq*2v7W1*KjonOQatX4tAc7vyuBDjQ8Wa34= (дата обращения: 15.07.2020).
- McNamara, R. A., Willard, A. K., Norenzayan, A., Henrich, J. (2019) Weighing outcome vs. intent across societies: How cultural models of mind shape moral reasoning // *Cognition*. Vol. 182. Pp. 95–108. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.09.008>
- Mesoudi, A. (2016) Cultural evolution: a review of theory, findings and controversies // *Evolutionary Biology*. Vol. 43 (4). Pp. 481–497. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11692-015-9320-0>
- Stubbersfield, J., Tehrani, J., Flynn, E. (2018) Faking the news: intentional guided variation reflects cognitive biases in transmission chains without recall // *Cultural Science*. Vol. 10 (1). P. 54–65. DOI: <https://doi.org/10.5334/csci.109>

Дата поступления: 18.11.2020 г.

CULTURAL DOMINANT OF THE RUSSIAN AND CHINESE YOUTH AT THE CLASSES IN APPLIED CULTURE SCIENCE

N. A. Zavyalova

Ural State University of Economics

Val. A. Lukov

Moscow University for the Humanities

The article includes a case study introduced in applied culture science classes with the elements of comparative analysis with the participation of Chinese and Russian Master level students. As a part of a training experiment, the participants were asked to define the concept of “culture” in order to identify their views on cultural policy in modern PRC and Russia. In theoretical terms, the article clarifies the content of the concept of “cultural dominant”, which is understood by the authors as a conscious attitude towards the assimilation of samples of a particular culture. The cultural dominant of Chinese Master students is focused on the culture of China. The analysis is focused on the Chinese phenomenon of understanding culture. At the level of attitudes, this phenomenon is focused on the assimilation and adoption of native culture in the first place, which stems from the state policy. The paper presents an analysis of the cultural dominance of Russian Master students focused on the integration with international partners in the atmosphere of trust and cooperation. However, the current geopolitical

situation demonstrates a high degree of weakness of such a position, which indicates the need to strengthen the attention of Russians directly to Russian cultural patterns, designed to strengthen Russia's global geopolitical position. The hypothesis of the study lies in the assumption that the success of the Chinese in external expansion at different levels of modern life are dictated by deep rooting in their own Chinese culture, as well as continuity with respect to it and various ways of transmitting it.

Keywords: culture; applied political science; China; Russia; youth policy; thesaurus; cultural dominant; design

REFERENCES

- Zav'ialova, N. A. (2017) Kul'turno-kommunikativnye formuly v ramkakh tezaurusnogo podkhoda. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 3, pp. 152–162. DOI: 10.17805/zpu.2017.3.12. (In Russ.).
- Zav'ialova, N. A. (2015) Kul'turno-kommunikativnye universalii kak sovremenniy etap razvitiia kul'tury. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 1, pp. 77–88. DOI: 10.17805/zpu.2015.1.7. (In Russ.).
- Kissindzher, G. (2017) *O Kitae* / transl. from English by V. N. Verchenko. Moscow, AST. 790 p. (In Russ.).
- Lukov, Val. A. and Lukov, Vl. A. (2008) *Tezaurusy. Sub"ektnaia organizatsiia gumanitarnogo znaniia*. Moscow, National Institute of Business. 784 p. (In Russ.).
- Ukhtomskii, A. A. (2020) *Dominanta: fiziologiya povedeniia*. Moscow, AST. 250 p. (In Russ.).
- Fotografiia iz kitaiskoi Internet seti «Weixin»* [online] Available at: <https://mp.weixin.qq.com/s/Brah> (accessed: 10.12.2020)
- VeiDenfen (2016) “Yīdài yīlù” zhànlüè xià zhōngguó nóngyè rúhé “zǒu chūqǔ” July 25 [online] Available at: http://mp.weixin.qq.com/s?src=3×tam=1469428649&ver=1&signature=N*-RoE*NdHivgUKmMa9RycxucA8twUCffTb6Ds-e3k4pt3KJ9H-MrkeNLGGS2q9c769WR7SjGqxBrvmwjiWWBpSrTlAgOiVfOd-mwKfNLCdbyfphKMgh-MsnbaMhXdbf0f1WdXfq*2v7W1*KjonOQatX4tAc7vyyBDjQ8Wa34= (accessed: 15.07.2020).
- McNamara, R. A., Willard, A. K., Norenzayan, A. and Henrich, J. (2019) Weighing outcome vs. intent across societies: How cultural models of mind shape moral reasoning. *Cognition*, vol. 182, pp. 95–108. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.09.008> (accessed: 10.12.2020).
- Mesoudi A. (2016) Cultural evolution: a review of theory, findings and controversies. *Evolutionary Biology*, no. 43 (4), pp. 481–497. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11692-015-9320-0>
- Stubbersfield J., Tehrani J. and Flynn E. (2018) Faking the news: intentional guided variation reflects cognitive biases in transmission chains without recall. *Cultural Science*, vol. 10 (1), pp. 54–65. DOI: <https://doi.org/10.5334/csci.109>

Submission date: 18.11.2020.

Завьялова Наталья Алексеевна — доктор культурологии, доцент Уральского государственного экономического университета. Адрес: 620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта / Народной Воли, д. 62/45. Тел.: (343) 283-11-07. Эл. почта: n.zavzav@yandex.ru

Луков Валерий Андреевич — доктор философских наук, профессор, директор Центра социального проектирования и тезаурусных концепций Института фундаментальных и прикладных исследований Московского гуманитарного университета, заслуженный деятель науки Российской Федерации, академик Международной академии наук (IAS, Инсбрук). Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-75-95. Эл. адрес: v-lukov@list.ru

Zavyalova Natalya Alekseyevna, Doctor of Cultural Studies, Associate Professor, Ural State University of Economics. Postal address: 62/45, 8 Marta St. / Narodnai Voli, Yekaterinburg, Russian Federation, 620144. Tel.: +7 (343) 283-11-90. E-mail: n.zavzav@yandex.ru

Lukov Valeriy Andreyevich, Doctor of Philosophy, Professor, Director, Center for Social Design and Thesaurus Concepts, Institute of Fundamental and Applied Research, Moscow University for the Humanities, Honored Scientist of the Russian Federation, Member, International Academy of Sciences (IAS, Innsbruck). Postal address: 5, Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: +7 (499) 374-75-95. E-mail: v-lukov@list.ru