
УДК 316.45; 338.48

ЯДОВА М.А.* ЯКИМОВА Е.В.** РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ : CONSUMER TRIBES IN TOURISM : CONTEMPORARY PERSPECTIVES ON SPECIAL-INTEREST TOURISM / ED. BY Ch. PFORR, R. DOWLING, M. VOLGGER. – NEW YORK : SPRINGER, 2021. – 268 P. [«ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПЛЕМЕНА» (ТРАЙБЫ) В ТУРИЗМЕ : АКТУАЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ТУРИЗМА / ПОД. РЕД. К. ПФОРРА, Р. ДАУЛИНГА, М. ФОЛЬГГЕРА]. DOI: 10.31249/rsoc/2022.01.06

Аннотация. В рецензируемой книге с опорой на идеи М. Маффесоли и концепцию неотрайбализма описываются новые формы современного туризма. Показаны сложность и многообразие туристических сегментов с точки зрения потребительские неотрайбов.

Ключевые слова: массовое потребление; специализированный туризм; неотрайбализм; потребительские трайбы.

YADOVA M.A., YAKIMOVA E.V. Book review : Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – 268 p.

Abstract. Based on the ideas of M. Maffesoli and the concept of neotribalism, the book under review describes new forms of

* Ядова Майя Андреевна – кандидат социологических наук, заведующая отделом социологии и социальной психологии Института научной информации по общественным наукам РАН. E-mail: m.yadova@mail.ru

** Якимова Екатерина Витальевна – кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник отдела социологии и социальной психологии Института научной информации по общественным наукам РАН. E-mail: e.yakimova2011@yandex.ru

contemporary tourism. The complexity and diversity of tourist segments from the point of view of consumer neotribes are shown.

Keywords: mass consumption; special interest tourism; neotribalism, consumer tribes.

Для цитирования: Ядова М.А., Якимова Е.В. [Рецензия] // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. – 2022. – № 1. – С. 76–86. Рец. на кн. : Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – 268 p. DOI: 10.31249/rsoc/2022.01.06

Путешествия стали неотъемлемой частью повседневной жизни современного человека: в XXI в. люди путешествуют больше, чем когда-либо прежде. По данным Всемирной организации туризма (UNWTO), в 2018 г. было совершено 1,5 млрд международных туристических поездок [UNWTO international tourism highlights, 2019, p. 3]. Вполне вписалась в этот глобальный тренд и Россия: она входит в десятку стран – мировых лидеров туризма, хотя и уступает по этому показателю странам вроде Китая, США и Германии [UNWTO international tourism highlights, 2019, p. 15]. Мир современного туризма сложен и многообразен: в последние десятилетия появилось множество новых сегментов туристического рынка, изменились и запросы потребителей туристических услуг. Этим трансформациям посвящена коллективная монография ««Потребительские племена» (трайбы) в туризме: актуальные перспективы специализированного туризма», которая вышла под редакцией австралийских исследователей Кристофа Пфорра (Университет Кёртина, г. Перт), Росса Даулинга (Университет Эдит Коуэн, г. Джундалуп) и Михаэля Фольггера (Университет Кёртина, г. Перт) в крупнейшем академическом издательстве *Springer* в 2021 г. Это международный проект, объединивший коллектив авторов из Австралии, США, Европы, стран Азии и Африки, исследовательские или практические интересы которых связаны с социальными, культурными и иными аспектами туризма.

Книга состоит из трех частей, включающих 17 глав. Как отмечают во вступительном слове научные редакторы монографии, в своей работе они стремились дать информацию о новых «племенах потребителей» в туристической отрасли и обсудить исследовательские подходы и практические примеры на эту тему; кроме то-

го, книга призвана послужить учебно-познавательным пособием для студентов, которые изучают связанные с туризмом дисциплины [Pforr, Dowling, Volgger, 2021, p. VIII].

Часть I (главы 1–3) является вводной и дает представление о концептуальных основах современного туризма как особой социокультурной и познавательной деятельности так называемых потребительских неотрайбов. В этом разделе рассматриваются концепция неотрайбализма и варианты ее современного прочтения (в том числе в контексте актуальных междисциплинарных социальных исследований), а также анализируются специфические потребительские интересы тех или иных групп путешественников.

Первая глава, написанная научными редакторами книги, знакомит читателя с концепцией неотрайбализма [Pforr, Volgger, Dowling, 2021], которая была разработана французским социологом Мишелем Маффесоли в середине 1990-х годов [Maffesoli, 1996] и впоследствии стала широко использоваться в работах по ряду социогуманитарных направлений (в культурологии, социальной антропологии, маркетинге и т.п.) и междисциплинарных исследованиях, посвященных различным сторонам потребительского поведения, туризма и досуга [Cova, Kozinets, Shankar, 2007; Cova, Cova, 2002; Hardy, Robards, 2015; Bennett, 1999; Dawes, 2016]. По мнению Маффесоли, постоянно меняющаяся подвижная социальная реальность общества постмодерна предлагает человеку фрагментарный набор идентичностей, социальностей и отдельных практик взаимодействия. В этих условиях набирает популярность стремление индивидов обособиться, объединившись в локальные группы – новые племена, или неотрайбы (от англ. tribe – племя) – по интересам, территориальному, культурному, политическому и иным принципам. Система отношений, присущих неотрайбам, похожа на принятую в архаичных обществах: эти группы зачастую создаются под влиянием эмоций, для их обитателей характерны нестабильная и ситуативная солидарность, чувство исключительности по сравнению с «иноплеменниками».

Стоит добавить, что предпосылки к изучению феномена неотрайбализма в контексте его связи с процессами, происходящими в постсовременных обществах, были заложены в работах и других ученых. Так, кажется очевидной перекличка с предложенной Жилем Делезом и Феликсом Гваттари в 1970-е годы концепцией но-

мадологии и их исследованиями «племенной психологии» западного общества [Deleuze, Guattari, 1994]. О схожем феномене писал Зигмунт Бауман, считавший стремление наших современников к «локализованной жизни» наперекор процессам глобализации тревожным признаком, свидетельствующим о социальной уязвимости и неблагополучии [Бауман, 2004]. Близко к обсуждаемой теме и бауманское разделение обитателей постсовременного общества потребления на «туристов» и «бродяг»: для первых весь мир – дом, вторые отправляются в «путешествия» под влиянием нужды [там же].

Авторы рецензируемой книги видят в современных потребителях туристических услуг «родоплеменные» черты неотрайбов. Эти группы людей объединены «общей страстью» к какому-либо виду туризма, схожими интересами, поведенческими паттернами и практиками, неформальными связями и даже «географическими маршрутами». Вместе с тем динамичный и подвижный характер неоплемен позволяет индивиду быть включенным в другие туристические и иные сообщества «по интересам». Каждый из существующих ныне туристических сегментов определяется потребительским спросом, который формируется на основе предпочтений представителей тех или иных «племен потребителей».

Другая широко используемая авторами данной работы категория – аббревиатура SIT (от англ. special interest tourism), обозначающая специализированный туризм (или туризм по интересам). Это понятие и связанные с его изучением социальные исследования подробно рассматриваются во второй (авторы – Трейси Фёрт и Бетти Вейлер, Университет Южного Креста, г. Лисмор, Австралия) [Weiler, Firth, 2021] и третьей главах (автор – Энн Харди, Университет Тасмании, г. Хобарт, Австралия) [Hardy, 2021]. По словам Фёрт и Вейлер, термин «туризм по интересам» впервые появился в специальной литературе почти три десятилетия назад и до сих пор широко используется исследователями. За многие годы существования этого понятия направления специализированного туризма сузились: если раньше исследователи говорили о региональном, городском, экологическом, культурном, познавательном и т.п. туризме [Weiler, Hall, 1992], то сегодня принята большая конкретизация, зависящая, например, от выбора путешествующим транспортного средства (в таком случае выделяют авиатуризм,

автотуризм, мототуризм, серфинг-туризм или велосипедный туризм) и пр. [Special interest tourism, 2001]. Интерес ученых к различным формам специализированного туризма способствовал появлению достаточного количества исследований, посвященным социально-демографическим, мировоззренческим и поведенческим особенностям представителей тех или иных неотрайбов путешественников [Hennessey, Macdonald, Maceachern, 2008; Understanding the bird watching ..., 2010].

Часть II (главы 4–16) – основной содержательный раздел книги, в котором анализируются различные виды (кейсы) туризма по интересам в широком культурном и географическом контексте (Австралия и Новая Зеландия, Англия и Шотландия, Исландия, Италия, США, Атлантический и Тихий океаны, Галапагосские острова, Северная и Западная Африка и т.д.). Здесь знакомство с экзотическими кейсами и соответствующими неотрайбами соседствует с описаниями традиционных видов туризма – с обязательным акцентом на новых тенденциях их развития как практик социокультурного потребления XXI столетия.

Показательно, что большая часть материалов этого раздела посвящена новейшим видам туризма (преимущественно популярным в западном обществе), с которыми мало знаком российский читатель. Например, в главе 4 Алан Диллетт (Университет штата Калифорния в Сан-Диего, США) рассказывает о *туризме темнокожих путешественников* [Dillette, 2021]. По словам автора этой главы, проблемы расовой сегрегации в США послужили предпосылкой для формирования современного неотрайба путешественников-афроамериканцев, стремящихся посетить Черный континент. В других главах рассматриваются «парады гордости» ЛГБТ и квир-сообществ (глава 6, авторы – Оскар Воробьевас-Пинта, Университет Эдит Коуэн, г. Джундалуп, Австралия) и Клиффорд Льюис (Университет Чарльза Стёрта, г. Батерст, Австралия) [Vorobjovas-Pinta, Lewis, 2021]), *танатотуризм*, или *туризм скорби*, ориентированный на посещение мест массовой гибели людей вследствие катастроф или войн, а также знаменитых тюрем и концентрационных лагерей (глава 7, авторы – Хью Серафин, Винчестерский университет, Великобритания, и Максимилиано Корстанье, Университет Палермо, г. Буэнос-Айрес, Аргентина) [Seraphin, Korstanje, 2021]); движения «кэмперов свободы» (глава 10, автор –

Родни Калдикотт, Университет Южного Креста, г. Лисмор, Австралия) [Caldicott, 2021]) и «седых кочевников» (глава 11, авторы – Филип Пирс и др., Университет Джеймса Кука, г. Таунсвилл, Австралия), путешественников старшего возраста, выбравших для себя «жизнь на колесах» – в автодомах и трейлерах – как награду за многие годы труда [Enjoying sunset ..., 2021].

К ставшим уже традиционными видами туризма, которые также рассматриваются в книге, можно отнести вело- (глава 12, авторы – Михаэль Фольггер, Университет Кёртина, г. Перт, Австралия, и Мануэль Деметц, Центр «Decycling», г. Больцано, Италия) [Volgger, Demetz, 2021]) и мототуризм (глава 13, автор – Диана Сайкс из Университета Пёрдью, г. Уэст-Лафейетт, США) [Sykes, 2021]); кинотуризм (глава 5, авторы – Глен Крой (Университет Монаша, г. Мельбурн, Австралия) и др. [Croy, Reichenberger, Benjamin, 2021]); геотуризм (геологический и географический туризм, глава 9, авторы – Росс Даулинг, Университет Эдит Коуэн, г. Джундалуп, Австралия, и др.) [Dowling, Allan, Grünert, 2021]); водный туризм со спортивным уклоном (глава 14, авторы – Анна Скуттари из научно-исследовательского центра «Eurac Research», г. Больцано, Италия, и др. [Scuttari, Isetti, Corradini, 2021]), а также отчасти практики наблюдения за птицами (глава 8, авторы – Рошель Стивен, Университет Западной Австралии, г. Перт, Австралия, и др. [Steven, Rakotopare, Newsome, 2021]) и яхтенный туризм (глава 16, автор – Джим Макбет, Университет Мёрдока, г. Перт, Австралия) [Macbeth, 2021]). Причем особое внимание уделяется тому, как эти, казалось бы, «обычные» туристические кейсы принимают обновленные формы социально-познавательной и социокультурной консьюмеристской деятельности. *Авиатуризм* «вырос» из досуговой практики наблюдения за птицами; *кинотуризм* «родился» из фан-движений, связанных с тем или иным фильмом или сериалом; *велотуризм* из-за высокой стоимости новейших моделей велосипедов трансформировался из народного в элитарный тип досуга.

То, как отражаются в данной монографии современный туризм и его виды, представляет значительный интерес для социологов, прежде всего в части концептуального осмысления повседневных практик и механизмов формирования социальных общностей в эпоху Postmodernity. Многие исследователи подробно

останавливаются на принципах неотрайбализма и иллюстрируют особенности неоплемен, отмеченные в работе Маффесоли, теми или иными характеристиками туристических сообществ наших дней. С этой точки зрения понятие неотрайба служит эффективным инструментом для изучения современного туризма: например, в главе 6 специфика «парадов гордости» секс-меньшинств рассматривается как конкретное воплощение типичных особенностей неотрайба (подвижность, общность исповедуемых ценностей, подтверждение личностной идентичности путем участия в деятельности сообщества наряду с ярко выраженным индивидуализмом и т.п.) [Vorobjovas-Pinta, Lewis, 2021].

В ряде исследований термины «неотрайбализм» и «неотрайб» дополняются другими социологическими и социопсихологическими понятиями. Так, в главе 7 анализ *танатотуризма* ведется с привлечением концепции социального капитала. Для характеристики содержательных аспектов *туризма скорби* понятие «неотрайб» используется как зонтичное, в контексте осмысления которого рассматриваются другие научные категории: социальные связи и взаимодействия, доверие, коммуникация, социальная и групповая идентичность, солидарность и пр. [Seraphin, Korstanje, 2021].

Вполне логичным выглядит использование в главе 11, которая посвящена «*седым кочевникам*», концепции успешного старения и идей позитивной психологии: в данном случае туристическая деятельность пожилых австралийцев рассматривается не только как вариант досуга, но и как образ / стиль жизни и модель успешной жизненной траектории [Enjoying sunset ..., 2021].

Автор главы 16, австралийский исследователь и яхтсмен с многолетним стажем Джим Макбет, для описания яхтенного и круизного туризма выбрал метод автоэтнографии, позволивший ему одновременно рассказать о событии и подвергнуть рефлексии описанное и пережитое [Macbeth, 2021]. Метод автоэтнографии также был применен в исследовании австралийца Роберта Холта (Университет Западной Австралии, г. Перт) (глава 15), посвященном специфическим особенностям серфинга в Западной Австралии [Holt, 2021].

Если говорить о классических социологических методах, то они нередко использовались авторами книги. Так, в главе о кино-

туризме представлены результаты интервью с поклонниками фильмов о Гарри Поттере и сериала «Девочки Гилмор». Исследование *туризма скорби* проиллюстрировано описанием практик вуду в Западной Африке и паломничества к месту событий 9/11 на Манхэттене: материал для этого был собран путем проведения индивидуальных полужформализованных интервью. Результаты интервью и включенного наблюдения также составили эмпирическую базу исследований специфики туризма секс-меньшинств, а также различных видов геотуризма.

В части III (глава 17) – заключительной – научные редакторы книги, М. Фольггер, К. Пфорт и Р. Даулинг, подводят итоги проделанной коллективом авторов работы [Dowling, Pfort, Volgger, 2021]. В целом важно подчеркнуть разнообразие выбранных авторами монографии тем, исследовательских методов и научных подходов применительно к изучению такого специфического современного консьюмеристского направления, как туризм по интересам.

Несомненными достоинствами настоящей работы являются фиксация максимально широкого спектра туристических сегментов с точки зрения «племен потребителей» и выделение поведенческих паттернов представителей этих неотрайбов, хотя, вероятно, в скором времени понадобится переосмысление уже существующих направлений специализированного туризма. Например, в условиях пандемии COVID-19 становится популярным вакцинационный туризм, который с уверенностью можно отнести к подвиду туризма по интересам. Кроме того, постковидные изменения, связанные с миграционными ограничениями и цифровизацией повседневной жизни, вынуждают туристов «переключаться» с реального на виртуальное пространство: членам современных неотрайбов для удовлетворения познавательных и коммуникативных потребностей зачастую достаточно пересечься в одной точке виртуальной реальности (впрочем, заметим, что о развитии виртуального туризма исследователи говорили и до пандемии [Байков, 2014; Шамликашвили, 2014]). Имеются основания предположить, что мировой туризм в XXI в. во многом будет развиваться за счет сложных, взаимосвязанных и одновременно сильно дифференцированных виртуальных структур. Помимо этого в связи с карантинными ограничениями импульс для развития получил самостоя-

тельный (или самодеятельный) туризм, ориентированный на эксклюзивное посещение отделенных и экзотических уголков нашей планеты. На наш взгляд, значительный эмпирический и теоретический материал, представленный в рецензируемой книге, также может быть полезен в социальном прогнозировании, поскольку дает вдумчивому читателю не только пищу для размышлений, но и возможность «проиграть» те или иные сценарии потенциального будущего туристической отрасли.

Список литературы

- Байков Е.А. Инновационные аспекты развития культурно-познавательного туризма в современных условиях // Петербургский экономический журнал. – 2014. – № 2. – С. 58–65.
- Бауман З. Глобализация : последствия для человека и общества : пер. с англ. – Москва : Весь мир, 2004. – 185 с.
- Шамликашвили В.А. Виртуальный туризм как новый вид туризма // Креативная экономика. – 2014. – Т. 8, № 10. – С. 128–138.
- Bennett A. Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste // Sociology. – 1999. – Vol. 33, N 3. – P. 599–617.
- Caldicott R.W. Freedom campers : a new neo-crowd (-tribe) breaking tradition with planning boundaries // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 137–160.
- Cova B., Cova V. Tribal marketing : the tribalisation of society and its impact on the conduct of marketing // European j. of marketing. – 2002. – Vol. 36, N 5/6. – P. 595–620.
- Cova B., Kozinets R.V., Shankar A. Consumer tribes. – Abington : Routledge, 2007. – 360 p.
- Croy W.G., Reichenberger I., Benjamin S. Film tourist tribes // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 53–68.
- Dawes S. Introduction to Michel Maffesoli's *From society to tribal communities* // Sociological rev. – 2016. – Vol. 64, N 4. – P. 734–738.
- Deleuze G., Guattari F. Nomadology : the war machine. – New York : Semiotext (e), 1994. – 147 p.
- Dillette A.K. Black travel tribes : an exploration of race and travel in America // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 39–52.
- Dowling R., Allan M., Grünert N. Geological tourist tribes // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 119–136.

Enjoying sunset : successful ageing and the Grey Nomad community / Pearce Ph.L., Oktadiana H., Pearce J.R., Chen T. // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 161–176.

Hardy A. Cross-disciplinary applications and conceptualizations of theory of neo-tribes : an investigation // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 27–38.

Hardy A., Robards B. The ties that bind : exploring the relevance of neo-tribal theory to tourism // Tourism analysis. – 2015. – Vol. 20, N 4. – P. 443–454.

Hennessey S.M., Macdonald R., Maceachern M. A framework for understanding golfing visitors to a destination // J. of sport & tourism. – 2008. – Vol. 13, N 1. – P. 5–35.

Holt R.A. Searching the seven seas : investigating Western Australia's cape naturaliste surfing tribe as a surf-tourism paradigm // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 219–240.

Macbeth J. Offshore sailing: subcultures and neotribes // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 241–260.

Maffesoli M. The time of the tribes : the decline of individualism in mass society. – London : SAGE, 1996. – 176 p.

Pforr Ch., Dowling R., Volgger M. Preface // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. VII–VIII.

Pforr Ch., Volgger M., Dowling R. Consumer tribes : a tourism perspective on shared experiences, emotions, and the passion for a specific interest // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 3–10.

Scuttari A., Isetti G., Corradini Ph. Water-sport tribes in multi-sport destinations : the case of the Lake Garda, Italy // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 203–218.

Seraphin H., Korstanje M.E. Dark tourism tribes : social capital as a variable // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 83–100.

Special interest tourism : contexts and cases / ed. by N. Douglas, N. Douglas, R. Derrett. – Brisbane : Wiley, 2001. – 475 p.

Steven R., Rakotopare N., Newsome D. Avitourism tribes : as diverse as the birds they watch // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 101–118.

Sykes D. Cruising and clanning: the motorcycle tourism tribal experience // Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 189–202.

Understanding the bird watching tourism market in Queensland, Australia / Kim A.V., Keuning J., Robertson J., Kleindorfer S. // *Anatolia*. – 2010. – Vol. 21, N 2. – P. 227–247.

UNWTO international tourism highlights : 2019 edition. – Madrid : UNWTO, 2019. – 23 p.

Volgger M., Demetz M. The cycling tourism tribe // *Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism* / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 177–188.

Volgger M., Pforr Ch., Dowling R. Tribes in tourism : a socio-cultural perspective on special interest tourism consumption // *Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism* / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 261–268.

Vorobjovas-Pinta O., Lewis C. The coalescence of the LGBTQI+ neo-tribes during the pride events // *Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism* / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 69–82.

Weiler B., Firth T. Special interest travel : reflections, rejections and reassertions // *Consumer tribes in tourism : contemporary perspectives on special-interest tourism* / ed. by Ch. Pforr, R. Dowling, M. Volgger. – New York : Springer, 2021. – P. 11–26.

Weiler B., Hall C.M. Special interest tourism. – London : Belhaven press, 1992. – 214 p.