

УДК 008:316.728

*Безугла Руслана Іванівна,
канд. мистецтвознавства, доцент кафедри сучасної хореографії,
Київського національного університету культури і мистецтв*

ДЕМОНСТРАТИВНЕ НЕРОБСТВО ЯК ВАЖЛИВИЙ АТРИБУТ ГЛАМУРУ

Стаття присвячена дослідженню гламуру та його складових. Значна увага приділяється демонстративному неробству як одному з найбільш важливих атрибутів гламурного способу життя.

Ключові слова: гламур, неробство, демонстративність, візуальність, спосіб життя.

Статья посвящена исследованию гламура и его составляющих. Значительное внимание уделяется демонстративной праздности как одному из наиболее важных атрибутов гламурного стиля жизни.

Ключевые слова: гламур, праздность, демонстративность, визуальность, стиль жизни.

The article investigates the glamor and its components. Considerable attention is given to conspicuous leisure as one of the most important attributes of a glamorous lifestyle.

Key words: glamor, leisure, demonstrative, visually, lifestyle.

Рубіж ХХ–ХХІ століть характеризується важливими суспільно-політичними, соціально-економічними та соціокультурними перетвореннями, перспективи і можливі наслідки яких, поки що складно повністю усвідомити та оцінити. Глобалізаційні процеси призвели до появи нових (як позитивних, так і негативних) явищ в українській культурі. У такій соціокультурній ситуації збільшилося значення культурології як науки, що вивчає культуру як цілісність і складний феномен (у сукупності всіх його характеристик (ціннісно-сміслових, нормативно-регулятивних, знаково-комунікативних тощо)).

Перебудова державної структури України, яка відбулася наприкінці ХХ століття, призвела до зламу «звичної» та «природної» інфраструктури культурного життя та часткової зміни ціннісних орієнтацій у суспільстві. Однією із головних цінностей нової системи став прибуток, а в сфері культури розпочалося безконтрольне, самостійне впровадження ринкових відносин і пов'язана з цим комерціалізація. Процеси комодифікації призвели до появи нових явищ в українській культурі, а в сучасній системі ціннісних орієнтацій сформувалася тенденція посилення впливу так званого феномену «гламур», для якого характерний досить широкий простір комунікації. Для культурологів тема гламуру актуальна тим, що виявлення закономірностей зародження, функціонування та зміни культурних явищ і патернів (як нових, так і асимільованих, а в контексті нашого дослідження – гламуру) полегшить розуміння процесів, які відбуваються в сучасній українській культурі, що сприятиме соціальному і культурному розвитку нашої країни.

Гламур як явище сучасної культури є досить динамічним, мінливим, нестійким, дещо агресивним тощо, і, у зв'язку з цим, кожен дослідник цього феномену розуміє і тлумачить його, виходячи із власної суб'єктивної позиції: гламур – це пуста беззмістовна естетична форма (А. Власов і А. Секацький та ін.); що в гламурі втілений споживацький гедонізм, який притаманний занепаду цивілізації, коли відсутність фізичної і духовної праці стає нормою і цінністю сучасного суспільства (Б. Бондарь, Я. Бражнікова, Є. Єрмолін, К. Пчолкіна, А. Частицина та ін.); гламур – це змова великих корпорацій проти людини, адже цими корпораціями насаджуються ідеї вічної молодості, багатства, краси тощо (А. Смірнова, Т. Толстая); гламур – це глянець (А. Барінова, В. Зверева, І. Левотіна, Є. Полякова та інші); концепція «глем-капіталізму» (Д. Іванов, О. Русакова та ін.); феномен постіндустріального суспільства (Д. Руднева); естетичний феномен (К. Точілов); форма демонстративного споживання (Л. Ростовцева, Ю. Цицерман); гламур – «малозмістовне прагнення до «красивого життя», зовнішнього «шику» та «блиску», що набуло поширення на поч. ХХІ ст. на хвилі становлення субкультури «нових багатих» у країнах Центральної та Східної Європи» [2, с. 61] (С. Безклубенко) тощо. Незважаючи на те, що гламурна проблематика розглядалася з різних наукових позицій і точок зору (інколи навіть кардинально протилежних), можна констатувати, що нині в культурологічній літературі відсутня єдина точка зору не тільки відносно сутності та історичних передумов виникнення, але і тієї ролі, яку гламур відіграє в сучасному суспільстві. Хронологія зародження та побутування гламуру як соціокультурного явища в історії світової культури взагалі, та української культури, зокрема, висвітлена досить мало. Також, додаткового дослідження потребують і основні характерні якості гламуру (розкіш, образ життя (в тому числі і демонстративне неробство та демонстративне споживання), манера поведінки, одяг тощо) та їх трансформації в українському суспільстві. Метою статті є дослідження демонстративного неробства як однієї із характерних особливостей гламурного способу життя.

Суспільна думка досить жорстко піддає критиці не тільки гламур окремих індивідів, але і цілих соціальних страт, суспільних інститутів та груп. Найбільш яскраво ця тенденція простежується у звичній антипатії до представників «гламурних тусовок», а також у відкрито вираженій цікавості до будь-якої візуальної демонстрації «красивого (гламурного) життя» в соціальному просторі. За допомогою гламуру (засобами масових комунікацій) створюється візуальна ілюзія щасливого життя в якому відсутня будь-яка виробнича праця та яке наповнене розвагами і святами. Демонстративне неробство як соціальне явище є досить неоднозначним. У зв'язку із досить широким тлумаченням у сучасній науці термінів «неробство» та «демонстративність», ми повинні уточнити межі використання цих дефініцій у контексті поняття «демонстративне неробство».

Поняття «неробство» тлумачиться як незайнятість працею, діяльністю; ледарство, гультайство; байдикування, безробіття; безділля, безробіття тощо. Досить часто термін «неробство» пов'язують із лінощами, недбалістю та недбальством і, як результат, повний застій у духовному житті та необхідних повсякденних справах. Вільний час (вільний від виробничої діяльності тощо) тлумачать як дозвілля. Важливо зазначити, що ми, незважаючи на певну спорідненість таких явищ як дозвілля і неробство/ бездіяльність (адже, в першу чергу, це час, який є вільним від виробничої та продуктивної

праці), розрізняємо ці феномени, а однією із основних відмінностей стає мотивація. Нині вже можна вести мову про наявність у гуманітарних науках досить усталеної класифікації дозвілля. Сучасні науковці виділяють декілька рівнів цього соціального явища: 1) пасивне дозвілля (один із найпростіших рівнів, не висуваються перспективні завдання, мета – звільнитися від виробничої перевтоми, побути у спокої, психологічно розслабитися) є однією із складових повсякденного життя людини; 2) розважальне дозвілля (різноманітні прогулянки, мандри, видовищні шоу, відвідування театрів, ігри, рекреаційні заходи та інше, метою є розвага, емоційна та психологічна розрядка тощо) вимагає від людини певної підготовки, вольових зусиль, застосування інтелектуальних, фізичних і психічних сил; 3) пізнавальне дозвілля (один із активних видів дозвілля, мета – формування світогляду людини, розвитку інтелектуальних і духових якостей, сприяє розширенню соціальних зв'язків і творчих уподобань; 4) творче дозвілля характеризується духовною насиченістю, соціальною активністю, сприяє культурному збагаченню, створенню нових духовних цінностей [1; 5; 8].

Демонстративність (в тому числі й візуальна демонстративність) пов'язана із природою людини як біосоціальної істоти, соціальна наповненість якої частково орієнтована на створення, забезпечення та сприйняття візуальних ефектів та емоцій. У цьому контексті, демонстративність ми тлумачимо як нарочитість, умисність, акцентованість і підкресленість. Демонстративність – досить складна та багатопланова характеристика. Це і прагнення до «показухи» і отримання задоволення від привернення уваги до своєї особистості (інколи, це і тенденція до істероїдних реакцій). Психологи вказують, що демонстративна поведінка – аж ніяк не соціальна потреба, її витоки можна знайти і в тваринному світі (демонстративне забарвлення чи демонстративна поведінка, яка більше притаманна самцям та необхідна для зайняття лідерських позицій, а також для продовження роду тільки найміцнішими і активними особинами) [6]. Зазвичай, люди які схильні до демонстративності досить добре адаптуються в нових соціумах, проте можуть часто змінювати свої «ролі», «образ», завдання в соціумі та по різному сприймати оцінки інших людей. Усім демонстрантам властивий егоцентризм (тенденція розглядати все через призму власної особистості, власної значущості).

Зрозуміло, що демонстративне неробство буває досить часто пов'язане із дозвіллям, проте тільки з тими його різновидами, які можна візуально виставити напоказ, продемонструвати. Наприклад, розважальне дозвілля дозволяє візуально продемонструвати власні статки, соціальний статус, доглянуту зовнішність тощо («себе показати») і порівняти власні здобутки та переваги з досягненнями людей, які належать до «бажаної» соціальної групи («людей подивитися»). Такий вид дозвілля безпосередньо залежить від фінансової спроможності людини (який курорт обрати для відпочинку, яку екзотичну країну відвідати, якому заходу віддати перевагу), тобто людина обирає собі «розвагу» виходячи із своїх матеріальних статків. Розважальне дозвілля дозволяє людині візуально продемонструвати оточуючим власні переваги та досягнення (насамперед, матеріальні).

Для осмислення і розуміння такого соціального явища як демонстративне неробство важливою стала робота Торстейна Веблена (Veblen, 1857–1929) – «Теорія праздного класу» (The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions,

1899). У своїй праці Веблен репрезентує новий категоріальний і методологічний апарат, який дозволяє по-новому поглянути на економічні та суспільні явища. Унікальність підходу Веблена, особливо в контексті нашого дослідження, полягає в тому, що автор одним із перших спробував поєднати в єдине ціле такі, на перший погляд, несумісні явища, як людські інстинкти, владу, економічні чинники (багатство, володіння власністю, розкіш, грошовий рівень життя), спосіб життя (демонстративне неробство, демонстративне споживання), правила поведінки, зовнішній вигляд тощо.

Веблен звернув увагу на те, що кожне з вищеперерахованих явищ набуває особливого соціального та індивідуального значення тільки після їх візуальної демонстрації. Автор відмічає, що «недостатньо тільки володіти багатством або владою. Багатство або владу потрібно зробити очевидними, адже повага виявляється тільки після представлення доказів. І свідчення багатства не тільки слугує тому, щоб навіювати іншим уявлення про свою важливість та постійно підтримувати відчуття своєї значущості в інших людях, – воно також корисне у створенні та оберіганні своєї самовдоволеності» [3, с. 84].

Веблен ввів у науковий обіг термін «демонстративна прайдність» («conspicuous leisure») та проаналізував феномен «прайдності», його генезу, продемонстрував як формуються основні правила та навички «прайдності».

У цьому контексті важливо зазначити, що ми використовуємо термін «прайдність» свідомо. Можна навіть говорити про наявність певної мовної лакуни, оскільки переклад на українську мову – неробство, бездіяльність, ледарство, не повністю відповідає смислового наповненню англійського словосполучення «conspicuousleisure» (у т. ч. і російського терміну «прайдность») і тому смислового наповненню, яке вкладає в зазначену дефініцію Т. Веблен. Термін «прайдний» не означає «ні лінощі або нерухомість. Він означає непродуктивне споживання часу. Час споживається непродуктивно, поперше, внаслідок уявлення про негідність продуктивної роботи і, по-друге, як свідчення можливості в грошовому відношенні дозволити собі життя в неробстві» [3, с. 89]. Такий підхід до розгляду цієї дефініції дозволяє нам досліджувати «прайдність» як особливий соціокультурний феномен і спосіб структурування повсякденності, який безпосередньо пов'язаний із візуальною демонстративністю як основною ознакою гламуру.

Нагадаємо, що ми розглядаємо дозвілля та «прайдність» (незважаючи на значну кількість споріднених ознак) як різні явища. На нашу думку, поняття «прайдність» є більш широким, ніж поняття «дозвілля», яке (в тому числі і розважальне) є тільки однією зі складових «прайдності», зокрема, та візуальної демонстративності, взагалі. Адже, дозвілля, як час вільний від праці, не виключає останньої та може з нею чергуватися. «Прайдність» і праця (особливо виробнича) – несумісні. Дозвілля не завжди «вимагає» значних фінансових витрат (наприклад, пасивне дозвілля), «прайдність» неможлива без матеріального добробуту. Проте, основною відмінністю між «прайдністю» та дозвіллям є їх різна мотивація. Для «прайдності», а особливо для демонстративної «прайдності» основною метою стає візуальна демонстрація певного образу життя. Існує значна смислова відмінність категорії «прайдності» від категорії дозвілля.

«Праздність» – це діяльність (а не бездіяльність і лінощі), але діяльність особливого виду – діяльність по відтворенню самого себе та направлена на задоволення власних бажань. Демонстративну «праздність» можна класифікувати не тільки як образ життя, а як певну життєву філософію.

На думку Веблена, прагнення до демонстративної «праздності» породжує і кодекс пристойності, і правила поведінки, які і стають візуальною демонстрацією належності до певних соціальних прошарків. У той же час, Веблен пов'язує виникнення явища демонстративної «праздності» із соціальним прошарком, який він класифікував, як «праздний» (бездіяльний) клас.

Веблен відмічає, що інститут «праздного» класу існує тривалий історичний період, він («праздний» клас) почав з'являтися поступово, ще в часи переходу від первісного дикунства до варварства, чи, точніше, в часи переходу від миролюбного до послідовно войовничого укладу життя. «У процесі еволюції культури виникнення «праздного» класу співпадає із зародженням власності. Це неодмінно так, адже ці два інститути є результатом дії одних і тих же економічних сил. На етапі зародження це всього тільки різні аспекти одних і тих же загальних фактів про будову суспільства» [3, с. 73].

Серед базових атрибутів «праздного» класу Веблен виділяє три основних, які зайняли головне місце в системі цінностей цього соціального прошарку та стали почесними, а саме: володіння власністю, «праздність» і марнотратне споживання (до речі, всі вищезазначені атрибути є основними засобами гламуру, що підтверджує нашу гіпотезу про існування гламуру в різні історичні періоди). Ці атрибути притаманні тільки представникам «праздного класу», інші члени суспільства повинні були працювати та обмежувати своє споживання.

Зупинимося більш детально на виокремлених атрибутах, оскільки останні є притаманними і досліджуваному нами явищу – гламуру.

Володіння власністю: «Де б не виявлявся інститут приватної власності, навіть у слаборозвиненій формі, там процес економічного розвитку носив характер боротьби за володіння майном. В економічній теорії, особливо серед тих економістів, які прихильні сучасним доктринам класичного тлумачення, увійшло у звичай розуміти цю боротьбу за багатство як, по суті справи, боротьбу за існування» [3, с. 74–75]. Ми можемо класифікувати цей «атрибут» як грошове суперництво, в основі якого лежить «гламурна заздрість» (актуальною стає проблема «свідомості, що порівнює»), зіставлення себе зі своїми суперниками. Таке порівняння, з одного боку призводить до конформізму та наслідування, а з іншого – породжує прагнення вирватися вперед, обігнати інших, зробити своє багатство чи владу очевидними. У цьому контексті ми можемо говорити про активізацію такої «гламурної пристрасті» як владолюбство. Ця пристрасть є несправедливою сама по собі, і її прояв викликає несприйняття та заперечення. «Владолюбство починається, проте, з побоювання, як би не опинитися під владою інших, і прагне до того, щоб завчасно домогтися влади над іншими; а це ж сумнівний і несправедливий засіб використовувати інших людей для своїх цілей, бо воно, з одного боку, викликає опір і [тому] нерозсудливе, а з іншого – суперечить заснованій на законі свободі, на яку кожен має право, і тому несправедливе» [4, с. 359].

Володіння великою власністю, не тільки в часи написання цієї роботи Вебленом, але і в сучасний період, означає більш високий престиж, більш високий статус в

суспільстві, тому представники класу власників прагнули та прагнуть демонструвати своє багатство за допомогою «праздного» образу життя та демонстративного споживання. Веблен досить влучно охарактеризував систему цінностей буржуазного суспільства: «Основа, та на якій в кінцевому рахунку покоїться хороша репутація ... грошова сила. І засобами демонстрації грошової сили, а тим самим і засобами придбання чи збереження доброго імені є праздність і демонстративне матеріальне споживання» [3, с. 120].

Для того, щоб демонструвати «праздність», необхідно було розробити систему візуальної демонстрації – манеру поведінки, жести, створити правила етикету, визначити сферу та види дозволених занять, дозволені місця проведення дозвілля тощо.

На думку Веблена, кодекс пристойності є вираженням суспільного положення, а найвищий прошарок надає правилам пристойності те кінцеве формулювання та той вигляд, в якому вони слугують законом поведінки для більш низьких прошарків. Сам кодекс поведінки безпосередньо пов'язаний з тим положенням, яке займає людина в суспільстві, а для представників «праздного» класу їх суспільне положення є несумісним з будь-якою грубою виробничою роботою. Веблен зазначав, що сфера занять представників «праздного» класу суворо обмежена і досить чітко визначив види діяльності, які вони можуть собі дозволити: «...на більш високих ступенях розвитку суспільства це – урядова, військова, релігійна служба, спорт і розваги. Ці чотири напрями визначають образ життя вищих прошарків, а для найвищого рангу – вождів та королів – вони є єдиними видами діяльності, які допускаються звичаєм або здоровим смислом членів суспільства» [3, с. 58].

Також автор проводить паралель між «праздністю» та наявністю гарних манер: «...підстави гарних манер потрібно шукати в почесному характері того праздного чи невиробничого споживання часу та сил, без якого не обходиться їх придбання. Знання гарних манер і навичок приходять у результаті тривалої практики. Витончений смак, вишукані манери та стиль життя є придатними доказами благородного походження, оскільки гарне виховання вимагає часу, сил та витрат і, відповідно, виходить за межі можливостей тих, чий сили та час поглинуті роботою.<...>. У кінцевому рахунку значення гарних манер полягає в тому факті, що володіння ними – свого роду розписка в праздному образі життя [3, с. 93–94].

Тут ми можемо провести деяку паралель між гарними манерами та потлачем. Певною мірою, гарні манери можна класифікувати як потлач, як демонстративну візуальну трату. Адже, саме гарні манери дозволяють «створити обличчя», створити бажаний образ, і це «обличчя» часто значить більше, ніж витрачений час та кошти. Як і потлач, гарні манери є не тільки специфічним проявом марнославства та марнотратства, але і виступають як особливо значуща форма розкоші. На перший план виходить одна із особливостей, яка стала характерною для сучасного гламуру – це домінування форми вираження, а не змісту. Адже, гарні манери дозволяють приховати власне «Я», «створити» та «підігнати» це «Я» під основні вимоги тієї соціальної страти, до якої хоче належати дана особистість. Тобто, весь образ життя вищих прошарків підкорений постійній демонстрації «праздності», причому ця демонстрація стає навіть обтяжливою.

Веблен відмічав, що стиль життя «праздного» класу взагалі, і «демонстративна праздність» зокрема, стає життєвою установкою не тільки «праздного» класу. Адже

законодавцям «грошового рівня життя» суспільства прагнуть наслідувати середні верстви та різні групи населення. Автор, крім «праздності», помітив ще одну характерну особливість, що притаманна представникам панівного класу – це надмірні розміри споживання, що не обумовлені людськими потребами. Для характеристики цього виду споживання він водить термін «демонстративне споживання» («conspicuous consumption»): «споживання починає брати верх над праздністю в якості звичного засобу демонстрації благопристойності. <...>. Засоби комунікації та рухливість населення являють індивіда на огляд багатьох людей, які не мають ніяких інших можливостей судити про його поважність, крім тих матеріальних цінностей (і, ймовірно, виховання), які він, знаходячись під безпосереднім наглядом, спроможний виставити напоказ» [3, с. 121–122]. Він стверджує, що витрати на демонстративне споживання стають більш важливими ніж витрати на необхідне.

Незважаючи на те, що всі вищезазначені риси «праздного класу» були описані Т. Вебленом наприкінці ХІХ ст., вражає наскільки точно автор зумів окреслити проблеми сучасності взагалі та гламуру, зокрема. Оскільки всі три вищевикремлені атрибути (володіння власністю, «праздність» і марнотратне споживання) притаманні не тільки певним соціальним стратам, але є основними засобами візуальної демонстративності.

Певні «соціальні страти», які існують в українському суспільстві, ми можемо класифікувати як сучасний «праздний клас» (їх часто називають celebrities, олігархами, «мажорами» (діти забезпечених батьків), світськими левами або левицями тощо). Ці страти не займаються безпосередньою продуктивною діяльністю. Основним джерелом їх прибутків стають перепродажі та перекупування належної їм власності (проте, тут важливо відмітити, що свої фінансові операції вони здійснюють за допомогою найбільш довірених осіб або топ-менеджерів). Можна стверджувати, що повсякденний образ життя «праздного класу» (мова йде про побутову психологію, манеру поведінки, інтереси тощо) практично не змінився та відповідає основним аспектам, які були описані Торстейном Вебленом. Канони смаку та ідеали краси, вибір предметів споживання (одяг та аксесуари модних брендів, автомобілі, замські будинки, яхти, футбольні команди тощо) зумовлені їх високими фінансовими ресурсами, які впливають і на форми побутової поведінки (демонстративний тип споживання, певні «культурні» практики – різноманітні «тусовки», заходи тощо). У цьому контексті важливо зазначити і наступну тенденцію, яка стала характерною для сучасного «праздного класу» – відверта демонстрація протиставлення себе суспільству (самоізоляція або, точніше сказати, відокремлення, коли приватне життя таких осіб ніби повністю виставлене на загальний огляд і демонструється широкому загалу, але в той же час воно (приватне життя) абсолютно ізольоване, події та спілкування відбувається лише у «вузькому світі» собі подібних). Така відособленість досягається за рахунок створення відповідної інфраструктури: «закриті» райони (що огорожені високими парканами та знаходяться під пильним наглядом охорони), наявність певної «атрибутики» (будинки, басейни, спортивні зали, коштовні автомобілі тощо), численні робітники (прислуга, яка виконує різноманітну роботу) тощо. Своїх дітей, представники цієї страти, також «поміщають» у закриті приватні школи або відправляють на навчання до інших країн (Америку, Західної Європи). Усе вищезазначене виключає будь-який контакт зі «звичайними» людьми. Така

відособленість, з одного боку, дозволяє «праздному класу» відчувати свою винятковість, з іншого приховувати власну сутність.

Ми розглянули тільки деякі із результатів осмислення демонстративної «праздності» та відповідних практик. Повне освітлення аспектів розвитку феномену «праздності» вимагає спеціальних досліджень, що не є нашим завданням. Розглянувши окремі концепції «праздності», які були сформовані в руслі різноманітних традицій, ми зупинили свою увагу тільки на тих аспектах, які безпосередньо пов'язані із візуальною демонстративністю як основною ознакою гламуру.

Можна констатувати, що «праздність» взагалі та демонстративна «праздність», зокрема, від початку є однією із соціальних практик елітизації особистості, у процесі якої відбувається засвоєння або перетворення особливого виду досвіду – «праздного» або елітарного. Такі процеси призводять до трансформації людської особистості, вибором нею особливих життєвих стратегій, формує світосприйняття та її власне позиціонування в суспільстві.

Література:

1. Бевзенко Л. Д. *Смысл жизненного успеха: социально-культурологический контекст* / Л. Д. Бевзенко // *Социология: теория, методы, маркетинг.* – 2000. – № 1. – С. 34–51.
2. Безклубенко С. Д. *Мистецтво: терміни та поняття: Енциклопедичне видання: у 2 т. : Том (А-Л)* / Сергій Безклубенко. – Київ : Інститут культурології АМУ, 2008. – 240 с.
3. Веблен Т. *Теория праздного класса* / Торстейн Веблен ; пер. с англ., вступ. ст. и примеч. С. Г. Сорокиной; общ. ред. В. В. Мотылева. – [3-е изд.]. – Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 368 с.
4. Кант И. *Антропология с прагматической точки зрения* / Иммануил Кант [текст] – Санкт-Петербург : «Наука», 1999. – 471 с. – (Серия «Слово о сущем»).
5. Кірсанов В. В. *Теоретико-методологічні та методичні засади педагогічної діагностики організації дозвілля : монографія* / В. В. Кірсанов. – Київ : Альтерпрес, 2006. – 352 с.
6. Посыпанова О. С. *Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей* / О. С. Посыпанова. – Калуга : Изд-во КГУ им. К. Э. Циолковского, 2012. – 296 с.
7. Толстая Т. *Я планов ваших люблю гламурье* [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://scripts.online.ru/misc/news/98/09/10_229.htm. – Назва з екрана.
8. *Феномен досуга в античном мире* / Санкт-Петербургский государственный университет, исторический факультет; коллективная монография ; под ред. проф. Э. Д. Фролова. – Санкт-Петербург : ИЦ «Гуманитарная Академия», 2013. – 464с. – (Серия «Studia classica»).