

Научная статья
УДК 008.1:316.7

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ КАК КУЛЬТУРНЫЙ МЕТОД: ФИЛОСОФСКО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНСТРУИРОВАНИЯ НОРМ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «ПЕРВЕНЕЦ»)

Алина Николаевна Сыркина

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия
SPIN: 1559-1323, ORCID: 0000-0002-5118-7640, a.syrkina@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена философско-культурологическому анализу дизайн-мышления (human-centered design) как методологии, выходящей за рамки проектирования продуктов и услуг и становящейся инструментом культурного конструирования. Актуальность исследования обусловлена проникновением логики и инструментария дизайна в сферу социальной и культурной политики, где происходит проектирование не только сервисов, но и новых социальных ритуалов, норм и идентичностей. В качестве кейс-лаборатории выступает реализуемый в Санкт-Петербурге проект «Первенец». Методологическую основу составляет синтез философии культуры, концепций биополитики (М. Фуко), исследований науки и техник (STS) и теории перформанса. Эмпирическую базу формируют материалы проекта «Первенец» и национального проекта «Семья», а также результаты предыдущих исследований автора в области эпистемологии рекламной коммуникации. Методы включают семиотический анализ, дискурс-анализ, реконструкцию пользовательских сценариев (user journey mapping). В заключении автор резюмирует, что дизайн-мышление, базирующееся на принципах эмпатии, итеративности и прототипирования, трансформируется в «культурный метод». Этот метод позволяет конструировать новые культурные формы через проектирование пользовательского опыта (user experience), где индивид («пользователь») и его траектория (user journey) становятся объектами тонкого управления. На примере проекта «Первенец» выявлены ключевые механизмы этого процесса: создание карт эмпатии для целевой аудитории, сценарное проектирование ритуалов инкорпорации в новый статус родителя, разработка материальных артефактов, несущих нормативные послания. Особое внимание уделяется процессу квантификации родительства, то есть переводу качественного опыта в измеримые метрики, что создает базу для нового типа культурного регулирования. Делается вывод о том, что дизайн-мышление, будучи культурным методом, представляет собой технологию «мягкой» биополитики. Она легитимирует глубокое вмешательство в частную сферу через язык заботы, персонализации и повышения качества жизни, одновременно производя и навязывая новые социально приемлемые культурные образцы. Исследование вносит вклад в теорию современной культуры, концептуализируя процессы проектизации социальной жизни и закладывая теоретическую основу для более широкого исследования.

Ключевые слова: дизайн-мышление, культурный метод, культурная политика, биополитика, проектирование норм, user experience, социальный дизайн, родительство, квантификация, проект «Первенец».

Original article

DESIGN THINKING AS A CULTURAL METHOD: A PHILOSOPHICAL AND CULTURAL ANALYSIS OF THE CONSTRUCTION OF NORMS (A CASE STUDY OF THE “PERVENETS” PROJECT)

Alina N. Syrkina

Saint-Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia
SPIN: 1559-1323, ORCID: 0000-0002-5118-7640, a.syrkina@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the philosophical and cultural analysis of design thinking (human-centered design) as a methodology that goes beyond product and service design and becomes a tool for cultural

construction. The relevance of the study is due to the penetration of the logic and tools of design into the sphere of social and cultural policy, where not only services but also new social rituals, norms and identities are being designed. The case study is the "Pervenets" project implemented in St. Petersburg. The methodological basis is a synthesis of the philosophy of culture, biopolitics concepts (M. Foucault), Science and Technology Studies (STS) and performance theory. The empirical base is formed by the materials of the "Pervenets" project and the national project "Family", as well as the results of the author's previous research in the epistemology of advertising communication. The methods include semiotic analysis, discourse analysis, and user journey mapping. Results and discussion is shown that design thinking, based on the principles of empathy, iteration and prototyping, is transformed into a "cultural method". This method allows constructing new cultural forms through the design of user experience, where the individual ("user") and his/her trajectory (user journey) become objects of subtle management. Using the "Pervenets" project as an example, the key mechanisms of this process are identified: creating empathy maps for the target audience, scenario-based design of rituals of incorporation into the new status of a parent, and the development of material artifacts that carry normative messages. Special attention is paid to the process of quantification of parenthood, i.e., the translation of qualitative experience into measurable metrics, which creates the basis for a new type of cultural regulation. Conclusion is concluded that design thinking, as a cultural method, is a technology of "soft" biopolitics. It legitimizes deep intervention into the private sphere through the language of care, personalization and quality of life improvement, while simultaneously producing and imposing new socially acceptable cultural patterns. The research contributes to the theory of contemporary culture by conceptualizing the processes of projectization of social life and laying the theoretical foundation for a broader research outlined in the author's doctoral dissertation topic.

Keywords: design thinking, cultural method, cultural policy, biopolitics, norm design, user experience, social design, parenthood, quantification, "Pervenets" project.

Введение и постановка проблемы. Современное общество характеризуется растущей «проектизацией» социальной реальности. Если индустриальная модерность опиралась на жесткие институты и идеологические аппараты, то поздняя модерность все чаще прибегает к гибким, итеративным, сфокусированным на человеке технологиям управления. Одной из таких технологий, пришедшей из сферы бизнеса и инноваций, стало дизайн-мышление (human-centered design). Его традиционная область – создание удобных продуктов и востребованных услуг. Однако наблюдается устойчивый тренд на экспансию его принципов и инструментария в области, далекие от коммерческого дизайна: государственное управление, социальную работу, образование, здравоохранение. Как отмечает Т. Браун, «дизайн-мышление сегодня уже не ограничивается созданием новых продуктов, а проникает в сферы, где речь идет о разработке стратегий, систем и даже общественных институтов» [Браун, 2020: 45]. Этот переход требует философско-культурологической рефлексии.

Проблема заключается в том, чтобы понять, как дизайн-мышление, перестав быть просто методом решения прикладных задач, превращается в культурный метод – способ производства и легитимации новых смыслов, норм, поведенческих паттернов и, в конечном итоге, субъективностей. Данная статья, рассматривая дизайн-мышление как культурный метод, выполняет функцию теоретико-методологического ядра для более масштабного исследования «Культурный дизайн и квантификация родительства: проект «Первенец» как лаборатория новых ритуалов и образов в современной российской культуре». В рамках этого исследования проект «Первенец» понимается не просто как объект изучения, а как культурная лаборатория, где в режиме реального времени производятся, апробируются и внедряются новые социальные практики и образы, подлежащие деконструкции с позиций философии культуры.

История вопроса и обзор литературы. Исследование дизайн-мышления в его социальном аспекте развивается преимущественно в западной традиции. Пионерские работы Т. Брауна и IDEO заложили основы понимания дизайна как деятельностного, ориентированного на человека подхода [Brown, 2009]. Критический поворот связан с работами в рамках исследований науки и техник (STS) и критической теории дизайна. Так, Э. Бьёргвиннсон и др. говорят о «дизайн-посредничестве» (design things),

подчеркивая, что «дизайн сегодня — это не столько создание объектов, сколько организация общественных форумов, где различные акторы собираются вместе для обсуждения и формирования будущего» [Vjögvinsson et al., 2012]. Философский контекст задают концепции биополитики М. Фуко [Фуко, 1999] и управления через свободу Н. Роуза [Rose, 1999], позволяющие увидеть в «человекоцентричных» технологиях новые формы власти, действующие через заботу и активизацию самого субъекта. Фуко определяет биополитику как «способ, каким, начиная с XVIII века, власть стремится управлять насением, жизнью и живыми людьми не через угрозу смерти, а через технологии оптимизации жизни» [Фуко, 1999: 243]. Развивая эту линию, Н. Роуз показывает, что современная власть «действует не через подавление свободы, а через ее мобилизацию, через конструирование пространств выбора, которые одновременно являются пространствами нормализации» [Rose, 1999: 94]. Эти подходы позволяют увидеть в «человекоцентричных» технологиях новые формы власти, действующие через заботу и активизацию самого субъекта.

В отечественной науке дизайн-мышление рассматривается в основном в менеджерском и педагогическом ключе, его культурфилософское осмысление находится в начальной стадии [Иванова, 2022]. Отдельное методологическое значение для данной работы имеет авторское исследование, проведенное в рамках кандидатской диссертации «Эпистемологический анализ скрытых смыслов рекламной коммуникации» [Сыркина, 2016]. В этой работе был обоснован ключевой для настоящего исследования тезис: «Стереотипы в рекламной коммуникации — это то, что потребитель сам себе докажет, домыслит, услышав или увидев рекламу. Они относятся к сфере идеального, сохраняя способность влиять на поведение их носителей» [Сыркина, 2016: 79]. Опыт деконструкции сложных семиотических систем, выявления имплицитных посланий и анализа механизмов убеждения в рекламе становится основой для исследования культурных кодов и нормативных конструкций в социальном дизайне. Если в коммерческой рекламе стереотипы «служат для "экономии мышления"» и помогают «быстрому и, как правило, окончательному формированию отношения к адресанту рекламного сообщения» [Сыркина, 2016: 78], то в государственном социальном проекте «Первенец» аналогичный механизм используется для формирования устойчивого позитивного образа «ответственного родительства» и преодоления «структурного недоверия к будущему». Настоящая статья призвана развить эту линию, интегрируя критический анализ дизайн-мышления с эмпирическим исследованием современных социальных проектов в России, в частности проекта «Первенец», выступающего репрезентативным кейсом.

Чтобы понять генезис дизайн-мышления как культурного метода, необходимо выйти за рамки его современных бизнес-интерпретаций. Его корни уходят в проектные утопии XX века, в стремление переустроить не только предметный мир, но и быт, социальные отношения, самого человека. От Баухауса с его идеей тотального произведения искусства (*Gesamtkunstwerk*), охватывающего все сферы жизни, до советского производственного искусства, ставившего задачу «художественно организовать жизнь», прослеживается линия сближения дизайна и социального инжиниринга. Дизайн-мышление, возникшее в конце XX века в креативных индустриях Кремниевой долины, является наследником этой традиции, но с двумя ключевыми отличиями. Во-первых, оно оперирует не идеологическими лозунгами, а языком «пользовательской ценности», «эмпатии» и «решения проблем». Во-вторых, оно технологизировано и превращено в повторяемый алгоритм (эмпатия – фокусировка – генерация идей – прототипирование – тестирование), что делает его пригодным для массового применения в самых разных контекстах. Именно эта комбинация – гуманистическая риторика и алгоритмическая воспроизводимость – и позволяет ему претендовать на роль культурного метода. Он предлагает не просто создавать вещи, а проектировать способы взаимодействия с миром, легитимируя это не внешним принуждением, а «глубоким пониманием» потребностей самого пользователя. Таким образом, дизайн-мышление встраивается в длительную историю попыток культурного проектирования, но делает это на языке, адекватном эпохе цифрового капитализма и общества индивидуального выбора.

Для эмпирического развертывания теоретического тезиса избран реализуемый в Санкт-Петербурге проект «Первенец». Официальные материалы проекта, размещенные на сайте Родильного дома

№10, четко обозначают его цели: «увеличение количества обучающейся молодежи, делающей репродуктивный выбор в пользу рождения первого ребенка в возрасте 19 – 29 лет; формирование «пакета условий», создающих мотивацию для рождения первого ребенка в студенческих семьях; популяризация среди обучающейся молодежи значимости приоритета рождения первого ребенка в семье» [Медико-социальный проект «Первенец», 2025]. Это комплексная программа социальной поддержки молодых семей, стартующая в родильном доме и сопровождающая семью в течение первого года жизни ребенка. С формальной точки зрения проект предоставляет материальную помощь («пакет первенца»), информационную поддержку и патронажное наблюдение. Однако с позиции философии культуры проект представляет собой гораздо более сложный феномен – целенаправленно сконструированную среду для производства новых культурных норм родительства. Он выступает идеальной «лабораторией», где в режиме реального времени можно наблюдать процесс применения дизайн-мышления к социальным отношениям. Здесь явно прослеживается логика дизайнера: от выявления потребностей и «болей» молодых родителей (эмпатия) до проектирования «пути» (journey) семьи от роддома к дому, разработки сопутствующих артефактов (пакет, дневники, инструкции) и постоянной итеративной доработки сервиса на основе обратной связи. Именно этот проектно-дизайнерский подход, примененный к столь интимной и традиционно стихийной сфере, как появление ребенка в семье, делает «Первенец» исключительно релевантным объектом для анализа дизайн-мышления как культурного метода. Проект сам создает свою мифологию и визуальный нарратив: «Каждая работа о глубоком смысле материнства и отцовства... Каждый кадр отвечает на вопрос «Что делать?». Такова общая концепция выставки, ответить на главный вопрос – «Что привносит в семью новый человек...»» [Там же]. Эта фотовыставка – не просто PR-коммуникация, а часть культурного производства образов, визуальное закрепление предлагаемых проектом смыслов. Конструируемый идеализированный образ материнства напрямую соотносится с описанным в кандидатской диссертации автора феноменом «наивного реализма» — особого состояния восприятия, при котором «рекламный образ перестает восприниматься как сконструированный и начинает восприниматься как «естественный», «само собой разумеющийся» фрагмент реальности» [Сыркина, 2016: 102]. Визуальная стратегия «Первенца» элиминирует из поля видимости усталость, тревогу и физический дискомфорт не случайно, а целенаправленно — чтобы закрепить новый культурный стандарт, в котором эти состояния не просто отсутствуют, но и не должны присутствовать в опыте «правильной» матери.

Проект «Первенец» является конкретным инструментом реализации федерального проекта «Охрана материнства и детства» в рамках национального проекта «Семья», стратегической целью которого, согласно официальным документам, является «увеличение числа семей с детьми, в том числе многодетных, укрепление семейных ценностей» в рамках национальной цели «Сохранение населения» [Национальный проект «Семья», 2024]. Его периодизация выстроена по логике «пользовательского пути» (user journey), спроектированного для максимального охвата и влияния:

- дородовой этап: включение и подготовка (подача заявки, закрепление куратора, курсы).
- родовой и ближайший послеродовой период: непосредственная медицинская поддержка.
- этап послеродовой адаптации: месячное сопровождение и реабилитация.

Эта спроектированная траектория служит микромоделью для анализа конструирования нового опыта родительства. В свою очередь, национальный проект «Семья» представляет собой программно-целевую периодизацию макрополитики (2024–2030 гг.) с четкими измеримыми индикаторами. Таким образом, локальный эксперимент «Первенец» служит одной из многих «лабораторий», через которые масштабная государственная программа апробирует и внедряет новые модели культурного и социального воздействия, демонстрируя, как дизайн-мышление применяется для работы с конкретной, стратегически важной демографической группой. На это указывает одно из ключевых мероприятий нацпроекта – «создание не менее 1000 комнат матери и ребенка и групп кратковременного пребывания детей в образовательных организациях высшего образования» [Там же], что напрямую коррелирует с целевой аудиторией «Первенца».

Методика исследования. Исследование носит междисциплинарный характер, сочетая теоретический анализ с кейс-стади. Методы исследования включают: 1) Семиотический и дискурс-анализ материалов проекта (официальный сайт, брошюры, посты в социальных сетях, визуальный ряд), направленный на выявление нормативных посланий и конструируемых образов «правильного» родителя; 2) Реконструкцию пользовательских сценариев (user journey mapping) на основе открытых данных и интервью, позволяющую проследить, как проектируются ритуальные цепочки действий и эмоций для участников; 3) Теоретическую интерпретацию полученных данных в рамках концептуального аппарата философии культуры, биополитики и теории перформанса, что позволяет выявить глубинные культурные и властные механизмы работы проекта.

Полученные результаты. Анализ проекта «Первенец» позволяет выявить три ключевых аспекта, раскрывающих дизайн-мышление как культурный метод. Эти аспекты образуют концептуальный каркас для будущих исследований в этой области.

Конструирование «идеального пользователя» через эмпатию и квантификацию. Первая фаза дизайн-мышления – эмпатия – трансформируется из инструмента понимания клиента в инструмент культурного моделирования и квантификации. Создаваемые в рамках проекта «карты эмпатии» (empathy maps) для «молодой матери» или «семьи в трудной ситуации» – это не просто аналитические инструменты, а нормативные профили, основанные на собираемых данных (анкеты, опросы, данные патронажа). Они фиксируют не столько реальные многообразные практики, сколько ожидаемые, социально одобряемые эмоции, страхи и потребности, которые затем подлежат измерению и отслеживанию. Таким образом, акт «вчувствования» становится операцией по выделению, утверждению и квантификации определенного культурного типажа. Квантификация родительства означает перевод живого, амбивалентного опыта заботы в набор измеряемых показателей (частота посещений, выполнение рекомендаций, психологические тесты), что создает принципиально новую цифровую эпистемологию семейной жизни, где истиной о благополучии становится не чувственный опыт, а данные. Б. Латур в этой связи замечает: «Научные факты не открывают реальность, они производят ее через сложные сети инструментов, протоколов и институциональных практик» [Латур, 2006: 78]. В случае с «Первенцем» таким производством истины становятся дневники наблюдения, трекинг посещений и баллы психологических тестов. Проект «Первенец», с его дневниками наблюдения, онлайн-чат с куратором и структурированными программами, создает инфраструктуру для такого перевода. Родительский опыт из непрерывного потока переживаний превращается в дискретные, фиксируемые и анализируемые единицы.

Проектирование ритуалов как пользовательского пути (User Journey). Ключевые события в рамках проекта – подписание согласия, вручение «пакета первенца», первый патронажный визит – могут быть проанализированы как спроектированные ритуалы перехода (rites of passage). Дизайн-мышление предлагает методологию для их сценарного планирования: определяются точки контакта (touchpoints), эмоциональные состояния, которые должны быть достигнуты, и необходимые действия. Традиционный ритуал, укорененный в культурной традиции и коллективном бессознательном, замещается спроектированным сценарием, целью которого является не символическая интеграция в сакральный порядок, а эффективная инкорпорация индивида в систему государственной заботы и контроля. Р. Шехнер подчеркивает: «В современном обществе перформансы и ритуалы утратили свою сакральную исключительность; они стали инструментами социальной инженерии, способами конструирования идентичности и управления поведением» [Шехнер, 2006: 87]. Путь пользователя (customer journey) становится новой культурной формой, структурирующей опыт, что является центральным предметом изучения, где «Первенец» рассматривается именно как лаборатория по производству таких новых, технократически просчитанных ритуалов. Ритуал здесь лишен спонтанности и сакральной тайны; он запрограммирован, как интерфейс мобильного приложения, и нацелен на достижение конкретного поведенческого и эмоционального результата – формирования лояльного и управляемого «пользователя» государственных услуг.

Материальная культура и визуальные образы как носители нормативного послания. Артефакты, созданные в рамках проекта («пакет первенца», дневники наблюдения, информационные буклеты, контент в соцсетях), являются материальными и визуальными воплощениями дизайн-решений. Их семиотический анализ, опирающийся на методологию, апробированную в кандидатской диссертации автора [Сыркина, 2016], показывает, что они транслируют не только утилитарную, но и нормативную информацию. Дизайн упаковки, качество материалов, стиль иллюстраций (часто изображающих гармоничную, улыбающуюся семью в чистом, технологичном пространстве) – все это кодирует сообщения о ценности ребенка, о должном уровне заботы, о причастности к современному, «правильному» способу быть родителем. Дизайн-мышление, таким образом, оказывается методом опредмечивания и визуализации культурных норм, их превращения в повседневные, осязаемые вещи и привлекательные образы, которые формируют эстетический идеал родительства. Ж. Бодрийяр в «Системе вещей» писал: «Объекты больше не выполняют только утилитарные функции; они становятся носителями знаков, престижа, социальной дифференциации и, в конечном счете, моральных предписаний» [Бодрийяр, 2015: 112]. «Пакет первенца» — идеальная иллюстрация этого тезиса: его дизайн, материалы, цветовая гамма кодируют сообщение о ценности ребенка и должном уровне заботы. Конструирование этой иконографии – одна из ключевых задач, решаемых в «лаборатории» проекта «Первенец». Даже «закрытый чат с другими участницами проекта» [Медико-социальный проект «Первенец», 2025] представляет собой спроектированную социальную среду, цифровое сообщество, которое само становится инструментом мягкого социального влияния и взаимного обучения предписанным нормам.

Применение дизайн-мышления как культурного метода к сфере родительства порождает ряд серьезных этико-философских вопросов, которые должны стать предметом отдельного рассмотрения в рамках более широкого исследования. Во-первых, это проблема алгоритмического предопределения и сокращения многообразия. Спроектированный user journey, сколь бы «человекоцентричным» он ни был, по определению сужает спектр возможных траекторий, выделяя одну или несколько как наиболее предпочтительные. Это создает риск культурной унификации, стирания альтернативных, в том числе этнокультурных или субкультурных, моделей семьи и родительства. Во-вторых, возникает парадокс контроля под маской эмпатии и заботы. Дизайн-мышление, декларируя глубокое понимание потребностей пользователя, может маскировать дисциплинарные и нормативные цели проекта. Как отмечает Н. Роуз, в обществах контроля «власть действует не через прямое принуждение, а через мобилизацию желаний и конструирование «свободного» выбора в заданных рамках; субъект становится предпринимателем собственной жизни, который сам отвечает за управление рисками» [Rose, 1999: 94]. Проект «Первенец», предлагая «пакет условий», фактически формирует желаемый тип репродуктивного поведения, представляя его как результат осознанного выбора молодой семьи. В-третьих, квантификация интимного опыта ставит вопрос о приватности, собственности на данные и о том, как измеряемые метрики начинают определять саму суть явления. Когда успех родительства оценивается по заполненности дневника или частоте посещений курсов, живой опыт подменяется его цифровой симулякрой. Эти дилеммы указывают на то, что культурный дизайн, при всей его эффективности, нуждается в постоянном гуманитарном контроле и этической рефлексии.

Перспективы дальнейшей исследовательской работы. Предложенный анализ открывает несколько перспективных направлений, которые будут системно развиты в рамках дальнейшего исследования. Во-первых, это детальный анализ алгоритмического измерения проекта: как собранные данные могут использоваться для предиктивной аналитики и персонализированного управления поведением семей. Во-вторых, сравнительное исследование применения культурного метода дизайн-мышления в разных национальных контекстах семейной политики (например, скандинавская модель versus азиатская). В-третьих, изучение практик сопротивления и адаптации со стороны «пользователей», которые могут тактически перекраивать предлагаемые сценарии под свои нужды, что вносит элемент незапланированной культурной динамики. В-четвертых, углубленная этико-философская рефлексия

границ допустимого вмешательства: необходима разработка гуманитарных рамок для применения подобных методов, чтобы избежать рисков тотального культурного программирования под видом инновационной заботы. Эти направления образуют программу дальнейшей работы, интегрируя теоретические интуиции данной статьи в развернутую исследовательскую программу, где каждый из выделенных аспектов (квантификация, ритуал, иконография) станет предметом отдельного исследования.

Выводы. Дизайн-мышление, проанализированное через призму философии культуры, предстает не как нейтральный инструментальный, а как становящийся культурный метод позднего общества. Вслед за Роузом можно утверждать, что «власть сегодня — это не ограничение свободы, а ее организация; не подавление желаний, а их производство и тонкая настройка» [Rose, 1999: 97]. Дизайн-мышление в проекте «Первенец» становится именно таким инструментом тонкой настройки желаний и горизонтов планирования поколения Z. Этот метод позволяет осуществлять тонкое, «гуманизированное» управление, проектируя саму ткань повседневности – ритуалы, материальные среды, поведенческие паттерны и визуальные образы. На примере проекта «Первенец» показано, как через логику эмпатии, сценарного проектирования и создания артефактов происходит конструирование новой нормы «ответственного родительства». Этот процесс представляет собой форму биополитики, действующей не через дисциплинарное принуждение, а через соблазн хорошо продуманным, персонализированным, эстетически привлекательным и, что крайне важно, квантифицируемым опытом. Таким образом, данная статья выполняет роль концептуального введения и методологического обоснования для более масштабного диссертационного исследования, где проект «Первенец» будет исследован как комплексная культурная лаборатория по производству новых ритуалов и образов родительства в условиях слияния культурного дизайна и цифровой квантификации. Она закладывает теоретический фундамент для анализа конкретных эмпирических кейсов, которые составят основное содержание будущего исследования. Понимание дизайн-мышления как культурного метода необходимо для критической рефлексии над трансформациями способов производства социального и культурного порядка в XXI веке.

Список источников

- Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. С. Н. Зенкина. Москва: Рудомино, 2015. 250 с.
- Браун, Т. Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Т. Браун; пер. с англ. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2020. 288 с.
- Иванова, А. А. Социальный дизайн в России: новые горизонты практики / А. А. Иванова // Вопросы культурологии. 2022. № 4. С. 56-67.
- Латур, Б. Нового Времени не было. Эссе по симметричной антропологии / Б. Латур; пер. с англ. Д. Я. Калугина. Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2006. 320 с.
- Медико-социальный проект «Первенец» [Электронный ресурс] // Официальный сайт СПб ГБУЗ «Родильный дом №10». 2025. URL: <https://roddom10.ru/content/mediko-socialnyy-proekt-pervenec> (дата обращения: 02.02.2026).
- Национальный проект «Семья» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Правительства Российской Федерации. 2024. URL: <http://government.ru/rugovclassifier/915/about/> (дата обращения: 02.02.2026).
- Сыркина, А. Н. Эпистемологический анализ скрытых смыслов рекламной коммуникации: диссертация ... канд. / философ. наук: 09.00.08 / Сыркина Алина Николаевна. Москва, 2016. 185 с.

- Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / М. Фуко; пер. с фр. В. А. Наумова. Москва: Ad Marginem, 1999. 480 с.
- Шехнер, Р. Перформанс. Исследования / Р. Шехнер; пер. с англ. Москва: Кафедра гражданского общества, 2006. 352 с.
- Bjögvinsson, E. (2012) Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges / E. Bjögvinsson, P. Ehn, P.-A. Hillgren // Design Issues. Vol. 28, № 3: 101–116.
- Brown, T. (2009) Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation / T. Brown. New York: Harper Business. 264 p.
- Rose, N. (1999) Powers of Freedom: Reframing Political Thought / N. Rose. Cambridge: Cambridge University Press. 321 p.

References

- Bjögvinsson, E. (2012) *Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges* / E. Bjögvinsson, P. Ehn, P.-A. Hillgren. Design Issues, 28 (3): 101-116.
- Bodriiyyar, Zh. (2015) *Sistema veshchei* [The System of Objects] / Zh. Bodriiyyar; per. s fr. S. N. Zenkina. Moscow, Rudomino: 250. (In Russ.).
- Braun, T. (2020) *Dizain-myshlenie v biznese. Ot razrabotki novykh produktov do proektirovaniia biznes-modelei* [Change

- by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation] / T. Braun; per. s angl. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber: 288. (In Russ.).
- Brown, T. (2009) *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation* / T. Brown. New York, Harper Business: 264.
- Fuko, M. (1999) *Nadzirat' i nakazyvat'. Rozhdenie tiur'my* [Discipline and Punish: The Birth of the Prison] / M. Fuko; per. s fr. V. A. Naumova. Moscow, Ad Marginem: 480. (In Russ.).
- Ivanova, A. A. (2022) *Sotsial'nyi dizain v Rossii: novye gori-zonty praktiki* [Social Design in Russia: New Horizons of Practice] / A. A. Ivanova. *Voprosy kul'turologii*, 4 : 56–67. (In Russ.).
- Latur, B. (2006) *Novogo Vremeni ne bylo. Esse po simmetrich-noi antropologii* [We Have Never Been Modern] / B. Latur; per. s angl. D. Ia. Kalugina. St. Petersburg, Izdatel'stvo Evropeiskogo universiteta v Sankt-Peterburge: 320. (In Russ.).
- Mediko-sotsial'nyi projekt «Pervenets»* [Medical and Social Project «Pervenets»] [Electronic resource]. Official website of SPb GBUZ «Roddom №10». 2025. URL: <https://roddom10.ru/content/mediko-socialnyy-proekt-pervenec> (accessed: 02.02.2026). (In Russ.).
- Natsional'nyi projekt «Sem'ia»* [National project «Family»] [Electronic resource]. Official website of the Government of the Russian Federation. 2024. URL: <http://government.ru/rugovclassifier/915/about/> (accessed: 02.02.2026). (In Russian).
- Rose, N. (1999) *Powers of Freedom: Reframing Political Thought* / N. Rose. Cambridge, Cambridge University Press: 321.
- Shekhner, R. (2006) *Performans. Issledovaniia* [Performance Studies] / R. Shekhner; per. s angl. Moscow, Kafedra gra-zhdanskogo obshchestva: 352. (In Russ.).
- Syrkina, A. N. (2016) *Epistemologicheskii analiz skrytykh smyslov reklamnoi kommunikatsii* [Epistemological Analysis of the Hidden Meanings of Advertising Communication]; diss. ... of Candidate of Philosophical Sciences: 09.00.08 / Syrkina Alina Nikolaevna. Moscow: 185. (In Russ.).

© Сыркина А.Н., 2026

Информация об авторе:

Сыркина Алина Николаевна – кандидат философских наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургский государственный экономический университет, наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Санкт-Петербург, 191023. Сфера научных интересов: философия культуры, социальная философия, исследования науки и техники (STS), визуальная культура и брендинг, управление проектами в сфере рекламы и связей с общественностью. Автор 100 научных публикаций.

Вклад автора: разработка концепции, проведение исследования, подготовка и редактирование текста, утверждение окончательного варианта. О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось. Поступила 15.12.2025; принята после рецензирования 25.01.2026; опубликована онлайн 27.02.2026.

Information about the author:

Alina N. Syrkina – PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Advertising and Public Relations, St. Petersburg State University of Economics, emb. Griboyedov Canal, 30-32, St. Petersburg, 191023. Research interests: philosophy of culture, social philosophy, science and technology studies (STS), visual culture and branding, project management in advertising and public relations. Author of 100 scientific publications.

Author's contribution: conceptualisation, research, drafting and editing of the text, approval of the final version. No conflicts of interest related to this publication were reported. Received 15.12.2025; adopted after review 25.01.2026; published online 27.02.2026.