5. Набоков, В. И. Кросс-культурный менеджмент / В. И. Набоков. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 219 с.
6. Наумов, А. Хофстидово измерение России (влияние национальной культуры на управление бизнесом) / А. Наумов // Менеджмент. – 1996. – № 3. – С. 70–103.
7. Симонова, Л. Кросс-культурные взаимодействия в международном предпринимательстве / Л. Симонова, Л. Стровский. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 189 с.
8. Шихирев, П. Н. Введение в российскую деловую культуру / П. Н. Шихирев. – Москва : Экономика, 2000. – 206 с.

Молокова Виктория Александровна
Алтайский государственный педагогический университет
г. Барнаул, Россия
Научный руководитель: Маркин Владимир Васильевич,
кандидат философских наук, доцент

ГЕТЕРОПЕССИМИЗМ КАК СТРУКТУРНЫЙ ФЕНОМЕН ПОЗДНЕГО МОДЕРНА: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Аннотация. Статья посвящена социологическому анализу гетеропессимизма – коллективного разочарования в гетеросексуальных отношениях, термин для которого был предложен А. Сересиным в 2019 году [4]. Автор доказывает, что данный феномен не может быть объяснен через индивидуально-психологические особенности, а представляет собой структурный эффект позднего модерна. На основе синтеза теорий Э. Гидденса [1], Е. Иллуз [2] и концепции асинхронных гендерных изменений в статье показано, что гетеропессимизм возникает на пересечении рыночной колонизации интимности, цифрового пузыря негативных и идеализированных кейсов, а также незавершенного гендерного перехода.
Ключевые слова: гетеропессимизм, романтический консьюмеризм, поздний модерн, асинхронные гендерные изменения, визуальная социология.

Molokova V. A.
Altai State Pedagogical University, Barnaul, Russia

Abstract. The article provides a sociological analysis of heteropessimism – a collective disappointment in heterosexual relationships, a term proposed by A. Seresin in 2019 [4]. The author argues that this phenomenon cannot be explained through individual psychological characteristics but represents a structural effect of late modernity. Based on a synthesis of the theories of A. Giddens [1], E. Illouz [2] and the concept of asynchronous gender change, the article shows that heteropessimism emerges at the intersection of market colonization of intimacy, the digital bubble of negative and idealized cases and unfinished gender transition.
Keywords: heteropessimism, romantic consumerism, late modernity, asynchronous gender change, visual sociology.

HETEROPESSIMISM AS A STRUCTURAL PHENOMENON OF LATE MODERNITY: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Актуальность исследования обусловлена тем, что в публичном дискурсе и массовой психологии гетеропессимизм – состояние разочарования, фрустрации и отчаяния по поводу гетеросексуальных отношений – преимущественно интерпретируется через личностные черты и травмы привязанности. Цель данной статьи – предложить альтернативную, социологическую объяснительную модель. Объектом исследования выступают гетеросексуальные интимные отношения в позднем модерне, предметом – социальные и

дискурсивные механизмы, порождающие гетеропессимизм. Научная новизна заключается в интеграции трех теоретических традиций для демонстрации того, что гетеропессимизм представляет собой структурный эффект, а не совокупность индивидуальных неудач.

Теоретическую рамку исследования образуют три социологические традиции. Первая – теория «чистых отношений» Э. Гидденса, согласно которой переход от брака как экономической сделки к союзу, держащемуся исключительно на эмоциональной удовлетворенности, повышает уязвимость индивида: любое разочарование ставит под вопрос сам смысл связи [1]. Вторая – концепция романтического консьюмеризма Е. Иллуз, демонстрирующая, как любовь в современном капитализме имитирует логику рынка (выбор, сравнение, боязнь убыточных инвестиций), что ведет к парадоксу: чем больше свободы выбора, тем выше тревога и разочарование [2]. Третья традиция связана с исследованиями визуальной социологии, которые показывают, как социальные сети и цифровые платформы формируют эпистемический пузырь, транслируя либо сценарии романтического совершенства, либо истории токсичных отношений, – пространство «обычного, несовершенного партнерства» почти полностью отсутствует в публичном дискурсе [3]. Гетеропессимизм в этом контексте выступает закономерным следствием указанных процессов.

Романтический консьюмеризм проявляется, в частности, в виральном формате «базовый минимум – роскошный максимум», широко распространившемся в женских онлайн-сообществах. Социологически значимо здесь не столько содержание требований, сколько сам процесс их стандартизации: социальные сети превращают диффузные критерии «хорошего партнера» в формализованный чек-лист – по аналогии с техническими требованиями к товару [3]. Экономически самостоятельная женщина при вступлении в неудачные отношения теряет гораздо больше (свободу, время, карьерные перспективы, психическое здоровье), чем ее экономически зависимая предшественница. С этой точки зрения «завышенные требования» представляют собой рациональную адаптацию к новым рискам. Однако в условиях, когда реальное поле предложения составляют мужчины, социализированные в более патриархатном режиме, эта адаптация наталкивается на дефицит соответствующих партнеров. Возникает систематический разрыв между ожиданиями и реальностью, который и порождает женский гетеропессимизм [4].

В контексте анализа трансформации интимности в позднем модерне принципиально важным становится вопрос о том, какие именно способности требуются современному человеку для выстраивания устойчивых отношений. Часто мы вынуждены сталкиваться со снижением толерантности к неидеальности, особенно в романтических отношениях. Как отмечает В. В. Маркин, наиболее актуальными способностями в XXI веке являются «способность универсально, нестандартно и гибко мыслить» и «способности к межкультурной компетентности», включающие не только знание языков, но и понимание «культуры, традиций, обычаев, этических и моральных норм» [3, с. 129–130]. Гетеропессимизм, с этой точки зрения, может быть понят как следствие дефицита именно этих способностей: отсутствие гибкости мышления превращает формализованные чек-листы требований к партнеру в непреодолимые барьеры, а недостаток межкультурной (в том числе межгендерной) компетентности блокирует возможность диалога с иными моделями поведения.

У мужчин сходное состояние формируется в экосистеме маносферы. Типичные нарративы включают тезисы: женщины гипергамны, брак представляет собой невыгодный контракт для мужчины, а феминизм разрушил «естественную» иерархию. Активное использование экономической терминологии («рыночная стоимость», «офёр») создает у мужчин устойчивое ощущение, что они не любят, а совершают транзакцию с заведомо обесценивающимся активом. Как отмечает А. Сересин, мужской гетеропессимизм – это отчаяние не от отсутствия женщин, а от невозможности романтической любви вне логики обмена [4].

Парадокс эмансипации заключается в следующем: повышение планки требований к партнеру, которое логически вытекает из возросшей социальной и экономической

самостоятельности женщин, парадоксальным образом воспроизводит патриархатные механизмы. Ответственность за счастье женщины по-прежнему перекладывается на мужчину – только теперь не в формате «он – кормилец», а в формате «он должен быть эмоционально интеллигентным, разделять быт и дарить подарки». Как показывают исследования визуальной социологии, социальные сети многократно усиливают этот эффект, транслируя два массива контента, которые работают в противоположных, но равно деструктивных направлениях: сценарии романтического совершенства и истории абьюзивных отношений [3]. В результате горизонт ожиданий смещается к двум полюсам – идеальной сказке или травматичному партнерству – а пространство обычной, терпимой совместной жизни исчезает из публичного дискурса.

Социетальные эффекты гетеропессимизма включают снижение рождаемости (отказ от отношений ведет к отсрочке деторождения), рост гендерной поляризации (женские сообщества артикулируют позицию «мужчины не нужны», мужские – «феминизм разрушил семью»), а также легитимацию эскапизма (виртуальные отношения, AI-компаньоны). Некоторые исследователи связывают рост мужского гетеропессимизма в маносфере с реакционной политической мобилизацией – мужчины, ощущающие себя «ресурсной базой», становятся аудиторией для популистских проектов, обещающих восстановить патриархальную семью [4].

Выводы исследования: гетеропессимизм не является индивидуальной психопатологией или модным неологизмом, а представляет собой структурное состояние позднего модерна, закономерно возникающее на пересечении рыночной колонизации интимности [2], цифрового пузыря негативных и идеализированных кейсов [3] и асинхронного гендерного перехода [1]. Он не может быть решен средствами индивидуальной психотерапии, поскольку его корни лежат в институциональном устройстве. Социологический анализ указывает на необходимость институциональных изменений: нормализации мужского эмоционального труда (включая уход за детьми и быт), системного эмоционального образования в школах, а также деколонизации романтического воображаемого – отказа от мифа о любви как чуде и признания партнерства совместной, часто рутинной проектной работой, где допустимы ошибки, усталость и переговоры.

Список источников

1. Гидденс, Э. Трансформация интимности: сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах / Э. Гидденс ; пер. с англ. А. В. Малешевой. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 208 с.

2. Иллуз, Е. Почему любовь ранит? Социологическое объяснение / Е. Иллуз ; пер. с нем. С. В. Сидоровой. – Москва ; Берлин : Директмедиа Паблишинг, 2020. – 416 с.

3. Маркин, В. В. Способности человека XXI века / В. В. Маркин // Философские, социологические и психолого-педагогические проблемы современного образования. – Барнаул : АлтГПУ, 2020. – Вып. 2. – С. 126–129.

4. Рождественская, Е. Ю. Перспективы визуальной социологии / Е. Ю. Рождественская // Социологический журнал. – 2021. – № 4. – С. 70–83.

5. Seresin, A. On Heteropessimism / A. Seresin // The New Inquiry. – 2019. – 9 Oct. – URL: https://thenewinquiry.com/on-heteropessimism/ (датаобращения: 11.05.2026).