

Социология



**ЖУРНАЛ
РОССИЙСКОЙ
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ
АССОЦИАЦИИ**

**4
2010**

СОДЕРЖАНИЕ

Глобализм и альтерглобализм

| | |
|---|----|
| Информационная безопасность в современном обществе <i>Вершинина И.А.</i> | 4 |
| Российская модель альтерглобализации как форма социокультурной динамики <i>Даллакян К.А., Даллакян А.К.</i> | 10 |
| Мировоззренческий характер глобального кризиса и новый социальный органицизм <i>Франчук В.И.</i> | 16 |
| Послевоенный ренессанс и современная Россия <i>Макарова Л.В.</i> | 28 |

Информационное общество и интернет

| | |
|--|----|
| Защита конфиденциальной информации в социальных сетях интернета <i>Кораблев М.Н., Лонцов В.В., Прончев Г.Б.</i> | 33 |
| Модель пространства и времени виртуальной социальной среды <i>Рыжов В.А., Рыжов С.В.</i> | 46 |
| Информационное пространство гражданского общества <i>Садчикова А.С., Тулузакова М.В.</i> | 60 |

Экономика, менеджмент, труд

| | |
|---|----|
| Стратегическое управление коммуникациями в условиях кризиса <i>Герасимова Г.И.</i> | 66 |
| Преодоление кризисных явлений современного российского общества <i>Меньшикова М.В.</i> | 72 |
| Стратегия адаптации трудящихся в условиях кризиса <i>Солнышкина М.Г.</i> | 79 |
| Трудоустройство выпускников вузов в монопрофильном городе <i>Тюплина И.А.</i> | 85 |
| Ценностно-ориентационное единство коллектива <i>Шаталова Н.И., Окунева Т.В.</i> | 93 |

Междисциплинарные исследования

| | |
|--|-----|
| Социальное регулирование фармацевтического потребительского поведения <i>Василенко О.В.</i> | 101 |
| Страх публичных выступлений и социопсихологические ресурсы личности <i>Владькина И.К.</i> | 115 |
| Социальная дезадаптация лиц, пострадавших вследствие хронической ртутной интоксикации на производстве <i>Дьякович М.П.</i> | 123 |



| | |
|---|-----|
| Тазовая боль у женщин как социальная проблема <i>Сурмач М.Ю.</i> | 130 |
|---|-----|

Политические процессы

| | |
|---|-----|
| Социолингвистическая интерпретация вербального кода управления субъекта власти <i>Гостенина В.И., Шилина С.А.</i> | 137 |
|---|-----|

Социокультурная идентификация

| | |
|---|-----|
| Социальная память в современной России: трансформация или деструкция <i>Лыкова В.В.?</i> | 143 |
| Концепция русского мира: перспективы консолидации российского общества <i>Пенькова Е.А.</i> | 153 |
| Философско-антропологические и социокультурные аспекты российской самоидентификации <i>Савва А.В.</i> | 162 |

История социологической мысли

| | |
|--|-----|
| Взаимодействие «социального» и масс в концепции Ж.Бодрийяра <i>Киселёв К.В., Франц В.А.</i> | 173 |
|--|-----|

Дебют

| | |
|--|-----|
| Анализ исследования международного опыта модернизации научно- исследовательского потенциала в системе высшего образования <i>Ватлин А.А.</i> | 179 |
| Влияние корпоративной культуры на управление персоналом организации на кризисной стадии ее развития <i>Кузовкина Л.А.</i> | 188 |
| Современные потоки информации - энциклопедичность знаний, или потеря ориентации в информационном пространстве: два аспекта одной проблемы <i>Решетникова С.В.</i> | 197 |
| Устойчивое инновационное развитие социально-экономических систем как основа стратегии модернизации <i>Исправникова Н.Р., Филиппов О.А.</i> | 210 |

| | |
|-------------------|-----|
| Наши авторы | 224 |
|-------------------|-----|



ГЛОБАЛИЗМ И АЛЬТЕРГЛОБАЛИЗМ

Информационная безопасность в современном обществе



Вершинина И. А.

Предметом анализа является процесс глобализации в современном мире. Рассматривается роль государства в условиях становления информационного общества.

Ключевые слова: глобализация, общество, государство, культура, средства массовой информации, информационная безопасность

Vershinina I.A

Information Security in the contemporary society
The object of analyze is the process of globalization in contemporary world. The author examines the role of state during the forming of information society.

Keywords: globalization, society, state, culture, mass media, information security

22 июля 2000 года лидерами стран Большой Восьмерки была принята Окинавская хартия глобального информационного общества, согласно которой «Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) являются одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование общества двадцать первого века» [11]. Их революционное воздействие затрагивает все стороны жизни людей и способствует формированию информационного общества. Формирование информационного общества стало возможным, благодаря стремительному техническому прогрессу в сфере коммуникаций. Развитие технологий способствовало появлению новых коммуникационных возможностей для взаимодействия и выражения интересов различных социальных групп. Однако в обществе, где информация является продуктом массового потребления, возникает угроза злоупотребления достижениями научно-технической революции.

Когда доступ к средствам массовой коммуникации, которые являются источником информации для большинства людей, могут обеспечить себе только состоятельные

люди, те, кто способен оплатить этот доступ автоматически становятся наиболее влиятельными людьми, ибо их мнение подается как наиболее авторитетное и имеющее решающее значение при решении тех или иных социальных проблем. А мнение рядовых граждан, в свою очередь, может стать объектом манипуляций поскольку, как показывает практика, легко формируется с помощью дорогостоящих рекламных кампаний.

Как отмечает М. Маклюэн, современный этап развития общества сопровождается возрождением естественного аудио-визуального, многомерного восприятия мира и коллективности, но на новой электронной основе: «Сегодня "одновременное поле" электрических информационных структур скорее воспроизводит или возрождает условия и потребность в диалоге и соучастии, нежели стремится к специализации или частной инициативе на всех уровнях социального опыта» [9; с. 251]. Создаётся «глобальная деревня», в которой человечество воспринимается как взаимосвязанное и взаимозависимое целое, связанное воедино электронными средствами коммуникации. Они сжимают мир в одну точку и позволяют каждому одновременно и мгновенно видеть события, удаленные друг от друга. Человечество совершает своеобразное возвращение к племенной эпохе, о котором нам напоминает термин «деревня», но в других масштабах и на более высоком уровне. «Интернет превратил мир в "мировую деревню", в которой встречаются сплетники с разных континентов на виртуальных вечеринках за чашкой кофе» [3; с. 30]. Они обмениваются не только новостями, но и новейшими веяниями в самых разных сферах, способствуя унификации повседневной жизни людей в различных точках земного шара.

Тенденция к единообразию реализуется, прежде всего, через материальные носители. Стандартизация производства материальных ценностей способствует стандартизации потребления, а, следовательно, и унификации потребностей людей в различных точках земного шара: «Способ, которым сегодняшнее общество "формирует" своих членов, диктуется в первую очередь обязанностью играть роль потребителей» [1; с. 115]. Общество потребления создает свою собственную культуру, в которой традиционная связь между потребностями и их удовлетворением переворачивается с ног на голову: обещание и ожидание удовлетворения предшествует потребности, которую обещано удовлетворить. В условиях глобализации продукты получили возможность с легкостью пересекать национальные границы и перемещаться по всему миру, создавая культурное однообразие и разнообразие одновременно. Мир становится однообразным в том смысле, что в различных странах покупателю предлагается схожий, если не идентичный ассортимент товаров. Разнообразие же проявляется в том, что продукты, ранее популярные лишь в одной стране или регионе, завоевывают новые рынки.

Глобальный спрос и глобальное предложение по-прежнему идут рядом, правда, они уже далеко ушли от классической формулы, согласно которой должны были уравновешивать друг друга с помощью невидимой руки рынка, которая лежала в основе капитализма, регулируя экономические отношения. Механизм спроса и предложения уступил свое место невидимым нитям, дергая за которые, кукловоды-маркетологи формируют потребности покупателей и их образ жизни. Субъектами глобального производства становятся транснациональные корпорации, боль-

шинство из которых являются де-тищами либо американского, либо европейского капитала: «Очевидное культурное господство промышленно развитых государств есть не что иное, как продолжение в символической сфере тех процессов, которые происходят в политико-экономической и военно-политической сфере» [10; с. 209]. Стойкое сопротивление влиянию со стороны глобализационных процессов демонстрирует исламская цивилизация, проявляя высокие адаптационные возможности и одновременно устойчивость к внешнему культурному и ценностному воздействию. Всплеск исламского фундаментализма – это во многом реакция цивилизации на экспансию и навязывание западных ценностей, чуждых ей. Как считает Э. Гидденс, фундаментализм возник лишь в середине XX века, начиная с 1960-х гг., и именно как ответная реакция на глобализацию [6; с. 64]. Цель фундаментализма – вернуться к традициям, нравственным убеждениям, которых придерживались предыдущие поколения. Это реакция на глобализацию, но одновременно и активная ее эксплуатация, поскольку фундаменталисты по всему миру активно пользуются ее достижениями, в первую очередь, конечно, современными коммуникационными технологиями.

Два известнейших исследователя в области глобализации, Э. Гидденс и З. Бауман, характеризуют ситуацию, которая сложилась на сегодняшний день в западных странах, одним и тем же термином – «зависимость». Э. Гидденс говорит о том, что это понятие, которое изначально относилось лишь к алкоголизму и наркомании, сейчас может коснуться любой сферы деятельности. Желание покупать становится самоцелью, единственной безальтернативной и неоспоримой целью; как и прочие разновиднос-

ти зависимостей она является саморазрушительной, поскольку уничтожает возможность, когда-нибудь получить удовлетворение. Причину данного явления он видит в том, что изменилась роль культуры: «Эти сферы жизни, как и остальные, сегодня гораздо меньше, чем прежде, регулируются традициями и обычаями» [6; с. 63]. Человек постепенно становится рабом привычек и образа жизни, которые когда-то выбрал по доброй воле.

З. Бауман рассуждает о работе, в западную которого попала западная цивилизация: «В потребительском обществе все является вопросом выбора, за исключением навязчивого желания выбирать, – навязчивости, которая превращается в пристрастие и больше не воспринимается как навязчивость» [2; с. 81]. Желание покупать становится самоцелью, единственной безальтернативной и неоспоримой целью; как и прочие разновидности зависимостей она является саморазрушительной, поскольку уничтожает возможность, когда-нибудь получить удовлетворение. Причем, как полагает З. Бауман, мы покупаем не только товары, но и образ жизни: «Мы “покупаем” навыки, нужные чтобы заработать на жизнь, и средства убеждения потенциальных работодателей, доказывающие, что они у нас есть; мы покупаем имидж, который нам приглянулся, и способы заставить других поверить, что мы являемся теми, кем теперь выглядим; мы покупаем способы завести новых нужных друзей и избавиться от старых, нежелательных; мы покупаем способы привлечения внимания и ухода от чужого внимания; мы покупаем средства выжать максимум удовольствия из любви и избежать “зависимости” от любимого или любящего партнера; мы покупаем средства завоевать любовь возлюблен-



ного и наименее дорогой способ завершения союза, когда любовь угасла и отношения перестали радовать; мы покупаем лучшие средства сохранения денег на черный день и наиболее удобный способ потратить деньги до того, как мы заработаем их; мы покупаем способы более быстрого выполнения того, что должно быть выполнено, и заполнения образовавшегося свободного времени; мы покупаем наиболее аппетитную пищу и наиболее эффективную позволяющую избавиться от последствий ее употребления диету; мы покупаем самые мощные стереоусилители и наиболее эффективные таблетки от головной боли» [2; с. 82]. Список покупок, к которым стремится человек, бесконечен. Результатом агрессивной рекламы становится рост социального напряжения. Создание глобального потребительского рынка повлекло за собой усиление относительной депривации. Люди, получив представление о желаемом образе жизни, зачастую не имеют возможности его вести.

Возможности для манипулирования обществом с помощью средств массовой коммуникации стали хорошо очевидны в 1938 г., когда в США результатом чтения по радио романа Г. Уэллса «Война миров», стала массовая истерия, которая охватила тысячи граждан. Готовясь к марсианскому вторжению, они убежали из своих жилищ или, наоборот, пытались забаррикадироваться в них, и многие из них утверждали, что видели агрессоров. С того времени ситуация значительно изменилась. С появлением телевидения влияние на настроения людей стало намного проще.

Наиболее опасным для общества средством массовой коммуникации является телевидение, поскольку сочетание визуальных образов с аудиальными оказывает максимальное

воздействие на людей. А поскольку доступ к телевидению имеет лишь ограниченное число людей, то именно они и решают, что является правдой, и что ложью, и где проходит граница между добром и злом. Когда общество просто слушает и наблюдает, оно становится безгласным, и обман становится гораздо более вероятным.

Американский политик А. Гор называет три приема, которые вместе составляют технологию «торговли страхом», очень популярную на сегодняшний день: повтор, выдача неправильного за правильное, дезориентация. Используя эти инструменты, любой, у кого есть какая-нибудь громкая программа, может разбудить тревоги и страхи населения, искажая общественный дискурс и рассудок. Угроза мирового терроризма, сначала птичьего, а теперь и свиного гриппа – благоприятная почва для манипуляций, так как атмосфера страха в обществе создана. Благодаря этому можно легко отвлечь внимание граждан от повседневных проблем, которые правительство не в состоянии решить, таких как растущие цены, инфляция и сокращение числа рабочих мест.

На сегодняшний день стало очевидно, что проблемы информационной безопасности приобретают всё более острый и актуальный характер. Какова же ситуация в нашей стране? Информационная безопасность подразумевает, в том числе, и безопасность духовную, речь идёт о сохранении и развитии культуры и истории нашей страны. После распада СССР история переписывалась неоднократно, продолжает переписываться и сейчас. Для решения этой проблемы в мае 2009 года была создана Комиссия при президенте Российской Федерации по противодействию попыткам фальсификации истории в ущерб интересам России. Её главные задачи – обобщение и ана-

лиз информации о фальсификации исторических фактов и событий, направленной на умаление международного престижа нашей страны, выработка стратегии противодействия подобным попыткам, а также рекомендации по адекватному реагированию на такие случаи и по нейтрализации их возможных негативных последствий.

В Концепции национальной безопасности Российской Федерации прописаны национальные интересы России в информационной сфере. Они заключаются в соблюдении конституционных прав и свобод граждан в области получения информации и пользования ею, в развитии современных телекоммуникационных технологий, в защите государственных информационных ресурсов от несанкционированного доступа [8]. Отмечается, что серьезную опасность представляют собой стремление ряда стран к доминированию в мировом информационном пространстве, вытеснению России с внешнего и внутреннего информационного рынка, а также разработка рядом государств концепции информационных войн, предусматривающей создание средств опасного воздействия на информационные сферы других стран мира. 9 сентября 2000 года была утверждена «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации», которая развивает «Концепцию национальной безопасности Российской Федерации» применительно к информационной сфере.

Информационная сфера называется системообразующим фактором жизни общества, который активно влияет на состояние политической, экономической, оборонной и других составляющих безопасности Российской Федерации. Выделяются четыре основные составляющие национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере [7]:

1) соблюдение конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и пользования ею, обеспечение духовного обновления России, сохранение и укрепление нравственных ценностей общества, традиций патриотизма и гуманизма, культурного и научного потенциала страны;

2) информационное обеспечение государственной политики Российской Федерации, связанное с доведением до российской и международной общественности достоверной информации о государственной политике Российской Федерации, ее официальной позиции по социально значимым событиям российской и международной жизни, с обеспечением доступа граждан к открытым государственным информационным ресурсам;

3) развитие современных информационных технологий, отечественной индустрии информации, в том числе индустрии средств информатизации, телекоммуникации и связи, обеспечение потребностей внутреннего рынка ее продукцией и выход этой продукции на мировой рынок, а также обеспечение накопления, сохранности и эффективного использования отечественных информационных ресурсов;

4) защита информационных ресурсов от несанкционированного доступа, обеспечение безопасности информационных и телекоммуникационных систем, как уже развернутых, так и создаваемых на территории России.

Информация и информационные технологии стали мощным оружием, с помощью которого можно формировать общественное мнение по тому или иному вопросу. Однако в условиях того, что информационная безопасность является частью безопасности национальной, в Российской Федерации до сих пор нет



государственного органа, который координировал бы информационную деятельность на её территории. Эта проблема активно обсуждается на разных уровнях и как её решение предлагается создание организации, которая отвечала бы за информационную безопасность страны: «Возникает необходимость создания отдельного управления в структурах президентской администрации или правительстве, на которое возложить координацию информационной деятельности в масштабах государства, начиная с вопросов духовной безопасности, выработки национальной идеи, формирования благоприятного имиджа России за рубежом и кончая проблемами противодействия различного рода подрывным действиям, идейной подготовке «оранжевых», «бархатных» и других революций» [4; с. 11.].

Любое государство заинтересовано в том, чтобы создать определенный имидж своей страны на международной арене и прилагает все усилия для его поддержания. Однако и граждане заинтересованы в том, чтобы получать максимально объективную информацию. Зачастую эти два стремления противостоят друг другу. Возвращение к свободомыслию и диалогу, как полагают некоторые исследователи, возможно благодаря распространению Интернета, который значительно сложнее контролировать, нежели радио и телевидение, и который, соответственно, возвращает рядовым гражданам возможность для публичного выражения своего мнения и для реализации своего творческого потенциала. Однако необходимо понимать, что помогая в решении некоторых проблем, Интернет, одновременно с этим, со-

здает и новые, также требующие решения. Очевидно, что построение глобального информационного общества, которое является целью Окинавской хартии возможно лишь при условии согласованных действий большинства государств, без которых невозможно создать безопасное и свободное от преступности киберпространство.

Литература

1. Бауман З. Глобализация: последствия для человека и общества. М., 2004.
2. Бауман З. Текучая современность. СПб., 2008.
3. Вернер К., Вайс Г. Черная книга корпораций. Екатеринбург, 2007.
4. Гареев М. Ключевая проблема безопасности. Геополитическое место Афганистана и его обостренное значение сегодня // Военно-промышленный курьер. 2009. № 47.
5. Гор А. Атака на разум. СПб., 2008.
6. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.
7. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // www.rg.ru/oficial/doc/min_and_vedom/mim_bezop/doctr.shtm, 29.01.2010.
8. Концепция национальной безопасности Российской Федерации // http://nvo.ng.ru/concepts/2000-01-14/6_concept.html, 29.01.2010.
9. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего. М., 2005.
10. Малахов В.С. Государство в условиях глобализации. М., 2007.
11. Окинавская хартия глобального информационного общества // www.g8russia.ru/g8/history/okinawa2000/4/, 29.01.2010.

Российская модель альтерглобализации как форма социокультурной динамики

Даллакян К.А. Даллакян А.К.

Западно-экспансивной стратегии глобализма, теоретической основой которой является аристотелизм, разделяющий мир на греков и варваров, авторами противопоставляется российско-интегративная модель альтерглобализации. В ее основе лежит «поликультурализм» или «поликультурный энвайронментализм», предполагающий сохранение уникальности каждой культуры, основанный на бережном (сизигическом) отношении к своему природному и социокультурному окружению.

Ключевые слова: Глобализация, глобализм, поликультурализм, поликультурный энвайронментализм, всеединство, интеграция, культура, ценности.

Dallakyan K.A., Dallakyan A.K.

Russian model of alterglobalization as the form of the sociocultural dynamics

The author opposes western-expansive strategy of the globalism theoretically, based on Aristotelianism, separating the world into Greeks and barbarians to Russian-integrative model of the alter-globalization. There is «polyculturalism» or «polycultural environmentalism» in its base supposing keeping the uniqueness of each culture based on the care regard for its natural and sociocultural environment.

Keywords: Globalization, globalism, polyculturalism, polycultural environmentalism, universal unity, integration, culture, values.

В «Социокультурной динамике» Питирим Сорокин, различая три формы культуры – идеациональную, идеалистическую и чувственную, выносит приговор материализму и меркантилизму как основополагающим принципам западной цивилизации. Современный духовный кризис свидетельствует о необходимости изменения фундаментальных оснований жизни людей, возврата, по словам П.А.Сорокина, к идеациональной форме культуры, исторически близкой России.

«Кто может быть самим собой, пусть не будет никем другим!» – эти слова актуальны сегодня не только для личности, но и для страны и целых регионов. Самобытность и особая роль России в мировом процессе многократно умножают необходимость сохранения ею своей специфики, того, что называют «культурным кодом», ибо от России сегодня, также как и столетия назад зависит судьба многих стран и народов. Поэтому в эпоху глобализации Россия прежде всего должна определить свою культурную и социально-политическую идентичность. Между тем, споры о путях



самоидентификации России и ее перспективной стратегии разгораются все с большей интенсивностью. Немаловажную роль в этом играет философско-методологическая неразбериха, не позволяющая четко и однозначно определить содержание некоторых понятий. Имеются разногласия в определении самого процесса глобализации, в понимании его сущности, последствий и форм реализации. К тому же глобализацию часто отождествляют с глобализмом, что лишь еще более запутывает проблему.

Не вдаваясь в дискуссию по поводу дефиниций, определим глобализацию как процесс формирования единого мирового пространства: экономического, политического, информационного, культурного. Анализ феномена глобализации как процесса формирования единого мирового пространства предполагает прежде всего необходимость дифференциации самого феномена глобализации, во-первых, от реальной формы его протекания в некоторых странах, являющейся скорее политикой глобализма, а, во-вторых, от субъективных оценок последствий глобализации как неизбежного вектора мирового развития. Методологически важно в исследовании столь многосложного явления как глобализация не скатиться к анализу одной из ее составляющих.

В самом общем плане можно противопоставить две стратегии глобализма - Западно-экспансивную и Российско-интегративную, являющуюся в точном смысле слова альтерглобализмом. Одним из теоретических оснований западной модели является аристотелизм, разделяющий мир на греков и варваров, которых надо было завоевать для того, чтобы сделать цивилизованными. В качестве сторонников идей западного глобализма в XX веке можно назвать К. Поппера с его те-

орией открытого общества, И. Валлерстайна с его мир-системным подходом, С. Хантингтона с концепцией «столкновения цивилизаций», Ф. Фукуяму с идеей «конца истории», З. Бжезинского с его геополитической стратегией и др. Все эти концепции, так или иначе, создают идеологическую базу под принцип унификации культур во имя материального благополучия.

Сущность открытого общества, в отличие от замкнутого заключается, по К. Попперу, в том, что лишь оно открыто для модернизации, так как готово принести свои исторические ценности, традиции, достояния культуры в жертву технологическим новациям. Таким образом, проводится идеологическая база под принцип унификации культур во имя материального благосостояния. Вновь происходит подмена понятий «открытое общество» и «открытая система». Понятно, что, согласно второму закону термодинамики, закрытые системы обречены, ибо в них бесконечно растет энтропия. Однако идеологи открытого общества под «открытостью» подразумевают необходимость «открытия» экономик слаборазвитых стран для бизнес-активности транснациональных корпораций. Причем, провозглашается, как правило, одностороннее открытие экономики. Ведь западное общество (заметим, не экономика) является открытым по определению.

Идея конца истории Ф. Фукуямы, который, впрочем, повторяет Гегеля, по сути дела, означает конец культурного многообразия, так как история, связывается лишь с либерализмом. Согласно такому пониманию после французской буржуазной революции история заканчивается, так как закладываются основы либерализма, и начинается постистория. Мир-системный подход подводит идеологию под эксплуа-

тацию технически развитыми странами менее развитых, разделяя мир на элитарное ядро, нищую периферию и буферную полупериферию, взаимодействие которых приводит к кризису. Поэтому утверждается необходимость создания единой глобальной системы.

По С. Хантингтону, в основе существующего столкновения цивилизаций лежат различия в культуре, поэтому Западу следует обеспечить единение в рамках собственной цивилизации; интегрировать в западную цивилизацию те общества в Восточной Европе и Латинской Америке, чьи культуры ближе к западной, усилить прозападные международные институты, вовлекая другие государства в них. По сути дела, это провокационная стратегия, предлагающая использовать конфликты и противоречия между странами в свою пользу и нивелировать культурные различия посредством навязывания западных ценностей¹.

Основной чертой глобализма является социально-экономическая ассиметричность мира, грозящая глобальной катастрофой. Мировое сообщество оказалось перед дилеммой: либо весь накопленный духовный и социальный потенциал используется в «социально-культурной игре», обогащающей нас без заранее очерченной большой программы глобализации, либо творческая элита превращается (целенаправленно) из свободной богемы в «глобальных производителей», реконструирующих мир по программе мирового правительства и лидеров однополярного мира².

Неизбежное следствие современной политики глобализма – разделение мира на процветающий «золотой миллиард» и обреченную на нищету остальное человечество, которому для выживания придется «продать» свою культуру и тради-

ции. Выживание страны предполагает подчинение ее правилу «золотого корсета», согласно которому необходимо принять ряд необходимых условий. Если какая-то страна не хочет руководствоваться этими правилами, то есть, по сути дела, не хочет потерять свою культурную идентичность, то им отвечают: «Никто не обязан залезать в «корсет», ...но если вы думаете, что можете противостоять этим переменам, не платя цену за неудержимые перемены, прячась при этом за свою высокую стену, вы обманываете самих себя»³.

Как показывает история, однополярность не является жизненной моделью. Любой природной системе необходимы варианты, как адаптационные возможности. И чем больше вероятностных сценариев, тем система адаптивнее. Это понимает все большее число людей, в том числе и в самих США, выступающих против глобализации, которая разрушает не только национальную идентичность, но и саму государственность.

Российская же модель альтерглобализации – это модель всеединства, в основе которой лежит вселенская Любовь. Она, в определенной мере, противостоит однополярной модели американской глобализации. Ядром такого подхода выступает, прежде всего, самосохранение многообразия культур в условиях их конкуренции и взаимовлияния. Поликультурализм, заключающийся в уважении к культурам, населяющих Россию этносов, является сегодня важнейшим условием обеспечения национальной безопасности и стабильности России. Ведь особенно опасна для целостности и благополучия страны именно внешняя катализация внутренних противоречий.

Сохранение культурной особенности народа противостоит глоба-



лизации, разрушая ее основы. Поэтому выход, на наш взгляд, в восстановлении своего культурного кода, того культурного «семени», из которого произросла нация. Необходимо обратиться именно к истокам собственной культуры, ее смыслоформирующим основаниям, к тем ценностям, которые в тяжелые минуты лихолетья позволяли народу выстоять. Не случайно будущее России многие авторы связывают не с наращиванием военного оборонного потенциала страны, хотя и это необходимо, а с развитием творческих возможностей российской культуры⁴.

Многие этого не признают. Так, бывший глава Международного валютного фонда М.Камдессю прямо подчеркнул: «в конечном счете, главная мировая тенденция состоит в унификации всего мира»⁵. И в этом высказывании проявляется методологическая некорректность, основанная, видимо, на элементарном незнании диалектики. Ибо системность целого не исключает, а напротив, предполагает уникальность и неповторимость его составных частей.

Осознание своей общности с мировой культурой в эпоху глобализации особенно актуализирует необходимость выявления каждой культурой своей идентичности, которая может быть узкой или расширенной в зависимости от ситуации. Чем активнее взаимодействие с представителями географически удаленных и основанных на иных ценностях культур, тем шире становятся идентичности. Различают и альтер-идентичности, значимость которых также ситуационна. В одних случаях люди подчеркивают общие признаки с теми, с кем взаимодействуют. В других - они подчеркивают аспекты, отличающие их от остальных. Говоря об иерархии идентичностей, важно выделить до-

минирующую. Как правило, более широкая идентичность формирует более узкую. Так, национальная идентичность, определяется культурной, а не наоборот. Например, французская идентичность определяется не происхождением человека, а его принадлежностью к французской культуре. Россиянам еще предстоит осознать себя как единую нацию, преодолев болезнь роста этнических самоидентификаций.

Самоидентификация культуры предполагает, на наш взгляд, осознание ее «Я-концепции», особенно важной для России, столкновение полярных представлений о себе самой которой продолжается несколько веков. Ядром «Я-концепции» культуры выступает господствующее в ней представление о человеке, его сущности и предназначении, от которых, в конечном счете, зависят адаптивно-адаптирующие потенции культуры. Такие фундаментальные концепции человека в силу их субстанциональности мы называем антропопарадигмами.

Основанием противостояния западной и восточных культур, а точнее, «Я-концепций» культур является противостояние ницшеанской концепции «человеко-бога» и соловьевской концепции «бого-человека». Первая ориентирована на своеволие, желание, власть, вторая - на истинную волю, любовь. Первая обрекает на противостояние, конкуренцию, вражду культур и, в конечном счете, бесперспективна, вторая ориентирует на сотрудничество и взаимопонимание. Именно российская культура с ее принципами космизма, соборности, всеединства, софийности и деятельной любви призвана выработать стратегию взаимного выживания в глобализирующемся человекине, основанного на полилоге культур.

Одной из особенностей русской культуры является ее мифологич-

ность и чудоориентированность, которые глубоко отразилась в коллективном бессознательном России. «Анима», как коллективная душа представлена в коллективном бессознательном Руси как архетип Матери. С конца X века архетип Матери сливается с образом Богоматери, с которой ассоциируется Добро, Справедливость и Красота. В XIX веке «Анима» страны была рационально осознана и рефлексирована в понятии София. Архетип женского начала православной русской культуры породил идею милосердия и жалости несколько чужой для западной культуры. «Анимус» страны ассоциировался с царем-батюшкой – защитником и вседержателем. После христианизации Руси жестокость и строгость отца все больше сменяется образом защитника обиженных и обездоленных, что нередко отражалось и во внешней политике. Не только пространственно-географическое положение России, но и ее поликультурность усложняют проблему выявления архетипа «Самости».

Методологически оправданно деление на пространственно-географические и культурологические параметры самоидентификации. Пространственно Россия является Евразией, однако этого отнюдь недостаточно для однозначного принятия весьма широко распространенной сегодня концепции евразийства. Культура бывает либо европейской, либо азиатской. Более того, как прекрасно показал Н.Я.Данилевский в своей работе «Россия и Европа», даже такая территориальная дифференциация культуры не совсем корректна. Оправданнее делить культуры на восточные и западные, да и то с оговоркой. Культура России является, безусловно, европейской, но это не значит, что она является западноевропейской. Правильнее было бы назвать ее во-

сточноевропейской. Именно восточно-христианская религия – православие, исторически выступила ядром, стержнем культурной самоидентификации страны.

Российская культура с самого ее зарождения носила соборный, интегративно-интернациональный характер. Сохранение поликультурности с одинаковым уважением к различным конфессиям, утверждающим фундаментальные основы человеческого бытия, является одним из столпов российской культуры. Это отражается и в русском языке, интегрирующем в себе всю многообразную палитру мировой языковой культуры.

Выделяют несколько онтологий: экономическую, духовно-нравственную, геополитическую, религиозную. Российская культура никогда не существовала лишь в рамках одной материально-экономической онтологии. И попытка секвестрировать ее до материально-экономического плана существования сначала октябрьской революцией, затем «перестройкой» фактически означает нивелирование российской культуры, смену собственной идентичности для влезания в «золотой корсет».

Экономической и материально-технической глобализации избежать невозможно, да и не нужно. Следует говорить об альтерглобализации, то есть не о глобализме, проводящимся во имя интересов одной страны, а о глобализации, учитывающей интересы всех стран. Подобная альтерглобализация должна осуществляться не спонтанно, как сегодня, а под контролем всемирной международной организации. В результате целенаправленной кропотливой работы должны возникнуть интегративные структуры подобно ЕЭС, общеевропейскому союзу, Союзу азиатских стран, евразийскому союзу и другим.



Россия имеет огромный культурно-исторический опыт интеграции. Советский союз и был иллюстрацией одной из моделей альтер-глобализации. Хотя, в качестве ее системообразующего принципа выступал классовый и территориально-этнический, а не поликультурный. Это способствовало «размыванию» самоидентификации России, с одной стороны как полиэтнического евразийского государства, а с другой - индустриального общества с развитой европейской культурой, однако не идентифицирующего себя ни с одной из существующих наций. Понятие «советский народ» как новая историческая общность оказалось искусственным.

В качестве основополагающего принципа глобальной интеграции должен быть не пространственный, не классовый, не религиозный, которые сегодня предполагают различные ученые и политики. Таким принципом, на наш взгляд, может выступить «поликультурный экнвайронментализм». Фундаментальным принципом такой альтер-глобализации должен быть учет культурных особенностей общества, обусловленных спецификой окружающей природной среды, диктующей способ и характер отношения к ней. Это и должно привести, в конечном счете, к экологизации общечеловеческой культуры, явля-

ющейся сегодня императивом альтерглобализации. Культура в этом случае восходит к своей изначальной сущности как способу адаптации общества к своему природному окружению.

Возвращение к органичным для русской философии принципам всеединства, соборности, софийности, бескорыстия и вселенской Любви, является восхождением, по П.А.Сорокину, к идеациональной форме культуры, исторически всегда близкой России. Российская модель альтерглобализации, как объективация этих идей противостоит однополярной модели глобализации, представляющей собой воплощение индивидуализма и эгоизма.

Ссылки:

- 1 Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и ее стратегические императивы. М., 1998 с. 12, 53, 234.
- 2 Панарин А.С. Глобальное политическое прогнозирование. М., 2000, с 88-89.
- 3 Friedman Th. Understanding globalization. The Lexus and the olive Tree. N.Y., 2000. P. 109.
- 4 Панарин А.С. Искушение глобализмом М. 2000, с 265. См.: Панарин А.С. Реванш истории: российская стратегическая инициатива в XXI в. М., 1998, с. 16.

Мировоззренческий характер глобального кризиса и новый социальный органицизм



Франчук В.И.

Глобальный кризис имеет не столько экономический или финансовый, а мировоззренческий характер. Кризис обусловлен в основном провалом либеральных, социал-демократических и других идеологий. Для преодоления кризиса необходим приоритет социальных наук над идеологией и избавление от социальных мифов. В качестве первоочередных мер предлагается возродить российскую организмическую школу на новом уровне знаний и более серьезно заняться воспитанием людей с новым мышлением и «человеческими качествами».

Ключевые слова: мировоззренческий кризис, новый социальный органицизм, идеология и наука, социальные мифы, новая организмическая модель общества

Global crisis has not so much economic or financial, and world outlook character. Crisis is caused basically by a failure of liberal, social democratic and other ideologies. The priority of social sciences is necessary for overcoming crisis above ideology and disposal of social myths. As prime measures it is offered to revive Russian organismic school (on the new level of knowlege) and more seriously to engage in education of people with new thinking and «human qualities».

Keywords: world outlook crisis, new social organicism, social sciences, ideology, the social myths, new organismic model of a society

По мнению В.И. Жукова [1, с.8], глобальный кризис, обрушившийся на все страны мира, имеет в своей основе не экономический, не финансовый, а мировоззренческий характер, поскольку ни одна из доктрин (либеральных, коммунистических, социал-демократических), положенных в основу развития обществ и цивилизаций, себя не оправдала. В этих условиях российское (и не только российское) государство не в состоянии выбрать правильную модель развития, политику и идеологию.

Мировоззренческий кризис проявляется не только в отсутствии достаточно адекватной модели общественного развития, но также в искаженном восприятии социальной реальности. Люди и нации по-разному трактуют одни и те же факты, явления, события, процессы социального мира. Речь идет не только об исторических событиях, искажаемых в угоду тех или иных политических и государственных деятелей. Люди не могут договориться между собой по таким важным понятиям, как общество, государство, нация, народ, этнос, раса, культура, ценности, институты, политика, религия, партия, проблемы, организация, управление. Поэтому в общественном сознании преобладают «двойные стандарты» и различные взгляды на одни и те

же проблемы, что мешает их решению. В результате в мире происходит накопление социальных проблем, многие из которых имеют глобальный характер.

Самое страшное, что мировоззренческий кризис неизбежно порождает другие кризисы (экономические, финансовые, экологические, демографические и др.) и связанные с ними антропогенные проблемы, способные уничтожить все человечество. Эту опасность отмечал А.Зиновьев в своей статье «Прогресс одурачивания» (2004), где он пишет, что «гипотеза гибели человечества вследствие собственной глупости и самообмана приобретает все более серьезные основания» [2, с.3].

Учитывая, что мировоззренческий кризис имеет перманентный характер и начался с момента образования первобытных общин (родов, племен), представляется целесообразным говорить не о мировоззренческом кризисе вообще, а более конкретно, о современном мировоззренческом кризисе, связанным, с одной стороны, с мировым экономическим кризисом, а с другой - с развитием социальных (социология, экономика, политология, социальная психология, социальная антропология, культурология) и гуманитарных (философия, история, филология, этика, эстетика, литературоведение) наук.

Причины мировоззренческого кризиса и его разрушительный характер

Основные причины мировоззренческого кризиса имеют биологический и социальный характер.

С точки зрения биологии человек - несовершенное животное, а не «чудо природы». Природа дала человеку ровно столько органов (органов чувств и других функциональ-

ных органов), чтобы он мог существовать. Говорить о совершенстве этих органов и способности человека с помощью них адекватно воспринимать реальность не приходится. Поэтому в Природе существует множество неопознанных или неправильно трактуемых объектов, процессов и явлений, которые человеку не дано понять без развития его природных и интеллектуальных способностей, предполагающих способность к научному познанию окружающего его мира.

Однако мировоззренческий кризис зависит не только от природы людей, но и от социальных факторов. После рождения в процессе социализации (под влиянием семьи, детских учреждений, улицы, школы, вуза, партий, церкви, СМИ и других «агентов влияния») у каждого человека формируется свое собственное мировоззрение и миропонимание, которое определяет его место в обществе, цели и деятельность, которая направлена на решение не только личных, но и общественных (социальных) проблем.

Значительную роль на формирование мировоззрения людей в прошлом играла мифология и религия. Затем они стали вытесняться идеологией и метафизикой.

Однако и религия, и идеология, и метафизика опираются на веру, а не на науку, что формирует стереотипы мышления и ограничивает развитие интеллектуальных способностей людей.

Многие люди до сих пор не преодолели антропоцентризм и телеологические взгляды. Антропоцентризм ставит Человека выше Природы, которая его создала, а теология придает любому явлению объективного мира определенную цель и смысл, приписываемый людьми. Отсюда делается неверный вывод, что все результаты человеческой деятельности имеют заранее

установленные цели, а, значит, такие важные социальные реальности, как религия, общество, государство, социальные институты, социальные организации, социальное управление, социальные проблемы, социальные ценности, рынок, деньги, мода, общественное мнение имеют преднамеренный характер. Однако социальные науки доказывают, что это так. А именно, многие, в том числе указанные выше социальные реальности, впервые возникли непреднамеренно, и лишь затем люди стали вкладывать в них тот или иной смысл, часто допуская при этом значительные искажения. Например, государство долгое время рассматривалось как орудие классовой борьбы, что, безусловно, неверно. Однако это обнаружилось лишь в конце XX века. Социальные организации до сих пор рассматриваются как целенаправленные системы, или как группы лиц, действующих для достижения определенной цели [3], что тоже, безусловно, неверно, так как существуют самоорганизации (естественные организации), возникающие непреднамеренно и не всегда имеющие цели создания и функционирования. Социальное управление часто отождествляется с классическим менеджментом, что также неверно, поскольку социальное управление включает в себя не только менеджмент, но также политическое руководство и самоуправление [4]. Подобных примеров можно привести сотни, что говорит об искаженном восприятии социального мира.

О.Конт считал, что только естественно-научный подход к познанию мира, который, применительно к социальному миру он называл позитивизмом, способен сформировать объективное мировоззрение. Он рассчитывал на победу позитивизма над метафизическим мышлени-

ем еще в XIX веке, однако он серьезно ошибся. Наступил XXI век, однако процесс научного познания социального мира «застрял» на метафизической стадии. Ярким примером тому служит доминирование в социальных и гуманитарных науках плюрализма, рационализма, системного подхода, синергетики, которые исходят не из фактов, наблюдений, сравнительного анализа и социальных экспериментов, а из абстрактных схем и понятий типа «система», «подсистема», «субъект управления», «система управления», «объект управления», «входы», «выходы», «аттрактор», «точки бифуркации», «диссипативные структуры», не свойственных для социальных наук. Доминирование метафизики (метафизического подхода к познанию социального мира) объясняется отделением общественных (социальных) наук от естествознания в конце XVIII века. Социальные науки демонстративно отказались от естественно-научного метода познания и от позитивизма О.Конта как попытки перенесения этого метода на социальный мир, что затормозило их развитие и «оторвало» от практики, которая должна являться «критерием истины», а не метафизика и идеология, какие бы соблазнительные идеи они не предлагали.

В результате существующие системы образования и науки национальных государств оказались не готовы к объяснению процесса глобализации и управлению им, решению глобальных проблем, а системы воспитания не способны к формированию людей с планетарным мышлением, ориентирующихся на глобальные ценности. Правственные ценности, воспроизводимые религией, на которых «держались» традиционные общества, в результате вытеснения религии идеологией и метафизикой, стали



заменяться материальными ценностями. Главными ценностями стали деньги и богатство, в которых еще К.Маркс видел основное зло, извращающее природу людей.

В связи с этим можно согласиться с известным высказыванием Питера Рассела: «Вся наша цивилизация нежизнеспособна, и причина этого в нежизнеспособности нашей системы ценностей, самого нашего сознания, которое определяет наше отношение к миру. Нас приучили верить, что чем больше у нас вещей, чем больше мы производим, чем больше у нас контроля над природой - тем мы счастливее. Именно это и приводит к тому, что мы склонны все эксплуатировать, так много потреблять, не заботясь о других частях планеты и даже о представителях своего собственного вида. Нежизнеспособна сама эта разновидность сознания» [5, с.287].

Другими словами, настоящий вид человека, созданный в результате неконтролируемой биологической, а затем социальной эволюции, является слишком эгоистичным и недостаточно разумным, чтобы заботиться о судьбе всего Человечества, которое стоит на краю пропасти. Единственный выход - это контролируемое изменение Человека либо биологическим, либо социальным путем. Последний путь является более гуманным. Это подтверждают слова Г.Спенсера, что «ничто, кроме медленного совершенствования человеческой природы посредством организации социальной жизни, не может произвести благоприятной перемены» [6, с.350].

Мировоззренческий кризис негативно влияет на все стороны человеческой жизни. Прежде всего, это выражается в мировом экономическом и финансовом кризисе, когда «закон стоимости» (К.Маркса) перестает действовать ввиду неконтролируемого перепроизводства во

всем мире денежной массы (главным образом, американских долларов) и несоответствия ее стоимости произведенного товара, вследствие чего цены товаров постоянно растут, что приводит к инфляции, спаду производства и росту безработицы. Если раньше (в XX веке) экономический кризис имел локальный и контролируемый характер, то теперь он стал глобальным и неуправляемым, так как требует принятия решений глобального характера, имеющие неординарный характер.

Во-вторых, мировоззренческий кризис выражается в накоплении антропогенных проблем, которые человечество создает, не задумываясь об их последствиях.

В момент образования ООН (в 1946 г) основными глобальными проблемами, которые нашли отражение в Уставе ООН, считались: сохранение мира на Земле; ликвидация нищеты и неравенства; охрана окружающей природной среды; борьба с наркоманией; борьба с организованной преступностью. К настоящему времени указанные проблемы не только не решены, но к ним добавились новые не менее одиозные проблемы: распространение ядерного оружия; глобальный экономический кризис; борьба с международным терроризмом; мировой энергетический кризис; демографический кризис; нравственный кризис; борьба со СПИДОМ и наркоманией.

ООН и ее многочисленные структуры не справляются с этими проблемами, число которых продолжает неуклонно расти, что говорит, с одной стороны, о необходимости коренного преобразования ООН, а с другой - о необходимости борьбы с причинами, порождающими глобальные проблемы. Каковы же эти причины? Рассмотрим их на примере некоторых глобальных проблем.

1. Одной из первых социальных проблем, имеющих глобальный характер, которая уже не раз ставила мир на грань самоуничтожения, является проблема межрелигиозных (межконфессиональных) конфликтов. Мусульмане презируют христиан, католическая церковь презирует православную церковь, буддисты также верят только в своего бога. В результате межрелигиозных войн уже погибли сотни миллионов людей. И это продолжается до сих пор, несмотря на то, что каждая религия призывает уважать других как самих себя.

Межрелигиозные конфликты - типичный пример антропогенных проблем, порожденных низкой культурой людей. Если бы люди изучали историю религий, они бы поняли, что каждое общество, каждая цивилизация порождает своих богов, которые являются «непреднамеренными результатами деятельности многих людей» (Э.Дюркгейм), поэтому не случайно известный социальный психолог С.Московичи начинает свою книгу «Машина, творящая богов» [7, с.5] с таких слов: «Машиной, творящей богов, безусловно, является общество». В том, что люди создают и боготворят своих кумиров (богов, идолов, вождей), заключается естественное стремление людей. Однако при этом они должны понимать, что другие общества вправе иметь своих кумиров, и это обстоятельство не может служить поводом для вражды. Важно понимать, что религия - это культурологическое понятие, созданное самими людьми, а люди, придерживающиеся различных религиозных взглядов, биологически ничем не отличаются друг от друга. Они не хуже и не лучше других, у них просто разные взгляды, поэтому их следует уважать других как самих себя, а не презирать их.

2. Продолжительное время людей различали по национальности,

однако и «нация», как и «религия», это чисто культурологическое понятие, потому что любая нация - «смесь» различных культур, корни которых уходят в глубокую древность. Поэтому разделять людей «на наших» и «не наших» и на этом основании объявлять войну «не нашим» (как это делалось в Народном Карабахе, Баку, Таджикистане, бывшей Югославии) - также антигуманно, как фашизм, уничтоживший десятки миллионов так называемых «неарийцев», в категорию которых попали евреи, поляки, русские и др.

В результате борьбы с национализмом возникло такое явление, как космополитизм. Космополиты, называющие себя гражданами мира, не относят себя ни к какой нации и вообще считают вопрос о принадлежности человека к какой-нибудь нации нелепым. Конечно, с этим можно поспорить, поскольку каждый человек в процессе социализации приобретает определенные национальные черты. Однако в эпоху глобализации, когда стираются национальные границы, вопрос о принадлежности человека к конкретной нации действительно не является актуальным. Об этом, в частности, говорил генеральный секретарь ООН Кофи Аннан (в сентябре 2003 г. в Нью-Йорке), когда в своем докладе сказал, что граждане разных национальных государств должны стать гражданами мира в эру глобализации.

3. Немало бессмысленно пролитой крови принес человечеству расизм, антисемитизм и другие «измы», в основе которых лежит элементарное невежество людей, основанное на вере, а не науке и знаниях. Причем много раз эти «измы» преподносились «под флагом» идеи свободы, равенства и братства, оказавшейся на поверку утопией. К ним относятся идеи мар-



ксизма, социализма, либеральной демократии и др.

4. Многие глобальные проблемы зависят от ценностного сознания людей. К таким проблемам относятся: проблема нищеты и неравенства, экологическая и демографическая проблемы, межнациональные и межрелигиозные конфликты. Однако наряду с ценностями на образование глобальных проблем влияют социальные мифы, формируемые общественным сознанием, которое часто ошибается. Так, считается, что государство неэффективно распоряжается общественной собственностью, поэтому последнюю необходимо приватизировать и отдать бизнесу, что приведет к общественному благу. Государству же следует оставить лишь минимум (стратегические ресурсы). Это большое заблуждение. Люди забывают, что целью бизнеса является личное обогащение, а вовсе не общественное благо, поэтому многие проблемы, особенно глобальные, вообще невозможно решить без активного участия государства и его ресурсов.

5. Повсюду в социальном мире царит мифология. Ошибочная рациональность и отсутствие научно разработанных теоретических основ развития общества открыли безграничные просторы для социального мифотворчества, захлестнувшего как западные страны, так и Россию. Так, по мнению акад. Г.В.Осипова, «отсутствие научных основ социально-экономического России привело, в конечном счете, к тому что, как и прежде, на смену одним социальным мифам - развитого социализма, перехода к коммунизму и т.д. - пришли другие, не менее одиозные мифы, практическая реализация которых различными властными структурами и политическими силами привела в действие такой социальный маховик, который стал крушить все, отбрасывая

развитые страны на многие десятилетия назад» [8, с.25].

Разрушительные силы метафизической идеологии и социального мифотворчества наиболее трагически сказались на судьбе России. В 1917 г. под влиянием идей марксизма-ленинизма, призывающих к классовой борьбе, большевики силой захватили власть, что привело к кровопролитной гражданской войне, уничтожившей почти всю элиту нации. Это была не только борьба за власть, но и за ценности. Уже тогда нравственные ценности российского народа стали вытесняться материальными ценностями. Процесс уничтожения нравственных ценностей (коллективизм, общинность, соборность, всечеловечность, патриотизм, примат духовности над материальным, социальная справедливость, правда, семья, честность), на которых держалась «святая Русь» завершили Горбачев с Ельциным, развалив СССР, уничтожив систему ГОСПЛАНа с плановым хозяйством и КПСС, являющуюся основой социального механизма советского общества. Таким образом, были разрушены две основные опоры, на которых «держится» любое общество (система базовых ценностей и социальный механизм).

К наиболее одиозным современным мифам можно отнести следующие:

1.Общество развивается по объективным законам, независимым от воли и желания людей.

2.Государство - это монополия на власть, средство ведения классовой борьбы или средство улаживания социальных конфликтов.

3.Социальные отношения и политические институты определяются экономическими отношениями и институтами.

4.Главным институтом общества является экономика, поэтому обще-

ственное развитие определяется состоянием экономики.

5. Цена продукта определяется стоимостью вложенного в него труда.

6. Только демократия и либеральные ценности способны обеспечить прогрессивное развитие общества.

7. Социальные организации - это искусственные образования, созданные для достижения заранее определенной цели (целей).

8. Социальное управление - это менеджмент и не включает в себя политическое управление.

9. Разделение властей необходимо для обеспечения сдерживания одной власти другими ветвями власти.

10. Главной человеческой ценностью является свобода. Список социально-политических мифов может быть продолжен [9].

В совокупности указанные мифы создают искаженное представление об обществах, в котором мы живем, что значительно осложняет возможность их реформирования. Более того, практика показывает, что почти все попытки реформирования обществ либо разрушали их (например, СССР), либо отбрасывали их в своем развитии на несколько десятилетий назад. Это касается не только обществ, но и всех социальных организаций.

Наиболее заметны разрушительные результаты мировоззренческого кризиса в последние годы. Если раньше он проявлялся в виде отдельных проблем на отдельных территориях, то сейчас он приобрел характер глобальной проблемы, которую невозможно решить с помощью экономических, финансовых, политических или других мер. Несмотря на то, что некоторые руководители государств рапортуют, что они преодолели экономический кризис, он еще к ним вернется, потому что не преодолен мировоззрен-

ческий кризис, имеющий глобальный характер. Поэтому национальные государства не должны заниматься самоуспокоением, решая отдельные экономические и финансовые проблемы, а смотреть глубже и сосредоточиться на преодолении мировоззренческого кризиса, являющегося главной причиной мирового кризиса.

Новый социальный организмизм как средство преодоления глобального мировоззренческого кризиса

Как следует из вышеизложенного, основной причиной глобального мировоззренческого кризиса является преобладание метафизической идеологии над подлинной наукой и оторванность последней от практики. Анализ известных теорий обществ (К.Маркс, Т.Парсонс, Н.Луман, А.Этциони и др.) убеждает, что их общим недостатком является излишняя идеологизация и отсутствие достаточно адекватной научно обоснованной модели общества, без которой невозможно успешно решать задачи реформирования и управления. Попытки построения такой модели предпринимались ранее П.Сорокиным [10] в рамках его «интегральной парадигмы», однако всякий раз они прерывались по объективным причинам (то под влиянием разработанной Т.Парсонсом общей теории социальных систем, то под напором идеологии либеральной демократии, то из-за нехватки эмпирических данных).

В настоящее время в Российском государственном социальном университете (РГСУ) в рамках современной организмической социологии разработана новая организмическая модель общества [11], основанная на трудах А.Конта, Г.Спенсера, П.Сорокина и современных социальных психологов и эволюционистов.



Современная организмическая социология возрождает традиции позитивизма (О.Конта и П.Сорокина) и социального органицизма (Г.Спенсера) с учетом междисциплинарных знаний (социальной психологии, социальной антропологии, социального эволюционизма, современной теории организаций и управления), используя их способность интеграции социальных знаний.

Совокупность полученных к настоящему моменту знаний об обществах-нациях, дает основание для создания достаточно полной и непротиворечивой концептуальной модели общества, которую будем называть новой организмической моделью (НОМ) и которая предлагается в качестве нормативной (идеальной) модели для решения задач реформирования существующих обществ и построения новых. Модель кратко можно описать следующим образом:

1. Общество является формой существования людей, которую целесообразно рассматривать как относительно устойчивую социальную целостность (общность), проявляющую разумное поведение подобно живому организму. Разумность поведения означает способность общества адекватно отвечать на вызовы, или другими словами, выявлять и удовлетворять свои потребности или выявлять и решать свои проблемы, понимаемые как отклонения от общепринятых социальных норм.

2. Общества имеют естественное, искусственное и комбинированное происхождение. Сначала на Земле появились естественные общества, которые возникали путем самоорганизации. Искусственные и комбинированные общества появились вслед за естественными, которые служили прототипами (образцами) для их создания. В отличие от естественных обществ искусственные и

комбинированные общества имеют цели создания и проектируются на основе определенных концептуальных моделей.

3. Естественные общества «складываются» случайным образом благодаря появлению и действию «социальных фактов» (Э.Дюркгейм), возникающих в процессе продолжительного межличностного взаимодействия людей в любой социальной группе. К числу таких «социальных фактов» относятся лидеры, неформальные структуры, статусы и роли, социальные ценности и нормы, социальные институты, общественное мнение. Чем больше в социальной группе возникает подобных «социальных фактов», тем скорее группа из неорганизованной превращается в организованную, т.е. общество. В первобытных обществах важнейшими социальными фактами - регуляторами поведения людей - являлись мифы, религии, боги, старейшины, вожди, шаманы, общественное мнение.

4. Искусственные и комбинированные общества создаются при сознательном участии людей. Это проявляется при выборе президента, депутатов в парламент, прокуроров, судей, принятии конституции, законов, разработке программ и национальных проектов, введении инноваций. Однако это сознательное участие людей ограничено лишь государственной частью (подсистемой) социального механизма. Негосударственная часть этого механизма состоит в основном из институтов гражданского общества, многие из которых также участвуют в выявлении и решении общественных проблем.

5. Несмотря на разнообразие видов обществ, любое общество содержит в себе скрытый или полускрытый социальный механизм (О.Конт), обеспечивающий выживание общества путем выявления и

удовлетворения его потребностей или, другими словами, выявления и решения социальных проблем, понимаемых как отклонения от общепринятых социальных ценностей и норм. Понятие социального механизма, введенное О.Конттом (около 150 лет назад), требует правильной интерпретации и институционализации, потому что заменяющие его понятия типа «регулятивная система» (Г.Спенсер), «механизм социальной системы» (Т.Парсонс), «механизм гомеостаза» (У.Р.Эшби), «система управления» (Н.Винер) не раскрывают всей сложности этого механизма, от работы которого зависит целостность и развитие общества.

В современных обществах-нациях социальный механизм проявляется в виде государственного механизма, однако последний является лишь явной (легитимной) частью социального механизма.

6. Подобно тому, как биологические организмы поддерживают постоянство своей внутренней среды (температуру тела, давление крови, содержание сахара в крови и др.) помощью механизма гомеостаза, общества с помощью социального механизма сохраняют свои базовые ценности и нормы (П.Сорокин), без которых они не способны существовать.

7. Социальный механизм общества выявляет социальные (общественные) проблемы по отклонениям от социальных норм и решает их с помощью образцов общественной культуры (ООК). При необходимости решения новых (неординарных) проблем социальный механизм может создавать новые или использует готовые (свои или чужие) ООК в виде социальных институтов, социальных ценностей и норм, инноваций, организационных систем и структур, практик, идей, знаний и других ООК. Учитывая, что обще-

ственная культура складывается из различных ООК, используемых для решения социальных проблем, общественную культуру можно рассматривать как «ответ на вызовы» (общественные потребности или проблемы).

8. На каждый новый вызов, на каждую новую общественную проблему социальный механизм «отвечает» новыми ООК, которые вводятся в общественную культуру, заменяя или вытесняя старые ООК. Подобный процесс обеспечивает воспроизводство общественной культуры и человеческого потенциала (ресурса), а тем самым, общественное развитие, которое должно быть устойчивым, т.е. обеспечивающим удовлетворение разумных общественных потребностей.

9. Социальный механизм общества состоит из политической системы (политического механизма) и исполнительного механизма. Политическая система играет главную роль в обществе, поскольку она выявляет социальные проблемы и решает, что делать с каждой из них; формирует исполнительный механизм и преобразует его (при необходимости); следит за социокультурными пространствами общества и сохраняет (воспроизводит) его базовые ценности. В целом, можно сказать, что политическая система осуществляет политическое управление, рассматриваемое как высший уровень социального управления. Исполнительный механизм, включая экономическую, финансовую, военную и другие сферы общественной деятельности, осуществляет свою деятельность под контролем политической системы.

Если принять данную модель за основу и сравнить ее с реальными обществами, то можно обнаружить ряд несоответствий.

Во-первых, модель предусматривает наличие социального меха-



низма как наиболее важной функциональной составляющей общества. Однако в реальности люди не замечают социального механизма и даже не подозревают о своем участии в его работе. Сознательно же они участвуют в работе государственного механизма, являющегося лишь небольшой частью социального механизма.

Во-вторых, модель предусматривает необходимость предвидения и выявления общественных проблем и профессиональную работу с ними, однако на практике этим никто специального не занимается. Это не означает, что с проблемами никто не работает, просто это делается непрофессионально, без применения научных методов, субъективно, поскольку само понятие «социальная проблема» не имеет однозначной интерпретации.

В-третьих, модель предусматривает необходимость решения общественных проблем с помощью управления. Однако на практике управление часто отождествляется с менеджментом, поэтому используется лишь ограниченный арсенал средств управления.

Наблюдаются и другие несоответствия между моделью и реальностью, которые показывают, что ее реализация через деятельность людей и социальных субъектов оставляет желать лучшего, поскольку люди в своей деятельности ориентируются на данную модель. Таким образом, модель отражает желаемое, а не действительное состояние общества. Очевидно, что если бы люди и социальные субъекты действовали сообразно данной модели, общества были бы более устойчивыми, так как лучше бы справлялись со своими проблемами, что не привело бы к глобальному кризису.

Из модели следует, что для достижения устойчивого развития,

общества должны избавляться от своих недостатков (патологий), которые можно обнаружить путем сравнения реальных обществ с нормативной моделью, в качестве которой предлагается использовать НОМ. Там, где реальность не соответствует модели, следует искать патологии, от которых необходимо избавляться с помощью научно обоснованных реформ. Таким образом, НОМ создает научную основу для реформирования (терапии) больных обществ. При этом необходимо отличать патологии от социальных проблем. Патологии - это недостатки в работе социального механизма общества, а социальные проблемы - это отклонения от сложившихся в обществе социальных норм. Очевидно, что социальный механизм, имеющий патологии, не способен эффективно решать социальные проблемы, поэтому для обеспечения устойчивого развития общества, основное внимание должно уделяться выявлению и устранению патологий.

Наконец необходимо отметить, что описанная выше модель общества является достаточно универсальной. Она охватывает не только не только общества-нации, но мировые сообщества и глобальное общество.

Необходимо, чтобы каждый человек на планете осознавал свою ответственность за судьбу человечества. Для этого необходима не только новая система базовых ценностей, но и умение решать глобальные проблемы, чему, к сожалению, не обучают ни в одном вузе. Необходимо также осознание того, что за весь период социальной истории в обществах-нациях накопилось столько проблем и столько патологий, что ни одно общество нельзя назвать абсолютно здоровым. Поэтому необходимо научиться лечить больные общества, проводя их

диагностику и соответствующую терапию. Для этого нужны «социальные врачи» (П.Сорокин), которых современные вузы должны готовить, как готовят врачей в медицинских вузах. Рассчитывать на то, что больные общества, объединившись вместе, сформируют здоровое глобальное общество, не приходится. Поэтому основные усилия национальных государств должны быть направлены, прежде всего, на диагностику и лечение своих болезней (на основе НОМ, принимаемую за «нормативную»), на решение национальных и глобальных проблем, а также на формирование и воспроизводство системы базовых ценностей, не противоречащей системе планетарных ценностей, разработкой и согласованием которых должна заниматься ООН с ее научными институтами.

«Исправление» («лечение») больных обществ необходимо начинать с «исправления» самих людей с момента их рождения. Главную роль в этом должны играть национальные государства и их институты воспитания, образования, науки, СМИ, а также религиозные концессии. Можно предположить, что умственные характеристики при рождении у всех людей практически одинаковы, а разнообразие интеллектуальных проявлений сформировавшихся людей связано с практически бесконечным количеством влияний, которым подвергается человек на протяжении всей жизни, особенно в течение первых лет. Известно, что основные жизненные ценности у ребенка закладываются в первые 4-5 лет с момента рождения (это подтверждается многочисленными примерами нахождения детей-«маугли», вскормленных животными и не способных к человеческой жизни). В первые годы жизни особенно большое влияние на детей оказывают семья, детские

учреждения (детские сады и ясли), СМИ и церковь. Именно эти институты закладывают у ребенка ценности первого уровня (Н.И.Лапин [12]). Далее, когда дети идут в школы, а затем поступают в вузы, процесс социализации продолжается, однако ценности первого уровня при этом практически не изменяются. К ним просто добавляются ценности второго уровня, которые в значительной степени зависят от первоначальных ценностей. Затем, когда дети становятся взрослыми и вступают в самостоятельную жизнь, у них появляются ценности третьего, четвертого и т.д. уровня (Н.Лапин [12], В.Цаплин [13], Штеренберг М. [14]). На формирование этих ценностей влияют семьи, которые создают молодые люди; организации, в которых им приходится работать; церкви, прихожанами которых они становятся; партии и общественные движения, в которые молодые люди вступают и т.д.

Таким образом, чтобы разрешить мировоззренческий кризис, необходимо целенаправленно влиять на ценностное сознание людей. Для этого каждое национальное государство должно уделять в первую очередь внимание системе воспитания и образования детей. Однако воспитывать детей необходимо не в национальных традициях, а с учетом процессов глобализации. Это значит, что воспитанием и образованием детей должны заниматься не столько родители, а государства, которые должны создавать специальные школы-интернаты, формирующих людей с новым мировоззрением, свободных от мифов и предрассудков. Учащийся с самого первого класса должен быть не объектом, воспринимающим готовые устаревшие знания, а своего рода исследователем в постижении основ научных знаний. Школа должна прививать детям вкус к учебе,



жажду и радость познания. Создание таких школ-интернатов должно осуществляться под эгидой ООН при заинтересованном участии национальных государств. Разработку учебно-воспитательных программ для таких школ-интернатов должен осуществлять специально созданный (в структуре ООН) институт, сформированный на базе интеллектуалов-космополитов, которые есть в каждой стране мира (2-3% , по оценкам В.Цаплина [13]), и который должен также осуществлять международный контроль за учебно-воспитательным процессом в каждом национальном государстве, присоединившихся к соответствующему договору.

Воспитанием и образованием людей с новыми «человеческими качествами» в условиях глобализации должны заниматься не только школы-интернаты, но и специальные университеты, получившие название органических университетов (G.Albrecht [15]), формирующих у людей глобальное мышление и представление о глобальном обществе как разумном живом организме. Такие университеты (наподобие Университета им. В.Гумбольда в Германии), в отличие от существующих, должны давать интегральные, а не разрозненные знания, и иметь междисциплинарный характер. Органицизм и междисциплинарность должны идти рука об руку и давать целостное представление о мире. На наш взгляд, глобальное общество будет разумным социальным организмом или его не будет вообще.

Литература

1. Жуков В.И. Мировой кризис: экономика и социология глобальных процессов. - М., 2009.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Дело, 1992.
3. Жуков А.А. Прогресс одурачивания // Фохжурнал, 2004.
4. Франчук В.И. Социальное управление: самоуправление, менеджмент и политическое руководство.- М., 2007.
5. Рассел П. Глобальное пробуждение мозга. - М,1995.
6. Спенсер Г. Основание социологии. - М., 1998.
7. Московичи С. Машина, творящая богов. - М., 1998.
8. Осипов Г.В.Социология и социальная мифология. - М., 2002.
9. Франчук В.И. Современная организмическая социология и социально-политическая мифология. М., 2004.
10. Сорокин П.А. Система социологии. В 2-х томах. - М., 1993.
11. Франчук В.И. Современная организмическая социология: основные положения и словарь-справочник. - М., 2008 (<http://socio-soc.narod.ru>).
12. Лапин Н.И. Ценности социальных групп и кризис общества. - М., 1991.
13. Цаплин В. Странная цивилизация. - М., 2006.
14. Штеренберг М.И. «Вечные вопросы» в свете науки, философии и религии.- М., 2004.
- 15.G.Albrecht. The Idea of an Organic University, Melbourne, Oxford University Press, 2006.

Послевоенный ренессанс и современная Россия



Макарова Л.В.

Статья посвящена сравнительному анализу послевоенной и современной России на основе статьи П.Сорокина «Основные черты русской нации в 20 столетии». Автором выделены те характеристики российского общества, которые утрачены в связи с кризисом 1990-х гг. Обращается внимание на внешний фактор кризиса России – фактор холодной войны и деидеологизацию российского общества.

Ключевые слова: современная Россия, холодная война, идеология, поколение, молодежь, семья.

Makarova L.V.

Postwar renaissance and modern Russia

The article is devoted to comparative analyze of postwar and modern Russia basing on the article by P.Sorokin "The Essential Characteristics of the Russian Nation in the Twentieth Century". The author emphasizes those Characteristics of Russian society which are lost connecting to crisis of nineties. The article pays attention on external factor of crisis in Russia – factor of Cold War.

Keywords: modern Russian, cold war, ideology, generation, young generation, family.

В 1967 г. П.А.Сорокин опубликовал свою последнюю прижизненную статью «Основные черты русской нации в двадцатом столетии»¹. Вероятно, такая тема последней работы ученого не случайна. Этот факт можно рассматривать как выражение главной интенции научной деятельности Сорокина и его специфической миссии – сочетания строго объективного фактологического анализа с глубокой личной заинтересованностью в судьбе России. Шестидесятые годы можно охарактеризовать как период окончательного оформления соперничества между двумя мировыми державами, соперничества, которое распространилось практически на все мировое пространство и все сферы жизни – освоение космического пространства, влияние на постколониальном пространстве, освоение земных недр и возможностей атома. Особое место в этом ряду занимает соперничество в социальной политике: потребительский и бэби-бум, билль о правах потребителей с одной стороны и массовое жилищное строительство, сокращение рабочей недели с другой стороны.

В социально-культурном контексте шестидесятых годов сама лич-

ность Сорокина, не говоря уже о его позиции, выраженной в его последней статье, играет особую роль, которую можно без преувеличения назвать научным подвигом. Вряд ли положения его последней опубликованной научной работы могли быть по достоинству оценены и поняты современниками, но сегодня они представляют особый интерес.

Прежде всего стоит обратить внимание на методологические основания рассмотрения Сорокиным нации. Главным методологическим посылом является системный подход, общий для научного познания. Сорокин подчеркивает, что понять характеристики нации невозможно посредством изучения отдельных ее представителей, даже если выборка будет репрезентативной. Свойства нации слагаются не из свойств ее представителей, а представляют собой свойства системы, в частности: 1) систему значений, ценностей и норм, благодаря которым и во имя реализации которых существует данная система; 2) совокупность предписывающих и запрещающих параметров действий, посредством которых ценности, значения и нормы системы объективизируются и реализуются в эмпирическом мире; 3) совокупность материальных средств, необходимых для ее функционирования (в том числе территория).

Если проанализировать статью Сорокина по данным параметрам, то получается следующая картина характеристик русской нации (см. табл.).

Прежде всего необходимо отметить, что Сорокин не отделяет Советский Союз от России, считая советский период модификацией исторически единой русской нации. В советском послевоенном периоде он видит проявление тех черт русской нации, которые уже не один раз выводили ее из катастрофического

| Система ценностей и норм | Совокупность действий | Материальные средства |
|--------------------------|--|--|
| Независимость | Огромная жизнеспособность | Огромная территория, которая расширялась на Восток и оборонялась на Западе |
| Свобода | Замечательное упорство | |
| Единство в многообразии | Готовность представителей идти на жертвы во имя выживания и самосохранения нации в критические периоды | |
| | Мирная колонизация | |
| | Энергия | |
| | Изобретательность (способность устанавливать наиболее подходящий политический режим) | |

положения. Главные ценности – независимость, свобода и единство в многообразии – отвоены. Национальные параметры действия – жизнеспособность, упорство, энергичность, изобретательность, жертвенность, неагрессивность – реализованы. В послевоенном мире русская нация во всех проявлениях выглядит не хуже, а даже лучше в сравнении с состоянием большинства крупных наций мира. Сорокин отмечает следующие параметры русского послевоенного ренессанса: высокий уровень рождаемости и низкий уровень смертности; восстановление территории; внутренняя политика на основе законов; права личности и права отдельных наци-



ональных образований расширены и закреплены; признание великих ценностей дореволюционной России; моногамная семья успешно восстановлена и возрождена; восстановлены институты местного самоуправления и Русская православная церковь; деморализация преодолена на основе «новой коммунистической этики», которая воспроизводит вечные моральные принципы великих религий в т.ч. христианские; проводится мирная международная политика. На основании этого анализа Сорокин делает вывод, что Советский Союз успешно преодолел «ужас разорения», и, вероятно, будет продолжать свою ведущую роль в течение будущих десятилетий, а возможно и столетий.

Но сегодня, в начале двадцать первого столетия мы вновь вынуждены говорить о национальной катастрофе. Сравнительный анализ указанных Сорокиным характеристик послевоенной России с современным ее состоянием показывает на удивление противоречивую картину: наряду с утратой территориальной целостности Советского Союза происходит активная интеграция России в мировое сообщество; рост значения права, в том числе декларирование прав человека, включая права собственности, сопровождается упадком местного самоуправления; рост религиозности населения сочетается с утратой общезначимых идеологических и нравственных парадигм и беспрецедентным кризисом ценности моногамного брака и традиционной семьи (см. табл.).

Что же произошло за полвека, прошедшие со времени окончания и преодоления последствий второй мировой войны? Сорокин предвидел лишь одну возможную причину такого хода событий. Он предрекал Советскому Союзу великое будущее

| Послевоенный период | Период с начала 90-х |
|--|--|
| Высокий уровень рождаемости и низкий уровень смертности | Превышение смертности над рождаемостью, депопуляция |
| Восстановление территории | Распад СССР, разделение русского, украинского и белорусского народов |
| Внутренняя политика на основе законов | Рост значения права |
| Права личности и отдельных национальных образований закреплены | Конституция РФ, основанная на парадигме прав человека, право частной собственности |
| Великие ценности дореволюционной России | Восстановление храма Христа Спасителя, прославление Новомучеников Российских |
| Ценность моногамной семьи | Кризис института семьи |
| Коммунистическая этика на основе моральных принципов общемировых религий | Отсутствие общезначимой системы этических принципов |
| Восстановление Православной Церкви | Рост религиозности и расширение влияния РПЦ |
| Мирная международная политика | Политика интеграции в мировое сообщество |
| Восстановление институтов местного самоуправления | Кризис институтов местного самоуправления |

при условии «если не будет развязана новая мировая война». Действительно, те характеристики России, которые сохранились к началу XXI века, скорее напоминают описание страны, проигравшей войну: мирная внешняя политика, лояльность к оппонентам власти, индивидуальные свободы вплоть до освобождения от моральных норм, стремле-



ние людей найти убежище в церковных приходах. Внешне непритязательная, внутренне раскрепощенная, считающая себя верующей, но не имеющая сил жить по вере – такой можно представить себе Русь времен татаро-монгольского ига – и таков образ современной России, если описывать ее по признакам, предложенным П.Сорокиным. О внутренних причинах такого положения – духовном, экономическом, социальном кризисах много говорят и спорят и ученые и политики. Но может быть в том и состоит значение последней статьи великого социолога, чтобы обратить наше внимание на внешние факторы развития русской нации, чтобы помочь преодолеть бесконечную рефлекссию?

Если развить мысль Сорокина о том, что поступательному развитию Советского Союза может помешать лишь развязывание новой мировой войны, то, очевидно, что в данном контексте такой войной можно считать холодную войну и приходится признать, что из этой войны лагерь, противоположный СССР вышел победителем. Формально то, что Сорокин выделял как высшие ценности русской нации – независимость, свобода, единство – в многообразии сохраняются, но их реальная наполненность, особенно информационная, вызывает большие сомнения. Беспрецедентная жизнеспособность русской нации, которую подчеркивал Сорокин, если перенести это качество на показатели социального развития, существует скорее потенциально, нежели актуально, в виде отложенного репродуктивного спроса. Огромная территория, которая служила средством развития, вроде бы и сегодня является существенным свойством России, но влияние на Востоке заметно ослабело, а западные границы значительно отодвинуты.

Можно предположить, что в современном мире национально-госу-

дарственное образование более не является основным субъектом исторических процессов: в результате современных войн страдает человечество в целом, а в качестве агрессора выступают некие обезличенные сущности: «мировой терроризм», «вызовы цивилизации», «мировой экономический кризис». Но в таком случае, во-первых, возникает вопрос о том, как обезличенные сущности, являющиеся скорее понятиями, нежели субъектами («терроризм», «кризис», «цивилизация») могут самостоятельно действовать и не является ли борьба с ними борьбой с ветряными мельницами? Но даже если оставить этот вопрос открытым, это вовсе не означает принципиального уменьшения значения национально-государственного образования и, соответственно, места и роли России в современном мире, которое во многом определяется проигрывшем в холодной войне.

Если принять во внимание обе эти гипотезы, то вопрос выхода России из кризиса приобретает альтернативный характер: нужно ли в первую очередь защищать национальные интересы, снова определяя США как своего противника, или вместе с цивилизованным человечеством во главе с США отражать атаки глобальных «вирусов»? Представляется, что ответ на этот вопрос может быть достаточно парадоксальным. В первую очередь необходимо выявить собственное, уникальное, личностное идейное содержание русской нации и приступить к творческой деятельности по идеологической модификации этого идейного содержания в современных условиях. Иными словами, необходимы идеологические инновации, которые исходили бы не из противопоставления себя другой нации как врагу и не из внешних угроз, а из потребности России не

просто выжить в новом глобальном мире, но остаться Россией.

Задача очень сложная, парадоксальная по самой своей постановке и требующая совершенно иного, сформированного сложными современными условиями, подхода. До сих пор попытки сформулировать национальную идею России на современном этапе ее развития не увенчались успехом. Можно обозначить лишь некоторые ключевые слова, источником которых является русская философская мысль и которые иногда мелькают в научном дискурсе и выступлениях современных политических деятелей «соборность», «личность», «творчество». Представляется, что неудачи идейной консолидации России вовсе не обязательно рассматривать как принципиальную невозможность. Логично предположить, что в данном отношении ведущую роль может играть временной фактор в его поколенческом измерении – иными словами, для формирования новой идеологии должна произойти реальная смена поколений. Очевидно, что с точки зрения принципиального различия социализации такая граница между поколениями проходит в девяностых

годах. Можно сказать, что современное население России начинает делиться на тех, кто социализировался в СССР и тех, кто вырос в постсоветской России, при этом доля последних будет возрастать с каждым годом. Достаточно общим местом стали рассуждения о том, что поколение 1990-х годов – потерянное поколение, что девиация в нем зашкаливает и ничего хорошего ожидать от него не приходится. Но в данном случае хотелось бы обратить внимание на высказанную еще Зиммелем мысль о том, что ценность – это не то, что в достатке, а то, чего не хватает.

Очевидно, что исторический контекст социализации современной молодежи не просто отличается, а резко отличается от предыдущего поколения, соответственно, и социальные проблемы, которые предстоит решать этому поколению, специфичны.

Ссылки:

1 Сорокин П.А., Основные черты русской нации в XX столетии / О России и русской философской культуре. Москва: «Наука», 1990



Защита конфиденциальной информации в социальных сетях интернета

Кораблев М.Н., Лонцов В.В., Прончев Г.Б.

В статье рассмотрены особенности защиты конфиденциальной информации в условиях глобального кризиса. Проанализированы существующие в социальных сетях риски пользователей, возможный круг злоумышленников, элементы утечки информации. Предложена информационная модель защиты конфиденциальной информации, циркулирующей в социальной сети. В модели учтены механизмы воздействия внешних и внутренних угроз посредством имеющихся реальных или потенциальных уязвимостей, несущих реальные или потенциальные риски для социальной сети.

Ключевые слова: социальные сети, Интернет, глобальный кризис, защита информации, риски пользователей, информационная модель защиты информации.

Korablev M.N., Lontsov V.V., Pronchev G.B.

Protection of classified information in the social networks of the Internet

In the article features of protection of the confidential information in the conditions of global crisis are considered. The risks of users, the circle of hackers, elements of informational draining existing in social network are given. The authors suggest informational model of confidential information defense using in social network. Methods of influence of the inner and outer threats and potential vulnerabilities are taken into consideration for users of social networks.

Keywords: social networks, the Internet, global crisis, information protection, risks of users, information model of the information protection.

Введение

В условиях глобального экономического кризиса, охватившего за последние несколько лет практически все страны мира, в том числе и Россию, информационная сфера, являясь системообразующим фактором жизни общества, активно влияет на состояние политической, экономической, оборонной и других составляющих безопасности Российской Федерации. Современный этап развития общества характеризуется все возрастающей ролью информационной сферы, представляющей собой совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений. Интересы личности в информационной сфере заключаются в реализации конституционных прав человека и гражданина на доступ к информации, на использование информации в интересах осуществления не запрещенной законом деятельности, физического, духовного и интеллектуального развития, а также

в защите информации, обеспечивающей личную безопасность. Интересы общества в информационной сфере заключаются в обеспечении интересов личности в этой сфере, упрочении демократии, создании правового социального государства, достижении и поддержании общественного согласия, в духовном обновлении России [1].

Интеграция в мировое информационное пространство, интенсивное развитие информационной инфраструктуры, средств и систем связи, а также информатизация практически всех сторон общественной жизни и деятельности органов государственной власти и управления существенно усиливают зависимость функционирования общества и государства от состояния информационной сферы. В связи с ростом и развитием телекоммуникационных технологий, в частности, все более широким распространением компьютеризации и ростом доступности глобальной вычислительной сети Интернет российское общество все больше приобретает отличительные признаки информационного общества, с его направленностью на развитие производства, переработки, хранения и распространения информации среди членов общества.

Один из наиболее важных аспектов развития Интернета – это возможность непосредственного межличностного общения, что предоставляет безграничные возможности для преодоления социальной стратификации и организации социальных групп из индивидуумов, имеющих общие цели, интересы, взгляды, занятия, хобби, место жительства, пол, национальность, проблемы, обстоятельства и т.п.

Социальные сети в Интернете

Широкое распространение за последние годы получили такие со-

циальные сервисы Интернета как форумы, блоги, гостевые книги и, в наибольшей степени, социальные сети. Согласно данным ряда исследований [2], социальные сети – основная причина, по которой сегодня растет количество времени, проводимого пользователями в Интернете. В частности, по данным Всероссийского центра изучения общественного мнения [3], 76 % россиян, имеющих доступ к Интернету, так или иначе используют услуги социальных сетей.

Термин «Социальная сеть» был введен в 1954 г. принадлежащим к Манчестерской школе социологом Джеймсом Барнсом. Социальная сеть (*Social Networks*), применительно к Интернету, это виртуальная сеть, являющаяся средством обеспечения сервисов, связанных с установлением связей между его пользователями, а также разными пользователями и соответствующими их интересам информационными ресурсами Интернета. В российской зоне Интернета (Рунете) наиболее популярными являются социальные сети «Одноклассники.ru», «ВКонтакте.ru», «Мой круг», «Google-группы». Темпы, которыми развиваются социальные сети в России, бьют все рекорды. Численность пользователей только сети «Одноклассники» в сентябре 2009 года составила 40 млн. человек [4]. Еще более значительный рост числа зарегистрировавшихся пользователей показывает социальная сеть «ВКонтакте.ru».

Внимание к социальным сетям, а также стремительный рост их количества привлекает к ним внимание работодателей. Аудитория социальных сетей четко сегментирована по возрастным, гендерным, культурологическим и прочим критериям, что позволяет максимально сфокусировать, в частности, контекстную рекламу, на каждый кон-



кретный сегмент целевой аудитории и получить максимальный возврат инвестиций.

На фоне роста своей популярности все социальные сети сталкиваются с проблемой получения прибыли от своих сервисов [5]. Поддержание социальных сетей осуществляется, например, за счет распространения объявлений/оповещений через установленные связи между людьми, интересующимися деятельностью друг друга. Образованию новых связей помогают всевозможные базы персональных данных и службы знакомств. Часто поддержка социальных сетей в какой-то мере включается в разнообразные виды услуг, где требуется заведение учётных записей, что позволяет систематически копить личные данные пользователей. Особенно это относится к услугам, поддерживающим личное общение между пользователями. В результате, для увеличения доходов от рекламы некоторые компании разрабатывают специальное программное обеспечение, использующее сложные методы моделирования для выявления контекста того, о чем пишут участники социальных сетей, чтобы показывать им наиболее подходящую рекламу [6]. Одна из других возможностей заработать – прямая продажа информации о пользователях социальной сети, поскольку ресурсы содержат огромное количество важных демографических данных.

Анонимность или частичная анонимность участников социальных сетей – один из факторов их популярности. То, что участник сообщает о себе только ту часть персональных сведений, которую он считает нужным или возможным сообщить, дает ему возможность изменить представление о себе в глазах других пользователей. В социальной сети у человека создается вир-

туальная личность, которая может сильно отличаться от его реальной личности, и которая для человека может быть даже важнее, чем реальная.

То, что в социальных сетях существует возможность оставлять скрытыми некоторые подробности, важные для деловой репутации, оказывает существенное влияние на принятие решений, является препятствием для использования социальных сетей в реальной экономической деятельности. Преодолению этих недостатков могут служить “закрытые” социальные сети, где регистрация нового пользователя возможна только по приглашению. Пользователи такой сети могут создавать профили для других участников, накапливать информацию и давать доступ к ней другим пользователям. В этом случае появляется возможность объективной оценки запрашиваемого кандидата, поскольку любая информация требует подтверждения несколькими способами и ранжируется по её достоверности.

Еще одной проблемой защиты информации в социальных сетях является возможность широкого распространения нелицеприятной информации о пользователях сети по всему кругу их контактов. Так, например, для решения проблемы невозврата кредитов коллекторские агентства, нанятые банками, начали использовать социальные сети [9]. Разыскав должника, его ставят перед выбором: либо он садится за стол переговоров для составления графика погашения задолженности, либо по его контактам в сети рассылается выдержка из решения суда. По данным агентства TNS Gallup [10], пользователями сетей являются социально активные люди среднего возраста и высокого достатка, живущие в крупных городах, то есть люди со статусом, ко-

торым есть что терять. С другой стороны, нет никаких гарантий, что подобные же методы не могут быть использованы злоумышленниками для возможного шантажа и вымогательства.

Недавно появилась информация, что банки используют социальные сети для *скоринга* – оценки надежности клиентов-заемщиков [7], хотя официально регламентом социальных сетей обычно запрещено осуществлять сбор персональных данных других пользователей с целью их последующей обработки.

В последнее время все чаще дискутируется вопрос о том, что социальные сети опасны [8]. Вернее сами сети не опасны, опасна та информация, которая в них содержится. Очень часто пользователи, регистрируясь на сайтах социальных сетей, оставляют свою личную информацию, которая может стать доступной злоумышленникам.

Качественная модель информационных процессов социальной сети

Для эффективного анализа всех аспектов распространения и защиты информации в социальных сетях Интернет в нашей работе предложена описательная информационная модель социальной сети, учитывающая:

- взаимодействие субъектов и объектов информационных процессов в социальных сетях;
- возможные уязвимости, факторы риска и угрозы, объективно присущие информационным ресурсам в социальных сетях.

Информационную модель для информации, циркулирующей в социальной сети, в самом общем виде можно представить в виде диаграммы (см. рис. 1), показывающей механизмы воздействия внешних (из окружающей среды) и внутренних

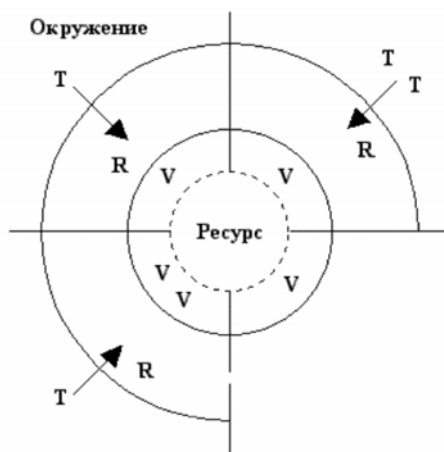


Рис. 1. Информационная модель социальной сети.

угроз (Т) для сети посредством имеющихся реальных или потенциальных уязвимостей (V), несущих реальные или потенциальные риски (R) для информационных ресурсов.

В соответствии с вышеизложенными представлениями о составе и функциональности социальных сетей обобщенная схема структуры социальной сети как информационного ресурса, имеющего определенную ценность и подлежащего защите от внешних и внутренних угроз, включающая механизмы и виды информационных процессов в сети, представлена на рис. 2.

При оценке информационных процессов в социальных сетях можно выделить следующие основные типы субъектов информационных отношений:

- *легальный пользователь (посетитель) сети как гражданин* – субъект общественно-политической жизни, носитель определенного мировоззрения, обладатель правосознания и менталитета, духовных идеалов и ценностей, типичных для страны его проживания;

- *легальный пользователь (посетитель) сети как личность* – индивид, обладающий сознанием и подверженный информационным

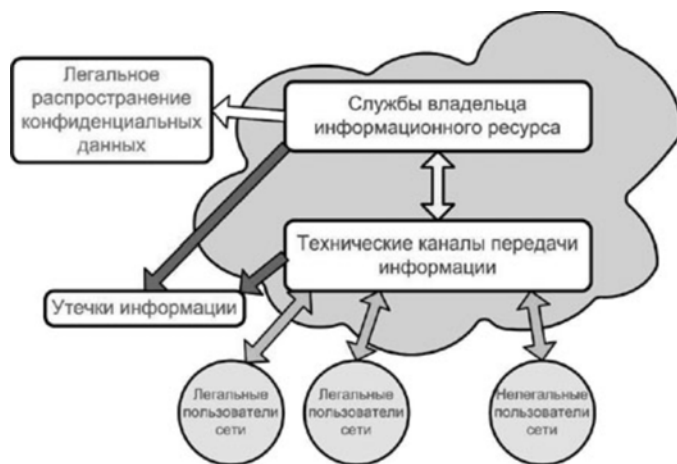


Рис. 2. Структура социальной сети.

воздействиям, результаты которых могут угрожать его физическому или психическому здоровью;

- *нелегальный пользователь (злоумышленник);*
- *владельцы или администраторы информационного ресурса.*

Можно выделить следующие составные части сети и, в связи с ними, виды конфиденциальной информации, разглашение которой может нанести прямой или косвенный ущерб пользователю социальной сети:

- *Регистрационные данные* – информация для идентификации пользователя, предоставленная им при первичной регистрации в социальной сети;
- *Время посещения ресурса* – распорядок дня пользователя, его бюджет времени;
- *Форум* – материальное положение и политические взгляды пользователя;
- *Фотогалерея* – материальное положение, родственные связи, коммерческие и личные связи, безопасность жилища;
- *Адрес электронной почты* – почти все сети требуют ввода адреса электронной почты и прове-

ряют его работоспособность, высылая письмо с кодом активации учетной записи. Такой подход гарантирует до определенной степени уникальность участника, но создает условия для рассылки спама;

- *Круг контактов* – материальное положение, профессиональные и родственные связи;
- *Настраиваемое окружение* – пользователь на-

страивает внешний вид, дополнительные данные о себе, указывает свои интересы.

Пользуясь услугами социальных сетей, следует учитывать возможные риски, сопровождающие любые действия пользователя. Источниками угроз для легального пользователя могут являться:

- *Владельцы или администраторы информационного ресурса;*
- *Пользователи социальной сети – злоумышленники;*
- *Нелегальные пользователи – злоумышленники;*
- *Сам этот пользователь.*

При системном рассмотрении различных видов нарушений защиты конфиденциальной информации в социальной сети в соответствии с качественно-количественными характеристиками циркулирующей внутри сети информации, необходимыми для оценки ее уязвимостей, по степени важности для механизмов защиты можно выделить следующие типы основных угроз:

- *Угроза конфиденциальности информации* в социальной сети. При реализации такого типа угроз происходит утечка конфиденциальной информации и причинение прямого

или косвенного ущерба пользователю социальной сети;

- Угроза *целостности информации* в социальной сети. При ее реализации происходит модификация обрабатываемой внутри сети информации и потеря ее адекватности;

- Угроза *доступности информации* в социальной сети. При ее реализации происходит нарушение доступа к сетевой информации и блокирование доступа к ресурсу;

- Угроза *полноте информации* в социальной сети. При ее реализации происходит уничтожение обрабатываемой внутри сети информации и причинение прямого или косвенного ущерба как пользователю социальной сети, так и ее владельцу;

- Угроза *актуальности информации* в социальной сети. При ее реализации происходит задержка получения легальным пользователем сети информации;

- Угроза *важности информации* в социальной сети. При ее реализации происходит несанкционированное чтение конфиденциальной сетевой информации, что приводит к утрате ее ценностных характеристик;

- Угроза *адресности информации* в социальной сети. При ее реализации происходит переадресация сетевой информации, что может приводить к снижению ее конфиденциальности и доступности;

- Угроза *избыточности информации* в социальной сети. При реализации этой угрозы происходит многократное дублирование сетевой информации.

Пользователи социальных сетей

В предложенной модели в качестве одного из источников угроз для легального пользователя в социальной сети рассматривается сам пользователь. Данное положение нуждается в пояснении.

Как уже было отмечено, в социальной сети у человека создается виртуальная личность, которая может сильно отличаться от его реальной личности. Это становится возможным благодаря тому, что в социальных сетях люди взаимодействуют между собой не напрямую, а посредством учетных записей («аккаунтов»). Учетная запись представляет собою Интернет-страницу (либо множество таковых), на которой пользователь социальной сети размещает свою информацию. Таким образом, информация (в том числе и конфиденциальная), размещаемая пользователем в социальной сети, отделяется от него, своего изначального носителя, и начинает жить своей собственной жизнью. При этом она не теряет связь с личностью пользователя, по-прежнему оставаясь описанием его общественного положения, действий, взглядов и так далее. Связь эта усиливается тем, что содержание своей учетной записи пользователь может, благодаря возможностям, предоставляемым современной техникой и Интернетом, обновлять очень быстро и часто.

Получается своеобразный гибрид паспорта и личного дневника пользователя, имеющий, в то же время, одну особенность, резко отличающую его и от паспорта, и от дневника, и от паспорта и дневника вместе взятых. Ведь чтобы кто-то, кроме самого владельца паспорта (с дневником – еще сложнее), мог по своему желанию получить доступ к этому документу, он должен либо обладать специальными полномочиями (например, быть работником органов внутренних дел), либо располагать доверием владельца; при этом, в каждом конкретном случае владелец паспорта сам решает, предоставить ли свой документ в распоряжение иных лиц. Иначе обстоит дело в социальных сетях: если



человек определенным способом разместил свою информацию в социальной сети – он никаким образом не сможет воспрепятствовать попаданию этой информации в руки заинтересованных лиц, если эти лица являются зарегистрированными пользователями данной сети.

Следовательно, для получения доступа к конфиденциальной информации, пользователь социальной сети должен вступить не в **субъект-субъектное** («человек-человек»), а в **субъект-объектное** («человек-компьютер») взаимодействие — зарегистрироваться в социальной сети. Уже одно только это обстоятельство повышает опасность действий пользователя: стоит ему один раз поместить в социальной сети информацию, попадание которой в руки недоброжелателей пользователя может привести к вредным для него последствиям, как она становится доступной для очень широкого круга лиц – других пользователей сети.

Другим фактором, делающим пользователя социальной сети источником опасностей для самого себя, является наличие у него общественно санкционированной возможности разместить в социальной сети неполную или искаженную информацию о себе. Таким образом, обеспечивается частичная анонимность пользователей социальной сети. В то же время, это положение обуславливает терпимость пользователей к любым изменениям информации, содержащейся в учетной записи (поскольку предполагается, что информация, изначально в ней размещенная, может быть неполной и неточной), в том числе и к таким, которые осуществляются злоумышленниками.

Наконец, само то обстоятельство, что информацию в социальную сеть помещает непосредственно ее изначальный владелец

(в отличие, например, от того же паспорта, который наполняется информацией и выдается гражданину сотрудниками государственных органов), значительно повышает уровень опасности его действий: чувствуя себя хозяином положения, пользователь часто теряет бдительность. На это обстоятельство указывает Энди Пауэлл, директор ведущей рекрутинговой компании Великобритании «Vadenoch & Clark», которая в начале 2008 года исследовала влияние социальных сетей на карьеру: «Легко забыть, что Интернет является публичным местом и возможные работодатели находятся на расстоянии всего нескольких кликов» [11]. Добавим от себя: не только работодатели, но и вообще люди, от которых может зависеть благосостояние, а порой – жизнь и здоровье пользователя.

Свои рассуждения мы проиллюстрируем следующим примером. 4 февраля 2009 года «Российская газета» ознакомила [12] своих читателей с историей преступницы Юлии Печеновой, которую задержали сотрудники правоохранительных органов Московской области. Печенева действовала следующим образом: через социальные сети «Одноклассники» и «В Контакте» находила похожих на нее одиноких женщин, входила к ним в доверие, затем – убивала их и продавала их квартиры. Этот случай показывает, к каким страшным последствиям могут привести действия, предпринимаемые в социальных сетях самими пользователями: не опубликуй жертвы Печеновой свои фотографии и не расскажи о своих интересах, – преступница просто не смогла бы совершить свои злодеяния, – по крайней мере, тем путем, которым она их совершила. Остается только добавить, что убившая, по меньшей мере, трех человек Печенева попала, как отмечает журналист

«Российской газеты», случайно и, пока она сама не допустила ошибку, «поймать» ее было практически невозможно».

Впрочем, не следует, по нашему мнению, перекладывать на пользователей социальных сетей всю ту долю ответственности, которая в случаях, подобных описанному выше, ложится на жертву. Дело в том, что учетная запись в социальной сети создается не одним только пользователем. Учетная запись всегда является плодом совместного творчества пользователя, являющегося ее владельцем, и создателей Интернет-ресурса, продуктом деятельности которых является та форма, которую владелец учетной записи наполняет содержанием — различной информацией о себе. И эту форму не следует рассматривать, как пассивный элемент учетной записи. Исследуя другую область общественной жизни, — «производство» общественного мнения, французский социолог Пьер Бурдьё замечает: «тот простой факт, что всем задается один и тот же вопрос, предполагает гипотезу о существовании консенсуса в отношении проблематики, то есть согласия, что вопросы заслуживают быть заданными» [13]. Поскольку же и пункты «анкеты», которую предлагается заполнить пользователю социальной сети, являются, по своей сути, вопросами («Какова дата Вашего рождения?», «В каком городе Вы живете?» и так далее), то мысль Бурдьё является справедливой и для социальных сетей: уже одно то, что те или иные пункты присутствуют в «анкете», может стать для пользователя весомым доводом в пользу того, что их необходимо заполнить. То есть, уже одно то, что в социальных сетях предусмотрена возможность размещения фотографий пользователей, может спровоцировать некоторых

пользователей на то, чтобы их там разместить.

Защита информации в социальной сети «Одноклассники»

Выше нами был рассмотрен круг вопросов, касающихся конфиденциальной информации в Интернет-обществах. Были проанализированы риски пользователей социальных сетей, возможный круг злоумышленников, элементы утечки информации. Владельцы Интернет-ресурсов предпринимают значительные усилия для защиты самих сетей и личных данных пользователей от злоумышленников. Проанализируем те меры, которые предпринимают владельцы социальной сети «Одноклассники.ru» [4].

Лицами, которые являются источниками опасностей для пользователя социальной сети в Интернете, могут быть:

- Владельцы или администраторы — злоумышленники;
- «Легализованные» пользователи — злоумышленники;
- Нелегальные пользователи — злоумышленники;
- Сам этот пользователь, своими собственными действиями создающий опасность для себя.

Для противодействия третьей группе злоумышленников необходимо сделать очевидные (но достаточно сложные!) действия — ограничить им доступ к ресурсу. Чтобы свести к минимуму опасности, которые для себя создает сам пользователь, необходима, очевидно, целенаправленная работа с ним, причем проводить эту работу должны не только владельцы ресурса. Сейчас сосредоточим свое внимание на первых двух группах, действия для которых не столь очевидны. Любые ограничения для легальных пользователей повлекут отток пользова-



телей из сети. Борьба же с администраторами сетей должна проводиться самими администраторами.

Перечислим составные части социальной сети «Одноклассники.ru», доступность которых для злоумышленников представляет наибольшую опасность, и назовем те виды конфиденциальной информации пользователя социальной сети, доступ к которым получает злоумышленник, обследуя эти составные части:

Время посещения ресурса (*поскольку социальная сеть не может существовать, если пользователи не тратят на нее определенную часть своего времени*) – *распорядок дня пользователя;*

- *Форум* – материальное положение и политические взгляды пользователя;

- *Фотогалерея* – материальное положение, родственные связи, коммерческие и личные связи, безопасность жилища;

- *Круг контактов* – материальное положение, профессиональные и родственные связи.

Разглашение такого рода информации, несомненно, может нанести прямой или косвенный ущерб пользователю.

Создатели ресурса «Одноклассники.ru» организовали специальный сервис, обеспечивающий пользователю возможность избежать нежелательного общения с посетителями своей страницы – **“скрытый пользователь”**. Эта функция, кроме возможности не отображать свой активный статус, заходить на страницы других пользователей “без оставления следов”, дает, так же, возможность менять данные других пользователей с теми же возможностями (“без следов”).

Следующей возможностью защитить свой созданный профиль от воздействия других пользователей,

является полный запрет на изменение другими пользователями сети личных данных, – для этого используется сервис **“закрытый профиль”**.

Оба сервиса как и ряд других, например **«регистрация пользователя»**, являются платными услугами. Оплата услуг осуществляется посредством *SMS-сервисов*, с использованием мобильного телефона пользователя. На наш взгляд, применение такой технологии подвергает пользователя дополнительным рискам. Действительно, ведь в базы данных ресурса попадает еще и номер сотового телефона пользователя.

Введение платных услуг является частью общей стратегии безопасности социальной сети «Одноклассники.ru». Действительно, не каждый “хулиган” захочет платить за шалость. Огорчает лишь то, что часть платных сервисов имеет временные ограничения. И по прошествии определенного времени пользователю необходимо позаботиться и еще раз активировать услугу посредством *SMS-сервисов* мобильного телефона с соответствующим внесением денежных средств.

Полными правами администрирования и модерирования обладают владельцы и администраторы ресурса. Конкретный пользователь обладает, конечно же, ограниченными возможностями в плане организации безопасности, но, в то же время, может являться организатором собственной **“группы”** пользователей. Организатор группы имеет (на своем уровне) права администрирования приглашенных и принятых в содружество пользователей. Он может удалять нежелательный контент, а также пользователей, входящих в группу и нарушающих внутренние правила группы. Кроме того, администратор группы может повысить права пользователей сообщества до уровня мо-

дераторов. Модераторы группы имеют возможность добавлять и редактировать новости в разделе форумов, редактировать фото пользователей, удалять и блокировать пользователей группы.

При желании любой пользователь сети имеет возможность **удаления оценок** по фотогалерее и **комментариев**, что, опять же, является платной услугой и препятствует изменению статуса конкретного пользователя.

Несмотря на все предпринимаемые меры, социальная сеть «Одноклассники.ru» остается слабозащищенной от злоумышленников из вне.

По сообщениям РИА Новости [14] пользователи социальной сети «Одноклассники.ru» в июне 2008 года подверглись атаке хакеров. Злоумышленниками была организована массовая спам-рассылка писем, имитирующих стандартные оповещения, уведомляющие пользователя о получении им нового сообщения от другого пользователя этой социальной сети. В качестве отправителей якобы пришедших пользователям внутренних сообщений значились, преимущественно, лица с женскими именами. Поддельное письмо содержало ссылку на сайт www.odnoklassniks.info, зарегистрированный в Сингапуре.

При переходе по указанной ссылке на компьютер пользователя загружалась троянская программа (Trojan.DownLoader.62860 – по версии антивируса Dr.Web [15]; Trojan.Win32.Agent.qxk – по версии антивируса Касперского [16]), после чего происходило автоматическое перенаправление пользователя на оригинальный сайт «Одноклассники.ru».

Осуществленная спамерами рассылка была настолько массовой, что сайт www.odnoklassniks.info из-за огромного количества запросов был

доступен лишь ограниченному числу пользователей, благодаря чему троянская программа просто не загрузилась на большинство компьютеров.

Чтобы не стать жертвой подобных рассылок пользователю социальной сети необходимо придерживаться следующих правил:

- не открывать письма и не читать вложений в письмах от незнакомых адресатов;
- не заходить на подозрительные сайты;
- иметь на компьютере установленный антивирус, с регулярным обновлением антивирусных баз.

Социальные сети Интернет в условиях кризиса

Необходимо отметить, что отмеченный в работе ранее (см. Таблицу 1) значительный рост численности пользователей социальных сетей в Интернет происходит вопреки, и даже, может быть, отчасти вследствие разразившегося во всем мире в 2007–2008 годах социально-экономического кризиса. Особенно ярко эта особенность проявляется в быстром росте двух наиболее популярных профессиональных социальных сетей – LinkedIn и Xing, имеющих на конец 2009 года 29 и 6,5 млн участников соответственно. Обе ориентируются на молодых специалистов с доходом выше среднего и дают им возможность устанавливать контакты между собой, отслеживать то, чем каждый из них занимается, и создавать группы по интересам. Обе сети являются прибыльными: поскольку они помогают людям находить работу или создавать свой собственный бизнес, то многие участники готовы за это платить. Поскольку эти социальные сети содействуют общению между людьми бизнеса и помогают им находить работу, с началом кризиса

стало наблюдаться массовое обновление резюме людьми, которые, видимо, хотят подготовить себе «запасные аэродромы» на случай потери теперешней работы.

Тем не менее, накапливаемая в профессиональных социальных сетях конфиденциальная информация об их пользователях может считаться отчасти более защищенной от посягательств внешних злоумышленников, поскольку поддерживающие их компании нашли способы делать деньги на своей деятельности. Компания Xing с самого начала финансируется подписной платой участников, и приступила к котировке своих акций на бирже в 2006 году. Компания LinkedIn не разглашает свою статистику, но известно, что большая доля ее дохода в 2008 году (который в годовом исчислении составит 100 млн долларов) поступает от рекрутинговых агентств и компаний, которые платят за поиск информации в базе данных LinkedIn и, пользуясь ею, связываются с участниками сети [17].

Качественно другое положение у так называемых массовых бесплатных социальных сетей, например, «Одноклассники.ru» или «ВКонтакте.ru». Первая стала первой российской социальной сетью, которая ввела платную регистрацию. Она также самостоятельно продает баннерную рекламу и налаживает сотрудничество с уже существующими системами контекстной рекламы типа «Бегун». Кроме того, у социальной сети большое количество платных услуг, за которые, в частности, можно расплачиваться по SMS. Другая массовая сеть, «ВКонтакте», стала первой российской социальной сетью, отдавшей продажу рекламных площадей агентству, компании «Медиа плюс». Она также решила разработать и запустить собственную систему контек-

стной рекламы. Планируя запуск собственной системы, сеть «В контакте» пошла по пути западных соцсетей Facebook и MySpace с их Facebook Ads и MyAds. Обе обладают именно тем, что называется «детальным таргетингом». Например, Facebook позволяет рекламодателю формировать аудиторию по местоположению, полу, возрасту, ключевым словам, образованию, месту работы, семейному положению и интересам [18].

Одновременно с этим мировой финансово-экономический кризис привел к общемировой тенденции увеличения экономических преступлений, что отмечено в глобальном обзоре экономических преступлений за 2009 год, опубликованном аудиторской группой PricewaterhouseCoopers и основанном на данных, полученных более чем от трех тысяч компаний из 54 стран. Согласно обзору, Россия занимает первое место в мире по внутрикорпоративному мошенничеству и вымогательству со стороны чиновников.

В своем отчете специалисты PricewaterhouseCoopers приводят несколько основных причин роста внутрикорпоративных краж и афер. Главной причиной является кризис, который привел к рекордному за последние несколько лет экономическому спаду во многих государствах. Это, в свою очередь, «подорвало моральное состояние» работников, а руководство организаций заставило обращать первостепенное внимание не на контроль деятельности, а на выживание бизнеса [19].

В условиях уменьшения лояльности сотрудников в компаниях – владельцах социальных сетей возрастают потенциальные угрозы конфиденциальной информации пользователей. Как отмечено в обзоре PricewaterhouseCoopers, для почти трети (29%) российских ком-

паний одной из основных причин, подталкивающих сотрудников к мошенничеству, является невыплата бонусов в текущем году. 47% участников опроса заявляют, что причиной роста мошенничества в бизнес-среде являются нереальные финансовые цели, поставленные перед сотрудниками (в России таких 32%). Заставляет воровать и боязнь потери работы (об этом заявило 37 процентов респондентов, в России – 13%), и желание выслушаться перед руководством, сообщив о «радужных» результатах работы (27%, в России – 18%). [19].

Следовательно, наиболее распространенными действиями владельцев социальных сетей, приводящими к увеличению сбора и обработки конфиденциальной информации о пользователях, т. е. потенциально несущими угрозу пользователю, являются следующие:

- Платная регистрация пользователя в сети;
- Предоставление платных услуг с оплатой через SMS;
- Внедрение систем контекстной рекламы.

Одновременно с этим прямую или потенциальную угрозу конфиденциальным данным пользователей социальных сетей представляют:

- Уменьшение лояльности сотрудников в условиях кризиса;
- Ослабление контроля руководства вследствие борьбы за выживание бизнеса;
- Активизация сотрудничества компаний-провайдеров с органами государственной власти;
- Преступные действия сотрудников из-за боязни потери работы.

Заключение

Даже в условиях кризиса для большинства пользователей посещение социальной сети является не столько занятием по поиску нового

места работы или расширением возможного круга деловых контактов, сколько приятным времяпровождением. Здесь происходит поиск друзей, знакомства, встречи. Безопасность такого времяпровождения, не смотря на все предпринимаемые усилия со стороны владельцев ресурсов, еще раз отметим, во многом зависит и от самого пользователя.

Предложенная в работе качественная информационная модель носит достаточно общий характер, но учитывает специфику наиболее важных, с точки зрения защиты конфиденциальной информации, параметров социальных сетей в Интернете, пренебрегая несущественными параметрами и деталями. При последующем изучении и уточнении параметров рассмотренной модели могут появиться предпосылки для более точного установления формальных связей и соотношений между элементами и участниками информационных отношений в социальных сетях.

Литература

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Российская газета, 28 сентября 2000 г.
2. <http://www.mediarevolution.ru/audience/behavior/730.html>; <http://www.social-networking.ru/>.
3. Пресс-выпуск ВЦИОМ № 1317 от 17 сентября 2009 г. // Всероссийский центр изучения общественного мнения (<http://wciom.ru/novosti/press-vypuski/press-vypusk/single/12441.html>).
4. <http://www.odnoklassniki.ru/>.
5. <http://cnews.ru/news/line/index.shtml?2007/04/20/246814>.
<http://www.new-management.info/news/2007/04/20/319/>.
6. <http://www.cfin.ru/finanalysis/banks/scoring.shtml?printversion;>



<http://www.rbcdaily.ru/2008/03/28/focus/332383>.

7. <http://www.rb.ru/office/sleeve/inside/2008/02/05/103625.html>; <http://www.osp.ru/text/685552/3698511/>; <http://www.astera.ru/news/?id=54613>.

<http://www.rbcdaily.ru/2008/03/28/focus/332383>; <http://www.fontanka.ru/2008/03/31/022/>.

8. <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp>.

9. http://technology.timesonline.co.uk/tol/news/tech_and_web/the_web/article3300531.ece;

<http://www.dp.ru/Default2.aspx?ArticleID=ca5c8ef9-7834-45b5-825c-22c5a2273d4f>.

10. Богданов В. Черная сделка с двойниками // «Российская газета» № 4841, 4 февраля 2009 г.

11. Бурдые П. Общественное мнение не существует // Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. – М.: Socio-Logos, 1993.

12. <http://rian.ru/science/20080603/109178534.html>.

13. <http://www.drweb.com>.

14. <http://www.kaspersky.ru>.

15. Социальные сети: Facebook для деловых людей // «Журнал РБК» № 48, октябрь 2008 г.

16. Гончарова О., Соболев С. Социальная сеть завлекла рекламное агентство // Газета «Коммерсант» № 123 (3940), 17 июля 2008 г.

17. Обзор «2009 Global Economic Crime Survey» // <http://www.pwc.com/gx/en/economic-crime-survey/download-economic-crime-people-culture-controls.jhtml>

Модель пространства и времени виртуальной социальной среды

Рыжов В.А., Рыжов С.В.

В работе предлагается альтернативная модель структуры пространства и времени социальной среды, отличающаяся от структуры социальных сетей и 3D виртуальной реальности. Она объединяет две концепции топологии пространства: дальний план в виде графа переходов и ближний план в виде унифицированного интерактивного модуля, по аналогии с экологической нишей. Предполагается, что подобная открытая, модульная, расширяемая архитектура пространства и времени виртуальной социальной среды станет одним из важнейших принципов конструирования обитаемых миров виртуального пространства.

Ключевые слова: виртуальная реальность, социальная среда, социальные коммуникации, структура пространства и времени, топология пространства, граф переходов, экологическая ниша.

Ryzhov V.A., Ryzhov S.V.

Model of space and time of the virtual social medium suggests alternative model of the structure of space and time of the social environment in this work. This model differs from structure of the social networks and 3D virtual reality. Suggested model unites two concepts of topology space. There is the far area in the manner of transition graph. The near area marketed in the manner of unified interactive module. This interactive module is an analogue of the local ecological niche. Our hypothesis: space and time of the virtual social environment must have open submodule architecture. This is the future of inhabited virtual worlds.

Keywords: virtual reality, social environment, social communications, structure space and time, topology space, transition graph.

Введение

Цель работы – сформировать концептуальную модель пространства и времени для виртуальной социальной среды, реализованной средствами социального программного обеспечения и технологиями интернета. Виртуальные среды позволяют человеку погрузиться в искусственно созданные обитаемые виртуальные миры. Эти миры заселены такими же, как и он, другими людьми. В виртуальной социальной среде условия жизни участников становятся во многом иными. При этом их системы ценностей, условия социализации и социальные коммуникации приобретают новые качества. Сверх этого, там могут обитать виртуальные существа (боты) с адаптивными элементами поведения, основанными на искусственном интеллекте. Жизнь сообществ людей в таких виртуальных средах становится более интенсивной за счет быстрых коммуникаций, появления новых возможностей и практик группового взаимодействия, а также быстрой мобилизации большого количества участников для организованных совместных действий. Это позволяет счи-



тать виртуальные среды экспериментальной площадкой, полигоном для проведения не только социальных исследований, но и реальной практики социальной эволюции, в том числе управляемого социоинжиниринга. Виртуальные среды, оставаясь общественной средой, позволяет каждому участнику адаптировать ее под себя. Такая виртуальная среда может играть роль информационного ассистента. Это и справочная информация, детали и протоколы различных коммуникаций, воспроизведение прошлых событий и пр. Оперативная информационная функциональность радикально изменяет формат социальных коммуникаций. Особенно интенсивно развиваются групповые социальные коммуникации. Например, за невероятно короткое время огромное количество людей может самоорганизоваться для выполнения сложной коллективной акции. Раньше, когда еще не существовало киберпространства, подобные мероприятия организовать было сложно и дорого. Теперь организованная деятельность в составе группы в виртуальном пространстве становится важнейшим аспектом информационной грамотности и культуры, так как она востребована обществом.

Вышесказанное позволяет выдвинуть гипотезу. **Появление практики сетевых виртуальных социальных коммуникаций является очередным и закономерным этапом в развитии общества. Этот этап соизмерим по значимости с появлением таких практик социальных коммуникаций, как речь, язык, письменность.**

Следует подчеркнуть, что речь идет о развитии новых качеств социального организма – повышении чувствительности групповой реакции к внешним и внутренним изменениям. Иными словами – сейчас в

обществе происходит усиление социальной активности в виде групповой мобильности на основе самоорганизации в системах виртуальной реальности. Это важное качество социальных сетей нового поколения. Групповая мобильность открывает новые возможности для социализации на разных уровнях общественных отношений, в том числе, для организации и ведения бизнеса, развлечений и иной общественной жизни.

Виртуальная реальность расширяет социальные коммуникации

Рассмотрим возможности слияния социальной среды с виртуальной реальностью. В современной социальной среде проявляются новые “экологические” ниши. Этими нишами становятся миры виртуальной реальности (VR). Говоря простым языком, VR – это моделируемый мир, создаваемый техническими средствами, пространства которого могут содержать похожие и непохожие на природу ландшафты, города, здания со своими интерьерами и прочими деталями. При этом, множество пользователей может одновременно присутствовать в них и взаимодействовать между собой, используя не только привычные социальные коммуникации, но и дополнительные возможности, многократно усиленные современными средствами информационных технологий. Подчеркнем особо, мы говорим не только об информационном обмене типа текстовых сообщений (чат, почта, форум и пр.) и голосовой или видео-конференцсвязи. Реально социальные коммуникации внутри виртуальных миров осуществляются в трех сферах:

1) передача информации, идей, эмоций посредством знаков, символов (речь, письмо, образы и пр.);

2) процессы, которые связывают отдельных участников и части социума друг с другом;

3) механизмы, посредством которых реализуются управление и власть, в виде практики одних участников определять поведение других.

Новая практика социальных коммуникаций с применением киберпространства в масштабах эволюции общества только начинает набирать свои обороты. Но масштабы и темпы ее развития поражают. Одним из главных двигателей этого прогресса является массовое развитие в мире многопользовательских ролевых онлайн-игр. Мы уже имеем многомиллионную публику в масштабе целого поколения, воспитанную на новых онлайн-ценностях. Но это еще и огромный бизнес по производству и эксплуатации таких игр, в который привлекаются самые передовые технологии. Данная тема заслуживает самого пристального внимания и детальных исследований со стороны социологов. Здесь исследования академических ученых явно отстают от темпов развития таких игр.

В настоящей работе мы затрагиваем одну из проблем «создания обитаемых миров» – проблему синтеза социальных миров виртуальной реальности. Для этого необходимо ответить на ряд вопросов. Где обитает многомиллионная публика? Из чего состоит виртуальная социальная среда? Как выстраивать в ней социальный порядок, чтобы не допустить хаос? Например, практика показала, что если социальной сетью не управлять, то она деградирует. Как обустроить виртуальную среду обитания, чтобы она была удобной и полезной? Многие вещи в виртуальной реальности вызывают у человека почти такие же ощущения, что и в реальности. Например, там также ценится свой

уголок, подарки, коллекции, вещи и деньги. Так также возникают конфликты, появляются друзья, возникают новые цели и желания. И это только начало. Как устроены такие виртуальные миры и что о них нужно знать исследователям?

Начнем с самых базовых элементов – пространства и времени в виртуальной социальной среде. Необходимо не только разобраться в том, что такое пространство и время, но и научиться создавать это самое пространство-время. Простые философские рассуждения здесь не помогут. Необходимо построить формальную и конструктивную модель, которую можно будет реально воплотить средствами компьютерных и информационных технологий.

Основания виртуальной реальности

Виртуальная реальность (ВР) (от лат. *virtus* – потенциальный, возможный и лат. *realis* – действительный, существующий) – модель рабочего пространства, создаваемого при помощи специальных инструментов с использованием компьютерных и информационных технологий. В этом рабочем пространстве можно действовать. Пользователь воспринимает такое рабочее пространство через его привычные для восприятия материального мира ощущения: зрение, слух, тактильность и др. Для этого у инструмента, формирующего ВР, имеются специальные устройства вывода – дисплеи, источники звука и т.п. С другой стороны, пользователь может воздействовать на модель посредством его привычных действий: движений рук и пальцев, голоса и пр. Для этого имеются специальные устройства ввода – клавиатура, мышь, джойстик, микрофон, видекамера и т.п.



Структура модели ВР включает в себя рабочее пространство для пользователя и навигацию в нем. С одной стороны это «арена действий» рабочей группы, с другой стороны – это среда в которой присутствуют всевозможные объекты и разворачиваются различные процессы и явления, которые участники могут субъективно ощущать, в зависимости от своих пространственных мест расположения. Технологии ВР позволяют моделировать различные варианты представления пространства и времени. Например: реалистически физическое 3D-пространство, динамически отображаемое на экране монитора по законам проективной геометрии с позиции (точки зрения) подвижного наблюдателя; спрайтовое 2D-пространство, состоящее из нескольких прозрачных слоев перед наблюдателем и создающих иллюзию удаленности за счет перекрытия ближними объектами (спрайтами) дальних объектов. Существует также множество иных возможностей создавать в ВР иллюзию пространства.

Рассмотрим систему ВР с позиции субъекта и объекта - фундаментальных категориях философии [1]. Эти категории отображают фундаментальность отношений человека с окружающим миром, наполненным предметами, явлениями, событиями, процессами и пр. Пара категорий “субъект – объект” отображает глубочайшее диалектическое единство человека (в роли наблюдателя и участника) с объектами (внешнего мира). В указанном смысле субъект и объект являются непосредственными частями одной реальности, но при этом разделяют пространство реальности на две части. Одна часть пространства представлена телом самого субъекта (одновременно являющимся и объектом), а другая часть пространства – непосредственное окружение тела

субъекта. Субъект наблюдает свое тело иначе, чем другие сторонние объекты. Он видит свое тело и ощущает его как бы изнутри.

Обычно мы не задумываемся о факте, что субъект одновременно противопоставляет себя миру реальности и в тоже время сам является его неразрывной частью. В связи с этим у субъекта сложились две противоположные модели восприятия мира. Одна из них – материалистическая. Мир воспринимается как нечто независящее от субъекта, в виде множества материальных объектов, расположенных в пустом Декартовом пространстве – вместилище. Причем это множество объектов связано между собой наподобие детерминированного часового механизма. А сам субъект – это совершенно изолированная деталь. Но иногда предполагается, что субъект – это одна из “шестеренок” мирового механизма. Многие современные науки и теории идут только по этому материалистическому пути, исследуя только эту грань реальности.

Другая модель – идеалистическая. В соответствии с ней субъект видит, ощущает и воспринимает окружающий мир только при помощи ограниченного набора органов чувств относительно своего тела и сознания. Причем субъект воспринимает только те ограниченные компоненты и параметры окружающего мира, которые попадают в ограниченный список его органов чувств и ограниченные диапазоны регистрируемых ими физических величин. Исследователи (физиологи, психологи, эргономисты и др.) уже давно составили подробные физиологические карты человеческого восприятия. Например, “Сводка видов ощущений человека и видов физического воздействия на соответствующие органы чувств” [2, стр. 157]. В данной таблице исследователи пред-

ставили 12 видов ощущений, их описание, интервалы диапазона чувствительности и виды ощущений, которые они вызывают. Аналогично составлен список из 10 информационных каналов ощущений человека [2, стр. 158]. Исследования в данной области еще не завершены, продолжают и дают множество научных результатов. Можно представить себе, как изменяется мир человека, когда у него появляется возможность видеть, например, в инфракрасных лучах. Это уже умение видеть в темноте. Для такого человека само понятие темноты значительно меняется. Поэтому, образ мира, который воспринимает человек, – это только один из возможных вариантов. Различные живые существа по-разному воспринимают мир. К этому факту следует прибавить, что человеческий образ мира изменяется вместе с эволюцией человека как вида, с изменением его окружения, с появлением новых инструментов и возможностей.

Для понимания основ ВР нам необходимо знать принципы живого движения, развиваемые в теории исполнительного действия [3]. Человек постигает окружающий его мир не только посредством восприятия своих ощущений, но и посредством живого движения. «Живое движение не только и не столько перемещение тела в пространстве и времени, сколько овладение самим пространством и временем» [3, стр. 32]. Живое движение субъекта является ключевым элементом для формирования концептуальной картины его окружающего мира. Если остановить живое движение субъекта – для него остановится время и исчезнет пространство.

Основой живого движения является наличие трех фаз живого движения и исполнение целевой программы субъекта:

1) выбор (или коррекция) цели на основании текущего состояния;

2) формирование программы достижения цели;

3) исполнение программы, в процессе которого происходит коррекция (см. п.1) движения к цели.

Живое движение чувствительно а) к ситуации и б) к исполнению. Оба вида чувствительности чередуются с очень малыми временными интервалами (порядка 150–250 мс). Из факта, что образ мира, воспринимаемого субъектом, зависит от набора информационных каналов его восприятия, а также от границ чувствительности органов чувств, заставляет нас по-иному смотреть на концепции субъекта и объекта. Концепция живого движения субъекта подтверждает факт, что идеальный образ окружающего субъекта мира есть комплексный продукт синтеза ощущений информации от органов чувств, процессов живого движения субъекта и его образа (моделей) окружающего мира. Поэтому наш мир мы так и называем – окружающий (субъекта) мир.

Субъект воспринимает только то, что находится в окрестности его тела. Для него актуально доступно только то, что соизмеримо с размерами его тела. Весь остальной мир субъекта – это то, что находится за пределами его ближайшего окружения. Причем то, что находится рядом – можно видеть и трогать. Это локальное место непосредственного нахождения субъекта назовем позицией субъекта, которая и является его ближним топологическим планом пространства. Примером такой позиции является комната, участок улицы, лужайка леса, рабочее место, кабина автомобиля и пр. Понятно, что у каждого живого существа своя структура и организация позиции субъекта. Например, позиция слона отличается от позиции муравья масштабом, деталями



интерьера и окружающими объектами. Также позиция человека отличается от позиции дельфина. В то же время детали позиции городского жителя могут сильно отличаться от позиции сельского жителя.

Все что находится далеко, то есть за пределами позиции субъекта, мы воспринимаем в виде, похожем на изображение на плоском экране, наподобие поверхности сферы. Прикладной психолог Дж.Гибсон называет такую модель объемлющим оптическим строем [4]. Позиция субъекта как бы “упакована” в некий кокон объемлющего оптического строя, который как оболочка объемлет позицию. Пространство мира, находящегося за пределами позиции и не охваченного живым движением действия, мы можем понять и осознать только при помощи некоторой абстрактной модели, например, при помощи карты, схемы или рисунка. Такие модели формируют дальний топологический план пространства субъекта в виде фрагмента картины мира в прямом и переносном смысле.

С другой стороны, мир неисчерпаем как в масштабе больших размеров (по отношению к размерам тела субъекта), так и в масштабе микромира. Сверхбольшие масштабы мира изучает астрономия и астрофизика. Микромир изучает ядерная физика. В этом случае мы говорим о системных уровнях пространственной иерархии и оперируем отношением “часть - целое”.

Таким образом, реальный мир за пределами позиции субъекта воспринимается человеком как некий глобальный системный объект (вселенная), окружающий позицию субъекта. Связь субъекта с объектом в качестве их структурного единства мы можем рассматривать в виде некоторого подобия матрицы-отпечатка тела субъекта в гло-

бальном системном объекте. Это похоже на снятие копии с лица в виде отпечатка формы из воска или гипса. Однако в нашем случае невозможно сказать, что более первично – тело субъекта или его матрица-отпечаток в которую встроено субъект. Они – целое, две части единого. Ближайшим концептуальным образом этой связи субъекта и объекта, наверно, является экологическая ниша или мир живого существа (Umwelt), как его называл Я.Д.Иикскуль [5]. Каждое животное живет в своем собственном, уникальном окружающем мире – умвельте (позиции субъекта). Все остальное вне позиции субъекта постигается и осознается с большим трудом и затратами. У субъекта возникают сложности с далекими объектами, а также с большими, либо маленькими объектами. Сверх этого, нам доступно лишь то, что мы можем воспринимать только через органы чувств нашего тела и посредством образов, построенных на основании этих ощущений. Ведь в мире есть много всего, что мы не чувствуем и не воспринимаем из-за ограниченности наших органов чувств. Например, далекие галактики, микрочастицы, радиоволны, радиацию и прочее. Конечно, мы создаем разные приборы и теории, но это не меняет сути. Какова особенность субъекта с его комплексом восприятия и возможностями живого движения, таков и его “отпечаток” позиции субъекта в окружении - мире, который мы называем природой, вселенной.

В рамках представленной модели комплексной концепции субъекта и объекта, мы можем понять и объяснить, почему реальность окружающего мира всегда относительна позиции субъекта. Все то, что мы называем космосом, окружающей действительностью и микромиром, все это соотносится с позици-

ей субъекта. Мы воспринимаем, постигаем и осознаем лишь тот масштаб и ту часть большого мира, вселенной (где субъект появился), которая находится всего лишь между телом субъекта и его “отпечатком” в окружающей действительности. При этом пространство за пределами позиции субъекта расслаивается на даль, большой космос и микромир.

Структура времени также зависит субъект – объектных отношений. Не существует единого космического времени также, как не существует единого пространства – вместелища, где человек только гость. Например, диапазон воспринимаемых человеком событий также ограничен с двух сторон пределами его субъективной чувствительности: снизу примерно – долями секунды, сверху минутой. Человек не воспринимает время вне этого диапазона, а может лишь анализировать косвенные признаки имеющих изменения при помощи многократных наблюдений или посредством приборов. Между пространством и временем субъекта существует фундаментальная связь, космос в больших масштабах очень медленный, а микромир – свехбыстрый и неистовый.

Основной вывод из данной концепции – не существует единого “правильного” образа мира, независимого от субъекта. Мир для каждого субъекта таков, какова его среда обитания. Образ мира зависит от позиции субъекта. Ни одно существо не охватывает весь мир своими органами чувств и их пределами чувствительности. И в этом смысле мир так же неисчерпаем. Поэтому не существует единой “правильной” виртуальной реальности. VR можно конструировать по принципу субъект – объектной концепции в очень широком многообразии системных архитектур.

Двухуровневая модель виртуальной реальности

Построив модель комплексной концепции субъекта и объекта, мы получили хороший теоретический базис и одновременно системный инструмент для конструирования различных моделей VR.

Для построения прагматичной модели VR было выделено два фактора: ближний топологический план пространства субъекта, связанный с позицией субъекта, и дальний топологический план, отображающий пространство за пределами позиции субъекта. Назовем интерактивным модулем (ИМ) структурную модель позиции субъекта в пределах “кокона” объемлющего оптического строя. Этот абстрактный объект, моделирующий пространство ближнего плана внутри “отпечатка” субъекта в окружающей действительности, является потенциальным “домом”, который может посещать пользователь нашей VR. В информационном пространстве ИМ является объектом, схожим по структуре с файлом. ИМ имеет имя (адрес), по которому его можно найти в информационном пространстве. ИМ может иметь различные начинки (содержание) внутреннего интерьера, который увидит пользователь, посетивший ИМ. Содержания ИМ могут быть самыми разными. Например, модель комнаты, рабочего стола или участок местности на улице. Содержание ИМ может быть визуально представлено при помощи различных средств – простой фотографией, рисунком, прикладной программой и т.п. Или, например, 3D-фотопанорамой, составленной из фотографий по всему периметру 360°. Эту панораму можно прокручивать на экране монитора пользователя, осматривая все направления. По сути, это упрощенная модель объемлющего оптического строя.



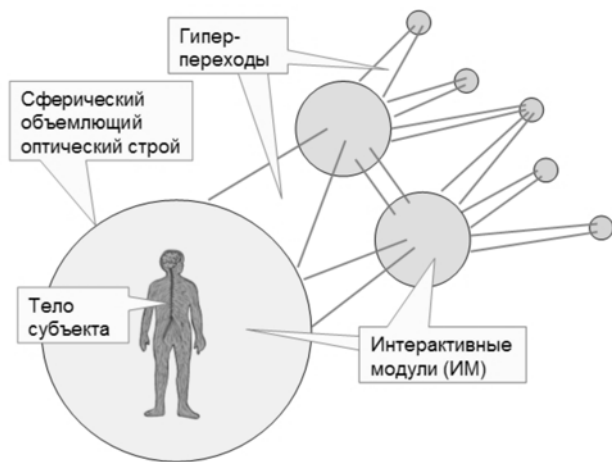


Рис. 1. Модель виртуальной реальности.

Пространство дальнего топологического план пространства субъекта можно представить в виде дискретного множества различных ИМ модулей, объединенных гиперпереходами (рис.1). По сути, это граф переходов, узлы которого состоят из ИМ модулей. Такой граф переходов образует локацию в пространстве ВР.

Пользователь системы ВР может находиться только в одном из ИМ и совершать переходы внутри локации из одного ИМ в другой в соответствии с имеющимися гиперпереходами. При этом пользователь видит у себя на экране монитора интерьер того ИМ, в котором он в данный момент находится.

Таким образом, в состав системы, образующей ВР, входят: пользователь (субъект) и инструмент – техническое средство, моделирующее пространство ВР, а также двухуровневая модель пространства. Например, при помощи такой модели можно смоделировать здание, состоящее из комнат в виде множества ИМ. Переходы из одной комнаты в другую осуществляются, как и принято, через двери. Кликнув на гиперссылку – дверь, пользователь

переходит в другой ИМ, в соответствии со структурой графа переходов.

Построение социальной среды в пространстве ВР

Возникает следующий вопрос – как заселить такой мир ВР большим количеством людей, сделать его обитаемым и создать в нем социальную реальность?

Для выполнения “представительских”

функций пользователя в пространстве ВР обычно используются личные аватары. Аватар – это объект ВР в форме уникальной пиктограммы, рисунка, куклы, манекена. Главная функция аватара в ВР – визуальная идентификация участника. Иногда аватару придают отдельные функции тела человека или какого-либо вымышленного персонажа. Пользователь обычно сам управляет действиями и перемещениями своего аватара в среде ВР. Идея аватара пришла из философии индуизма. Боги могут нисходить из высшего мира в низший и воплощаться в форме существа из низшего мира, оставаясь одновременно высшим существом. Таким образом, аватар в среде ВР – это объект, посредством которого пользователь посещает ВР и действует в ней.

Представим, что ВР имеет определенную локацию, где каждый аватар в каждый момент времени может находиться только в одном месте. Перемещаясь в пространстве ВР, аватар меняет свою позицию, встречаясь при этом с аватарами других участников. Разные участники узнают друг друга по их авата-

рам. Для ВР создаются аватары, иногда внешне очень похожие на людей, но часто в виде каких-либо фантастических существ.

Форма и сложность аватара зависит от замысла разработчиков, от поставленных целей проекта. Наличие аватара в пространстве ВР создает пользователю эффект его личного присутствия. Например, находясь в конкретном ИМ, пользователь может видеть на специальной панели либо список имен участников, либо множество иконок, фотографий и прочих атрибутов других участников, всех тех, кто в данный момент времени также находится в этом ИМ. Встречаясь, участники могут взаимодействовать при помощи средств, предусмотренных разработчиками системы ВР. При этом также имеется возможность общаться самыми различными способами. Например, в виде голосового или текстового чата, в прямом контакте типа видео- или аудио-конференции, пересылать различные сообщения или файлы. Участники узнают своих партнеров внутри ВР именно по внешнему виду их аватаров, и уже потом по индивидуальным особенностям их поведения и коммуникациям.

Интересная проблема – каким образом можно отобразить свой аватар в ВР, чтобы максимально повысить эффект реализма? Конечно, одной из наиболее продвинутых технологий является полное моделирование физического 3D-пространства с максимально возможным реализмом при помощи детального 3D-моделирования формы и фактуры объектов, различных оптических эффектов. Для этого используются светотени, отражения, блики, дымка в воздухе и пр. Усиливают реализм и физические эффекты: гравитация при падении тел, колебания упругих вещей, волны и рябь на поверхности воды и т.п.

Визуальный образ своего “Я” сильно отличается от визуального образа другого человека. Между ними имеется существенная разница. Достаточно сложно рассмотреть самого себя – свое пространство-тело, находясь в своем теле. Даже при помощи зеркала это сделать не просто. Французский философ и психоаналитик Жак Лакан в своих работах исследовал эту проблему [6]. Постигая суть пространства и времени, можно видеть, что пространство у зеркала является местом “ключевой встречи – встречи с образом своего тела” [7]. Наиболее привычным способом увидеть себя – это создать на экране визуального поля образ своего тела в виде части носа как его видит человек, показать вид передней части своего туловища, а также вид сверху на руки и ноги. Однако реальное моделирование личных действий в пространстве ВР в таком формате сталкивается с очень большими проблемами. Можно на все части тела пользователя поставить датчики, чтобы полностью погрузить его в среду ВР. Но этот способ относится к специальному классу прикладных задач – тренажерам и является слишком сложным и дорогим удовольствием. Очевидно, что такой подход годится не для всех задач. Сложно заставить пользователя все время бегать, ходить и совершать различные громоздкие действия. С другой стороны, пользователи привыкли сидеть за столом. Поэтому проблематично управлять своим аватаром реалистично, например, при помощи клавиатуры и мыши. Необходим некоторый компромисс, упрощающий для пользователя управление аватаром, как обычно и поступают все разработчики ВР.

Итак, ВР наполнена различными виртуальными предметами, которые можно создавать, трогать,



перемещать, ломать, изменять. Но самое главное – в таком мире может обитать огромное количество людей [8]. И каждый посетитель такого населенного мира ВР должен иметь в нем свой собственный аватар. При этом каждый пользователь-участник должен видеть не только то место, где он находится, но и аватары других участников, которые оказались у него в окрестности. Сверх этого, участники должны иметь возможность легко и быстро взаимодействовать друг с другом.

Основным преимуществом предлагаемой двухуровневой модели ВР, состоящей из графа переходов и вершин в виде ИМ, – это простота создания населенных локаций ВР. При этом имеется возможность создания очень высокой “плотности населения” – большой плотности концентрации участников в замкнутом пространстве, а также возможность высокой скорости осуществления различных социальных коммуникаций. В результате темп жизни становится очень высоким, значительно ускоряется социализация участников внутри таких виртуальных сообществ. Ее темпы значительно выше, чем в обычной реальности. Это позволяет существенно расширить поле деятельности экспериментальной социологии и определяет новую сферу исследований. Поэтому весьма актуально построение новых и конструктивных социальных моделей, например малых социальных групп, формирование организованных коллективных акций и пр. В этом смысле в практике современных многопользовательских ролевых онлайн-играх имеются огромные наработки.

В процессе создания обитаемых миров ВР возникает широкое поле для исследований в области обмена информацией, учета ролевых функций различных участников, моде-

лирования не только “физических” испытаний на ловкость, но и психологических и нравственных, где участники ставятся перед выбором. Причем нравственный выбор можно осуществлять не только в одиночку, но и в составе группы участников, мнение которых не безразлично. В связи с такими задачами необходимы конструктивные методы для оценки личных ценностей и качеств участников различных сообществ в ВР. Очень важно построить механизмы для моделирования событий в социальных средах ВР в виде нелинейных процессов – мир не часовой механизм, он непредсказуем. Именно в этой области открываются самые широкие возможности и перспективы. При этом огромное значение приобретает правовая анализ и этика. Из всего вышесказанного следует, что ВР открывает необычайно широкий простор не только для исследований, но и для практики в бизнесе, общественной деятельности и политики.

Прикладные аспекты ВР

Средства, формирующие ВР и социальную реальность должны содержать различные интерфейсы и инструменты социального управления. Специалистам необходимо научиться целенаправленно воздействовать на процессы в виртуальном сообществе, корректируя свои управляющие воздействия в соответствии с поставленной целью и с воспринимаемыми изменениями по принципу обратной связи.

Социоинженеры и социотехнологи должны иметь инструментарий для воздействия и управления виртуальным сообществом, а также специальные модели и индикаторы для определения тенденций и качества событий, которые в нем происходят. А так как правовое про-

странство с ее законодательной базой всегда отстает от передовых тенденций в обществе, то в социоинжиниринге очень важно иметь такой дух исследователей, которым чужды безнравственность, эгоизм, жадность, жестокость, стяжательство и прочие атрибуты современного рыночного капитализма.

Но вернемся к обычной ВР. Использование ВР в реальном рабочем пространстве, то есть стыковка реального и виртуального, позволяет выделить два случая применения ВР:

1) Дополненное рабочее пространство (ДРП), в котором на изображение реального рабочего пространства накладываются виртуальные объекты, сформированные в моделируемом рабочем пространстве. Например: видеочасть наблюдения, распознающая и выделяющая лица людей.

2) Дополненная виртуальная реальность (ДВР), в которой в моделируемое рабочее пространство включаются образы объектов из реального рабочего пространства. Например: электронная карта аэропорта, которой пользуются авиадиспетчеры, отображает координаты самолетов.

Восприятие человеком ВР адаптировано посредством привычных для его ощущений материального мира: зрения, слуха, сенсомоторики, тактильности и др. Мы уже отметили, что внутри ВР может "жить" огромное количество людей. Архитекторы виртуальных миров теперь могут создавать огромные "территории" для их последующего "заселения". В таких мирах можно контролировать поведение различных социальных групп, проводить социальные эксперименты, создавая и проверяя различные социальные явления в "игровом формате".

Для любого человека неприятно осознавать, что им манипулируют.

Однако, даже в демократическом обществе манипуляции всегда были, есть и будут, независимо от того, имеется ВР или нет. Мы не будем обсуждать, насколько демократично современное мировое сообщество, а лишь обозначим эту проблему. В нормальном здоровом обществе этот аспект его жизни обычно отрегулирован и, в принципе, защищает граждан от грубой силы и жесткого обмана. Но бывают переходные периоды, когда закон не поспевает за справедливостью и в обществе возникают серьезные проблемы, как сейчас, например, в области системы мировых денег, которая приватизирована и закрыта.

Проблема зависимости человека от ВР еще мало исследована. Но предварительные результаты исследований показывают тревожную ситуацию. Теоретически любой участник имеет выбор и может прекратить свое участие и присутствие в ВР, просто выключив компьютер. Но практика показывает, что это иллюзия, люди добровольно остаются в ВР. Существует синдром зависимости.

Человек зависим от общества и его тенденций. Уже многим деятелям политики и органам власти становится понятным, что социальные эксперименты требуют своей правовой оценки и регулирования. Но, к сожалению, темпы применения ВР значительно опережают ее осмысление.

По сути, заселенная людьми ВР - это идеальная модель социальной реальности, в которой можно проводить самые различные социальные эксперименты. Все другие методы моделирования социумов имеют очень серьезные недостатки. Например, еще никому не удалось смоделировать поведение личности и общества чисто математическими методами. Исключение составляют



простые частные модели в виде потоков миграции и т.п.

Сейчас в игровых мирах уже “обитают” миллионы людей [9]. В литературе по играм имеется множество материалов с описаниями устройства игровых миров и пособий для игроков. Но нас, прежде всего, интересуют вопросы социального обустройства таких миров ВР. К сожалению, пока нет доступных материалов с глубокими теоретическими разработками социологии массовых сетевых игровых сообществ. Имеются лишь отдельные публикации по темам психологической зависимости, мошенничества, маркетинга (привлечения клиентов). Понятно, что в данной относительно новой сфере социальных исследований имеется очень широкий спектр направлений.

Такое виртуальное социальное пространство самоорганизованных сообществ можно рассматривать как один из важнейших инструментов и механизмов выхода из глобального кризиса. Именно “прозрачность” управленческой среды позволяет очиститься от многих хронических пороков современного общества – агрессивности и эгоизма рынка, от обманных пирамид и мошеннических структур в финансовой системе. Становится понятным, что современный рынок с его международной финансовой системой, мировым монополизмом СМИ, крупнейшими международными организациями и монополиями давно уже стал инструментом политического влияния узкого круга лиц, которые таким образом реализуют свои преимущества в корыстных целях.

У людей в жизни и в бизнесе всегда должны быть: гарантии равноправия для всех в правовом пространстве; реальная гласность, чтобы публично уличать мошенников на любых уровнях – от государственных структур власти и бизне-

са до небольших частных предпринимателей и ростовщиков; свобода выбора места работы; выбор финансовой системы; выбор культуры; выбор профессии и т.д. Несмотря на все сложности развития интернета, мы видим, что в интернете очень сложно спрятаться мошенникам и преступникам любого ранга. А если совместить возможности гласности в информационном пространстве с возможностями социальной самоорганизации в предпринимательской и иных видах деятельности, то возникает возможность создать более справедливый, эффективный и надежный экономический и социальный организм.

Из всего вышесказанного следует, что современное общество уже стоит на пороге великих испытаний. Сейчас, как никогда, сознание людей подвергается множеству потрясений и стрессов. Стремительно рушится множество стереотипов, привычек и традиций. Взамен появляется такое многообразие всего нового и непонятного, что даже психологически устойчивые люди начинают терять не только почву под ногами, но и голову. Эпоха перемен – это всегда серьезное испытание для общества. Эпоха перемен в информационном обществе – это еще большее испытание. Поэтому необходимы навыки и умение быстро ориентироваться во всем новом и незнакомом. Нужно уметь быстро переориентироваться и оперативно корректировать свои цели. Нужно уметь быстро социализироваться к новым условиям и группам, эффективно находить новых деловых партнеров, оперативно создавать профессиональные рабочие группы. Наверно, это и есть дух сегодняшнего времени. Социальная реальность с выходом в ВР приобретает невиданный темп изменений и возможностей для прогресса. Нужно научиться жить в этом новом мире.

Заключение

Цель настоящей работы – предложить модель архитектуры виртуального мира для социального пространства. Предлагаемая модель позволяет эффективно решать множество различных проблем, возникающих в процессе детального созидания социальной реальности. Часто хороший конструктивный и теоретический базис создают предпосылки не только для качественного проекта, но и в значительной степени сокращают время его разработки, снижают затраты и всякие издержки и, самое главное, способствует порождению новых идей.

В работе предложена модель пространства и времени виртуальной социальной среды, которая позволяет создавать “виртуальные обитаемые миры” на основе самоорганизации участников и специальных инструментов социоинжиниринга. У такой среды широчайшее практическое применение – от виртуальных офисов, выставочных залов и торговых площадок, до саморазвивающейся предпринимательской сети, в которой предприниматели смогут создавать свои “виртуальные фирмы”, набирать персонал и обучать его, проводить сделки и вообще делать бизнес. Именно в саму архитектуру такой системы закладывается возможность социальной самоорганизации и социоинжиниринга.

Современные миры ВР живут и развиваются вместе с активными пользователями. Наиболее эффективным средством, позволяющим оперативно и целенаправленно изменять мир, а также самому миру эволюционировать, является модульность, открытость и масштабируемость архитектуры системы ВР.

Среди множества вопросов об устройстве виртуальных соци-

альных миров, важнейшим является вопрос структуре системы ВР. Основными атрибутами и качествами создаваемой ВР являются: 1) расширяемая модульная архитектура пространства; 2) возможность управления событиями и управление временем; 3) возможность эволюции виртуального мира; 4) возможность для пользователей формировать свой персонаж (аватар); 5) возможность взаимодействия персонажа с миром ВР; 6) развитие и эволюция персонажа в мире ВР; 7) формирование механизма социальных отношений в социальном пространстве ВР.

Обычно систему ВР моделируют в виде 3D-реальности – трехмерного физического пространства. Но существуют и другие возможности. Мы выделяем как наиболее перспективную модель для социализации – иерархическую модульную систему с разделенной топологией пространства на два плана – дальний план в виде графа переходов и ближний план в виде унифицированного интерактивного модуля. Это единая система ВР, содержащая два взаимно-дополнительных уровня. Глобальный мир – это схематичная карта, покрытая узловыми точками, связанными между собой магистральями-переходами (гиперпереходами) в виде графа переходов. В локальном мире за каждой узловой точкой скрывается локально-ограниченное внутреннее пространство субъекта, представленное так называемым интерактивным модулем. В сумме такой мир ВР похож на структуру метро. Узлы – это станции, а линии между узлами – связующие пути. Каждая станция метро – свой локальный мир. Или другой пример – дорожная карта автомобильных дорог между городами. Локальный мир – это образ замкнутого пространства, например, помещение с интерьером



станции метро. Переходя на локальный уровень, пользователь переключается от “дорожной карты” во внутреннее пространство ИМ. ИМ может быть представлен самым широким спектром возможностей – от 3D модели интерьера, до плоского изображения, или даже текстового описания, как это делается в некоторых играх.

Модель времени в таком пространстве – абсолютно-циклическая и нелинейная событийная система. Мы разделяем механизмы порождения событий на глобальном уровне (на уровне графа переходов) и на локальном уровне (внутри ИМ). На глобальном уровне реализуется модели абсолютного времени. Имеется множество глобальных циклов, например, суточный, годовой и т.п. В зависимости от фазы глобального цикла формируются различные эффекты, например, день или ночь и т.п. На локальном уровне мы моделируем события в виде взаимодействия персонажей между собой и с объектами ВР по принципу обратной связи.

Литература

1. *Абрамов А.И., Аверинцев С.С., Алешин С.С. и др.* Философия. // Энциклопедический словарь. Издательство: Гардарики, 2006.

2. Человеческий фактор. // Сб., под ред. Г.Салвенди, в 6-ти томах. Т.1. Пер. с англ. – М.: Мир, 1991.

3. *Гордеева Н.Д.* Экспериментальная психология исполнительного действия. – М.: Тривола, 1995.

4. *Гибсон Дж.* Экологический подход к зрительному восприятию. – М.: Прогресс, 1988.

5. *Уехкьлл J.* Umwelt und Innenwelt der Tiere. – Berlin: Verlag von Springer. 1909.

6. *Лакан Ж.* «Я» в теории Фрейда и в технике психоанализа (1954/55). // Семинары. Книга 2. – М.: Гнозис/Логос, 1999.

7. *В.Рисков, В.Мазин, А.Черноглазов, А.Юран.* Лакан и космос. // Сборник. под. ред. В. Мазина и Гарриса Рогоняна (Серия «Лакановские тетради»). – СПб.: «Алетейя», 2006.

8. *Allison Cavanagh.* Sociology in the age of the Internet. – University Press, 2007.

9. *Tom Chick.* MMOs: Building Whole Societies. The history of massively multiplayer online games. URL: <http://archive.gamespy.com>.

Информационное пространство гражданского общества

Садчикова А. С., Тулузакова М. В.

В статье рассмотрены функции региональной прессы в рамках становления гражданского общества и компоненты информационного пространства, выступающие индикатором степени развитости гражданского общества. Работа включает в себя конкретный эмпирический материал, на основе которого проведен анализ соответствия информации, подаваемой печатными изданиями, требованиям, предъявляемым к журналистике в гражданском обществе.

Ключевые слова: гражданское общество, информационное пространство, региональные печатные издания, средства массовой информации

Sadchikova A.S., Tuluzakova M.V.
Information space of the civic society

In article consider functions of the regional press within the limits of formation of a civil society and the components of an information field acting as the indicator of degree of development of a civil society are considered. Work includes a concrete empirical material on which basis the analysis of conformity of the information submitted printing editions, to the requirements shown to journalism in a civil society is carried out.

Keywords: a civil society, an information field, regional printing editions, mass media

Становление гражданского общества в России на сегодняшний день является задачей национального характера. При этом общественно-политические средства массовой коммуникации регионального масштаба могут выступить инструментом формирования такого общества, как на локальном, так и на общероссийском уровне. В связи с этим изучение информационного пространства локального уровня способствует выявлению недостатков в функционировании института масс-медиа в рамках становления гражданского общества.

Региональная общественно-политическая пресса является механизмом формирования отношения к процессам и явлениям общественной жизни на основе более широких по сравнению с телевидением возможностей осмысления социальных процессов. Данному виду СМИ принадлежит важная социорегуляционная функция, которая включает в себя формирование соответствующих социально-политических образцов поведения различных социальных групп и организации взаимодействия общественных структур в решении актуальных социальных проблем [1].





Рис. 1. Структура информационного пространства и количественные признаки его компонентов

Структуру современного гражданского общества можно рассмотреть с позиции пяти основных подсистем. Это социальная (в узком смысле слова), экономическая, политическая, духовно-культурная и информационная подсистемы, признаки которых можно систематизировать и объединить. При этом информационное пространство выполняет ряд важнейших для жизнеобеспечения гражданского общества функций: обеспечение прав граждан на информацию; предоставление возможности контроля со стороны граждан и общественных организаций за деятельностью органов государственной власти различного уровня; создание и поддержание необходимого для устойчивого развития общества уровня информационного потенциала, а также интеграция с мировым информационным пространством. Выполнение данных

функций возможно при взаимодействии всех компонентов информационного пространства, а именно: информационных ресурсов (ИР), средств информационного воздействия и информационной инфраструктуры. Каждый из данных компонентов влияет на определенную область структуры гражданского общества и обеспечивает ее функционирование. Наиболее выраженным и признанным инструментом формирования информационного пространства как на федеральном, так и на локальном уровнях являются средства информационного воздействия, включающие в себя телевидение, печать, радио, Интернет. Важными количественными параметрами средств массового воздействия являются: охват аудитории, информационная специализация, доверие аудитории и форма собственности (рис. 1).

На сегодняшний день печатная пресса, несмотря на стремительное развитие телевидения и Интернета, сохраняет позиции одного из основных средств массовой информации в современной России. Как социальный институт, печатные средства массовой информации в гражданском обществе оказывают прямое воздействие на систему общества, развитию которого они способствуют. В рамках изучения гражданского общества наиболее полно функциональную составляющую СМИ можно описать тремя группами функций. Первая группа – идеологическая, где масс-медиа помогают людям сориентироваться в социальной действительности, интегрировать их в политические отношения. В данном случае можно говорить о целенаправленном воспитании общественного сознания и политического поведения, в том числе, формировании активной общественности для участия в процессе принятия политических решений [2]. Вторая группа – культурная, заключающаяся в развитии средствами массовой информации человека, как личности, формировании его позитивного образа жизни. Данная группа включает в себя следующие подгруппы функций: воспитательная, образовательная, развлекательная. Третья группа – социальная, включающая в себя «формирование человеческой индивидуальности в рамках образа жизни известных социально-исторических общностей». При этом в гражданском обществе журналист выступает не только в качестве информатора, но и в качестве «модератора диалога», который рассматривает аудиторию, как полноценных участников обсуждения социально значимых для общества вопросов [3]. То есть средства массовой информации в данном случае должны совмещать в себе функцию «граждан-

ской журналистики», прямо ориентированной на воспитание гражданской позиции, побуждение аудитории к выработке политических ценностей и важных для социума решений.

Однако теоретические выкладки функций масс-медиа в становлении гражданского общества зачастую не совпадают с практикой средств массовой информации. Контент-анализ одного из наиболее рейтинговых и старейших печатных изданий локального уровня – города Балаково, Саратовской области, выявил серьезные расхождения между информационными ожиданиями аудитории города и содержанием еженедельной общественно-политической газеты «Суть». Объем случайной выборки с доверительной вероятностью в 95% составила 165 выпусков (с 2004 по 2009 г.). Динамика публикаций социально-значимых тем в отобранных номерах издания отражена на рис. 2. Контент-анализ выбранных журналистских текстов проводился по следующим параметрам: степень разработки темы, цель автора, наличие «образа разумного действия», автор статьи (штатный сотрудник, рекламодатель, политический или общественный деятель), общая тональность публикаций, эмоциональный окрас действия властей.

Степень разработки темы можно охарактеризовать тремя позициями: факт, факт и комментарий, анализ. Выбор того или иного «инструмента» работы с социально-ориентированными темами напрямую зависит от авторской цели: информирование, достижение эффективности или результативности. Результативность подразумевает глубокий анализ выбранной автором ситуации и аргументированные предложения наиболее эффективных решений описанной в статье проблемы. Данные, приведенные на



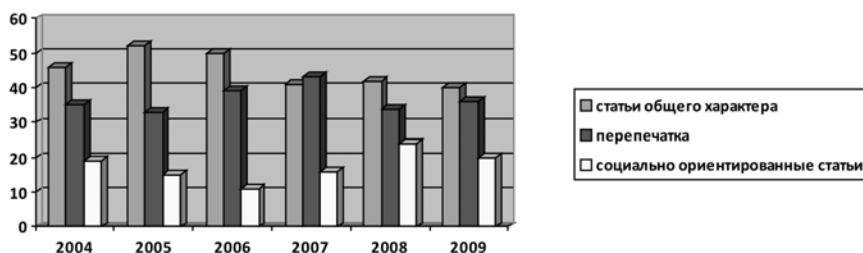


Рис.2. Динамика публикаций социально значимых статей, %

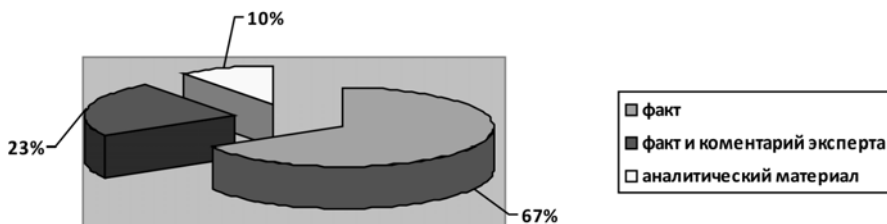


Рис.3. Степень разработки темы в исследуемых материалах

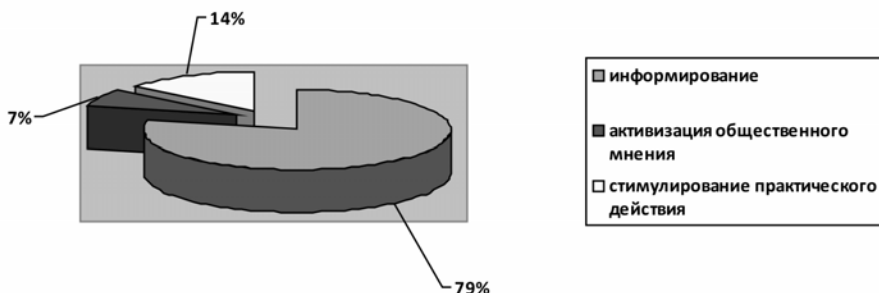


Рис.4. Цель автора опубликованного материала

рис. 3, показывают ориентированность авторов статей в большей степени на информирование населения о тех или иных социально-значимых вопросах. Многосторонний анализ происходящего события с использованием мнений экспертов и нахождение самостоятельных путей выхода из проблемной ситуации составил всего 10%.

При этом опубликованный материал в большей степени направлен не на стимулирование практического действия аудитории с проявлением своих гражданских позиций или активизацию определенного

общественного мнения по социально-значимому вопросу, а на эмоциональное информирование с незначительным количеством фактов и мнений (рис.4).

Одним из важнейших элементов журналистского текста в гражданском обществе является «образ разумного действия», направленного на практическую информацию для аудитории, которую можно использовать, как решение определенной проблемы личного или общего характера. В проанализированных материалах лишь 21% текстов включает в себя практические рекомен-

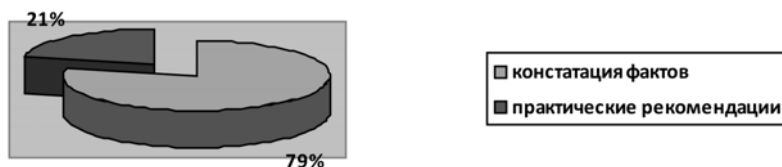


Рис.5. Образ разумного действия, % от социально-значимых публикаций

дации, разъяснительную информацию, опирающуюся на объективные факты, интервью с экспертами, законодательную базу (рис.5). Вместе с тем, более половины из подобного рода материалов являются рекламой деятельности юридических фирм либо статьями общественных и политических деятелей. То есть авторами наиболее практичных и значимых для аудитории текстов являются сторонние для редакции люди. Данный феномен сглаживается наличием в газете рубрики «Жалобная страница», где штатный сотрудник редакции дает короткие практические справки и советы по вопросам читателей.

Что касается общей тональности анализируемых текстов, то она является преимущественно нейтральной, либо безвыходно-негативной. В преобладающем большинстве материалов содержатся негативные, ироничные настроения по отношению к действиям власти, говорится об их незаинтересованности в судьбе города и населения, коррумпированности, непрофессионализме и нежелании решать значимые для города социальные вопросы. Подобные материалы насыщены эмоциональностью и носят в большей степени описательный характер, нежели объективизм и непредвзятость. Здесь необходимо отметить, что данные статьи могли бы стать вариантом контроля общественности над хозяйственными и политическими структурами. Однако этому препятствует субъективность авторов статьи, заведомо негативный настрой, отсутствие практических

выводов по сложившейся ситуации, которые могли бы в условиях бездействия политических структур способствовать формированию у аудитории определенных политических взглядов и побуждению к активным общественным действиям.

Кроме того, в рамках проводящегося исследования в апреле 2009 г. автором статьи был проведен социологический опрос среди представителей молодежи, обучающихся на очном отделении Балаковского института техники технологии и управления, Балаково, Саратовской области. Целью пилотного исследования стало выявление наиболее дискуссионных и неоднозначных параметров информационного пространства малого города, требующих дальнейшего, более детального изучения. Генеральная совокупность составила 1900 студентов в возрасте от 18 до 25 лет, объем случайной выборки – 250 человек. Ошибка выборки составила 5,78%.

Каждому из респондентов путем анкетирования было задано 17 вопросов, затрагивающих темы доверия к масс-медиа в целом, объема освещения социально-значимых тем в СМИ, выполнения функций местными СМИ, необходимых для формирования гражданского общества, предпочтений респондента по тематическим направленностям изданий.

Выяснилось, что 50% респондентов не доверяют информации, получаемой из СМИ, 46% ответивших, напротив, доверительно относятся к масс-медиа и 4% затрудняются с ответом. Основными недостатками местных СМИ были на-

званы: большое количество коммерческой рекламы – 38%; замкнутость на проблемах города и нехватка освещения тем областного и регионального характера – 32%; низкий уровень освещения социально-значимых для города тем – 20%; отсутствие социальной рекламы – 10%. По мнению респондентов, современные средства массовой информации локального уровня в большей степени выполняют информационную и развлекательную функции. 48% опрошенных считают, что социально-значимые темы в местных СМИ освещаются довольно редко.

Результаты проведенного исследования показали, что информация, подающаяся в средствах массовой информации, на данный момент не соответствует ожиданиям и информационным потребностям аудитории города, а так же требованиям, предъявляемым к журналистике гражданского общества. В связи с этим можно говорить о необходи-

мости дальнейшего исследования СМИ на локальном уровне с последующей выработкой практических рекомендаций, направленных на совершенствование функционирования информационного пространства в рамках становления гражданского общества.

Литература

1. Касютин В.Л. Региональная общественно-политическая пресса современной России / Касютин В.Л. // Социально-Гуманитарные Знания. -2009. - №2. – С. 300.
2. Ровинская Т.Л. Общественные функции СМИ и коммуникационные модели в демократическом обществе / Ровинская Т.Л. // Политическая наука. – 2008. – №2. – С.143.
3. Дзялошинский И.М., Тюрюканова Е.В. Торговля людьми: СМИ как ресурс общественного противодействия современному рабству. М.: ЗАО «СитиПрессСервис», 2008.



ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, ТРУД

Стратегическое управление коммуникациями в условиях кризиса



Герасимова Г.И.

Кризисные явления в России протекают на фоне нерешенных социальных и экономических проблем, что усиливает резонансный эффект от глобального кризиса. Социально-экономические субъекты в условиях кризиса должны уделять внимание проблемам стратегического планирования, в том числе, коммуникаций. В статье подчеркивается роль рекламы, связей с общественностью и маркетинговых коммуникаций в преодолении предприятиями последствий кризиса. Ключевые слова: кризис, социальные коммуникации, интегрированные коммуникации, стратегическое управление, превентивное планирование, связи с общественностью, реклама, идентификационный профиль, взаимодействие.

Gerasimova G.I.

Strategic control of communications under the conditions of the crisis

The crisis phenomena in Russia proceed against unresolved social and economic problems that strengthens resonant effect from global crisis. Social and economic subjects in the conditions of crisis should pay attention to problems of strategic planning, including, communications. In article the role of advertising, public relations and marketing communications in overcoming by the enterprises of consequences of crisis is underlined. Keywords: crisis, the social communications, the integrated communications, strategic management, preventive planning, public relations, advertising, identification profile, interaction.

Кризисы являются неотъемлемой частью современного процесса глобализации. В них существуют деструкции, которые их дестабилизируют, делают неустойчивыми, то есть «факторы, мотивирующие девиацию, действуют всегда, и они настолько стабильны, что их невозможно устранить из мотивационной системы акторов» (1, с. 417).

Кризис образует дезинтеграции, приводит к замене типовых форм взаимодействия, привычных связей новыми, способствует появлению иных отношений и процессов. Социальные кризисы многообразны, причины их появления, глубина развития различны. Они неповторимы, часто формируют резонансный эффект, как правило, поддаются классификации по цикличности, объекту, сферам деятельности, последствиям и пр.

Россия как транзитивное государство вступило в кризис, не закончив социальные преобразования, не решив внутренних проблем, связанных с коррупцией, убылью населения, расколом властных элит, социальным неравенством и правовым нигилизмом. По-прежнему острыми остаются вопросы национальной самоидентификации (особенно для титульной нации), особого отношения населения к общественному успеху и экономическо-

му богатству. Современный российский гражданин не уверен в завтрашнем дне, имеет низкую самооценку, как правило, отчужден от принятия управленческих решений. Как следствие, большое количество россиян не доверяет ни власти, ни институтам гражданского общества, ни ближнему окружению (2). Маргинальное и «аномичное состояние общества» (3, с. 238), экономический тренд догоняющей модернизации, другие неблагоприятные факторы произошло и ранее учитывать хозяйствующим субъектам. Современный нестабильный социум «накрыло волной» глобального кризиса, спровоцировавшего эффект падающего домино, когда финансовые проблемы вызвали экономические, а те, в свою очередь, социальные и т.д.

Такая ситуация позволяет анализировать не только современное состояние кризиса, но и описывать разнообразие детерминант его развития по различным направлениям, в том числе и в сфере социальной коммуникации, корпоративными проявлениями которой являются реклама, связи с общественностью, программы продвижения, стимулирования и позиционирования объектов рынка. Социальную коммуникацию опишем как совместную деятельность акторов, способ обмена между ними смысловой информацией и установление взаимодействия с целью создания, воспроизводства и преобразования социальной реальности, установления эффективной координации между протекающими в этой сфере процессами. Понятие «взаимодействие» выражает характер и содержание связей между людьми и социальными группами как носителями различных видов... отношений и включает... передачу информации, ее получение, реакцию на нее, передачу переработанной информации,

ее получение и реакцию на нее» (4, с. 64).

В условиях кризиса возрастает роль и значение планирования коммуникаций, которые являются составной частью общей стратегии фирмы, подразумевающей регулирование изменений в соответствии с вызовами внешней и внутренней среды предприятия с целью достижения ею намеченных целей в долгосрочной перспективе. Общие принципы прогнозирования стратегии, в том числе в сфере коммуникаций, основываются на тезисе о конструировании будущей реальности через разбивку её на фрагменты. При этом внутренние коммуникации - обмен формальной и неформальной информацией, установление горизонтального и вертикального взаимодействия членов коллектива посредством самых разнообразных коммуникативных средств (документы, акции, корпоративные медиа и т.д.) Внешние коммуникации нацелены на взаимодействие с акционерами, инвесторами, партнерами, представителями СМИ и властных структур и т.д. Стратегический подход к организации такого рода взаимодействия включает в себя как постоянный мониторинг публичной сферы, прогнозирование её изменений, так и формирование собственной повестки дня по приоритетным каналам передачи информации.

Стратегический план должен характеризовать фокальную точку как некое центральное событие, с которого возможно наступление кризисной ситуации, вследствие чего предприятие попадет в сферу неблагоприятного внимания СМИ. Необходимо описать коммуникативные акции, направленные на укрепление ценностей и убеждений, разделяемых всеми членами коллектива, так как именно они в период кризиса в первую очередь под-

вергаются переоценке и ставятся под сомнение. Отдельный раздел нужно посвятить мотивационным программам для персонала в связи с тем, что кризис актуализирует такие негативные тенденции, как нигилизм, цинизм, индивидуализм, социальные девиации и т.д. Недопустимо игнорировать юридическое обеспечение кризисных программ (правовые ограничения и правовые последствия). Центральное место в антикризисном плане занимает профилактика (предупреждение) кризисных явлений. Они напрямую должны быть связаны с созданием объективных организационных, управленческих, социально-психологических условий, предотвращающих возможное появление и развитие негативных процессов.

К сожалению, современная социальная практика подтверждает отсутствие программ превентивного планирования, в том числе и в коммуникативной деятельности социально-экономических субъектов. В России только незначительное число организаций имеют программы антикризисного менеджмента коммуникаций, которые, как правило, описывают тактическое, ситуативное поведение коллектива, а не стратегию действия организации в условиях кризиса. На наш взгляд, в планах предприятий коммуникации должны быть неотъемлемой частью общей стратегии, что позволит организации быстро адаптироваться к стремительно меняющимся событиям, происходящим в современном обществе.

Основополагающим моментом стратегического планирования является формулировка миссии, которая включает в себя видение - идеология фирмы, в которой обозначены значимые для общества интересы, смоделировано идеальное будущее положение организации в структуре рынка. Как правило,

стратегический план разрабатывается с помощью формализованных процедур, на основе стандартных положений, учитывающих внешние и внутренние переменные, текущее состояние предприятия. Результатом таких действий является перспективная модель позиции и статуса фирмы в обществе, программа реализации, включающая обязательный раздел, посвященный управлению коммуникациями.

В условиях кризиса коммуникации должны иметь интегрированный характер, решать специфические задачи, присущие этому виду деятельности, но обязательно подчиняться общим целям компании. Следовательно, коммуникативный синтез должен выполняться на основе сведений, поступающих из различных служб предприятия, а результатом интеграции становится единая программа, составленная таким образом, чтобы согласованные послания доходили до конечных потребителей. Такое целостное корпоративное сообщение имеет единый социально-коммуникативный план выражения миссии фирмы, учитывает интересы, установки и взгляды целевых аудиторий.

В ходе стратегического управления интегрированными коммуникациями формируется идентификационный профиль компании, который включает в себя такие элементы, как имя, логотип, герб, флаг, девиз, гимн предприятия. Коммуникативный континуум управленческих усилий должен быть направлен на последовательное решение задач, связанных с формированием публичности, имиджа, репутации бренда предприятия как наиболее надежного стратегического актива, позволяющего минимизировать кризисные явления.

Объективность современного кризиса связана с тем, что многие процессы привнесены извне и с тру-



дом минимизируются действиями хозяйствующих субъектов. В подобных условиях актуализируются вопросы экономики ресурсов, оптимизации организационной структуры и бюджета, координации информационных потоков. Следовательно, эффективнее не сокращать, а объединять коммуникативный потенциал программ рекламы, публик рилейшнз и маркетинга, направленных на продвижение к потребителю товаров или услуг, позиционированию, формированию организационной культуры, репутации предприятия и т.д. В этом случае акцент делается на объединении всех элементов, существующих в этих видах деятельности, но не как простое комплексирование и комбинирование, которое приводит только к механическому соединению компонентов, а как органичное сочетание равноправных коммуникативных направлений. Такой подход позволяет добиваться синергетического эффекта, которого нет в отдельных частях.

В ходе коммуникации происходит активный двусторонний обмен значимой информацией между социальными субъектами (между организацией или конкретным ее представителем и их целевыми аудиториями) как опосредованно (СМИ, Интернет), так и непосредственно (в ходе специальных мероприятий, промоакций и т.д.). Такие действия позволяют специалистам по коммуникациям выступать координаторами, своевременно уведомлять руководителей об информационных проблемах и возможных осложнениях процесса взаимодействия между предприятием и его общественностью как внешней, так и внутренней.

Таким образом, коммуникации в своем интегрированном виде, когда для достижения максимального эффекта задействованы рекламные,

маркетинговые и PR-усилия, должны быть учтены в едином стратегическом плане как его полноправные элементы, подчиненные общей цели. Это обеспечивает синергетический эффект, координирует, оптимизирует соотношение различных видов коммуникации в ходе реализации стратегии, обеспечивает их последовательность, единое стилевое решение, эффективность, способствует решению поставленных задач. Такой подход требует активизации деятельности отделов предприятий, работающих на формирование корпоративной репутации, не только по экономическим, но и социально-значимым коммуникативным программам.

К сожалению, в России с появлением кризисных явлений службы и отделы рекламы и связей с общественностью начали ликвидироваться в первую очередь, хотя именно в этот период всем субъектам социально-экономической и политической деятельности важно не ограничивать, а усиливать коммуникативную активность. Инструменты интегрированных коммуникаций могут стать эффективным механизмом преодоления кризиса, так как в их арсенале предусмотрены технологии своевременной идентификации целевых аудиторий, позволяющие оптимизировать информационные потоки. В условиях глобального кризиса заинтересованными группами становится всё население, которому сообщения формировать наиболее сложно. Ф. Китчен рекомендует начинать антикризисное планирование коммуникативного процесса с аудита «опасностей», то есть таких «событий», которые приводят к тому, что компания оказывается объектом широкомасштабного потенциально неблагоприятного внимания международных и национальных СМИ и прочих внешних групп (акционеров, клиентов,

групп давления, органов власти), а также собственных служащих» (5, с. 319).

Взаимодействие со СМИ – особый и часто ключевой момент регулирования или, напротив, эскалация кризисных явлений. В этот период усиливается влияние межличностных взаимодействий. Интеракции субъектов являются функциональными, человек активно взаимодействует с другими участниками разнонаправленных процессов в условиях постоянно изменяющейся и нестабильной ситуации. В 2008 году критическая ситуация девелоперского бизнеса побудила С. Полонского, руководителя Mirax Group и Ассоциации строителей России, расписаться в собственной беспомощности, объявить, что отрасль «лежит на лопатках» и разместить в газете «Ведомости» интервью с «говорящим» заголовком: «Компанию никому, кроме государства, не продам» (6). Реакция среды привела не только к экономическим, но и репутационным потерям фирмы. Ситуативное поведение руководителя Deutsche Bank Й. Акерманна (Josef Ackermann), который заявил об отказе от государственной финансовой помощи и ежегодной премии, напротив, позитивно изменило обстановку вокруг этой организации.

Как правило, нарастающая социальная энтропия нарушает устойчивые связи, приводит к разрыву привычных коммуникаций, а информационные потоки, раскрывающие смысл и содержание девиантов, становятся дефицитными. Ограниченный временной ресурс и социальное недоверие порождают рассогласование в предложении и спросе на информационный продукт. Например, журналисты и эксперты, анализируя ход и последствия кризиса, апеллируют к рациональным доводам, предлагая данные ста-

тистики, мониторинга и пр., но население, переживая эмоциональный шок, желает иррациональных и оптимистических прогнозов. Кроме того, кризисный дискурс характеризуется недоверием к официальным источникам информации, что выводит на первый план слухи, сообщения блогеров и иные альтернативные способы получения информации.

Цель коммуникаций в период кризиса – «организация процесса посредством диалога с аудиторией с тем, чтобы рассеивать озабоченность публики, избегать или подавлять негативные эмоциональные реакции ...членов общества по отношению друг к другу, продуцировать информированную публику, заинтересованную и включенную в дебаты, а также ориентированную на поиск решения» (7, с. 160). Положительная обратная связь, способная вызвать резонансные эффекты, которые в условиях кризиса нелинейны, а иногда и случайны, что позволяет от одностороннего воздействия переходить к взаимодействию, создающему условия для развития инновационных и самоорганизующихся систем, таких как социальные сети, блоги, форумы и т.д. Хозяйствующие субъекты, властные структуры получают дополнительные преимущества, формируя с их помощью собственное коммуникативно-информационное пространство.

Таким образом, управление стратегическими коммуникациями строится на принципах долгосрочности, перспективности, многообразия тематики при сохранении концептуальной однозначности. Это не противоречит наличию в планах описания конкретных тактических методов и коммуникативных инструментов управления кризисом. Менеджмент коммуникаций основывается на дефрагментации кризис-



ного процесса, идентификации целевых групп, конструировании эмоциональных по форме и когнитивно-суггестивных по содержанию обращений, которые интегрируют рекламные и PR-тексты. Предприятию в условиях кризиса необходимо осуществлять постоянную координацию и мониторинг коммуникативных потоков. Использование современных технических систем передачи информации, вовлечение в процесс формирования публичного дискурса представителей виртуального сообщества оптимизирует процесс преодоления социально-экономическими субъектами существующих кризисных явлений

Литература

1. Парсонс Т. О социальных системах. М.: Академический Проект, 2002.
2. Местные и федеральные власти: кто лучше борется с кризисом. Пресс-выпуск 1228. — электронный код доступа: <http://wciom.ru/novosti/press-vypuski/press-vypusk/single/11893.html>
3. Дюркгейм Э. Самоубийство: Социологический этюд / Пер. с фр.; Под ред. В. А. Базарова.—М.: Мысль, 1994.
4. Российская социологическая энциклопедия. Под общ. ред. академика РАН Г. В. Осипова. — М.: Издательская группа НОРМА – ИНФРА-М, 1998.
5. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
6. Ляув Б., Филатов А. Компанию никому, кроме государства, не продам // Ведомости, 10 ноября 2008.
7. Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М.: Едиториал УРСС, 2004. с.

Преодоление кризисных явлений современного российского общества



Меньшикова М.В.

Рассмотрена эволюция потребления, причины фетишизации потребления. Предложен способ преодоления кризисной ситуации и социальных болезней, переход российского общества на качественно новый этап развития путем консолидации социальных институтов власти, бизнеса и образования в вопросах акцентуации когнитивных потребностей индивидов и развития концепции социальной ответственности бизнеса.

Ключевые слова: кризис, перепотребление, социальные болезни, консолидация социальных институтов, социальная ответственность бизнеса.

Menshikova M.V.

Overcoming the crisis phenomena of modern Russian society

Evolution of consumption, the reasons for fetishisation of consumption are considered. The way of overcoming of the crisis situation and social illnesses, transition of the Russian society to the qualitatively new stage of development by consolidation of social institutes of the power, business and education in a questions of accentuation of individual's cognition requirements and development of the concept of social responsibility of business are offered.

Keywords: crisis, reconsumption, social illnesses, consolidation of social institutes, social responsibility of business.

Социальная и психологическая составляющие глобального экономического кризиса являются не менее, а даже более значимыми для изучения и корректировки, нежели другие его составляющие, если исходить из приоритета предотвращения социального взрыва и сохранения социальной системы от разрушения. Экономические теории, предлагающие пути выхода из кризиса, основываются на статистическом анализе происходящих процессов и тенденций, не учитывая потребности, желания, когнитивные картины мира конкретных индивидов, обуславливающие их собственную трактовку происходящего, а, следовательно, и их экономические решения.

Каждый индивид выступает в качестве экономического субъекта, то есть является потребителем неких материальных благ, большинство индивидов участвует в экономическом процессе также и в качестве производителей этих благ, удовлетворяя потребительские желания других членов общества. Если с данной точки зрения проанализировать развитие человеческой цивилизации, можно заметить неуклонное увеличение объема как производимых, так и потребляемых материальных благ в расчете на одного индивида, а также связанные с этим вопросы противоречия производства и потребления, отве-

ты на которые традиционно ищутся представителями экономической науки, хотя лежат в социально-психологической сфере.

Наращивание объемов производства с целью удовлетворить потребительский спрос привело к кризисам перепроизводства, заставившим обратить внимание на истинную мотивацию потребителей. Выход из одного из острейших кризисов перепроизводства XX века, предложенный Дж. Кейнсом, заключался в стимулировании потребления как движущей силы экономического процесса, которая обуславливает рост объемов производства. Развитие маркетинга, рекламы, поиск новых каналов стимулирования потребления стали необходимой частью поддержания макроэкономического равновесия.

Из двух сторон экономической деятельности человека потребление стало более важной, чем производство. В результате мы получаем стремление любой ценой увеличить именно потребление, отсюда произрастают коррупция, мошенничество, противозаконные виды бизнеса, игры на фондовых биржах, в казино и игровых автоматах, множество других социальных болезней. Глобальный экономический кризис непосредственно связан с приоритетным положением демонстративного статусного потребления.

Выход из сложившейся ситуации – переориентация на производство и потребление знаний и информации. Такое потребление не может быть демонстративным, но при этом остается статусным, поскольку владение информацией в условиях постиндустриального общества признается одним из важнейших критериев социальной стратификации. Проблема в данном случае состоит в разработке и внедрении механизмов мотивации и акцентуации когнитивных потребностей.

Переход общества на качественно иной уровень развития может также способствовать преодолению циклического характера развития экономики и предотвратить возможность избежать последующих кризисов. Однако современное российское общество характеризуется слишком слабой для этого степенью взаимосвязи между основными социальными институтами. Консолидация структур государственной власти, бизнеса, науки и образования позволит способствовать преодолению социальных болезней, повышению престижа науки, степени социальной ответственности бизнеса, внедрению истинных социальных ценностей, формированию настоящей элиты российского общества.

Представляется возможным обозначить ряд направлений консолидации усилий перечисленных социальных институтов с целью перехода российского общества на качественно новый этап развития. Со стороны бизнеса – это, безусловно, повышение степени его социальной ответственности, а также участие в образовательном процессе, формирование требований к выпускаемым вузами специалистам, заинтересованность в использовании результатов научных исследований. Со стороны института образования – это обеспечение возможности непрерывного повышения квалификации специалистов в соответствии с постоянно изменяющимися требованиями современной реальности, внедрение курсов по социальной ответственности бизнеса, разработка системы мотивации к акцентуации когнитивных потребностей, а также разработка и применение новых методов обучения, активизирующих правополушарное мышление обучающихся.

“Главный вопрос, всплывающий на поверхность, состоит в том, что,

по-видимому, существуют два режима мышления, вербальный и невербальный, предвзятые отдельно левым и правым полушариями соответственно, и что наша система образования, как и наука вообще, имеет тенденцию пренебрегать невербальной формой интеллекта. Получается, что современное общество подвергает дискриминации правое полушарие», - считает лауреат Нобелевской премии по физиологии и медицине Роджер У. Сперри [1]. В его и ряде других исследований, посвященных вопросам межполушарной асимметрии головного мозга, было выявлено, что левым полушарием обеспечивается способность мозга к анализу, детализированию, формированию алгоритмов, рационализации. Левополушарное мышление является последовательным, абстрактно-логическим, в то время как правополушарное мышление - образным, воспринимающим информацию целиком, восстанавливающим недостающие в ней детали, использующим творческие возможности, интуицию, этику, способность к адаптации.

Современное производство, как и современная система образования, использует, в основном, левое полушарие индивидов, в то время как потребление на современном перенасыщенном товарами рынке является чаще всего (кроме потребления товаров первой необходимости) результатом правополушарного мышления. Маркетинговые коммуникации апеллируют к эмоциям потребителей, к их воображению, а не к рациональному мышлению. Потребитель в системе маркетинговых коммуникаций успешных игроков современного рынка рассматривается не как *homo economicus*, а скорее как *homo ludens* - человек играющий: в купоны, бонусы, лотереи, загадки «партизанского маркетинга», *advergames* («рекламоигры», т.е. компьютерные игры, специально выст-

роенные вокруг определенного бренда по заказу его владельца), да и просто благодаря товарам определенных брендов играющий некую роль в социальном пространстве, подчеркивающий свой существующий социальный статус, либо изобретающий желаемый.

«Человек может создать устраивающий его мир или вторгнуться благодаря современным технологиям в мир других людей и тем самым почувствовать себя властелином, могущественным повелителем всех и всего. Именно этим руководствуется человек, когда вступает в различного рода экономические игры. Для него открывается, как ему представляется, реальная и единственная возможность, превратить созданный им виртуальный мир в реальный», - считает профессор Филиппов А.В. [2].

Ряд исследователей определяют современное общество не как информационное, а как игровое. «Неосомненно, игра в современной экономической жизни занимает 90%. Ценные бумаги, престижные называемые экономистами «фанфиками», вдруг складываются в гигантские состояния, и это - знак игрового характера современной экономики. Для сегодняшних миллионеров, обеспечивших свою семью на несколько поколений вперед, занятие экономикой - чистая игра, психологический акт, который может носить и эстетический характер. Фигура ученого в общем принадлежит XIX веку с его бесконечным исканием истины, ведь в науке принципиальна невозможность дойти до конца. В игре, каковой является экономика, все иначе - должна быть цель, выигрыш. Этим, кстати сказать, я объясняю и падение престижности профессии ученого в современном игровом обществе... Самым главным стало не пытаться, как это было раньше, понять мир, чтобы изменить его; сегодня



достаточно понимать правила игры, в которой участвуешь. Навыки игрока становятся существенно важнее для успеха в жизни, чем багаж знаний» [3], - считал профессор Е.Ф. Сабуров (был не только видным экономистом, но и представителем власти: занимал руководящие должности в Министерстве образования, был заместителем председателя Совета министров, затем руководил Правительством республики Крым). По его мнению, на самом деле наступление информационного общества состоялось, когда Ян Амос Каменский внедрил идею массовой школы, где обучение стало осуществляться посредством передачи информации, а современное общество характеризуется приоритетом уже не информации, а игры.

Таким образом, чтобы наладить эффективное коммуницирование между социальными институтами бизнеса и образования необходимо внедрять новые методы обучения, нацеленные не столько на усвоение «определенной суммы знаний», сколько на выработку у обучающихся умений и навыков оперативно найти необходимую информацию, грамотно применить ее, найти решение проблемы, причем современные условия требуют, как правило, нестандартного решения. Нестандартность, новизна решения обеспечивают бизнесу конкурентные преимущества, однако, такое решение может быть найдено только при условии задействованности в процессе мышления правого полушария, что позволяет оценить ситуацию в целом, использовать интуицию и творческие способности. Безусловно, активизация правополушарного мышления может быть осуществлена за счет применения игровых форм и методов в процессе обучения.

При этом, если рассматривать бизнес исключительно как игру, нацеленную на выигрыш, построить систему образования, ориенти-

рующую на выигрыш любой ценой, социальные проблемы усугубятся настолько, что вопрос будет стоять уже не о выходе из кризиса, а о предотвращении мощнейшего социального взрыва, ставящего под угрозу само существование общества.

Поэтому представляется необходимой также консолидация институтов государства и образования с целью выработки «правил игры» для бизнеса, направленных на уменьшение социального расслоения и решение насущных социальных проблем. Задачи института власти в данном контексте – мотивация бизнеса к социальной ответственности путем снижения налогов при условии участия бизнеса в решении социальных проблем, а также повышение престижа науки и образования при условии соответствия их реальным потребностям современного общества и апелляции к общечеловеческим ценностям в процессе бизнес-обучения.

Социальная ответственность бизнеса не может считаться проявлением некоего альтруизма, а вполне логично вписывается в его изначальную цель максимизации прибыли. В ситуации незаполненного товарами рынка данная цель достигалась путем расширения производства, наращивания и совершенствования производственных мощностей. Уровень спроса был высок на любые произведенные товары. Насыщение рынка товарами сделало приоритетной целью их продажу. Реклама становится неотъемлемым инструментом бизнеса, без нее массовое производство не обеспечивается сбытом. Однако, на определенном этапе развития производства одной только рекламной деятельности становится недостаточно для обеспечения необходимого уровня продаж.

С середины XX века развивается маркетинговая концепция, преобладающая в настоящее время на

большинстве рынков, которая отличается от предыдущих ориентацией на нужды и желания потребителя с целью их наиболее полного удовлетворения. Комплекс маркетинга «4P» (product, price, place, promotion), предложенный профессором Джеромом Маккарти около 1960 года и получивший широкое распространение благодаря многочисленным книгам Филиппа Котлера, в настоящее время предлагается в различных версиях: «6P» для глобального маркетинга (добавлены politics и public opinion), «7P» для сферы услуг (добавлены personnel, process и physical evidence). Многие исследователи предлагают свои версии комплекса маркетинга, добавляя все новые и новые «P», вплоть до «энтузиазма» (passion), расширяя комплекс до 20 – 30 составляющих. Элемент комплекса promotion (т.е. продвижение) содержит настолько огромный и разнообразный арсенал средств маркетингового воздействия на потребителей, что их уже сложно разделить как теоретически, так и практически, поэтому в настоящее время они объединяются понятием ИМК (интегрированной маркетинговой коммуникации), обладающей синергетическим эффектом. Тем не менее, перегруженные информацией потребители оказывают все более активное противодействие попыткам манипулировать их психическими процессами.

Таким образом, в условиях гиперконкуренции бизнес отчетливо ощутил кризис как теории, так и практики маркетингового взаимодействия организаций с потребителями. Ни более узкое сегментирование рынка, ни более пристальное изучение нужд и запросов целевых аудиторий уже не могли являться гарантом прибыли и стабильного положения компании на рынке. В этих условиях организации выбирают один из двух вариантов смены маркетинговой парадигмы:

1. Использование нестандартных технологий продвижения;

2. Переход к концепции социально-ответственного маркетинга.

В рамках первого варианта за последние десятилетия появилось множество разнообразных маркетинговых концепций («партизанский» маркетинг, доверительный, маркетинг общения, маркетинг отношений, маркетинг впечатлений и т.д.). Каждая из них поначалу претендует на роль альтернативной и революционной, и вызывает живой интерес в среде теоретиков и практиков маркетинговых коммуникаций, однако, со временем они получают все большее распространение, и их эффективность снижается в связи с потерей новизны и привыканием потребителей к новым видам воздействия. Все они остаются в арсенале средств, применяемых компаниями для продвижения своих брендов, однако, не заменяют, а лишь дополняют традиционные инструменты маркетингового воздействия. Таким образом, выбрав первый вариант, компания может обеспечить себе лишь краткосрочное повышение эффективности.

Второй вариант развития вытекает из классической концепции маркетинга и является логичным ее продолжением. Ориентируясь на нужды и запросы конкретных потребителей, производитель, в конце концов, приходит к необходимости удовлетворять потребности общества, в котором эти потребители живут. Одной из существенных проблем брендинга в настоящее время становится то, что расходы на него в конечном счете перекладываются на потребителя, увеличивая добавленную стоимость, которая им остро ощущается. Реальность постиндустриального общества такова, что все большее количество потребителей проявляют нежелание оплачивать создание имиджа бренда, их интересуют более значимые ценно-



сти, например, вопросы экологической безопасности или социальных проблем, в решении которых современный бизнес начинает принимать все большее участие.

Концепция социального (социально-этичного, социально-ответственного, социально-ориентированного – употребляются различные термины) маркетинга появилась на рубеже 60–70-х годов XX века и становится доминирующей в постиндустриальном обществе. Основой успеха в бизнесе начинает признаваться ориентация не только на конечного потребителя, но на потребности общества в целом. В данной ситуации социально-ориентированный бренд приобретает в глазах потребителя большую ценность, чем бренд, ориентированный только на имидж.

Основные черты социально-ориентированного бренда – это этическая коммуникация и социальная активность. Необходимость этических коммуникаций с потребителями обусловлена социализирующим влиянием СМИ, в том числе и рекламы. Соответственно, рекламная продукция, балансирующая на грани морали, а иногда и преступающая эту грань с целью привлечения и удержания внимания аудитории в перенасыщенном рекламном пространстве, снижает уровень культуры и морали общества в целом. Свой вклад в данный процесс внесло немало количество как отечественных, так и зарубежных рекламодателей, особенно в связи с распространившейся модой на технологии партизанского маркетинга. Как показала практика, решить данную проблему законодательно невозможно, поскольку критерии этичности слишком субъективны.

В развитом гражданском обществе против неэтичного брендинга выступают общественные организации. Кроме того, осуществляются программы по созданию у субъектов бизнеса внутренней мотивации к соблюдению этики. Например, Амери-

канская ассоциация колледжей и школ бизнеса требует от своих членов включения материалов по этике в преподаваемые курсы, что призвано формировать у слушателей установку на этическое ведение бизнеса. Российский рынок характеризуется слабой степенью влияния общественных организаций на бизнес. Что касается внутренней мотивации к соблюдению этики, то ее наличие или отсутствие считается личным делом каждого из субъектов рынка. Осознания необходимости освоения концепции социально-этичного маркетинга пока не произошло у большинства предпринимателей.

Второй из основных черт социально-ориентированного бренда является его социальная активность. Данное понятие означает, что компания, выпускающая бренд, проявляет социальную ответственность перед своими работниками и местной общественностью, участвует в социальных программах, проявляет гражданскую позицию по социальным и экологическим проблемам. Однако, данная деятельность противоречит естественному стремлению предпринимателей к максимизации прибыли, соответственно, главной задачей в данном направлении является создание необходимой мотивации. На уровне транснациональных корпораций применяется комплексный подход, сочетающий стратегии принятия корпорациями внутренних добровольных кодексов социальной ответственности и внешнего регулирования деятельности корпораций.

Российский рынок также стоит перед необходимостью развития новых форм рыночного поведения, сочетающих стремление к прибыли и социальную активность бизнеса. В настоящее время социальная ответственность российского бизнеса ограничивается бессистемной благотворительностью некоторых компаний, которая используется только в качестве новостного повода, и

столь же бессистемным спонсорством спортивных и культурных мероприятий, которое больше напоминает бартерный обмен.

В то же время концепция социально-ориентированного бренда предполагает принятие им на себя инициативы по решению конкретной социальной проблемы и привлечению к ее решению своих потребителей. Бренд должен выступать организатором социальной акции, например, собирая пожертвования для обездоленных детей, или оповещая потребителей о том, что определенная часть выручки от продажи товара будет передана для реализации конкретного социального проекта.

В долгосрочной перспективе компании все более отчетливо осознают необходимость постоянного управления своей репутацией. Единственный надежный инструмент репутационного менеджмента в сложившихся условиях – это корпоративная социальная ответственность, то есть ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, и перед обществом в целом.

Основной движущей силой развития бизнеса и интеграции его интересов с интересами общества при этом становится PR-деятельность. Все большее распространение получает направление Public Affairs (общественные дела), т.е. PR-активность в сфере мониторинга социальных проблем, подготовки и реализации проектов по их решению, которая должна превалировать над маркетинговыми технологиями по привлечению и удержанию конкретных потребителей. Таким образом организации получают весомый информационный повод для PR-поддержки, интенсификации GR-деятельности, привлекают и удерживают лояльных потребителей и, в конечном счете, увеличивают свою долю рынка, прибыль и стабильность бизнеса,

при этом значительно уменьшая затраты на прямую рекламу, эффективность которой снижается в современных условиях. Кроме того, уменьшается степень социальной напряженности, вызванной нарастающим расслоением общества, а также разразившимся кризисом. Решаются конкретные социальные проблемы, неизбежно обостряющиеся в кризисной ситуации.

Предложенные пути преодоления кризисных явлений современного российского общества, безусловно, не являются исчерпывающими. Они должны быть дополнены мерами экономического, политического, культурного характера, реализацией конкретных мероприятий по оздоровлению института семьи, являющегося основным в формировании базовых ценностей отдельно взятого индивида. Однако воплощение предложенных направлений консолидации социальных институтов государства, бизнеса и образования предоставит российскому обществу возможность сделать существенный шаг к переходу на качественно новый уровень развития. Одним из методов достижения данной консолидации может явиться программа форсайта по вопросам долгосрочного развития России с участием представителей различных социальных институтов.

Литература

1. Sperry R.W. Lateral specialization of cerebral function in the surgically separated hemispheres / The Psychology of Thinking. – N.Y., 1973
2. Филиппов А.В. Психологические причины текущего кризиса. // Вестник ГУУ. Серия: социология и управление персоналом. – М., 2009
3. Сабуров Е.Ф. Синтетическое искусство в игровом обществе // Художественный журнал. 2002. №46



Стратегия адаптации трудящихся в условиях кризиса



Солнышкина М.Г.

В статье показано, что кризисное состояние российской экономики характеризуется снижением уровня занятости, наличием кризиса труда, дальнейшей поляризацией доходов населения. Приведены данные эмпирических исследований социально-трудовой сферы (2007-2008 гг.). Проанализированы стратегии социально-экономической адаптации населения в условиях кризиса. Показано, что в механизмах адаптационного процесса преобладают преимущественно вынужденные адаптации.

Ключевые слова: процессы социально-трудовой сферы, кризис труда, содержание и характер труда, удовлетворенность трудом, структура доходов семьи, оплата труда, стратегии социально-экономической адаптации населения.

Solnyshkina M.G.

Strategy of the adaptation of workers under the conditions of the crisis

In the article shown that the crisis state of the Russian economy is characterized by reduction of the rate of employment, labor crisis, further polarization of population incomes. Empirical studies present social labor sphere (2007-2008 yrs.). The strategies of social economy adaptation of population are analysed. It was proved that under the social circumstances mostly the forced adaptations are take part.

Keywords: processes of sociolabor sphere, labor crisis, the maintenance and character of work, job satisfaction, structure of family income, strategies of socio-economic population adaptation.

Мониторинг социальной сферы по проблемам труда и занятости населения¹ – метод изучения процессов в статике и динамике, позволяющий в заданных пространственных и временных интервалах систематически наращивать, интегрировать данные по следующим социальным показателям: количество занятых; содержание труда; характер труда; удовлетворенность трудом; оплата труда; нарушения прав наемных работников; структура и источники доходов семьи; степень уверенности в завтрашнем дне; способы социально-экономической адаптации населения к условиям финансово-экономического кризиса (вторичная занятость, неформальная занятость, трудовая мобильность, личное подсобное хозяйство).

Реальная эффективность экономических преобразований определяется их воздействием на отношение людей к труду. Труд изменяет положение различных групп работников в зависимости от профессии, специальности, условий и содержания труда. Наиболее полно социальная сущность труда раскрывается в категориях «характер труда» и «содержание труда».

Характер труда обусловлен в основном содержанием труда. Это ключевой фактор, влияющий на отношение к труду и удовлетворенность трудом, степень интереса к

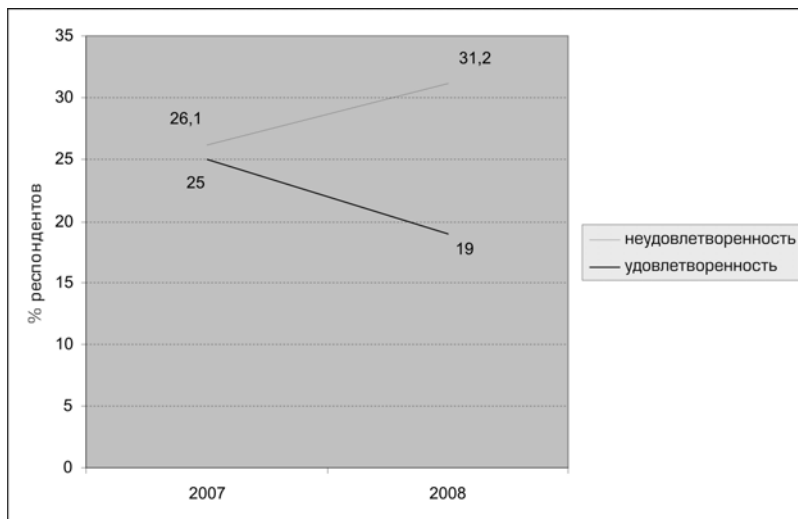


Рис. 1. Динамика респондентов по удовлетворенности (неудовлетворенности) содержанием труда

Таблица 1
Оценка справедливости оплаты труда

| Оценка справедливости оплаты труда | 2007 | 2008 |
|------------------------------------|------|------|
| Справедливо | 20,5 | 20,2 |
| Не вполне справедливо | 40,8 | 32,9 |
| Скорее не справедливо | | 17,0 |
| Не вполне справедливо | 27,6 | 23,5 |
| Затрудняюсь ответить | 12,3 | 6,4 |

труду, уровень качества труда. Высокую удовлетворенность содержанием труда по результатам мониторинга продемонстрировали в 2007 г. – 25%, в 2008 г. – 19%, при этом количество неудовлетворенных выросло с 26.1% до 31.

В исследуемый период растущая безработица являлась фактором, приводящим к глубоким изменениям социально-трудовых отношений. С 2007г. по 2008 г. произошло снижение уровня занятости населения под влиянием социально-экономического кризиса. По данным мониторинга также произошло сниже-

ние количества занятых на 0.2% (с 67.5% в 2007 г. до 67.3 в 2008 г.). Соответственно, количество неработающих выросло с 32.5% до 32.7%.

Интегральной оценкой оплаты труда является оценка ее справедливости. Статистически значимые связи зафиксированы между оценкой справедливости оплаты труда, оценкой соответствия заработка личному трудовому вкладу и удовлетворенности размером заработка. Необъективность оценки личного трудового вклада – одна из основных причин, которые вызывают недовольство размером заработной платы и снижают оценку справедливости оплаты труда.

Результаты мониторингового исследования труда и занятости показывают, что доля ответов «вполне удовлетворен» размером заработной платы на основном месте работы составляла 12.5% в 2007 г. в докризисный период и снизилась до 9.85 в 2008 г. В то же время количество недовольных заработной платой (сумма ответов «скорее не удовлетворен» и «совершенно не удовлетворен») уменьшилась с 66.9% (2007 г.) до 60.5% в 2008 г.

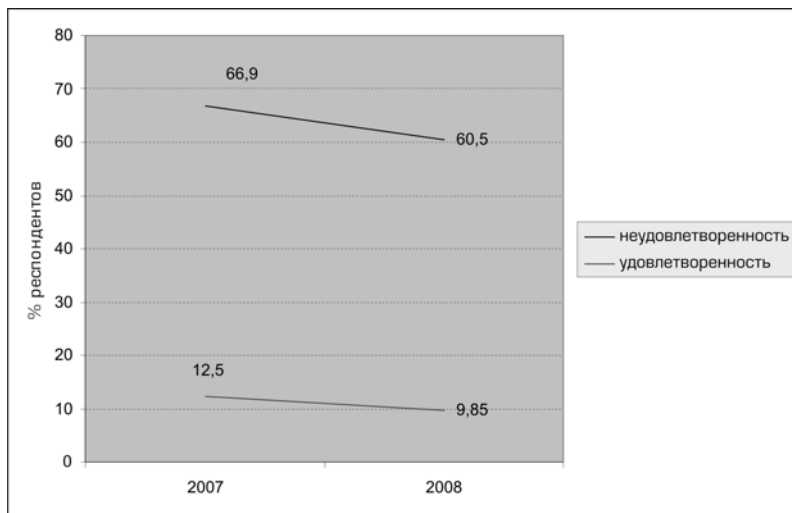


Рис. 2. Динамика респондентов по удовлетворенности (неудовлетворенности) размером заработной платы

В результате происходящих кризисных процессов в сфере труда, обостряющих проявления отчуждения труда, утрате его смыслообразующей функции и превращении из основы образа жизни в средство выживания, 70,3% опрошенных не считают оплату своего труда справедливой. Количество респондентов, считающих оплату труда справедливой снизилось за указанный период с 20,5% до 20,2%.

Фактом, подтверждающим наличие кризиса труда, является то, что труд в общественном производстве не для всех социальных категорий может обеспечить социально нормальный уровень жизни работника (феномен бедности работающего населения).

По итогам мониторинга социальной сферы получено следующее распределение уровней заработка (табл.2).

Необходимо отметить, что в 2008 г. значительно меньшее количество респондентов указало сумму заработка, отвечая на вопросы анкеты. По сравнению с 2007 г. их количество снизилось с 57,4 до 28,9% ответивших в 2008 г. При этом иссле-

Таблица 2
Динамика заработка от основной работы (включая премии, отпускные после выплаты налогов)

| Размер заработка | % респондентов | |
|--------------------------|----------------|------|
| | 2007 | 2008 |
| До 5 тысяч рублей | 14,55 | 29,4 |
| От 5 до 10 тысяч рублей | 16,5 | 34,2 |
| От 10 до 20 тысяч рублей | 11,9 | 24,0 |
| От 20 до 50 тысяч рублей | 2,34 | 10,5 |
| Более 50 тысяч рублей | 0 | 2 |

довался заработок от основного места работы, полученного в прошлом месяце, включая премии, отпускные и прочие выплаты (после вычета налогов).

Анализ табл.2 показывает, что в течение года имела место поляризация доходов: увеличились группы доходополучателей с наиболее низкими и самыми высокими доходами: до 5 тыс руб. в месяц с 14,66% (2007 г) до 29,4 % (2008 г.) и от 20 до 50 тыс. руб. в месяц с 2,34% (2007г.) до 10,5% (2008 г.). При этом имелся рост доходов средней группы доходополучателей от 10 до 20

тыс. руб. с 11.95% до 24% ответивших. Таким образом, в период финансово-экономического кризиса значительно увеличилась доля бедного работающего населения, получающего доходы ниже или на уровне прожиточного минимума.

Падение престижа труда в общественном производстве привело к тому, что значительная часть населения, не видя реальных возможностей получения благ за счет честного, добросовестного труда, предпочитает снизить уровень своих притязаний, ограничить свои потребности, понижая тем самым стоимость рабочей силы. Здесь трудовая пассивность сочетается с потребительской пассивностью.

Радикальная трансформация общества, развернувшаяся в России в начале 90-х годов прошлого века, привела к глубоким изменениям в структуре доходов населения, отдельных социальных групп.

Все источники доходов семьи подразделяются на денежные и натуральные. Основными доходами семьи являются денежные, укрупненная структура которых по итогам мониторинга социальной сферы может быть представлена следующим образом:

1. Общий доход от зарплаты: включает заработную плату от основной работы по найму и заработную плату от дополнительной работы по найму – 82.4%;

2. Государственные трансфертные платежи: пенсии (по старости, инвалидности, социальные пенсии); стипендии; пособие по безработице; пособия на детей, другие виды пособий, компенсации – 39%;

3. Денежный доход от неформального сектора и предпринимательства: доходы от частного предпринимательства, бизнеса (включая доходы от индивидуальной трудовой деятельности) и заработки от работы без официального оформле-

Таблица 3
Структура совокупного дохода семьи (наиболее значимые выборы респондентов)

| Источники доходов | Выбор респондентов (%) | Ранг |
|---|------------------------|------|
| Заработная плата от основной работы | 72,6 | 1 |
| Заработная плата от дополнительной работы | 13,5 | 5 |
| Доходы от бизнеса, ИТД | 10,9 | 7 |
| Заработки от неформальной занятости | 14,1 | 4 |
| Пенсии | 32,1 | 2 |
| Стипендии | 8,8 | 9 |
| Пособия, компенсации | 10,6 | 8 |
| Денежная помощь родственников, друзей | 20,5 | 3 |
| Доходы от ЛПХ | 11,1 | 6 |

Таблица 4
Оценка перспектив трудоустройства (в %) (наличие перспектив трудоустройства в соответствии со своими желаниями и стремлениям)

| | |
|----------------------------|------|
| Безусловно, будут | 7,1 |
| Скорее всего, будут | 26,9 |
| Скорее всего, не будут | 33,2 |
| Такой возможности не будет | 12,4 |
| Затрудняюсь ответить | 20,4 |

ния (постоянные или случайные) – 14.3%;

4. Доход от продажи личного имущества включает доход от продажи личного имущества и доходы от продажи продуктов, произведенном в личном подсобном хозяйстве, на своем земельном участке – 5.8%;

5. Доход от сдачи личной собственности в аренду: доходы от сдачи внаем жилья, дачи, гаража, земельного участка – 3.2%;

6. Дивиденды: проценты по вкладам и доходы от акций, облигаций, ваучеров, других ценных бумаг – 1.9%;

7. Помощь от родственников: денежная помощь родственников, друзей, близких людей – 7.7%.

Чувства и настроения от работы свидетельствуют о формировании вынужденной мотивации к труду, характерной чертой которой является безразличие как ведущий мотив – 29.5%, который характерен для ситуации выживания работника и его семьи. Проявлением данного мотива является также чувство усталости и скуки от работы – 13.4% и ожидание неприятностей и конфликтов от работы 5.4%. Достижительная мотивация представлена следующими позициями: «Удовлетворение от того, что есть работа и приличный заработок» – 23.5%; удовлетворение от самореализации – 28.1%. Таким образом, вынужденная мотивация практически (48.3% респондентов) сравнялась с достижительной, которая составляет 51.6%, т.е. каждый второй респондент демонстрирует вынужденный тип отношения к труду в период кризиса как результат институциональных трансформаций.

Анализ результатов исследования чувств и настроений от работы позволяет сделать вывод, что труд имеет самостоятельную ценность для половины опрошенных. Для второй половины он имеет инструментальную ценность, позволяет удовлетворять, прежде всего, витальные потребности существования (выживания). В условиях жесткого внешнего принуждения (кризис, снижение уровня занятости, неполная занятость на предприятии, страх потерять рабочее место, неопределенная длительность кризисной ситуации) блокируется внутренняя мотивация, снижается заинтересованность в творчестве, достижениях, самореализации. Эти позиции занимает усталость, апатия, неудовлетворенность, ожидание худшего. Вынужденную мотивацию можно назвать «псевдомотивацией», подчеркивая при этом ее неэффективность с точки зрения

использования человеческого потенциала.

Преобладание вынужденного типа отношения к труду в условиях экономической нестабильности подтверждается ответами на вопрос «будет ли у российских граждан в ближайшем будущем возможность устраиваться на работу в соответствии со своими желаниями и стремлениями».

Соотношение достижительного и вынужденного типа мотивации выглядит следующим образом: 34% и 45.6%. Т.е. труд и в ближайшем будущем для подавляющего большинства работников будет источником средств к существованию, инструментом позволяющим «выжить».

Процесс коренных изменений в общественных отношениях социально-трудовой сферы России актуализирует необходимость исследования адаптационных усилий населения, которые оформились в сравнительно устойчивые стратегии социально-экономической адаптации [1; 17]. В зависимости от уровня развития ресурсов и их комбинации, индивиды выстраивают добровольные и вынужденные стратегии адаптационного поведения [2, 29].

В таких условиях исследовательской задачей является изучение закономерностей современных социальных адаптаций в условиях кризиса, которое свидетельствует о том, что в механизмах адаптационного процесса преобладают преимущественно вынужденные адаптации [3, 124].

Анализ социальных изменений по итогам мониторинга социально-трудовой сферы показал, что наиболее востребованными стратегиями социально-экономической адаптации в современных условиях является вторичная занятость (внешнее и внутреннее совместительство) – 14,2%; стратегии профессиональной мобильности (внутрифирменная,

отраслевая, смена предприятия) – 12,7%; интенсификация труда как возможность сохранения рабочего места – 17,5%.

Вынужденность вторичной занятости связана с ее «вытесняющим» характером, несоответствием уровня образования и квалификации. Вынужденность социально-адаптационных стратегий интенсификации труда («приходилось больше работать на тех же условиях»), отмеченная 9,4% респондентов, обусловлена характером институциональных изменений на уровне социально-профессиональных групп, нестабильностью институциональной среды, неравномерностью социально-экономического развития страны.

По данным мониторинга социально-трудовой сферы более 60% опрошенных в качестве действий по улучшению материального положения указывают занятость в личном подсобном хозяйстве. В эту группу входят не только пенсионеры, но и люди трудоспособного возраста.

В занятости в ЛПХ население стремится к минимизации затрат материально-финансовых ресурсов за счет больших затрат живого труда, что приводит к серьезным деформациям бюджета времени семьи. При этом 41% респондентов выступают производителями продуктов в ЛПХ и только 5% осуществили выход на рынок. 55,6% опрошенных изменений поведения не проявляли и не участвуют в адаптационных процессах.

Итак, трансформируясь в условиях кризиса, институциональная среда сохраняет в себе элементы, воспроизводящие вынужденность адаптационных стратегий. В этих условиях существует большая опасность того, что в результатах адаптационных процессов будут преобладать преимущественно регрессивные над преимущественно прогрессивными (созидательными) адаптациями.

Таблица 5
Трудовая мобильность рабочей силы (по видам мобильности – в %)

| Виды трудовой мобильности | % |
|----------------------------------|-----|
| Внутрифирменная мобильность | 5,1 |
| Смена места работы (предприятия) | 6,5 |
| Профессиональная мобильность | 1,1 |
| Образовательная мобильность | 0,8 |

Таблица 6
Распределение респондентов по видам занятости в ЛПХ и самозанятости в 2008г. (в %)

| Виды занятости в самозанятости | Количество респондентов (%) |
|---|-----------------------------|
| Виды занятости в ЛПХ и самозанятости | 41,5 |
| Продает продукты от своего земельного участка | 5,0 |
| Рукоделие, шитье | 3,6 |
| Охота, рыбалка | 3,3 |
| Сбор ягод, грибов, трав | 7,2 |
| Оказание мелких (частных) услуг | 19,5 |
| Другое | 20 |

Литература

1. Адаптационные стратегии населения / Под ред. д.э.н. Аврамовой Е.М. СПб., 2004.- С. 17-26.
2. Шабанова М.А. Образы свободы в реформируемой России// Социологические исследования. - 2000.- N 2.- С. 29-38.
3. Солнышкина М.Г. Профессиональная адаптация молодежи на рынке труда через конструирование социального взаимодействия// Социальная политика и социология. – 2003. – N 1.- С. 124-133.

Ссылки:

- 1 Исследование «Социальная сфера России: реалии и перспективы (2008, 2008 г.г.). В задачи исследования входило изучение процессов социально-трудовой сферы. Опрошено 2400 респондентов. Рукли: Жуков В.И., Осадчая Г.И.



Трудоустройство выпускников вузов в монопрофильном городе



Тюпина И. А.

В статье представлены результаты социологических исследований 2006-2009 гг. по проблеме трудоустройства выпускников вузов на рынке труда монопрофильного города. Моногород рассматривается как фактор спецификации рынка труда. Дана характеристика инфраструктуры и основных тенденций рынка труда г. Магнитогорска. Выявлены основные проблемы трудоустройства, с которыми сталкиваются производители и потребители образовательных услуг.

Ключевые слова: монопрофильный город, высшее профессиональное образование, выпускники вузов, рынок труда, трудоустройство

In article results of sociological researches on a problem of employment of graduates of high schools on a labors market of a monopolize city are presented 2006-2009. The monocity is considered as the factor of the specification of a labors market. The characteristic of an infrastructure and the basic tendencies of a labors market of Magnitogorsk is given. The basic problems of employment which manufacturers and consumers of educational services face are revealed.

Keywords: a monopolize city, the higher vocational training, graduates of high schools, a labors market, employment

Спецификой территориального расселения и размещения производительных сил в России является высокий удельный вес моногородов, функционирование и развитие которых почти полностью зависит от градообразующего предприятия. Это порождает пространственную дифференциацию социально-экономического развития, обуславливает формирование зон социальной напряженности и невозможность удовлетворения жизненно важных потребностей населения. Остановимся на одной из социально-экономических проблем моногородов, которая актуализируется, с одной стороны, влиянием глобального экономического кризиса, а, с другой, - изменением парадигмы высшего профессионального образования, и представляет собой дисбаланс между спросом и предложением на рынке труда специалистов.

Нельзя не согласиться с тем, что «современное российское образование явно проигрывает с экономической точки зрения советской образовательной модели в связи с отсутствием системы трудоустройства выпускников, что значительная часть выпускников всех образовательных ступеней трудоустраиваются не по полученной специальности»¹. Вместе с тем, «условия

глобальной конкуренции требуют...усиления практической направленности образования. Сегодня профессиональное образование не имеет устойчивой связи с рынком труда»². Современный рынок труда представляет собой «систему общественных отношений, отражающих уровень развития и достигнутый на данный период баланс интересов между присутствующими на рынке силами: предпринимателями, трудящимися и государством. Однако ситуация на рынке труда в нашей стране... осложнилась в связи с мировым финансовым кризисом, следовательно, большое значение сегодня придается вопросам регулирования рынка труда. Регулировать рынок труда – значит, прежде всего, поддерживать общественные условия, при которых купля-продажа труда становится необходимой. Под регулированием рынка труда следует понимать поддержание его существования, выживания в различных условиях»³.

Отметим, что в условиях современной рыночной экономики регулирование рынка труда невозможно без систематического осмысления соответствующей информации, инструментом получения и анализа которой выступает социологическое исследование. В статье обобщаются результаты социологического мониторинга рынка труда Магнитогорска, проведенного в 2006-2009 гг. Центром прикладных социальных исследований Магнитогорского государственного университета. Сбор первичных данных осуществлен при помощи опроса работодателей – потребителей образовательных услуг вузов города (n=100), а также выпускников вузов прошлых лет (n=400). Кроме этого, были проанализированы статистические данные территориальных органов управления Федеральной службы государственной статистики по Челябинс-

кой области, документы Центра занятости населения г. Магнитогорска.

Магнитогорск – город областного подчинения (входит в структуру Челябинской области) с градообразующим предприятием черной металлургии – ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (ОАО «ММК»). ОАО «ММК» играет большую роль в Уральском регионе, почти наполовину формирует бюджет Челябинской области, от него практически полностью зависит жизнь Магнитогорска. Об этом можно судить по нескольким критериям: доле предприятия в общей численности занятых в городе (более 40%); доле предприятия в общем объеме производства в регионе (37%) и городе (90%). Бюджетообразующий характер ММК проявляется и в финансировании основных социальных статей. Так, среднемесячные доходы на душу населения в Магнитогорске не претерпевают нескольких лет нахождения в пропорциональной зависимости от среднемесячной заработной платы работников ОАО «ММК» и превышают показатель по Челябинской области. Таким образом, Магнитогорск – моногород, который по российским меркам считается благополучным.

Особенностью рынка труда города Магнитогорска является то, что он определяется промышленной сферой как основной отраслью экономики города. Поэтому основными работодателями – ведущими субъектами рынка труда – выступают промышленные предприятия города: ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ОАО «Магнитогорский калибровочный завод», ОАО «ММК–Метиз», ОАО «Ремстроймаш» и др. Вместе с тем, немалую долю в формировании спроса на рынке труда определяют предприятия непромышленной сферы – торговли, здравоохранения, образования, ЖКХ и др.



В инфраструктуру рынка труда города Магнитогорска входят:

- работодатели;
- Центр занятости населения (ЦНЗ) - учреждение, ориентированное на удовлетворение кадровых потребностей работодателей, профессиональных запросов граждан, учет незанятых и регистрацию безработных, осуществление необходимой социальной помощи различным слоям незанятого населения. Центр занятости населения - это государственный орган, целью которого является способствование встрече продавца и покупателя рабочей силы на рынке труда, удовлетворение спроса на трудовые ресурсы. Это основной посредник между работодателями и незанятым населением, осуществляющий регулирование их взаимоотношений в условиях безработицы;

- учебные заведения профессионального образования: вузы, ССУЗы, ПТУ;

- частные рекруторские агентства помощи при трудоустройстве.

Анализ и обобщение полученной информации позволяет артикулировать следующие основные тенденции на городском рынке труда.

1. Уменьшение общего количества экономически активного населения. Согласно официальной статистики среднегодовая численность населения г. Магнитогорска составляет 409 тыс. человек (в 2006 г. - 415 тыс.). Численность населения трудоспособного возраста постепенно снижается и составляет в настоящее время 63% населения (258563 чел.), в то время как численность населения старше трудоспособного возраста постепенно растет и составляет 21% населения (85235 чел.).

2. Резкий рост уровня напряженности на рынке труда в конце 2008 г. и в течение первого квартала 2009 г. - почти до 4%; средние темпы роста безработицы - 0,46% в ме-

сяц. Хотя в период с 2007 г. по октябрь 2008 г. уровень безработицы находился в пределах от 0,55 до 0,7%. Средний уровень безработицы по Челябинской области составлял около 1,1%; по Уральскому федеральному округу - 0,6%; по РФ в целом - 0,9%. В плане занятости Магнитогорск был благополучным городом.

3. В течение 2009 г. отмечался рост численности граждан, обратившихся в Центр занятости в поисках подходящей работы, зарегистрированных в качестве безработных, а также фиксировалось увеличение обращений уволенных по сокращению. Следует отметить тенденцию роста числа выпускников ВУЗов и ССУЗов, обращающихся в Центр занятости населения.

4. Потребность предприятий в рабочих кадрах составляет 70-72% от заявляемых вакансий, тогда как численность претендентов - 60-62%. Потребность рынка труда в специалистах с высшим образованием составляет 28-30%, а доля соискателей таких рабочих мест составляет около 38%. Таким образом, наблюдается стабильная тенденция в развитии конъюнктуры рынка труда города: трудоизбыточный характер в сфере труда специалистов и трудовдефицитный в сфере труда рабочих. Тенденция 2009 г. - сокращение уровня трудоустройства безработных граждан и, вместе с тем, нежелание безработных участвовать в общественных работах.

5. Наибольший дефицит в кадрах испытывают следующие предприятия:

- строительство - 33 %,
- ЖКХ и бытовое обслуживание — 29%,
- торговля и общественное питание — 14,8%,
- здравоохранения - 8,3%,
- промышленность - 5,3%,
- наука и образование - 4,6%.

6. Рост несоответствия спроса и предложения по профессионально - квалификационной структуре. Нехватка квалифицированных кадров с опытом работы сохраняется, но появилась тенденция к спросу на неквалифицированный труд.

7. Снижение качества профессионального обучения кадров, которое не всегда соответствует требованиям работодателей, использующих на своих предприятиях современное оборудование и новые технологии.

8. Сокращение числа вакансий, заявленных в службу занятости. При этом вакансии для мужчин составляют 48% (в 2008 г. - более 70%).

9. Увеличение доли безработных с высшим образованием с 28,4% в 2008 г. до 38% в 2009 г. Около 80% вакансий на рынке труда города не требуют высшего образования. При этом более 60% безработных с высшим образованием - женщины.

10. Рост стремления молодежи к получению высшего образования и снижение интереса к овладению рабочими специальностями.

Рынок труда Магнитогорска можно разделить на два сегмента: рынок труда рабочих и рынок труда специалистов. Определим основные характеристики и тенденции рынка труда специалистов.

Рынок труда специалистов в Магнитогорске представлен следующей профессиональной структурой:

- административно - управленческий персонал;
- высококвалифицированные специалисты;
- служащие, специалисты.

Административно-управленческий персонал - это квалифицированные специалисты в области управления. Основной признак - высшее образование и опыт работы. По должности - это директорский корпус, зам. директоров, начальники отделов и т.д. Доля предложения на

рынке труда таких специалистов небольшая, спрос еще меньше.

Высококвалифицированные специалисты представлены профессионалами с высоким образовательным и квалификационным уровнем. Это врачи, инженеры, преподаватели, юристы, экономисты, главные бухгалтеры, менеджеры, учителя и т.д. Спрос на таких специалистов ранжируется в зависимости от профессии и сферы применения. В области промышленности, здравоохранения и финансов спрос высок. Но специфика спроса в том, что обязательно требуется опыт работы. Поэтому предложение бухгалтеров, менеджеров, экономистов, юристов превышает спрос из-за качественных характеристик специалистов. В сфере образования - предложение превышает спрос, хотя на практике потребность в учителях высокая. В эту же категорию входят специалисты, на которых практически нет спроса, что обусловлено насыщением рынка труда соответствующими работниками.

Служащие и специалисты представлены работниками средней квалификации: воспитатели, медсестры, страховые агенты, работники социальных служб, милиционеры, секретари, кассиры, продавцы и т.д. Это доля специалистов со среднеспециальным образованием. Спрос на таких служащих высок, но он чаще всего не удовлетворяется по причине низкой оплаты труда.

В целом на рынке труда специалистов прослеживается тенденция к трудоизбыточной конъюнктуре.

Основные тенденции рынка труда специалистов:

- предложение специалистов с высшим образованием превышает спрос,
- увеличение доли безработных с высшим образованием,
- спрос на высококвалифицированных специалистов,



- чрезмерное предложение женского труда,
- увеличение тенденции работы не по специальности,
- некоторое увеличение числа вакансий в целом до 2009 г.

Вакансии, представленные в Центре занятости населения, характеризуют спрос на специалистов, потребности в сфере производства и услуг. В 2009 году потребность предприятий и организаций в специалистах составила около 30% от общего числа вакансий. В связи с тем, что возможности предприятий по трудоустройству в настоящий момент ограничены, трудно выявить устойчивые тенденции спроса и предложения специалистов на рынке труда. Наиболее востребованы медсестры (4% от общего числа вакансий) и работники правоохранительных органов (2,5%), врачи (2%), учителя (1,8%), инженеры (1,6%), воспитатели (1,3%), фельдшеры (1,2%). Интересно, что в докризисный период самыми востребованными были воспитатели учреждений дошкольного образования - 12,5%. Это было связано с большой текучестью кадров из-за низкой оплаты труда. Второе место занимали инженеры различных специализаций: конструктор, программист, строитель, проектировщик, электрик, технолог, энергетик и т.д. (12%). Далее следовали медсестры - 11,6% от всех предложенных вакансий. Этот показатель характеризует специфику данной профессии: непрестижный труд и низкая оплата труда. Так же существовал спрос на бухгалтеров - 6 % и секретарей - 3% от общего числа вакансий.

Резкий рост безработицы быстро решил проблему невостребованности предлагаемых вакансий. В результате чего, в настоящее время можно говорить о сверхтрудоизбыточной конъюнктуре и, следовательно, о сверхвысокой конкурен-

ции на рынке труда специалистов. На этом фоне выпускники вузов, без опыта работы, оказываются не в лучшем положении.

Ежегодно в городе выпускается более 2500 специалистов с высшим образованием. Перед ними встает проблема трудоустройства, следует говорить о конкуренции на рынке труда специалистов или о дисбалансе спроса и предложения. В результате чего решающим субъектом в вопросе трудоустройства выпускников становится работодатель. Его мнения, интересы и потребности соискателям вакантных мест приходится учитывать в первую очередь.

По проблеме отношения работодателей к выпускникам вузов как к потенциальным работникам был проведен социологический опрос с целью выработки рекомендаций для повышения эффективности подготовки специалистов. Метод сбора первичной социологической информации: анкетный опрос работодателей, участвовавших в ярмарках вакансий; анализ заявок работодателей на вакансии служащих в электронной базе данных ЦЗН. По итогам проведенного исследования были получены следующие результаты.

Две трети работодателей указали, что в составе кадров есть выпускники Магнитогорских вузов, более половины из них работают не по специальности.

К соискателям работодатели предъявляют следующие требования: опыт работы (26%); соответствие специальности требуемой вакансии (24%); отсутствие вредных привычек (20%). Высшее образование востребовано по определению.

По мнению работодателей это основные требования, которые позволяют набрать наиболее подходящие кадры для эффективной деятельности предприятия. Меньше требований работодатели предъяв-



ляют по параметру «возраст» (10%). Еще в меньшей степени работодатели руководствуются требованием «лишь бы человек был хорошим, остальному научим», а также практически не придают значения таким качествам соискателя как коммуникабельность, грамотная речь, мобильность.

При анализе банка вакансий служащих на первом месте также значится опыт работы. Это связано с тем, что политика предприятий и организаций не направлена на обучение или адаптацию молодых специалистов. Требование опыта работы, предъявляемое специалистам с высшим образованием, связано с тем, что предложение таких субъектов на рынке труда во много раз превышает спрос на них. Для работодателя риски, связанные с неопытностью и адаптацией молодых специалистов ни к чему, пока есть из кого выбирать.

Работодатели оценивают выпускников вузов как «специалистов с хорошей теоретической подготовкой, но с плохой практической базой», – так ответили 44% респондентов. При этом 30% работодателей отметили, что им требуется дообучать или переобучать выпускников, что свидетельствует о распрстраненном желании трудоустроить уже с опытом работы.

Для работодателя важны следующие личные качества молодых специалистов: ответственность (14%), исполнительность (12%), работоспособность (10%), умение работать в коллективе (10%), коммуникабельность (9%), инициативность (9%), неконфликтность (9%). Менее пяти процентов набрали такие качества, как «способность добиваться цели», «организаторские способности», «хороший внешний вид», «умение отстаивать свою точку зрения», «наличие дополнительных навыков», «пунктуальность».

Все эти компетенции связаны, прежде всего, с процессом трудовой деятельности, которая не подразумевает какое-либо новаторство или модернизацию, т.к. «творческое мышление», «высокий интеллектуальный уровень» работодатели предпочли в меньшей степени. Высокая оценка качества «умение работать в коллективе» говорит о том, что работодатели учитывают человеческий фактор.

Численность трудоустроенных выпускников в среднем за последние три года характеризуется следующим образом.

В маленьких организациях (численностью 11–50 человек) трудоустраивается по факту в среднем 11–20% от числа работающих в организации. В средних (численностью 51–100 человек) трудоустраивается по факту в среднем 5–10% от числа работающих в организации. В больших организациях (численностью 101–500 человек) трудоустраивается по факту в среднем 1–5% от числа работающих в организации. В крупных организациях (численностью больше 500 человек) трудоустраивается по факту в среднем 10% от числа работающих в организации.

Следует особо отметить, что взаимодействие организаций и предприятий с вузами осуществляется, прежде всего, через проведение производственных практик студентов. Заинтересованность в целевой подготовке молодых специалистов в организациях невысока – 31%, в подготовке выпускных квалификационных работ по актуальным для предприятия темам – 7%. Наличие программы адаптации молодых специалистов существуют лишь у трети работодателей, да и то «на бумаге». Все это свидетельствует об уровне социальной и кадровой политики организаций, которая чаще всего не осуществляется.



Таким образом, проблема трудоустройства выпускников вузов на сегодняшний день стоит очень остро: дисбаланс спроса и предложения на рынке труда, востребованность специалистов с опытом работы, не всегда положительная социальная политика работодателей, — все свидетельствует о вызовах высшей школе со стороны рынка труда, которые все чаще получают социологическое осмысление в научных публикациях⁴.

Результаты данного исследования позволили выработать следующие рекомендации:

1. Мониторинг мнений работодателей, в том числе и потенциальных, изучение их потребностей, требований.

2. Поиск целевой группы работодателей, усиление взаимодействия с ними (привлечение к чтению лекций, участие в работе ГАК, выполнение дипломных проектов на базе и по заявкам организации-базы практики).

3. Корректировка учебных планов в пользу практической подготовки студентов, введение практики на предприятиях и в организациях, начиная с первого курса.

4. Разработка и проведение действенной социальной и кадровой политики в организациях и на предприятиях, направленной на рекрутирование, адаптацию и карьерный рост молодых специалистов.

5. Участие организаций и предприятий в областных и муниципальных программах адаптации молодежи на рынке труда.

6. Развитие внутривузовской системы трудоустройства выпускников, включение в ее состав подразделений, занимающихся организацией практик.

7. Повышение мотивации выпускников на увеличение качества своей конкурентоспособности на рынке труда. Особенно это касается каче-

ства трудоустройства. Менее половины выпускников, обратившихся в ЦЗН, трудоустраиваются по специальности, большая часть — по вакансиям, для которых часто высшее образование не требуется. Все это приводит к снижению престижа и материальной отдачи от полученного высшего образования на рынке труда. Так же можно говорить о существующей тенденции нежелания работать по специальности, особенно по специальностям педагогической направленности. При этом для учителей шанс найти работу выше, чем для прочих специалистов, другое дело, что нет желания, поэтому процент трудоустройства по данной специальности низкий.

Следует обратить внимание на то, что часто выпускник не в состоянии решить проблему трудоустройства самостоятельно, и его нужно этому учить. Для того чтобы достигнуть цель — найти подходящее место работы, выпускнику требуется не только диплом о высшем образовании, но и специальные знания о состоянии рынка труда, об условиях работы по специальности, о правовых сторонах трудоустройства, о планировании карьеры, о психологических навыках поведения при собеседовании, самопрезентации и т. д. Это сегодня необходимо, чтобы стать полноправным субъектом рынка труда. Кроме этого, выпускники вузов должны понять, что ЦЗН далеко не всегда помогает при трудоустройстве по специальности, поскольку работает по заявкам предприятий и организаций. Работодатели предпочитают подбирать кадры, не обращаясь в ЦЗН, на основе личных контактов и рекомендаций. Поэтому первое место среди каналов трудоустройства в городе занимают социальные связи.

В заключение отметим, что моногород целесообразно рассматри-

вать как фактор, не только актуализирующий проблему трудоустройства выпускников вузов, но и определяющий социальное самочувствие населения в целом. Обеспечение достойного качества жизни в монопрофильном городе Магнитогорске невозможно без градообразующего предприятия, благополучие и стабильность которого, в свою очередь, зависит от цикличности мирового рынка черных металлов. При ухудшении конъюнктуры рынка соответственно ухудшается состояние бюджета города и жителей. У монопрофильного города нет возможности диверсифицировать этот риск по определению. Жесткая зависимость моногорода от жизненного цикла градообразующего предприятия, ограниченная профессиональная и территориальная мобильность трудовых ресурсов не только создают естественные пределы в развитии подобных муниципальных образований, но и влияют на их социальную безопасность. Особая уязвимость и зависимость благополучия металлопроизводящих моноспециализированных городов от вне-

шних факторов обуславливают необходимость поиска новых подходов к формированию государственной социально-экономической политики, основанной на балансе интересов хозяйствующих субъектов и всех заинтересованных сторон.

Ссылки:

¹ Якунин В.И., Сулакшин С.С., Багдасарян В.Э., Нетесова М.С. Роль образования как фактора современного экономического развития (часть вторая) // Социология образования, 2009. № 6. с.13-14.

² Егоров В.К. РАГС и вызовы времени // Социология власти, 2006. № 3. с.22.

³ Халиков М.С. Социальное моделирование состояния и развития региональных рынков труда // Социология власти, 2009. № 6. с.27.

⁴ См.: Силласте Г. Модернизация высшего образования как фактор развития рынка труда и профессий в России (социологический анализ) // Безопасность Евразии, 2005. № 3, № 4; Бойков В.Э. Доступность и качество образования // Социология власти, 2009. № 1.



Ценностно–ориентационное единство коллектива

Шаталова Н.И., Окунева Т.В.

В статье предлагается новый подход к рассмотрению феномена организационной культуры, основанный на подчеркивании важности ценностно-ориентационного единства коллектива предприятия. Ценностно-ориентационное единство заключается в единстве интересов работников и работодателей, единой ментальности и общности принципов существования и сосуществования, запретах, ограничивающих внесистемную активность индивидов и групп, единых моральных установках людей и признании авторитета менеджмента. Авторами предлагается новая система функций организационной культуры: управленческая, преобразовательная, информационная, мировоззренческая, прогностическая, гуманистическая, гармонизации взаимодействия, социализации личности, организации поведения.

Ключевые слова: организационная культура, ценностно-ориентационное единство коллектива, функции организационной культуры, носитель организационной культуры, трудовое взаимодействие, управляемость, принципы существования и сосуществования индивидов и групп.

Shatalova N.I., Okuneva T.V.

The value oriented unity of a collective

The article offers a new approach which considers the phenomena of organizational culture based on the importance of value oriented unity of enterprise's collective. The value oriented unity depends on the unity of workers' and employers' interests, unified mentality and unity of principles of existence and coexistence principles, interdicts limiting out-system activity of individuals and groups, common senses of morals of people and recognition of the management authority. The authors offer a new system of functions of organizational culture: managerial, creative, informative, ideological, prognosis, humanistic, harmonization of interaction, socialization of an individual and behavior organization.

Keywords: organizational culture, value oriented unity of collective, functions of organizational culture, bearer of organizational culture, work interaction, controllability, principles of existence and coexistence of individuals and groups.

Изучение организационной культуры, критериев ее типологизации, способов управления сегодня уже не вполне отвечают задачам развития российской экономики. Поиск путей повышения эффективности трудового процесса требует включения дополнительных механизмов, к которым мы относим ценностно-ориентационное единство коллектива.

В социальной интеграции людей, групп и организаций решающую роль играют ценности как основной постулат, определяющий сущность убеждений, направляющий деятельность членов коллектива на эффективное взаимодействие¹. Коллектив может быть расколот ценностными разногласиями, но целесообразность и прагматические установки требуют такого типа трудового поведения, которое можно назвать *ценностно-ориентационным единством*. Такое единство основано на понимании объективной необходимости в общности взглядов как основополагающем постулате эффективности взаимодействия. Ценностно-ориентационного единства стремится достичь каждая общность, но в полной мере оно достигается в периоды относительной стабильности и динамичности функционирования социальной системы. Именно оно определяет контекст, в котором существует организационная культура. Ценностно-ориентационное единство членов коллектива является важнейшим механизмом достижения организацией ее основных целей.

В трудовом коллективе ценностно-ориентационное единство характеризуется рядом признаков: признание членами трудового коллектива общих целей и задач; это признание должно носить характер всеобщности, что свидетельствует об отсутствии острых противоречий в понимании основополагающих задач организации; общее представление о перспективе развития предприятия и особенностях взаимодействия членов коллектива в его рамках; общие ожидания членов коллектива, которые обеспечивают им относительно устойчивые взаимоотношения и взаимосвязь, требуют понимания личной ответственности за общее дело.

Ценностно-ориентационное единство является одним из главных постулатов управляемости коллектива, основанной на стабильности взаимодействия его членов и предсказуемости их действий. Для изучения поведения людей в организации необходимо в первую очередь изучать ценностно-ориентационную систему работников. То же самое можно сказать и о проведении необходимых изменений: их необходимо начинать с трансформации ценностно-ориентационной системы.

Ценностно-ориентационную систему можно увидеть в ряде содержательных компонентов.

1. *Интересы людей* как активную направленность индивидов и групп на освоение требуемых норм, традиций и правил, а также всего того, что обеспечивает эффективность трудового и межличностного взаимодействия. Интересы обеспечивают мотивацию освоения ценностно-ориентационной системы коллектива. В то же время работа на общие интересы способствует повышению социального статуса работников, их индивидуальной самооценки. Интересы создают позитивный эмоциональный «фон» освоения организационной культуры.

Важно отметить, что интересы применительно к организационной

культуре могут носить индивидуальный и групповой характер.

Интересы групп образуются на основе реализации личных интересов, но не сводятся к ним. Существуют коллективные интересы (сохранение целостности коллектива, его автономности, утверждение единой цели, определенное «единомыслие», без которого не может существовать группа). Человек, желающий достичь определенного авторитета в группе, обязан соблюдать ее интересы, принимать существующий порядок вещей, господствующие мнения. Нарушение групповых норм воспринимается группой не просто как нарушение толерантности, а как девиация и обычно наказывается.

Единство интересов в условиях организации является предпосылкой согласия и стабильности коллектива. Оно обозначает согласие с общими целями и средствами достижения. Причиной служения общим интересам являются в первую очередь прагматические соображения (понимание целесообразности такого поведения, опасение всевозможных санкций и т.п.).

Постепенно, с интериоризацией организационной культуры, следование ее нормам становится для личности привычкой.

2. *Ментальность* как глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, совокупность устойчивых установок коллектива, выражающих своеобразное видение людей, принадлежащих коллективу. Особенный менталитет коллектива формируется в результате длительного взаимодействия людей. Исследователи отмечают, что менталитет обладает способностью оказывать относительно автономное воздействие на поведение людей, определяя особенности поведения индивидов и групп².

Нельзя не отметить еще одно немаловажное значение менталитета: он обеспечивает преемственность осо-

бенностей взаимодействия, единство коллектива на основе утвердившихся традиций, ценностей, идеалов.

3. *Принципы существования и сосуществования* индивидов и групп, среди которых можно отметить следующие: принцип сохранения (свидетельствует, что с коллективом расстанутся только по очень веским причинам); принцип действенности (коллектив в условиях трудового взаимодействия не склоняется перед трудностями, ищет выхода, если они возникают и, как правило, справляется с ними); принцип легитимности (показывает, что оптимальное условие функционирования индивидов и коллектива – это опора на законодательство, уставные положения предприятия; если деятельность вступает в несоответствие с законом, конфликт снимается изменением закона, если это возможно, или поправлением его, из-за чего могут следовать социальные санкции); принцип несвободы (показывает, что в условиях трудовой деятельности индивид или группа не принадлежат себе, свобода их ограничена); принцип предусмотрительности (показывает, что точный прогноз последствий деятельности достигается предусмотрительным исполнением всех правил, которые предусмотрены нормами; только в этом случае возможна саморегуляция организационной системы, ее естественное развитие); принцип «избегания крайностей» (как предусматривание возможных опасностей, возникновения стрессовых ситуаций, способность предвидеть кризис, использование необходимых и достаточных мер воздействия на членов коллектива). Этот принцип свидетельствует, что сила власти организации не равнозначна власти ее силы. Особенно осторожно необходимо использовать силу и авторитет коллектива – это крайнее средство, к которому руководители прибегают, когда все способы воздействия испробованы.

Принципы существования и сосуществования обеспечивают способность ценностно-ориентационной системы к устойчивости.

4. *Запреты, ограничивающие внесистемную активность* индивидов и групп, принадлежащих организации: этому служит вся нормативная система, программы адаптации работника на предприятии. В условиях предприятия индивид обязательно ограничивается рамками официальных нормативных установлений и внутригрупповых норм и традиций. Это играет большую роль в формировании неагрессивного поведения и неконфронтационного взаимодействия.

5. *Моральные установки людей*, которые в условиях организации формируются с помощью общественного мнения, воспитательных средств, путем передачи социального опыта, осознания индивидом сущности нравственных требований коллектива; человек должен понимать их безусловную пользу для обеспечения эффективности функционирования организации. В ценностно-ориентационной системе моральные установки формируются сочетанием убеждения и принуждения.

6. *Авторитет менеджмента предприятия* является одним из важнейших факторов, обеспечивающих формирование единой ценностно-ориентационной системы. Он заключается в общепризнанности способности руководителей осуществлять эффективное руководство, не давая власть, а приобретает и зависит от эффективности выполнения менеджером его управленческих функций. Он не сохраняется длительное время, если не подкрепляется последующей деятельностью, опирается на уважение, а не на принуждение.

Авторитетный менеджер выполняет в организации адаптивную функцию: *статус начальника в российской ментальности – показатель того, что тот делает об-*

щее, а не личное дело. Подорвать репутацию начальника можно, поставив под сомнение его бескорыстие и работу на общее благо.

Если руководитель слаб в профессиональном отношении – подчиненные работают «вполсилы»; потерял моральный авторитет – потерял право на добровольные услуги окружающих (работник с успехом может обойти самую жесткую систему внешнего контроля).

С другой стороны, менеджер – сильный профессионал – имеет высокий статус и даже харизму, так как, эффективно выполняя свою работу, он, по сути, трудится для других (М.Вебер называл это «авторитетом обязательств»). Это награждается неформальной репутацией со стороны членов коллектива, их доверием, верой в него.

Изучение ценностно-ориентационной системы коллектива, таким образом, выполняет следующие задачи:

- обеспечивает комплексность анализа организационной культуры;
- позволяет расширить спектр функциональных возможностей организационной культуры, что в свою очередь расширяет палитру возможностей управленческого воздействия;
- является основой для проектирования корпоративной культуры предприятия, ориентируя высший и средний менеджмент на формирование такого образа действия, моделей поведения работников, который ведет к максимально эффективному взаимодействию внутри коллектива, а также организации и внешней среды, нацеливает на гармоничные отношения в обществе.

Система ценностно-ориентационного единства коллектива, таким образом, является средством раскрытия всего потенциала организационной культуры и способов управления ею.

Итак, ценностно-ориентационное ориентационное единство создает дополнительную возможность реа-

лизации организационной культурой ее специфических функций. Но об этом необходимо сказать особо.

Определение функций организационной культуры, которое обычно дается исследователями, охватывает лишь одну ее сферу приложения: влияние на эффективность менеджмента организации и рабочий процесс. Безусловно, это одна из самых важных сторон деятельности любой организации, потому что описывает смысл ее существования. В то же время трудовое поведение и его значение для работников и общества имеет гораздо больший смысл. Именно в труде человек способен максимально реализовать себя, проявить свои способности, достичь успеха, общественного признания. Поэтому все функции, которые выделяют исследователи³, мы позволим себе отнести к одной – управленческой. В то же время влияние трудовой деятельности на жизнь, как отдельного человека, так и общества, говорит о гораздо более сложной функциональной системе. По нашему мнению, можно отметить 9 основных социальных функций организационной культуры.

1. *Управленческая.* Организационная культура, воздействуя на ценностно-ориентационную систему членов коллектива, объединяет их на достижение целей предприятия. В процессе функционирования в коллективе возникает целая система «понятий», обязательных для исполнения. Эти «понятия» можно назвать «системой власти» культуры, как особой системы отношений, способствующих выполнению целей предприятия. Это происходит при помощи набора специфических средств воздействия на людей: системы символических и инструментальных средств воздействия, среди которых важнейшую роль играют ценности, нормы, традиции и т.п. Поэтому управленческое воздействие культуры происходит отно-

сительно автономно, без участия какого-либо фактора принуждения, через единые правила и образцы поведения, которые усвоены членами трудового коллектива в процессе адаптации.

Организационная культура предполагает также неформальные санкции за нарушение норм, традиций и обычаев, в системе которых живет коллектив. Эти неформальные санкции обычно неотвратимы и сопровождаются «коллективным ostracism», которого даже самый храбрый человек боится гораздо больше, чем наказания руководителя любого ранга.

Реализованная в полной мере управленческая функция ориентирует поведение работников на достижение целей организации, обеспечивает единообразие и согласованность действий в изменяющихся условиях, быструю адаптацию к ним, а значит устойчивость системы организации, повышает ее жизнеспособность, создает сильную организационную культуру, способствует интеграции работников.

2. *Преобразовательная.* Суть данной функции сводится к тому, что разработка каких-либо предложений, рекомендаций по обеспечению эффективности работы предприятия не может игнорировать особенности сложившейся организационной культуры. Обычно преобразования носят материальный характер и направлены на изменение внешнего, лежащего вне человека, мира. Как носитель организационной культуры индивид и группа действуют преимущественно «из себя». Объект преобразований заключается как бы внутри носителя организационной культуры и часто касается его самого. Разумеется, диалектика отношения внешнего и внутреннего в жизнедеятельности личности и общества такова, что изменения внешнего мира есть предпосылка и условия преобразования мира внутреннего. Организа-

ционная культура обеспечивает внутреннюю готовность, силы и мотивы преобразований.

Сильные организационные культуры «провоцируют» инновационное поведение, требуют от каждого участника трудового взаимодействия участия в инновационном процессе. Готовность к изменениям предоставляет более широкие возможности организации к адаптации в изменяющихся условиях, делает ее более устойчивой. Слабые организационные культуры формируют осторожное отношение к инновациям, тем самым замедляют процесс адаптации, развитие организации.

Преобразующая функция, реализованная не в полной мере, тормозит любые процессы, касающиеся изменений, делает организацию даже с самой совершенной технологией производства и сплоченным коллективом хрупкой, статичной системой.

3. *Информационная.* Особенностью этой функции является то, что самой оперативной информацией в обществе является общественное мнение, слухи, мифы и т.п., которые порождают определенное настроение коллектива и его членов. Рождение и функционирование такой информации регулируется спецификой организационной культуры, сложившейся в коллективе. Чем более сильна организационная культура, тем более адекватна информация, которую несут слухи. В слабых культурах часто рождаются слухи-пугала, иницирующие состояния тревоги, неуверенности (слухи об увольнениях, сокращении производства, нечестности руководителей и т.п.). Такая информация разобщает коллектив, нарушает социальные связи, вызывает разлад во взаимоотношениях в социальной среде. Интересно, что социальная мифология может создаваться намеренно в целях манипулирования взаимодействиями людей. Мы знаем, какой силой обладает организационная культура, частью которой могут стать мифы, в том числе и разру-

шающие социальные связи членов коллектива.

Реализация всех возможностей данной функции обеспечивает критическое отношение персонала к организации, способствует эффективной коммуникации работников, выполнению всех производственных задач, достижению целей предприятия, формирует инновационное сознание работников.

4. *Мировоззренческая.* Организационная культура формирует и корректирует мировоззрение индивидов и групп. Мировоззрение обычно определяют как фундаментальные принципы поведения человека.

Одним из самых важных для организации мировоззренческих принципов является *принцип дисциплинированности*, который обеспечивает положительное отношение к обязанностям, чувство ответственности за свое поведение, знание о целях и задачах деятельности предприятия и подразделения, правилах взаимоотношения людей, умение управлять собой в соответствии с предъявляемыми требованиями, навыки и привычки соблюдения установленного порядка. Приверженность трудовой дисциплине как норма организационной культуры обеспечивает ее эффективность.

Не менее важным представляется такой мировоззренческий принцип, как *добросовестность* – стремление выполнить задачи, стоящие перед человеком на высоком уровне. Добросовестность, чувство долга как норма организационной культуры обеспечивает качественное выполнение работы. При низком уровне ответственности, добросовестности и дисциплинированности производственный процесс дезорганизован, теряется потребность в инновационном мышлении, а значит и адаптационные способности, что ведет к хрупкости системы организации.

5. *Прогностическая.* Без учета особенностей организационной куль-

туры невозможен никакой прогноз, ибо любая инновация, попав на антиинновационное сознание членов коллектива, не принесет желаемого результата. Учет организационной культуры, тенденций и качественных параметров ее развития обеспечивает достоверность прогноза. Особенности организационной культуры раскроют варианты ситуаций, в которых может оказаться система. Учет особенностей организационной культуры не позволяет прогнозировать деятельность предприятия методом простой экстраполяции, потому что человеческий фактор как социальное условие функционирования предприятия, отражением которого она является, всегда вносит свои коррективы.

Прогнозирование имеет большое значение и при выполнении информационной функции, так как в отношении к информации проявляется способность *оценивать* содержание информационных потоков, учитывая последствия внешней и внутренней среды в организации. При полноценной реализации прогностической функции организационная культура предоставляет организации необходимый эмпирический опыт предшествующей ситуации, моделирует будущее с учетом всей специфики внутренней и внешней среды, оказывает влияние на актуальное состояние системы организации на всех уровнях культурного взаимодействия, минимизирует влияние негативных воздействия среды, увеличивает скорость реакции на изменения.

6. *Гуманистическая.* Организационная культура указывает на необходимость позитивного изменения социальных условий для эффективной реализации человека как субъекта и объекта управления (предполагает воспроизводство и развитие социальных отношений, повышение культуры и эффективности труда, возвышению человека как творческой личности). В организационной

культуре формируется то, что со временем становится потребностью личности в профессиональном росте, самореализации, вовлечению ее в процесс самоуправления и т.п. Не реализованная гуманистическая функция делает работу любой организации механическим производством товара или услуги, при этом, рано или поздно подобная однобокость приведет к деградации, умиранию предприятия, так как трудовая деятельность является важнейшим приложением человеческих способностей и возможностей, раскрывает потенциал общества через раскрытие, реализацию индивидуальных потребностей работника.

7. *Функция гармонизации взаимодействия*, когда на основе единой ценностно-нормативной системы образуется некое единство и целостность. Достижение равновесия необходимо организации, так как оно сохраняет ее целостность и позволяет элементам, составляющим ее, функционировать таким образом, чтобы добиться максимально возможных результатов.

В случае, когда равновесие не достигнуто, элемент системы или их совокупность, на которые направленно воздействие, перестают выполнять свою функциональную нагрузку частично, либо полностью. В этом случае остальные элементы системы используются для восстановления или замещения элементов, не выполняющих свои функции. Тогда для достижения равновесия необходимо больше времени, что ведет к отставанию в развитии, потере положения системы среди других систем, отклонение ее от пути развития, которое предусмотрено при оптимальном функционировании. Примером подобного замещения может служить процесс отбора и адаптации новых работников к условиям внутренней среды организации. Современные предприятия уделяют большое внимание процессам адаптации, потому что быстро

и качественно пройденный, этот этап формирует ценностно-ориентационное единство работника и коллектива, что способствует эффективному выполнению работы с ориентацией на долгосрочную перспективу. Как отмечают исследователи: «Каждый руководитель, заботящийся о репутации компании, в которой он работает, стремится подбирать порядочных, честных и профессиональных людей, для которых соблюдение норм закона, морали корпоративной этики – само собой разумеющееся». ⁴ При этом если личные ценности работника не соответствуют нормам и правилам организации, то изменение их или же напротив, нежелание изменить породит конфликты, перенесет первоочередное внимание на решение проблем внутриличностного и межличностного взаимодействия. Все это снизит эффективность работы⁵.

8) *Функция социализации личности* – организационная культура способствует включению индивида в жизнь коллектива предприятия через усвоение им социального опыта, знаний, ценностей, норм поведения.

9) *Функция организации поведения* или мобилизационная (побуждение людей к определенным действиям, к деятельности, но предсказуемой реакции на полученную информацию).

Таким образом, социальные функции организационной культуры, с одной стороны, традиционны, с другой – специфичны и многообразны. Они позволяют показать и оценить место организационной культуры в существовании и развитии организации. Можно определенно сказать, что власть организационной культуры оказывается сильнее власти управленческой системы, в которую она включена. *Признаком организационной культуры является ее децентрализованная форма существования и самоорганизующаяся система циркулирования взаимосвязей внутри трудового сообщества.*

В последние годы в научный оборот был введен термин «ризом» Это понятие было перенято французскими постмодернистами Ж.Делезом и Ф. Гваттари из ботаники, где обозначало растение со сложной корневой системой. Понятие «ризом» вводится с целью противопоставления замкнутому, жестким векторно-ориентированному, статичным линейным структурам абсолютно нелинейного стебля ризомы, которая может развиваться куда угодно и принимать любые конфигурации. Понятие «ризом», на наш взгляд, вполне может быть применено для описания организационной культуры, изменения под воздействием множества факторов, ее определяющих. Среда организационной культуры не иерархична, децентрализована, связь между ее носителями осуществляется напрямую, а не через какой-то централизованный аппарат, который бы контролировал взаимодействие. Ведь организационной культурой управляют не менеджеры, не люди, обладающие какими-либо способностями, а множественность ее носителей во множественности каналов связи, по которым передается информация и реализуется взаимодействие. В основе ее управляющего воздействия заложено ценностно-ориентационное единство членов коллектива.

Организационная культура является постоянно меняющейся, динамичной развивающейся сетью взаимодействий. Эти непрерывно происходящие процессы изменения не позволяют ей стать хотя бы на время тождественной самой себе, что делает невозможной ее калькирование, воспроизведения в другой системе. Причем, необходимо отметить, что организационная культура – не придаток экономических отношений, она относительно самостоятельное образование и является равноправной частью социальных отношений на производстве.

На основе сказанного можно дать определение категории «носители

организационной культуры». *Это – группа людей, включенных в систему одной организации, обладающая ценностно-ориентационным единством, и реализующих регулярные социальные взаимодействия, предметом или целью которых являются процессы и объекты, локализованные в пределах конкретного предприятия (организации).* Общности носителей организационной культуры являются продолжением традиционно сформировавшихся структур общественной жизни.

Ссылки:

1 Парсонс Т. О социальных системах / Под ред. В.Ф. Чесноковой и С.А.Белановского. – М.: Академический Проект, 2002. – С.31-33

2 Лосский Н. Характер русского народа. Кн.1. – М., 1990. Лебон Г. Психология масс. / Психология масс. Хрестоматия. – Самара: Издательский дом «БАХРАХ-М», 2001, С.60-86.

3 Организационная культура: учебник / Под ред.Шаталовой Н.И. – М.: Издательство «Экзамен», 2006; Спивак В.А. Организационная культура. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004; Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломанидина Т.О. Организационное поведение. – М.: ИНФРА-М, 2003; Тевене М. Культура предприятия / Пер. с франц. под ред. В.А.Спивака. 3-е изд. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2003; Шейн Эдгар Х. Организационная культура и лидерство/Пер с англ. Под ред. В.А.Спивака. – СПб: Питер, 2002; Хофстеде Г. Организационная культура. Управление человеческими ресурсами / Под ред. М.Пула, М.Уорнера. – СПб.: Питер, 2002

4 Талалай М. Сочетание двух культур дает компании уникальные преимущества // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2009. - №7. – С.71

5 Шаталова Н.И. Трудовой потенциал работника: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – С.96-102



МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Социальное регулирование фармацевтического потребительского поведения

Василенко О.В.

На основе изучения потребительских предпочтений в выборе лекарственных средств жителей г. Волгограда в статье дается описание фармацевтического потребительского поведения как социальной практики. Описываются способы социального регулирования, включающие формирование культуры потребления, развитие партнерских отношений (производитель – провизор – покупатель), использование социологического сопровождения при конструировании партнерских отношений.

Ключевые слова: потребительское поведение, фармацевтическое потребление, здоровье, потребитель, провизор, лекарственные средства, культура потребления, партнерские отношения, социальное регулирование.

Vasilenko O.V.

The social regulation of the pharmaceutical consumer behavior

Based on consumer's preference analysis in the Volgograd citizen's choice of drugs, the author has described the pharmaceutical consumer behavior as a social practice. The methods of social regulation have been studied here. It includes consumer cultural formation, development of partnership (producer – pharmacist – consumer), and social research use.

Keywords: consumer behavior, the pharmaceutical consumption, the health, consumer, pharmacist, drugs, consumer cultural, partnership, social regulation.

В современном обществе одной из главных ролей, которые приходится играть человеку, является роль потребителя. Потребление уже давно стало неотъемлемой частью нашего существования. Этот процесс вошел в нашу жизнь настолько глубоко, что мы зачастую просто не подозреваем, что он оказывает не только положительное, но и отрицательное влияние. Последнее связано с состоянием нашего здоровья и продолжительностью жизни. В сфере потребления фармацевтических товаров важную роль играют лекарственные средства, направленные на поддержание здоровья и увеличение продолжительности жизни населения [1. С. 84—86].

Устойчивый спрос на товары фармацевтического рынка определяют его огромную привлекательность. В то же время, отсутствие эффективной системы, регламентирующей весь комплекс вопросов связанных с оборотом лекарственных средств, делает его еще более привлекательным для криминальных структур, главным мотивом деятельности которых служат экономические, а не социально-этиче-

кие нормы. Количественные оценки контрафактных лекарств носят приблизительный характер, поскольку официальная отчетность не может дать полного представления о теневых процессах [2]. В тоже время лекарственное обеспечение населения является стратегически важным аспектом в функционировании любого государства, ведь с ним связан базовый компонент человеческого потенциала – здоровье.

По мысли Ж.Бодрийяра, потребность определяется имеющимися в наличии благами, а предпочтения вырабатываются в зависимости от различных продуктов, предлагаемых на рынке: основа всего – платежеспособный спрос [3. С. 96]. У субъекта потребления возникает потребительский мотив, который включен в систему норм, ценностей, установок и ограничен имеющимися экономическими ресурсами. В результате, потребительское поведение – это совокупность таких элементов процесса потребления как: субъект – потребность – мотив – ценности, установки – экономические ресурсы.

Современное потребительское поведение представляет собой не просто набор представленных элементов, но сложный процесс, который, с одной стороны, дает человеку огромные возможности, а с другой, является причиной ухудшения здоровья, появления чувства неуверенности, неудовлетворенности, потери денег и так далее. Особенно это актуализируется в потреблении фармацевтических товаров. Именно фармацевтическое потребление демонстрируется субъектом в случае потери здоровья и направлено на его коррекцию и восстановление.

Потребление в сфере фармацевтических товаров имеет особую специфику.

Субъектами взаимодействия на фармрынке выступают:

1. Производители лекарственных средств.

2. Каналы распределения лекарственных средств: сами производители, торговые посредники (различные фармацевтические розничные и оптовые предприятия), государственный заказ

3. Стимуляторы распространения лекарственных средств: лечебно-профилактические учреждения, институт опинион-лидер, медицинские представители, реклама и пропаганда.

4. Субъекты потребления лекарственных средств: фармацевтические оптовые и розничные предприятия, больничные и санаторно-курортные учреждения, население, как конечный потребитель [4. С. 57–59].

Вышеуказанные субъекты определяют социальную основу фармрынка и качественное состояние фармацевтического потребления, так как включают: поиск эффективных методов распределения лекарственных средств (развитие независимых аптечных сетей); привлечение и выбор прогрессивных методов стимулирования покупательского поведения, создание собственной базы данных продвижения лекарственных препаратов: привлечение опинион-лидеров и медицинских представителей с четким определением и разграничением их функций.

Если опинион-лидер является связующим звеном между производителем и конечным потребителем лекарственного препарата и его вердикт определяет успех вхождения лекарственных средств в медицинскую практику, исходную позицию и маркетинговый старт, то медицинские представители выполняют не только маркетинговую функцию, но и содействуют эффективной работе системы отслеживания побочных эффектов лекарственных средств. Медицинские представители, осуще-



ствляющие связь с врачами, по-прежнему остаются одним из основных и эффективных инструментов продвижения препаратов рецептурного отпуска, в особенности, в странах со зрелым фармацевтическим рынком и жестким правовым регулированием сферы обращения лекарственных средств. Деятельность медпредставителей относится к маркетинговой, к рекламной поскольку она направлена на продвижение лекарственных средств, создание и поддержание интереса к ним со стороны субъектов, имеющих право на назначение и распространение лекарств, т.е. врачей или провизоров-фармацевтов [5. С. 53 – 54].

Мотивация зависит от потребности человека в том или ином лекарственном средстве и услуге врача или провизора. Потребности в приобретении фармацевтических товаров возникают у конечных потребителей, в случае угрозы здоровью и наступления болезни.

На потребность влияет стимул – внутренний (отношения) либо внешний (деньги). Потребность приобрести лекарственные средства возникает благодаря стимулированию со стороны близкого окружения, влияния рекламы, не равнодушного отношения к своему здоровью со стороны потребителя, или деньгам, и в обоих случаях это приведет к желаемому потребительскому поведению, которое в нашем случае может быть названо фармацевтическим, т.к. потребляет товары и услуги, предлагаемые фармрынком. Однако, как отмечает Д. Статт, хотя мотивация является одним из ключевых элементов, влияющих на потребительское поведение, он - не единственный [6. С. 146].

Когда у человека есть мотив, он готов к действию, т.е. к приобретению лекарственных препаратов. Характер этих действий зависит от восприятия ситуации, в процессе

которого индивиды отбирают, организуют и интерпретируют информацию об имеющемся предложении нужных средств и своих финансовых возможностях и физическом состоянии. На основании этого можно отметить, что фармацевтическое потребительское поведение (поведение конечных потребителей) возникает в результате влияния трех взаимодействующих факторов: способности совершить покупку (обладает ли потребитель знаниями о необходимом лекарственном средстве и имеет ли он физическую способность его купить), возможности ее совершить (есть ли необходимый товар в наличии) и мотивации (желание, потребность, стремление).

При выборе лекарственных средств определяющую роль играет отношение человека к собственному здоровью, а именно первоочередность здоровья в иерархии личностных ценностей. Рецепт врача не является основополагающим фактором при выборе лекарственных средств потребителем, достаточно высоко цениться собственное мнение, совет фармацевта, известность препарата. Ценовой параметр является основным при выборе лекарственного средства, что говорит об отсутствии культуры потребления лекарственных средств российскими потребителями. Культура потребления лекарственных средств выполняет функцию обновления ценностей, например, принятие здорового образа жизни, адаптивное поведение для всех членов общества, создание определенной безопасности при потреблении лекарственных средств, создание первоочередной значимости здоровья [7].

Одним из наиболее востребованных объектов в сфере потребления фармацевтических товаров являются лекарственные средства.

Лекарственные средства (ЛС) — вещества или смеси веществ, при-

меняемые для профилактики, диагностики, лечения заболеваний, предотвращения беременности, полученных из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животных, растений, минералов методом синтеза или с применением биотехнологий [8]. Таким образом, к лекарственным средствам относятся вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных форм.

Удовлетворение от приобретенного зависит от цены, качества, безопасности и эффективности действия лекарственных средств. На сегодняшний день 30% всех препаратов фармрынка – подделки, кроме того, потребление лекарственных средств во многом зависит от импортных лекарств, цены на которые очень высоки. Наличие фальсифицированных товаров, подделок, некачественно произведенных продуктов на российском рынке особенно остро ставит проблему угрозы здоровью в процессе потребления лекарственных средств [2]. Огромное количество лекарственных препаратов на современном рынке осложняют выбор именно тех, которые реально помогут человеку избавиться от недуга, будут безопасными и приемлемыми по цене, что актуализирует вопрос изучения поведения человека на фармацевтическом рынке.

Экономическая доступность лекарственных средств постоянно трансформируется: государственное финансирование сферы здравоохранения изменяется, неся за собой как положительные, так и отрицательные результаты. В условиях рыночной системы обеспечения лекарственными препаратами наблюдается постоянное сокращение бюд-

жетного финансирования системы здравоохранения, что не может не влиять на адекватность медикаментозного лечения. Всемирная организация здравоохранения считает, что затруднение доступа пациента к лекарствам означает снижение качества медицинского обслуживания. Если покупатель не имеет достаточных средств для приобретения лекарственного препарата, то и качество лечения значительно снижается. В этих условиях важное значение имеет обособленность Перечня жизненно необходимых лекарственных средств (ЖНЛС), разрешенных к закупкам, определяющим доступность и эффективность системы за бюджетные средства. Это, естественно, позволит сохранить сотни жизней людей, болеющих смертельными заболеваниями, но не имеющих достаточных средств для приобретения дорогостоящих препаратов [8. С. 3—4]. Обеспечение данного вида доступности непосредственно отразится на больном, что имеет большое социальное значение, позволит улучшить практику назначения лекарств врачами.

Доступность лекарственной помощи зависит от нескольких составляющих: достаточности ресурсов лекарственного обеспечения, механизма распределения ЛС и рациональной ассортиментной политики; материально-технической базы аптек предприятий, их размещения с точки зрения удобства для населения; экономических факторов, в том числе от уровня покупательной способности населения, которая в свою очередь зависит от рациональной ценовой политики, проводимой государственными органами в области лекарственного обеспечения, а также от обеспеченности аптечных предприятий оборотными средствами для закупки и завоза необходимых объемов лекарственных препаратов. Для повыше-





Рис. 1. Механизм формирования фармацевтического потребительского поведения.

ния доступности лекарственной помощи сегодня особую актуальность имеет решение проблемы ценовой политики государства. Механизм формирования цен обеспечивает социальную поддержку незащищенных слоев населения, приобретающих ЛС, а также предусматривает необходимый уровень рентабельности аптечных организаций, занятых оптовой и розничной реализацией ЛС. Проблемы доступности препаратов в зависимости от уровня цен включают: отсутствие аналогов отечественного производства, зависимость цены от курса доллара США, динамика заработной платы в различных областях народного хозяйства, степень развития конкретного сегмента рынка, действие законов рынка [9. С. 22].

Таким образом, фармацевтическое потребительское поведение в качестве итога имеет принятие ре-

шения и покупке того или иного ЛС и представляет собой следующий механизм (см. рис.1).

Для изучения характера и особенностей потребительского поведения лекарственных средств автором было проведено социологическое исследование с помощью анкетирования, в ходе которого было опрошено 350 человек методом стратифицированной-гнездовой выборки (за гнездо отбора принималась семья, при условии наличия трех поколений; стратификация осуществлялась по параметрам пола и возраста).

В первом вопросе анкеты респонденты должны были оценить по 5-ти бальной шкале состояние своего здоровья. Было уточнено, что оценка «5» присуждается, если респондент считает себя практически здоровым, а оценка «1», если состояние своего здоровья оценивается им крайне низко. По результатам опроса выяснилось, что только 4,4% респондентов считают свое состояние здоровье крайне плохим и оценивают его баллом «1». Оценка «2», которая также свидетельствует о слабом здоровье, была выбрана 12,3% респондентов. 18,4% респондентов считают себя практически здоровыми. Наиболее часто встречающиеся оценка – «3» и «4», которые были выбраны 26,3 и 38,6% соответственно. Можно сделать вывод, что респонденты оценивают состояние своего здоровья как среднее.

Следующий вопрос касался наличия у опрашиваемого хронических заболеваний. Чуть более трети опрошенных обозначили наличие у себя различных хронических заболеваний, что, несомненно, способствует потреблению лекарственных средств.

При возникновении заболевания большинство 64,4% используют для этого лекарственные средства. 25,0%, что составляет четверть опрошенных, предпочитают использовать лечебные травяные сборы. 5,3% для борьбы с недугом обращаются к средствам гомеопатии. Так же стоит отметить, что 5,3% опрошенных при лечении заболеваний доверяют средствам народной медицины.

36,8% опрошенных покупают лекарства часто, что, скорее всего, говорит о наличии хронических заболеваний, и подтверждается ранее полученными результатами. 40,4 % покупают лекарственные средства иногда. 22,8% отметили, что приобретают лекарства очень редко.

Респонденты довольно редко потребляют биодобавки. Только 4,4% покупают их часто, 16,7% – иногда и большинство, 57,9%, покупают такие препараты крайне редко. Стоит отметить, что 21,2% респондентов вообще не потребляют биодобавки.

Результаты исследования показали, что при покупке лекарств, более половины опрошенных потребителей предпочитает ориентироваться на мнение врача (53,8%); 20,5% респондентов предпочитают опираться на личный опыт; 13,6% – не оставляют без внимания рекомендацию родственников и друзей; 9,8% принимают решение о покупке того или иного лекарства в аптеке, получив совет провизора-продавца. Только 2,3% отдают предпочтение рекламе как источнику информации о лекарственных средствах.

Следующая задача нашего исследования заключалась в выяснении специфики выбора потребителями лекарственных средств, с учетом таких параметров, как: производитель, срок годности, состав, побочные действия, дозировка, рекомендации по применению, противопоказания. Четверть опрошенных потребителей при покупке лекарственных средств ориентируются на рекомендации по применению; 17,4% – на срок годности, 16,2% – на противопоказания, 14,0% обращают внимание, прежде всего, на побочные действия, 8,9% – на дозировку, 8,1% – на состав, 7,6% обращают внимание на производителя, 0,8% надеются на провизора, 0,4% смотрят содержимое, 0,4 % определяют качество препарата по его внешнему виду и запаху. 1% респондентов покупают лекарства совершенно не интересуясь его характеристиками.

Для изучения потребительских предпочтений на фармацевтическом рынке интересно было узнать также оценку современными потребителями отечественных и зарубежных лекарственных средств. Для этого респондентам предлагалось оценить лекарства по 5-бальной шкале по таким параметрам как цена, качество, безопасность, эффективность ЛС.

По результатам исследования отечественным лекарственным средствам, в целом, респонденты присваивают баллы «3» и «4» по 5-бальной шкале. Оценка по отдельным параметрам лекарственных средств также в большинстве случаев – средняя («3») (кумулятивный вес оценки – 0,3). Выше, чем другие качества современным потребителем отмечается эффективность отечественных препаратов (кумулятивный вес оценки составляет 0,4).

Зарубежные лекарственные средства оцениваются респондентами



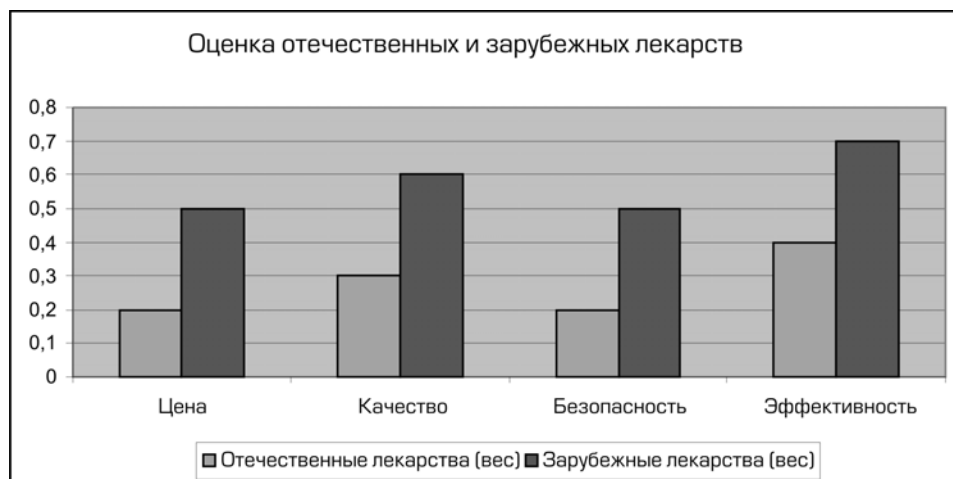


Рис. 2. Отечественные и зарубежные лекарственные средства в оценках волгоградских потребителей.

лучше. Прежде всего, отмечается эффективность (кумулятивный вес – 0,7), зарубежных препаратов, которая заметно выше, чем у отечественных лекарственных средств (кумулятивный вес – 0,6). Цена и безопасность оценивается респондентами ниже по сравнению с другими параметрами, но выше, чем у отечественных средств (кумулятивный вес – 0,5) (см. рис. 2).

Наиболее востребованы в потреблении лекарственные препараты, избавляющие от простудных заболеваний (34,8%). На втором месте по частоте приобретения стоят лекарства против сердечнососудистых заболеваний, их приобретают постоянно 15,6% респондентов. На третьем месте находятся лекарства от заболеваний желудочно-кишечного тракта (12,9%); 9,8% опрошенных приобретают аллергические заболевания; 7,1% покупают лекарства от заболеваний опорно-двигательной системы. Лекарства, помогающие от заболеваний иммунной системы, выбирают 5,3%. По 3% набрали лекарственные средства от заболеваний нервной системы, глаза и его придаточного аппарата, мо-

чеполовой, а так же эндокринной системы.

Потребительское поведение респонденты демонстрируют в сети различных аптек. Наиболее популярной является сеть аптек «Волгофарм». В них приобретают лекарства 48,2% опрошенных. На втором месте по популярности находится аптечная сеть «36 и 6» (16,7%) и муниципальные аптеки (16,1%). 7,1% опрошенных приобретают лекарства в аптечной сети «Доктор Столетов», 5,9% – «Пересвет», 4,2% – «Здоровые люди».

Чем же потребитель руководствуется при выборе аптечной сети? 33,3% опрошенных ориентируются на удобное расположение от места жительства или работы. 29,4% – на цену лекарства. 12,4% выбирают аптеку по наличию в ней необходимых лекарственных средств. 11,3% опрошенных признали важным признаком выбора аптеки – качественное обслуживание. 7% ориентируются на аптечные сети с наличием системы скидок, 5,1% – на удобный график работы.

Как отмечалось выше, одним из критериев выбора аптек явилось качество обслуживания, т.е. готов-

ность продавца-провизора предложить свою квалифицированную помощь.

На рис. 3 видно, что постоянно за консультацией провизора обращаются 18% респондентов, иногда спрашивают совета 54%, 23% используют помощь фармацевта редко. Стоит отметить, что только 5% опрошенных никогда не спрашивали совета по приобретению лекарственных средств в аптеке.

Если большинство респондентов ориентируются на мнение провизора, то как они оценивают качество обслуживания в волгоградских аптеках? Большинство респондентов 64,9% определяют качество обслуживания как среднее. 21,0% - как высокое, и только 6,1% - низкое.

Еще одним критерием выбора аптеки является для респондентов наличие в ней необходимых лекарственных средств. На вопрос «Как часто у вас возникает проблема отсутствия нужного лекарства в аптеке?» ответы распределились следующим образом. Часто такая проблема возникает у 7,9% опрошенных, иногда - у 41,2%, очень редко - у 39,5%, никогда - у 11,4%. Приведенные данные свидетельствуют о том, что около половины респондентов может изменить свои пристрастия к сети аптек по этому параметру.

Следующий блок анкеты касался рекламы фармацевтических препаратов и отношения к ней современных потребителей ЛС. В анкете было представлено четыре утверждения, два из которых дают положительную оценку рекламе лекарственных средств, два других отрицательную (см. табл. 1)

По данным табл.1 можно сделать вывод, что респонденты склонны к отрицательной оценке роли рекламы на рынке фармацевтических товаров. С рекламой, выполняющей роль помощника опрошенные ско-

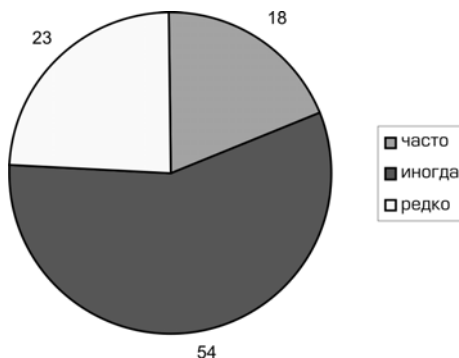


Рис. 3. Частота обращения за консультацией к продавцу-провизору.

рее соглашаются, чем нет. А с ролью информатора - нет. Большинство респондентов (56,1%) считают, что реклама побуждает человека к неоправданной покупке, и около 40,0%, что она ориентируется на интересы производителя.

В этих условиях возникает необходимость контроля и регулирования потребительского поведения в сфере фармацевтического потребления на всех уровнях: государство, производитель, сеть аптек, провизор, покупатель. Необходимость активного участия всех субъектов фармацевтического потребления в процессах регулирования создает новую ее форму - социальную.

Социальные методы регулирования должны складываться в разных направлениях: формирование социальной ответственности производителя и провизора перед обществом за выпущенную продукцию, формирование партнерских отношений между субъектами рынка и создание коммуникативно-информационной базы, а также формирование потребительской культуры населения.

В основе процесса потребления также лежит культура, которую называют культурой потребления, или потребительской культурой. Она включает в себя ресурсы, ценностно-нормативную подсистему и

Таблица 1
Роль рекламы в представлениях потребителей, в %.

| Роль рекламы | Согласен | Скорее согласен, чем нет | Скорее не согласен | Не согласен | Вес |
|------------------------------------|----------|--------------------------|--------------------|-------------|-------------|
| Вес | (2) | (1) | (-1) | (-2) | |
| Помощник | 27,2 | 31,6 | 21,9 | 18,4 | 0,2 |
| Информатор | 19,3 | 24,6 | 20,2 | 35,1 | -0,3 |
| Побудитель к неоправданной покупке | 56,1 | 23,7 | 15,8 | 3,5 | 1 |
| Ориентир на интересы производителя | 39,5 | 29,8 | 15,8 | 13,2 | 0,6 |

символические средства коммуникации.

В обществе потребления миллиарды людей в своей повседневной жизни погружены в процесс развития и воспроизводства культуры потребления, в том числе и фармацевтического. В одних случаях это механическое копирование, воспроизводство уже существующих образцов, моделей, в других – мучительный творческий поиск ответа на вечные вопросы: «Какой препарат быстрее снизит температуру?», «Какое из представленных ЛС безопаснее?», «Может быть лучше купить средство на травах?», «Могли ли я себе позволить импортное ЛС?».

Культура потребления является одним из самых значимых компонентов поведения, при этом нет ни одного человека, который не был бы затронут ею. Она представляет собой функционирующую программу использования членами общества всех потребительских благ и включает в себя следующие компоненты: представления о потребительских ценностях и нормах, регулирующих потребление; устойчивые автоматические потребительские практики (свободные привычки).

Категория нормы распространяется и на объекты фармацевтического потребления: ЛС и услуги и

выступает в двух ипостасях: норма для себя и норма для других (социальное ожидание). Нормы подразумевают, какое поведение приемлемо, а какое нет. Система норм потребления вырабатывается одновременно с формированием этой сферы. В зависимости от того, как складываются отношения между производителем и потребителем, потребителем и социальным окружением, потребителем и провизором складываются нормы фармацевтического потребительского поведения [10. С. 3-9; 11. С. 61-63]

В первом случае формирующиеся нормы определяют положение и роли участников взаимодействия. Кто является главным? Чьи интересы учитываются в первую очередь? Выпуск лекарственных препаратов осуществляется для удовлетворения потребностей потребителей или только ради получения прибыли? Что в этом случае является нормой?

Во втором случае нормы демонстрируют наличие или отсутствие поддержки потребителя со стороны окружения, т.е. таких же потребителей, как он сам. Не редки случаи, когда возмущенная очередь требует от недовольного качеством товара или обслуживания покупателя немедленно покинуть свое место и не отвлекать продавца.

Наконец, социальные нормы регулируют отношения между покупателем и провизором, диктуя последние правила поведения.

На поверхности потребление выступает как процесс свободного индивидуального выбора. Однако надындивидуальный характер культуры потребления легко обнаруживается в желаниях потребителя, в формах и методов их удовлетворения и проявляется в фармацевтическом потребительском поведении также как и в других видах потребительского поведения.

Одним из проявлений культуры, по мнению В. Ильина, является структура товаров, потребляемых на одном и том же рынке [12]. Так в сфере фармацевтического потребления преобладают простудные, сердечно-сосудистые и желудочно-кишечные препараты.

Одним из важнейших феноменов постиндустриального общества становится массивизация потребления. Рынок превращает культуру в сферу господства массового потребителя, т.е. не наделенного чересчур утонченным вкусом и не перегруженного образованием. Массовое предложение, порожденное поточным производством и современными СМИ, переплетается с массовым спросом. Массовое предложение формирует спрос (нельзя хотеть того, чего нет), а массовый спрос диктует содержание предложения. Долгое время отечественный потребитель выступал в сугубо пассивной роли, выбирая в узких рамках предложения, формировавшегося по воле и вкусу правящей элиты.

Формирование рыночных отношений, появление частных производителей продукции, товаров и услуг изменило ситуацию в сфере потребления в России. Однако отсутствие цивилизованной культуры потребления, жесткий рационализм

предпринимателей, отсутствие социальной ответственности за совершенные действия привело к тому, что началась охота за потребителем, в основе которой лежит стремление предложить ему любую наживку, которая позволит получить высокую прибыль любыми средствами.

Таким образом, культура потребления является одним из важнейших социальных регуляторов потребительского поведения. В ее компонентах, особенно в ценностях и нормах заложены потребительские практики, включая особенности отношения людей к рискам, возникающим в сфере потребления, предупреждающего их появление поведения субъектов рыночных отношений.

В основе социальных способов регулирования лежат также новые методы взаимодействия рыночных субъектов (покупателя и провизора-фармацевта), заключающиеся в переводе традиционных разовых контактов в новую форму – партнерство [13. С. 3—4].

Возникновение профессиональных объединений фармацевтов, интеграция их в рыночную экономику как активных игроков на рынке лекарств, приобретение влияния в медицинской среде и ключевая роль в медиализации заставляют говорить о возможности ориентации пациентов в выборе методов и способов лечения уже не столько на врачей, сколько на фармацевтов и провизоров [11. С. 61-63].

Основными требованиями к социальной роли представителя фармацевтических услуг как партнера являются следующие:

- информированность об основных препаратах и схемах лечения наиболее распространенных заболеваний;
- знания по основам внутренних болезней;



- владение основами рационального применения лекарств;
- владение правилами проведения консультаций больным;
- контроль информации, поступающей к провизору от производителя лекарств через их представителей и рекламу [14. С. 35].

Взаимодействие производителя с провизорами и покупателями возможно только с помощью формирования постоянной клиентуры посредством регулирования потребительского поведения. В основе методов социального регулирования положено представление о клиенте как главном действующем агенте рыночных отношений. При этом под «клиентом» понимается не только покупатель предлагаемого фирмой товара, но все контактные аудитории фирмы, включающие партнеров, конкурентов, медпредставителей, опиньон-лидеров, а также промежуточных (аптеки) и конечных потребителей препаратов фирмы.

Эффективное двустороннее сотрудничество между поставщиками и потребителями ЛС и услуг всех видов является в настоящий момент жизненно необходимым условием нормального функционирования российского общества, поэтому вопросы регулирования фармацевтического потребительского поведения затрагивают интересы уже не только каждого отдельного бизнесмена, но и всего общества в целом.

В процессе поиска социальных методов регулирования рыночных отношений выявлен и «отработан» не один метод, позволяющий изменить потребительское поведение. Среди них наиболее эффективными являются: проведение активных рекламных кампаний, использование методов службы «паблик рилейшнз» и другие.

В то же время, отсутствие необходимого социологического обра-

зования у подавляющей части отечественных производителей фармацевтических товаров и средств приводит к тому, что общение с конечными потребителями сводится к стандартному принципу: производитель стремится любыми средствами «избавиться» от товара, довольствуясь одноразовым контактом с потребителем. Неудовольствие последнего от неудачной покупки не сказывается при таком подходе на дальнейшей работе производителя.

В настоящее время большинство фармацевтических фирм, стабильно действующих на отечественном рынке, этот принцип работы с покупателями уже не удовлетворяет [15. С. 25-31]. Приоритетное значение начинают приобретать средства и способы непосредственного контакта потребителя и производителя, при которых производитель воспринимает его как постоянного клиента и делает акцент на дальнейшем сотрудничестве, предоставляя покупателю определенные льготы в обмен на многократное использование услуг фирмы [16. С. 190-197].

Такой способ взаимного сотрудничества покупателя и производителя представляется весьма перспективным, поскольку выступление обеих сторон сделки проходит как равноправное и взаимовыгодное партнерство, учитывающее интересы всех участников. Есть основание предположить, что на отечественном рынке уже существует готовность к этой форме отношений. Однако отсутствие разработанных методик в данной области тормозит процесс формирования постоянной клиентуры и снижает эффективность рыночных процессов в целом.

Механизм социального регулирования потребительского или покупательского поведения может включать следующие подсистемы, функционирующие для решения ряда задач:

- изучение ситуации на рынках покупателя и продавца в сфере продаж ЛС;

- оценка существующих на момент исследования взаимосвязей и отношений между покупателями, производителями и провизорами;

- составление портрета потенциального клиента фармацевтической фирмы;

- определение группы факторов, оказывающих наибольшее воздействие на готовность покупателя к партнерству;

- выделение наиболее значимых с точки зрения клиента недостатков в деятельности фармацевтической фирмы и определение внутрифирменных резервов для их устранения;

- определение перспективных форм установления отношений партнерства провизора и клиента.

Решение этих задач предполагает нормальное функционирование подсистем механизма социального регулирования. К ним относятся: сбор необходимой информации; анализ социальной и экономической ситуации, определение узких и проблемных мест; разработка мероприятий по их устранению. Социологическое обеспечение механизма социального регулирования фармацевтического потребления включает две подсистемы (см. рис. 4)

Первая подсистема включает: анализ рынка производителя, анализ рынка юридического покупателя-провизора, анализ потребностей потребительских групп индивидуальных покупателей.

Анализ рынка производителя позволяет составить портрет фармацевтических фирм-производителей, действующих на рынке наиболее стабильно и эффективно. Сопоставление с полученными данными характеристик фирмы, использующей механизм социального регули-

рования, дает возможность оперативно выявить недостатки в ее коммерческой деятельности и определить возможность их ликвидации.

Анализ рынка аптек предоставляет возможность составить социальный портрет оптимального покупателя-аптеки для конкретной фирмы-производителя, что позволяет действовать целенаправленно и использовать рекламу своей фирмы адресно и максимально эффективно.

Определение основных групп потенциальных покупателей ложится в основу рыночной стратегии фирмы и позволяет гибко изменять ее в соответствии с изменениями покупательских ориентаций.

Анализ потребностей покупательских групп позволяет постоянно отслеживать покупательское поведение, выяснять уровень удовлетворенности качеством лекарственных средств и услуги провизора-фармацевта или врача, тенденции изменения отношений потребительских групп к аналогичным препаратам.

Вторая подсистема включает анализ социальной и экономической ситуации и состоит из четырех блоков: ЛС, персонал аптечной сети: провизоры, обслуживание, партнерство, социально-демографический блок.

Первый блок. В данном случае аптечную сеть интересует следующая информация, вытекающая из сведений, полученных на предыдущем этапе:

- 1) на какие характеристики ЛС ориентируется при покупке массовый потребитель;

- 2) по каким каналам можно достаточно быстро «донести» до покупателя информацию о ЛС;

- 3) какая форма расчетов за ЛС в настоящий момент является наиболее удобной для покупателей и потенциальных партнеров фирмы.





Рис. 4. Социологическое обеспечение механизма социального регулирования.

Второй блок может предоставить информацию об уровне профессиональной подготовки персонала и сервисного обслуживания аптечной сети, а также выявить комплекс факторов, негативно влияющих на эти области деятельности.

Здесь перед исследователем стоят такие вопросы:

1) какие характеристики персонала вызывают наибольшее доверие у потребителей и желание сотрудничать дальше;

2) способствуют ли элементы, создающие имидж фирмы, возникновению желания вновь обратиться к фирме и сотрудничать с ней;

3) наличие каких видов услуг, связанных с предгарантийным сервисом, «подталкивает» клиента к возможному дальнейшему обращению в ту же фирму.

Третий и четвертый блоки включают следующую информацию:

1) категории предпочтительных потенциальных партнеров фармацевтической фирмы на данный момент готовых к сотрудничеству в новой форме;

2) степень готовности к сотрудничеству;

3) требования, необходимые для установления стабильных деловых отношений, предъявляемых партнером-аптечной сетью к партнеру-производителю.

Заключительный анализ полученной информации позволит фирме-производителю найти ответы на вопросы, которые в дальнейшем могут быть применены для разработки покупательской

стратегии фирмы или ее корректив.

Результаты исследования фармацевтического потребительского поведения подтвердили факт того, что используемые методы регулирования покупательского поведения не отвечают потребностям субъектов рыночных отношений. Уже сегодня уровень существующего социального взаимодействия между производителями и аптечной сети, провизорами и покупателями позволяет утверждать, что на российском рынке есть необходимость и готовность к новой форме сотрудничества – партнерству.

Таким образом, социальные методы регулирования потребительского поведения основаны, прежде всего, на культуре потребления, несущей в себе устойчивые элементы, воспроизводимые культурой и практикой поведения; а также новые элементы, возникающие в культуре потребления в результате ее развития. Современные способы регулирования в сообществах ориентированы на новую форму отношений между субъектами рыночных отношений – сотрудниче-

ство, партнерство; разработку социологического сопровождения взаимосвязи между производителем и потребителем; формирование обратной связи в сфере потребления.

Литература

1. Беляева Т. Лекарства для красивой жизни [Текст] // Ремедиум,— 2000.— № 6.— С. 84—86.
2. Рязанцева И.Б. Безопасность потребителей на фармрынке (результаты социологического исследования) [Электронный ресурс] / И.Б. Рязанцева // www.Essosman.edu.ru/db/msg/305340.html.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры [Текст] / Ж. Бодрийяр / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской — М.: Культурная революция; республика, 2006. — 269 с.
4. Иванов В. Российский фармацевтический рынок: вчера, сегодня, завтра [Текст] // Ремедиум. — 2002. — № 7-8. — С 57 — 59.
5. Лагуткина Т.П. Этика взаимоотношений аптечной организации с институтом медицинских представителей [Текст] // Экономический вестник фармации. — 2003. — №3. — С. 53 — 54.
6. Статт Д. Психология потребителя [Текст] / Д. Статт. — СПб.: Питер, 2003. — 446 с.
7. Уитт Лесли. Фармацевтическая отрасль в России: Зарождение новой культуры. [Электронный ресурс] www.thewell.ru/rus/special/IndustryReviews/PharmaceuticalsinRussia_rus.html#
8. [Электронный ресурс] www.medicalipedia.com/
9. Дзагоева А. Р. Маркетинговые инструменты воздействия на потребительское поведение субъектов регионального розничного рынка фармацевтической продукции (на примере аптечной сети в РСО-Алания) //Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 / А.Р. Дзагоева; Науч. рук. Кетова Наталья Петровна; Оппоненты Е.С. Акопова, И.С. Ахлюстина; Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова. — Северная Осетия, 2009. — 34 с.
10. Безрецептурные лекарства — роль фармацевтов и аптек [Текст] / Фарматека.—1999.— № 2.- С. 3-9.
11. Варпаховская И. Консолидация фармацевтических компаний [Текст] // Ремедиум.— 1998.— №5.- С. 61-63.
12. Ильин В.И. Социология потребления [Электронный ресурс] / В.И. Ильин. www.consumers.narod.ru
13. ВОЗ о роли фармацевта // Фарматека.— 1996.— № 4.— С. 3—4.
14. Громовик Б. П., Кухар А. А. Организация персональных продаж представителями фармацевтических фирм [Текст] // Провизор.— 2000.— № 13. — С. 32- 37.
15. Кононова С. В., Олейник Г. А. Фармацевтические услуги: формирование рынка [Текст] // Новая Аптека.- 2003.- № 6.- С. 25-31.
16. Тихонова Е.В., Латышева Е.В. Исследование социальных методов регулирования покупательского поведения [Текст] (концептуальный подход) // Социология 4М. -1997. - №9. — С. 190 — 197.

Страх публичных выступлений и социопсихологические ресурсы личности



Владыкина И.К.

В статье рассматриваются социальные, социально-психологические и психологические аспекты страха публичных выступлений. Анализируются защитная и мобилизующая функции страха как социального явления. Страх в ситуации публичных выступлений рассматривается как форма защитного поведения. Развитие личности, психологической устойчивости создает условия, при которых страх с его деструктивными функциями оказывается не востребованным. Приводятся данные исследования страха публичных выступлений у студентов.

Ключевые слова: страх, социодрама, диссоциированная личность, архетипическая защита.

Vladykina I.K.

Fear of public appearances and the sociopsychological resources of personality

In article social, socially-psychological and psychological aspects of fear of public statements are considered, protective and inducing functions of fear, as social phenomenon are analyzed. The fear is considered as the form of protective behaviour in a situation of public statements. Development of the person, psychological stability creates conditions at which the fear with its destructive functions appears not claimed. The given researches of fear of public statements at students are cited.

Keywords: Fear, social drama, dissociated person, archetype protection

Социальный капитал личности, обеспечивающий ее принадлежность к референтной социальной группе, все чаще предполагает позиционирование себя в публичном пространстве. Успешные публичные выступления становятся необходимым атрибутом социального взаимодействия современного человека, стремящегося занять высокое социальное положение.

Вместе с тем интеллектуальные возможности, владение материалом еще не гарантируют человеку успешности публичного взаимодействия с аудиторией. Среди препятствий, блокирующих публичное поведение человека, страх занимает лидирующее положение. По данным Дэвида Льюиса, у 4 из 10 американцев страх публичного выступления сильнее страха смерти¹. Похожие состояния свойственны и россиянам. Появился даже специальный термин, отражающий страх публичных выступлений, боязни открыть рот в присутствии других людей – *лаллофобия* (от греческих слов *лалла* – болтовня, и *фобос* – страх).

Страх как социальное явление рассматривается в контексте той нормативной среды, в рамках которой происходит публичное поведение человека. Несоответствие выступления социальным ожиданиям аудитории, предвосхищение рас-

пространенных в социуме вариантов потерь и наказаний за неуспех – определяют социальный контекст проблемы.

Проблему страха публичных выступлений необходимо рассматривать не только на уровне рационального поведения. Страх имеет глубокие корни, уходящие вглубь бессознательной психики и даже ее архетипических структур. Интенсивность страха публичного выступления, значительно превышающая социальные условия и рациональные установки, говорит о возможной взаимосвязи публичного выступления с базовыми потребностями человека.

На заре человеческой истории модус поведения человека определяли ведущие потребности в развитии и самосохранении. При слабо дифференцированном сознании человек ощущал себя в безопасности, находясь вместе с сородичами. Быть отлученным от сообщества, стоять у позорного столба означало неминуемую гибель. Инстинкт самосохранения маркировал положение, противопоставленное группе, страхом небытия. Можно предположить, что жалобы людей на то, что они «до смерти боятся публичных выступлений», связаны не с рациональными ображениями, а с положением один напротив всех и ситуацией оценивания. Неслучайно в психотерапевтических группах, в ситуациях значимых переговоров, в том числе на международном уровне, используется круглый стол. Психологи утверждают, что от того, как встретили, приняли ребенка, насколько он желанен, влияет на его психологическое благополучие в течение всей его последующей жизни².

Ритуальное поведение помогает человеку овладеть ролью любимого, соответствовать роли уважаемого человека, легко принимать подарки, комплименты. Отсюда вы-

сокая самооценка, уважение к себе, и как следствие естественное поведение на публике. Позитивный опыт выступлений на утренниках в детском саду закладывает основы успешного публичного поведения взрослого человека. Негативный опыт оставляет глубокие шрамы в психике растущего человека.

Школа – расширяющаяся сфера возможностей для публичного поведения: динамика социальных ситуаций, калейдоскоп возможностей, шлифовка социальных ролей. Однако реальная школа, особенно советского периода, нанесла огромное количество душевных травм учащимся. Конкретные ситуации низкой оценки, стыда, обиды вытесняются из сознания человека. Но эти эмоции продолжают жить на уровне ощущений, в предрасположенности к сходным эмоциональным состояниям, в пластике тела. При анализе конкретных ситуаций страха публичного выступления подростка или взрослого человека обнаруживается, что в его основе лежит негативный опыт взаимоотношений в детском и школьном возрасте.

Стиль публичных выступлений существенным образом зависит от социально-исторических характеристик российской ментальности. В русских сказках отражены типичные особенности поведения лидера. В русских былинах, отражавших социальную ситуацию на Руси до нашествия в XI-XIII веках, фигурируют богатыри, смело выходившие на единоборство с сильным врагом. Герои русских сказок после татаро-монгольского ига больше напоминают теневые фигуры. Кто реально обладает властью и влиянием в русском фольклоре? Это Золотая рыбка, которая живет под водой. Сильный Дед Мороз, которого реально никто не видел. Иван, скрывающий свои ресурсы под не престижной маской дурака. Царе-



вич Гвидон, превращающийся то в муху, то в комара во время своих публичных выходов. Маленькая мышка-норушка, благодаря которой вытянули репку.

Явно демонстрировать силу опасно и страшно, поскольку это может провоцировать агрессию. Казаться маленьким, незаметным, дурашливым, но при этом давать понять окружающим, что в тебе есть скрытая сила, которая сможет исправить ситуацию. Такова типичная стратегия успешного поведения, заложенная в русских сказках. Зачастую именно такой стиль публичного поведения способствует завоеванию симпатий у публики и в современной российской действительности.

В русских народных сказках часто фигурируют дети без родителей. Это квинтэссенция страха. Типичные герои русских сказок – дед и бабка. У них есть мудрость, но нет силы и ответственности, присущие родительским фигурам. В современной российской действительности, судя по мониторингам общественного мнения, давно и устойчиво сохраняется потребность в сильных лидерах. Тем не менее, стиль публичного поведения, свойственный родительской фигуре, еще не достаточно представлен в общественном сознании, не работает как модель успешного публичного поведения.

Страх в публичном выступлении вызывает отсутствие контакта и взаимопонимания с аудиторией. Почувствовать аудиторию и предложить ей адекватный стиль взаимоотношений помогает установлению ощущения единства с аудиторией, а значит чувства безопасности.

Герои русских народных сказок часто оказывались победителями в сложном единоборстве с врагами благодаря своим нравственным поступкам, добрым делам, за которые они и получали поддержку окружающих. Публичный образ совре-

менных ТВ-героев обрастает мифами, творимыми усилиями специалистов в области пиара. Русский народ по-прежнему любит сказки. В то же время важным ресурсом успешного публичного выступления является добрая репутация, позитивные установки на оратора.

Страх публичных выступлений определяется и актуальными социальными обстоятельствами. Атмосфера страха как социального явления была характерной особенностью российской социальной реальности прошлого века, насыщенного явлениями социальной травматизации³. В сознание граждан внедрялось убеждение, что страна окружена враждебными государствами. Советский катастрофизм характеризовался максимизацией космического страха перед мировым злом. В разряд внушавших страх в разное время попадали кулаки, враги народа, шпионы, затаившиеся остатки враждебных классов, фашисты, империалисты, сионисты, националисты и вообще кто угодно⁴.

Особенно сильно страх нагнетался и использовался как средство управления и контроля за поведением людей в период сталинских репрессий. Доносы, оговоры, жестокие репрессии, всеобщая атмосфера страха заковали в кандалы души советских граждан. Нельзя было говорить, высказывать свое мнение в публичном пространстве. Это было смертельно опасно. Боялись все. В том числе и сам творец индустрии страха. Тотальный страх парализует, приводит к депрессии, пессимизму. В данных условиях расцветают декларативный, социально-регламентированный стиль публичного выступления и манипулятивные стратегии влияния.

Хрущевская оттепель, демократизация страны в период перестройки изменили социальную ситуацию в обществе. Правовое, де-

мократическое государство обеспечивает социальное пространство, в котором личность чувствует себя свободной и защищенной. В соответствии с социальной ситуацией меняется и стиль публичного поведения. Востребованность самостоятельной креативной личности создает условия для развития индивидуальности и ее презентации в социальном пространстве. В то же время прошлое страны не может не влиять на ее настоящее. Значительное количество проблем публичного выступления у представителей современной молодежи обусловлено не изжитыми в течение 2-3 поколений страхами и стратегиями защитного поведения, характерными для представителей первой половины XX века. Обучение публичному поведению предполагает индивидуальную реконструкцию опыта родового бессознательного. Современному оратору весьма полезно осознание стратегий поведения, в том числе и защитного, обеспечившего его предкам выживание в трудные времена, поиски ресурсных персонажей из собственной семейной истории, конструирование адекватной Я-концепции личности, создание внутренних условий для успешной самопрезентации.

На страх публичных выступлений у современной молодежи влияет и общая атмосфера страха, характерная для их социального окружения. Среди студентов-социологов проводилась социодрама с целью выявления типичных страхов. Палитра страхов оказалась весьма многообразной. Среди них можно выделить четыре группы: социальные страхи, связанные с социальными условиями жизни; социально-психологические страхи, отражающие особенности взаимоотношений с другими людьми; личностные, определяющие собственную ответственность за свое поведение;

и страхи, отражающие базовые проблемы безопасности. Как выяснилось в ходе социодрамы, молодежь боится кризиса; потерять, или не найти работу; войны; преступности, террористов; армии; шантажа, обмана; непрофессиональных, продажных врачей; произвола чиновников. На социально-психологическом уровне молодые люди боятся оценки, того, что о них подумают, не найти поддержки, неуспеха в глазах окружающих, не оправдать ожидания родителей, остаться одному. Личностный уровень страхов связан с боязнью не успеть сделать что-то важное в жизни, последствий своих поступков, взять ответственность на себя, проявить инициативу, ответственных решений (брак, дети), совершить ошибку, потратить свое время, силы, энергию и не добиться того, чего хотят. С базовыми потребностями в безопасности связаны страхи за здоровье близких, неизлечимых болезней, темноты, высоты, лифтов, крови.

В ходе социодрамы студентам была дана возможность поговорить о своих страхах, объединиться в группы на основе сходных страхов, обсудить их между собой, проиграть придуманные сообща сценарии на тему общих страхов. В результате проведенной работы градус переживаний страхов оказался значительно снижен. Осознание проблем как таковых остается, но они уже не вызывают панических реакций, острого чувства страха. Человек обретает возможность дистанцироваться от своего страха, определенным образом относиться к нему и взаимодействовать с ним.

Страх публичных выступлений оберегает самое сокровенное в человеке: его самооценку, репутацию, уважение со стороны значимых людей и самоуважение, положение в системе взаимоотношений между людьми. В публичном выступлении



на кону оказывается положение человека в социальном пространстве.

Ситуация оценивания весьма травматична для человека. А в публичном выступлении человек оказывается в ситуации оцениваемого. Это может вызывать дискомфорт у многих людей, не обладающим достаточным опытом публичных выступлений. А людьми с заниженной самооценкой, невротической тревожностью, маргинальным статусом ситуация оценивания переживается особенно болезненно.

Особенность страха публичных выступлений в том, что это не только страх потерять (репутацию, уважение, самооценку), но это еще и сильное желание приобрести то же самое, развить, завоевать, укрепить. За страхом всегда стоит желание. В связи с этим мы считаем возможным говорить о мотивирующей функции страха, связанной с потребностью в развитии. Эта функция страха проявляется в словесных оборотах. «Страх, как хочется!»

Сочетание страха и мотивации достижения проявляется в точках роста личности, там, где человек осваивает новые виды деятельности, расширяет сферу своего влияния, рискует, достигает. Чувство страха в сочетании с мотивацией достижения способно обострять чувства, вызывать волнение, ценить победу. В такой ситуации публичное выступление оказывается эмоционально насыщенным, ярким, оказывающим влияние на окружающих. Публичное выступление может восприниматься оратором таким же экстримом как и автогонки. Рисковать своей репутацией и выйти победителем из ситуации сложного взаимодействия благодаря собственным ресурсам. Определенный уровень страха может мотивировать человека к достижениям.

В структуре личности проблемного человека страх может выпол-

нять функцию неконструктивной защиты, блокирующей целенаправленную деятельность. В крайних случаях невротического развития страх может взять верх в структуре личности и подчинить себе поведение человека. При этом человек сознательно будет выбирать для себя виды и способы деятельности, по критериям, задаваемым чувством страха, то есть гарантирующим безопасность. Страх берет на себя материнские функции: опекает, защищает, предостерегает, запрещает. Человек с подобной направленностью не окажется на трибуне, если это будет вызывать малейший дискомфорт.

Карен Хорни выявила три классические формы защитного поведения невротической личности, а именно: движение к людям, от людей и против людей⁵. В ситуации опасности характерны те же стратегии поведения: убежать, выйти из зоны напряжения; спрятаться, затаиться; нападать. Эти стратегии легко просматриваются и в ситуации публичного выступления.

Если ситуация публичного выступления воспринимается как опасная и вызывает чувство страха, то одной из возможных стратегий поведения может быть желание спрятаться. А как человеку спрятаться, если он на виду у всех? Есть разные каналы реализации желания спрятаться. Можно спрятать свое личное мнение, свою позицию за декларативными утверждениями, общеизвестными истинами, мнениями авторитетов. Вряд ли такое выступление вызовет интерес, но безопасность, скорее всего, будет обеспечена. Спрятаться можно и на бессознательном уровне за счет ресурсов тела. Мышечные зажимы делают тело скованным, закрытым, как бы защищенным панцирем. Если не смотреть на аудиторию, не видеть людей, то возникает иллюзия, что и оратора тоже не видят. Отвести

взор, спрятать руки в карманы, сгорбиться, сдавить грудную клетку, затрудняя дыхание, слишком тихо и невнятно говорить – таковы возможные варианты защитного поведения во время публичного выступления, приводящие оратора к провалу. Вегетативный сбой, который при этом происходит в организме, обеспечивает минимизацию активности. Страх, который подавляет возможности самореализации, губит публичное выступление.

Что делает страх с человеком, у которого доминирующая стратегия поведения в ситуации опасности – бегство? Куда убежишь, выступая публично? У оратора есть варианты. Можно в ускоренном темпе, скороговоркой отговорить свой текст и побыстрее уйти с глаз долой. У некоторых ораторов в подобной ситуации возникает желание провалиться сквозь пол. Это тоже вариант бегства. Иногда выступающие жалуются на то, что у них начинают дрожать ноги и руки. Чем не микродвижения бега? Отворачивание головы в сторону в ответ на вопрос журналиста, слишком статичная поза – «не сойти мне с этого места», когда человек усилием воли держит себя на одном месте, – все это варианты защитной стратегии поведения в ситуации опасности во время публичного выступления.

Не менее интересной в публичном выступлении является стратегия защитного поведения, проявляющаяся в тенденции к нападению, агрессии. Традиционно публичное поведение предполагает нормативный, социально регламентированный стиль общения. Однако страх в публичном выступлении может провоцировать не достаточно аргументированную критику, обвинения партнеров по общению, что создает почву для конфликта. Возникновение и эскалация конфликта есть проявление агрессии как защитного механизма в ситуации по-

вышенной тревоги. Проявление вербальной агрессии обычно считались дурным тоном, показателем слабости личности, демонстрацией психического статуса.

В настоящее время не все так однозначно. Усложнение социальной реальности, противостояние интересов, позиционное противоборство выливается в информационных войнах в открытую конфронтацию. «Черная риторика» нарушает все конвенции о ненападении. Используются нападки на личность, болезненные уколы, междоусобные информационные войны, шоковая атака. Нарушаются границы личности, нормы поведения, считается допустимым нанесение удара в самое больное место с целью оказания давления на соперника. Карстен Бредемайер, автор книги «Черная риторика: Власть и магия слова» призывает легко и тонко манипулировать языком, «как остро отточенной и непредсказуемой в действиях шпагой, беспощадно эффективной в своем завораживающем танце»⁶. Современная ситуация публичного взаимодействия зачастую предъявляет высокие требования к стрессоустойчивости личности, способности держать удар, умению в эмоционально накаленной ситуации действовать разумно, проявляя бойцовские качества характера. Психологические ресурсы личности играют ведущую роль. Сильное эго, четкая позиция, уважение к себе помогают человеку встать над ситуацией, использовать методы силового вербального давления, сохраняя достоинство и уважение к сопернику.

Подобный стиль публичного поведения доступен не каждому человеку. В структуре характера диссоциированной личности в закапсулированном виде сохраняется травмированное детское самоощущение, окруженное архетипической защитой. Эта защита может принимать форму демонстрации доминантнос-



ти, самоуверенности, склонности к агрессии⁷. Как правило, люди с такой структурой личности легко вступают в конфликтное взаимодействие, но редко выходят из него победителями. В публичном выступлении с его стрессогенным потенциалом подобная конструкция легко ломается, вместо демонстрируемой доминантности обнаруживается растерянность и страх. В подобных ситуациях психологическая подготовка, ориентированная на укрепление внутриличностного потенциала, оказывается наилучшим способом освоения искусства публичных выступлений.

Сама по себе агрессия в публичном поведении вполне допустима и даже популярна. Достаточно вспомнить рейтинговые телепередачи «К барьеру», «Школа злословия», «Окна», в которых конфликт перестает быть пугалом, а его участники учатся вести себя конструктивно в ситуации конфронтации. Важно развести конфликт как форму защитного поведения, при которой чувство страха провоцирует неконтролируемую агрессию, и конфликтное взаимодействие как сознательный способ влияния на оппонентов.

Согласно мысли К. Хорни любое поведение можно считать нормальным, если оно адекватно ситуации. Признаком невротической направленности является ригидность реагирования. И в нормальной ситуации человек может идти на конфликт, если того требуют обстоятельства. Но если человек в любой ситуации конфликтует, то это можно считать проявлением невроза.

Человек может занимать различную позицию по отношению к своему страху: подчиниться, преодолеть или принять. Легко подчиниться страху, если получаешь за это некие дивиденды. Из-за боязни публичного выступления можно не оказываться в ситуациях публичных

выходов, не выступать на конференциях, не готовить докладов на семинарах. Возможность не напрягаться, оставаясь в зоне комфорта, социальная леность – это те преимущества, которые получает человек, поощряя свой страх. Оказывается, бояться бывает психологически выгодно. Но выгоды эти в большей мере ситуативны. Нереализованность блокирует достижение стратегических целей.

Страх публичных выступлений мешает реализовать себя и в студенческие годы. Проводя опрос среди студентов, мы просили дать метафору своему страху публичных выступлений, описать свои ощущения, определить, чему помешал страх, чего они лишились из-за него. Были получены результаты, говорящие в основном о негативном влиянии страха публичных выступлений на студентов.

Метафоры страха публичных выступлений: клякса, Кащей, листок на ветру, летучая мышь, порхающая в синем небе, призрак, колючка, падение в лужу, дыра, раненый хищник, кривое зеркало с моим отражением, религиозный фанатик, который ни с чем не соглашается, океан, в котором можно захлебнуться, иголка в теле, которую нужно вытащить, но не можешь, темный лес, шквал в лицо, скучный, отсиживающийся в углу зверек, ежик. Но в ответах студентов присутствуют и эмоционально позитивные метафоры страха. Страх это также стусок энергии, прыжок с парашютом, горный ветерок, летний грибной дождь.

По мнению респондентов, страх локализован в различных частях тела. Наиболее часто указывались голова (мозг, рот, скулы), сердце, руки, колени, область солнечного сплетения. Описывались ощущения страха: холод, дрожь, мурашки по телу, все внутри замирает, сдавливается

грудь, трясутся руки, сбивается дыхание, не хватает воздуха. Отмечается напряжение, скованность, чувство пустоты, ступор, сердцебиение. Ощущение страха сопровождается чувством неуверенности, паники, срывается голос, путаются фразы, появляется слабость, заикание, беспомощность, нечего сказать.

Описанные ощущения страха публичных выступлений демонстрируют типичную картину вегетативного сбоя. Все жизненные процессы ориентированы на замирание и защиту: сдавленное дыхание, суженные сосуды, тремор. Интеллектуальная активность осуществляется за счет волевого напряжения, но к успеху она не приводит.

Ответы на вопросы «Чему помешал страх? Чего Вы лишились из-за него?» фактически отражают мотивацию опрошенных. За страхом стоят желания. Страх публичных выступлений помешал студентам ярко, креативно выступать, высказать свое мнение, уверенно выражать свои мысли, выступать на конференциях, высказать свою точку зрения, отличную от других, поддержать беседу, заинтересовать людей. Страх публичных выступлений мешает молодым людям проявить, показать себя, показать себя во всей красе, заслужить репутацию знающего человека, реализовать возможности, построить политическую карьеру. Студенты считают, что из-за собственного страха они лишаются интереса к своей личности со стороны окружающих, уважения преподавателей, гордости за свое выступление, лишаются громкого голоса, возможности двигаться вперед, аплодисментов, восхищения, чувства лидерства.

Данные опроса подтверждают то, что за страхом стоит стремление к значимым социальным ценностям, мощная мотивация достижения. Для того чтобы эта мотивация реализо-

вывалась в поведении, необходимы психологические ресурсы личности. Среди них можно отметить уважение человека к себе самому, уважение к людям, позитивные социальные ожидания относительно принятия себя окружающими людьми, внутренняя целостность и наличие собственной позиции. Для успешного публичного поведения необходимо быть личностью и уметь транслировать свою личностную позицию. По мнению Вл. Соловьева, когда во взгляде появляется самость, магия личности, обаяние личности, оратора начинают воспринимать как человека, который имеет право высказывать свою точку зрения⁸.

Расширение психологических ресурсов человека, социальная зрелость личности не оставляют места деструктивным функциям страха. Мотивация достижения, не блокированная чрезмерными защитами, мощным энергетическим потоком обеспечивает раскрытие возможностей личности в социальном взаимодействии, в публичном пространстве.

Ссылки:

- 1 Льюис Д. Тренинг эффективного общения. М., 2002.
- 2 Гроф С. Холотропное сознание. М., 1996.
- 3 Андрусенко В.А. Социальный страх. Оренбург, 1995.
- 4 Матвеева С.Л. Шляпентох В.Э. Страх в России в прошлом и настоящем. Новосибирск, 2000.
- 5 Хорни К. Невротическая личность нашего времени. Самоанализ. М., 1999.
- 6 Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. М., 2005.
- 7 Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова. М., 2005.
- 8 Соловьев В. Влияние и воздействие в публичной жизни. Опыт из мира телевидения. – <http://financepro.ru/style/6447-soloviov-v>.



Социальная дезадаптация лиц, пострадавших вследствие хронической ртутной интоксикации на производстве¹



Дьякович М.П.

В работе представлены результаты исследований феномена социальной дезадаптации лиц, пострадавших от хронической ртутной интоксикации на производстве, касающиеся клинических, социальных и психологических проблем инвалидов.

Ключевые слова: инвалиды, хроническая ртутная интоксикация, дестабилизирующие факторы, внутриличностный конфликт, фрустрация, социальная дезадаптация.

Dyakovich M.P.

Social disadaptation of persons suffered from chronic mercury Intoxication in the workplace

The paper presents the results of studies of the phenomenon social disadaptation of persons suffered from chronic mercury intoxication in the workplace, related with the clinical, social and psychological problems of persons with disabilities.

Keywords: disabilities, chronic mercury intoxication, destabilizing factors, intrapersonal conflict, social disadaptation

На крупнейших химических предприятиях Иркутской области в течение 30 лет для получения хлора и каустика использовался ртутный электролиз. В связи с особенностями технологического процесса и невозможностью нормализации условий труда, в воздух рабочей зоны поступала ртуть, в концентрациях значительно превышающих гигиенические нормативы, что и послужило причиной распространения среди работников специфического поражения нервной системы - хронической ртутной интоксикация (ХРИ). Указанное заболевание имеет высокую социальную значимость, так как его выраженные неблагоприятные отдаленные последствия привели к инвалидизации 75% работников, контактировавших с ртутью.

Несмотря на ликвидацию производства ртутного электролиза на одном предприятии и переход на более безопасную мембранную технологию на другом (последний цех был закрыт в 2003 г.), на протяжении последних трех лет в структуре повторной инвалидности ХРИ занимает 4-е ранговое место в структуре профессиональной патологии в Иркутской области [1]. Сегодня более 95% пострадавших вследствие токсического поражения нервной системы в Иркутской области - это лица с ХРИ, причем у

трети пострадавших, несмотря на обязательное выполнение реабилитационных мероприятий, отмечается утяжеление заболевания. Хотя ежегодно 100% пострадавших получают необходимые медицинские препараты, 80% - санаторно-курортное лечение, доля лиц с инвалидностью 2 группы, малоперспективных для медико-социальной реабилитации, возросла за последние три года с 33 до 48% при нулевом показателе реабилитации [2].

Почему медикоментозная реабилитация малоэффективна? Отвечая на этот вопрос, следует, конечно, отметить медико-биологические причины, связанные со способностью ртути (нейротоксиканта 1 класса опасности) вызывать серьезное поражение органов и систем организма, и в первую очередь центральной нервной системы. При этом, выраженность и быстрота развития клинической картины ХРИ определяются как интенсивностью ртутного воздействия, так и индивидуальными особенностями организма. Ртуть, депонируясь в органах и тканях, продолжает отравлять организм и после прекращения контакта с ней. В связи с этим органическое расстройство психики прогрессирует, к нему присоединяются дегенеративные изменения в сердечнососудистой, пищеварительной и эндокринной системах [3]. Патохарактерологические и когнитивные нарушения, выраженные вегетативные расстройства с преобладанием стойкой диссомнии [4], значительное количество сопутствующих заболеваний обуславливают сложность реабилитации таких больных.

Реабилитация пострадавших с ХРИ имеет важное социальное значение, а ее успешность определяется качеством их жизни (КЖ). КЖ в терминологии Всемирной организации здравоохранения - это восприятие индивидуумами своего по-

ложения в жизни в контексте культуры и системы ценностей той среды, в которой они живут, в неразрывной связи с их целями, ожиданиями, стандартами и заботами. Нам близко определение, данное Межнациональным центром исследования качества жизни, описывающее КЖ больного как интегральную характеристику физического, психологического, эмоционального и социального функционирования больного, основанную на его субъективном восприятии [5]. В работах зарубежных и отечественных исследователей было показано, что показатели КЖ могут успешно использоваться для определения эффективности реабилитации больных с прогрессирующими неврологическими нарушениями [5,6]. Изучение КЖ необходимо для понимания внутренней картины болезни и потенциала личности в преодолении социальной дезадаптации, что и определило актуальность настоящего исследования.

Лонгитюдное медико-социологическое исследование проводилось на базе клиники НИИ медицины труда и экологии человека (2001-2008гг.), в котором участвовали 78 мужчин с ХРИ со средним возрастом и стажем 54,3±1,2 и 16,8±1,2 лет соответственно. Большинство обследованных лиц (80%) имели высокую (более 60%) степень утраты трудоспособности, 55% на момент исследования не работали более 10 лет. Клиническое и психологическое обследование пострадавших осуществляли сотрудники Ангарский филиал ВСНЦ ЭЧ СО РАМН невролог, зам. главного врача, к.м.н. Катаманова Е.В. и медицинский психолог Казакова П.В.

Исследование включало оценку КЖ с помощью рекомендуемого ВОЗ опросника SF-36, терминальных ценностей и их соотношений (Роквич М., 1973 и Фанталова Е.Б., 1992),



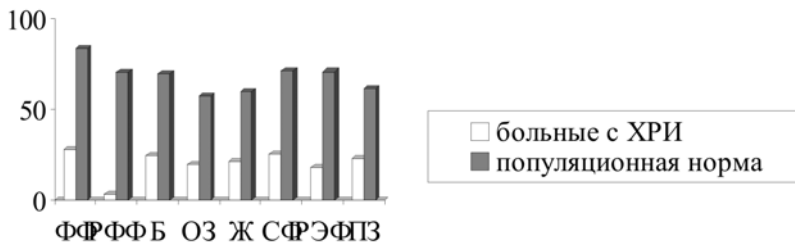


Рис. 1. Сравнение показателей качества жизни, баллы

Примечание: Различия достоверны по всем шкалам SF-36 ($p < 0,001$).

ФФ - физическое функционирование; РФФ - ролевое физическое функционирование; Б - боль; ОЗ - общее здоровье; Ж - жизнеспособность; СФ - социальное функционирование; ЭФ - ролевое эмоциональное функционирование; ПЗ - психическое здоровье.

уровня депрессии по шкале Зунга, социальной фрустрированности (Вассерман Л.И., 1995) и показателя личностного благополучия (Дудченко З.Ф., 2005), выявление типов отношения к болезни [7]. Сбор социологической информации был осуществлен с использованием метода стандартизованного интервьюирования. Статистическую обработку данных проводили с использованием ППП Statistica 6.0; достоверность различий оценивали по критерию Стьюдента ($p < 0.05$), корреляционную связь – по критерию Пирсона и Спирмена.

В ходе исследования у пострадавших было выявлено достоверно более низкие по сравнению с популяционной нормой величины КЖ по всем шкалам (рис.1).

Данные интервьюирования свидетельствовали о том, что уровень образования пострадавших нельзя назвать низким - 52% имели среднее специальное, 15% - высшее образование. Их жилищные условия были удовлетворительными: 89% проживали в благоустроенных квартирах. 48% опрошенных имели дачные участки, где работали по силам и отдыхали, питались свежими овощами с огорода. Интересным представлялось оценить отношение пострадавших к социальной поддержке, и в первую очередь

ближайшего социума. Несмотря на то, что 95% респондентов имели семью, для трети из них (32%) это второй и третий брак. Причинами расторжения брака, по мнению респондентов, являлись негативные изменения нервно-психических и сексуальной функций. Практически все пострадавшие (92%) имели детей, причем у трети опрошенных именно из-за них отношения в семье были весьма напряженными. Следует отметить, что 52% пострадавших предпочитали одиночество, в то время как 40% не могли жить без поддержки окружающих. 50% респондентов считают, что в семье к ним относятся с пониманием, особенно выделяя заботливое отношение жены, 50% - не видят понимания в семье, особенно со стороны жены. Прием и посещение соседей, родственников, друзей более чем у 60% пострадавших были крайне редкими. Общение с незнакомыми людьми для 48% респондентов вообще не представлялось возможным. Общение же с людьми другого социального круга и другой возрастной группы вне семьи происходит редко или вообще невозможно для 99 и 75% пострадавших соответственно. Значительная часть пострадавших не верят во взаимопомощь, эмпатию. Доля лиц, считавших, что людей, которые могут

им оказать помощь в трудную минуту, нет совсем или, может быть, есть 1-2 таких человека, составляла 70%.

Указанные результаты коррелировали с неблагоприятной клинической характеристикой пострадавших. Обследованные не могут выполнять точные движения, страдают от частых головокружений, забрасывания при ходьбе, нарушения ориентации в пространстве. Для них характерны апатия, депрессии, фобии. Все это обуславливают замкнутость, снижение мотивации деятельности, провоцируют отсутствие интересов и увлечений.

Результатами интервьюирования подтвердилось сужение интересов пострадавших. Большинство из них (89%) занимались в юности разными видами спорта (чаще всего лыжами и футболом), 25% имели спортивные разряды, занимали призовые места в соревнованиях разного уровня. В настоящее время только один из пострадавших продолжает заниматься легкими видами спорта и танцами, причем не по своему желанию, а по настоянию жены. До заболевания 80% пострадавших вели активный образ жизни, занимались собаководством, рыбалкой, таежным промыслом, посещали в бассейн, 70% опрошенных увлекались чтением, 15% - шахматами. В настоящее время 60% пострадавших ничем не увлекаются, 30% - занимаются легкой работой по дому, реже детьми, 10% проявляют интерес к телепередачам. Практически все пострадавшие книг не читают, объясняя этот факт быстрым утомлением глаз, плохим пониманием прочитанного текста. Заметное ухудшение здоровья после прекращения трудовой деятельности отмечали 60% обследованных, объясняя, что в коллективе они «держались», не думали о болезнях. В то же время, 22% не заме-

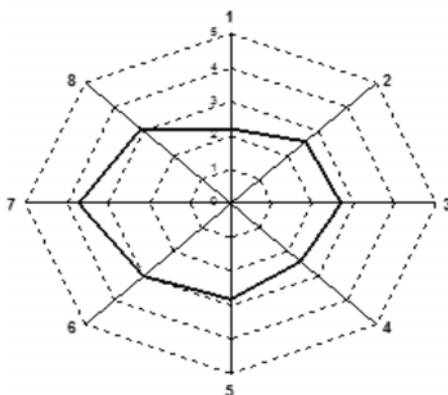


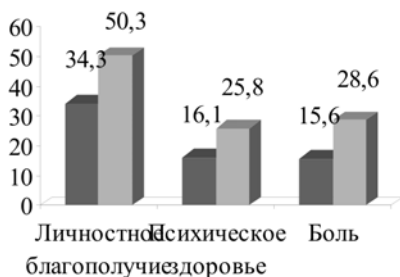
Рис. 2. Усредненный профиль уровней социальной фрустрации пострадавших
Примечание: 1-семья; 2-общение; 3-образование; 4-работа; 5-социально-бытовые условия; 6-положение в обществе; 7-здоровье; 8-образ жизни.

чали никакой динамики в состоянии здоровья, считая, что плохо себя чувствовали уже давно, еще работая на производстве. Все респонденты отмечали нарушение сна, изменение характера в сторону нетерпимости, раздражительности, вспыльчивости. Патологические черты способны приводить к нарушению социальной адаптации, а, следовательно, и к снижению возможности социальной реабилитации.

У 57% обследованных лиц был выявлен высокий уровень социальной фрустрированности (УСФ) как в целом, так и по отдельным шкалам (рис.2).

Такие лица демонстрируют достоверно более неблагоприятные оценки качества жизни в целом, а также боли, физического и социального функционирования, психического здоровья (рис.3).

Высоко фрустрированные личности имеют достоверно более неблагоприятные оценки личностного благополучия. Они достоверно отличаются от умеренно фрустрированных личностей по возрасту ($51,1 \pm 1,9$ против $56,8 \pm 1,8$ лет) и степени ут-



■ высокофрустрированные

Рис. 3. Показатели качества жизни, связанного со здоровьем, в зависимости от уровня социальной фрустрированности.

раты трудоспособности ($70,0 \pm 5,0$ против $50,0 \pm 10,0\%$). У умеренно фрустрированных лиц установлены достоверные обратные корреляционные зависимости величин шкал психического здоровья, физического, социального и ролевого эмоционального функционирования, жизнеспособности, боли от выраженности неудовлетворенности взаимоотношениями с ближайшим социумом (женой, детьми, родственниками, друзьями) и противоположным полом, а также досугом. У лиц, отличающихся высоким УСФ, отношения с ближайшим социумом, по-видимому, утрачивают свое значение. При этом появляются статистически значимые корреляционные зависимости оценок личностного благополучия от выраженности неудовлетворенности материальным положением и образом жизни в целом [8].

В ходе исследования у пострадавших был выявлен внутриличностный конфликт, который проявлялся на когнитивном уровне в расхождении между важным и доступным в таких важных жизненных сферах «Здоровье», «Активная жизненная позиция как полнота и эмоциональная насыщенность жизни»,

«Материально обеспеченная жизнь». Усугубляя невротизацию и психопатизацию, он негативно влияет на формирование отношения к болезни и обуславливает стратегию дезадаптивного поведения.

Отношение к болезни было представлено практически всеми типами, кроме анозогнозического и паранойяльного, с преобладанием неврастенического (34,5%) со вспышками раздражения, особенно при болях, неприятных ощущениях и неудачах лечения. Доля лиц (17%) с адаптивным типом отношения к болезни за изучаемый период уменьшилась в 4 раза, большинство лиц имело интра- и интерпсихическую направленность личностного реагирования на болезнь, обуславливающей нарушение социальной адаптации.

Почти половина пострадавших с ХРИ (48%), проходящих освидетельствование в специализированном профпатологическом бюро МСЭ имеют вторую группу инвалидности. В трудовых рекомендациях, согласно Постановлению Правительства РФ от 22.08.2005 №535 п.11, таким лицам противопоказана работа в обычных условиях труда и рекомендуется работа в специально созданных условиях труда (на производстве или на дому). Нарушение вестибулярных и координаторных нарушений сокращает и так небольшой список профессий, в которых пострадавшие могли бы работать. Наряду с существованием такой серьезной проблемы как создание специализированных рабочих мест, существует и другая проблема, не менее и даже более важная - нежелание пострадавших трудиться.

У части пострадавших на фоне заболевания наблюдались деформация ценностно-мотивационных установок и смена стратегии социального поведения на агрессионно-

рентный тип с отказом от участия в труде. У других - возникновение негативных эмоционально-аффективных реакций в ответ на такие фрустрирующие факторы, как потеря жизненных ориентиров при вынужденной смене социального статуса, сужение круга социальных контактов, значительное расхождение между исполняемым и ожидаемым ролевыми наборами. Смещение социальной роли пострадавших из плоскости мужества и героизма («мы трудились для светлого будущего») в область жертвенности («нас бросили в ад, мы никому не нужны») под влиянием изменившейся в обществе системы ценностей формирует у них комплекс социальной бесполезности, ведущей к прогрессирующей социальной дезадаптации. Отсюда и нежелание трудиться у пострадавших, из года в год доля лиц, продолжающих трудовую деятельность, уменьшается (18% в 2006 и 16% в 2008г.), а среди тех, кто не работает, лишь 10% состоят на учете в Центре занятости.

Таким образом, значимыми причинами ухудшения состояния пострадавших вследствие ХРИ могут быть не только психоневротические изменения, развивающиеся под влиянием нейротоксиканта, но и неспособность личности обеспечить компенсацию нарушенных функций организма адекватными механизмами психологического функционирования; наличие внутрилличностного конфликта; неконструктивное отношение к болезни. Дестабилизирующими факторами в связи с болезнью могут быть хронические боли, провоцирующие депрессивные состояния; длительное медикаментозное лечение, способствующее дестабилизации эмоциональной сферы; осознание пострадавшими ухудшения социального положения; снижение деятельностной активности; семейные конфликты в связи с хро-

ническим заболеванием. Без оказания социально-психологической помощи пострадавшим медикаментозное лечение ХРИ (выделительная, нейропротекторная, витаминная терапия и др.), по сути, сводится лишь к попыткам стабилизировать состояние и уменьшить прогрессирование заболевания у пострадавших, что не всегда удается профпатологам.

Непредсказуемость экономической ситуации в условиях финансового кризиса, отсутствие уверенности в завтрашнем дне, сочетаясь с психологическим дискомфортом в связи с изменением социального развития личности и физическими страданиями, могут приводить к социальной дисфункции и далее к социальной дезадаптации, снижению качества жизни пострадавших вследствие ХРИ. Социально-экономический феномен «ртутников» поднимает проблему внедрения действенной социальной защиты и психологической поддержки инвалидов с учетом тяжести психоневротических расстройств и личностных особенностей.

Литература

1. Самосват С.М. Профессиональная хроническая ртутная интоксикация: проблемы медико-социальной экспертизы и реабилитации в современных социально-экономических условиях/С.М. Самосват, Т.Д. Губанова, И.Ю. Соловьева // Бюллетень ВСНЦ СО РАМН.-2009.-№1.- С.191-194.
2. Соловьева И.Ю. Медико-социальные проблемы пострадавших на производстве от хронической ртутной интоксикацией в Иркутской области/ И.Ю. Соловьева, М.П. Дьякович // Сборник статей по итогам конференции «Современные исследования социальных проблем».- Вып.5.- 2009. - С.187-190.



3. Колесов В.Г. Психопатологические проявления в отдаленном периоде профессиональных нейротоксикозов /В.Г. Колесов, [и др.] // Журнал неврологии и психиатрии.- 2005.-№1.-С. 25-29.

4. Лахман О.Л. Течение энцефалопатии в отдаленном периоде профессиональной хронической ртутной интоксикации/О.Л. Лахман, [и др.] // Медицина труда и промышленная экология. -2003.-№3.- С. 46-48.

5. Новик А.А. Руководство по исследованию качества жизни в медицине. 2-е издание/Новик А.А., Ионова Т.И. – М., 2007.

6. Nordeson A. Changes in quality of life after rehabilitation for patients with progressive neurological disorders/A. Nordeson, B. Engström,

A. Norberg // Scand. J. Caring Sci. - 1999.-Vol.13(3).-P.147-152.

7. Методика психологической диагностики типов отношения к болезни: Ленинградский научно-исследовательский психоневрологический институт им. В.М.Бехтерева. Л., 1987.

8. Дьякович М.П. Ценностно-мотивационная сфера и качество жизни больных с хронической ртутной интоксикацией профессионального генеза/М.П. Дьякович, П.В. Казакова // Известия Самарского научного центра РАН. Спец. выпуск «XIII конгресс «Экология и здоровье человека».- 2008.- том 2.- С. 32-35.

Ссылки:

1 Исследования выполнены при поддержке Российского гуманитарного научного фонда, грант № 08-06-00528а.

Тазовая боль у женщин как социальная проблема

Сурмач М.Ю.

По материалам опроса 1815 женщин молодого возраста выявлены распространённость и интенсивность болевого синдрома, в том числе боли, медицинские причины которой женщине не известны. Изучено влияние болевого синдрома на целый ряд факторов образа жизни и психологического состояния женщин молодого возраста. Установлено, что хотя отсутствие болевого синдрома само по себе не приводит к позитивным эмоциям, его присутствие у женщин достоверно связано с более низкой самооценкой здоровья. Наличие боли является статистически подтверждённым фактором формирования негативного эмоционального фона и почти в два раза повышает риск отсутствия удовлетворения от сексуальной жизни. Возможно, именно этим обусловлен тот факт, что женщины, отмечающие наличие тазовых болей, достоверно чаще положительно отвечали на вопрос о наличии случайных половых связей.

Ключевые слова: хроническая тазовая боль, молодые женщины, факторы образа жизни, самооценка здоровья, психологическое состояние.

Surmach M.Yu.

Chronic pelvic pain as a social problem

Based on questionnaire data got from 1815 women of young age prevalence and intensity of the pain syndrome, including the pain from unknown medical reasons are revealed. Influence of the pain syndrome on variety of the way of life factors and psychological condition of women of young age is studied. It is established, that though absence of a pain syndrome in itself does not lead to positive emotions, its presence is authentically connected with lower self-estimation of health by women. Presence of pain is also statistically confirmed factor of formation of a negative emotional background, and almost twice raises risk of absence of satisfaction from a sexual life. Probably, it causes the fact, that the women marking presence of pelvic pain, authentically more often answer positively the question about casual sexual relations

Keywords: chronic pelvic pain, young women, way of life factors, self-estimation of the health condition, psychological condition.

Введение

С апреля по май 1994 г. Институтом Гэллага было опрошено по телефону 17927 домашних хозяйств в США. Выявлено, что каждая седьмая жительница Соединённых Штатов возраста 18-49 лет имеет боль в области таза, беспокоящую не беременную и не находящуюся в послеродовом периоде женщину на протяжении не менее 6 месяцев [1]. Опрос, проведенный в Великобритании (известный как The Oxfordshire Women's Health Study, 2001), показал, что 24% женщин 18-49 лет отмечают наличие тазовой боли на протяжении последних 3 месяцев [2].

Боль является самым, пожалуй, частым симптомом различной патологии. В то же время, именно боль – фактор, наиболее значимо снижающий качество жизни тех, кто её испытывает. В силу физиологических причин, хронический болевой синдром с локализацией боли в области таза является, прежде всего, проблемой женщин. И наиболее часто женщины обращаются за помощью к гинекологу.

Американские учёные на основании систематического обзора многочисленных данных об исследованиях качества жизни при наиболее частой гинекологической патологии установили, что наихудшие показатели качества жизни, связанного со здоровьем, выявляются именно

при наличии хронической тазовой боли [3].

Более чем в половине случаев хронической тазовой боли точную медицинскую причину данного состояния установить не удаётся. Так, в исследовании Гэллэпа 1994 г. в 61% случаев причина боли была неизвестна. Это связано с тем, что возникновение боли и её хронизация могут быть вызваны четырьмя группами факторов, в том числе психологическими механизмами и факторами социального окружения [4].

К психосоциальным факторам риска относят присутствие насилия. Ещё в 1960-х гг. в США было начато изучение хронической тазовой боли как результата сексуального насилия над женщиной, перенесенного ею в детстве [5]. Позже было доказано, что конфликты в семье и домашнее насилие – также факторы риска хронической тазовой боли у женщин [6]. При анализе семейного положения женщин с ХТБ, проведенного О.И. Линевой (2006), было обнаружено значительное преобладание среди них разведенных и незамужних женщин, что подтверждает данные Е.Н. Тимофеевой о наличии у больных с ХТБ конфликтных отношений в семейной жизни [7; 6].

Действие психологических и социальных факторов реализуется посредством психосоматических механизмов. Боль представляет собой эквивалент неотрагированных эмоций – суррогатную форму эмоциональной разрядки. Так, подтверждена положительная корреляционная связь между выраженностью депрессивных нарушений у пациенток с хронической тазовой болью и степенью болевого синдрома. Отчётливые ухудшения совпадают с моментами психологических переживаний; могут возникать как в непосредственной связи со стрессом, так и иметь отсроченный характер

[6; 8]. Боли в тазовой области и внизу живота нередко сопровождают разнообразные сексуальные неврозы у женщин [8].

Несмотря на социальную обусловленность боли и её влияние на качество жизни, связанное со здоровьем, исследования по распространённости хронической тазовой боли среди женщин Беларуси ранее не проводились. В то же время, в условиях кризиса влияние социальных факторов риска резко возрастает.

Данное исследование имело целью выявление распространённости хронической тазовой боли среди женщин молодого возраста, проживающих в Беларуси, и её возможных социальных последствий.

Материал и методы

В 2004–2006 гг. с использованием оригинального инструментария было опрошено 1500 женщин молодого (15–29 лет) возраста. Выборочная совокупность моделировала молодёжь Беларуси по территориальному признаку. Опрос проводился средними медицинскими работниками.

Повторный опрос был проведен в 2009 году с использованием специально разработанной анкеты, нацеленной на выявление и характеристику возможных факторов риска, связанных с хронической тазовой болью у молодых женщин. Объём повторного исследования составил 315 женщин молодого возраста, проживающих в западном регионе республики.

Исследованы распространённость и интенсивность (по 10-балльной шкале) болевого синдрома, в том числе боли, причины которой предположительно не связаны с акушерскими и гинекологическими особенностями. Изучено влияние болевого синдрома на самооценку здоровья, образ жизни, эмоциональный фон, интимные отношения женщин молодого возраста.

Результаты и обсуждение

Около 53,1% женщин молодого возраста, проживающих в Беларуси (2004-2006), положительно ответили на вопрос о наличии хронической боли в области таза. По данным повторного опроса (2009), показатель распространённости хронической тазовой боли составил 55,6 случаев имеющих симптомы боли респонденток на 100 женщин.

Из числа ответивших положительно на вопрос о наличии боли, соответствующей характеристикам хронического тазового болевого синдрома, около 60% женщин указывали на присутствие у них той или иной патологии из числа перечисленных в вопросе возможных органических причин возникновения болей (патология мочеполовой сферы, кишечника, и проч.). Около 40% женщин отрицали наличие той или иной патологии, которая могла бы послужить причиной болевого синдрома. Следовательно, хроническая тазовая боль, медицинские причины которой женщине не известны, присутствует у 21-22 женщин на 100 опрошенных женщин молодого возраста.

По данным 2004-2006 гг., средняя интенсивность боли, согласно 10-балльной шкале, составила $4,99 \pm 0,1$ балл. По данным повторного опроса (2009) - $5,4 \pm 0,12$ балла.

Сравнительный статистический анализ группы женщин, имевших хроническую тазовую боль, и женщин, не отмечавших наличия хронического болевого синдрома в области таза, показал следующие результаты.

Распределение женщин по самооценке здоровья оказалось следующим (рис. 1).

Корреляции между самооценкой здоровья и интенсивностью болей по 10-балльной шкале не обнаружено. В то же время, сравнительный статистический анализ группы женщин, имевших хроническую тазо-

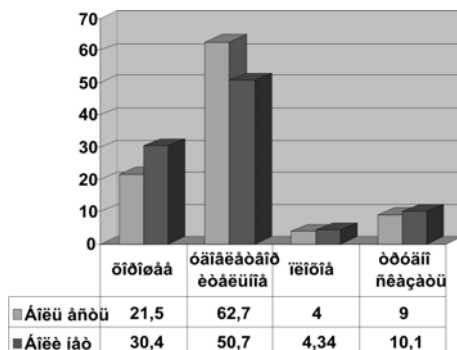


Рис. 1 Самооценка здоровья женщин, имеющих и не имеющих хронической боли в области таза

вую боль, и женщин, не отмечавших наличия хронического болевого синдрома в области таза, показал, что доля женщин, оценивающих состояние своего здоровья как «удовлетворительное», среди имеющих боль выше - 62,7% против 50,7% ($\chi^2=4,56$, $p=0,03$). Одновременно, группа женщин, оценивающих состояние своего здоровья как «хорошее», среди имеющих боль ниже - 21,5% против 30,4%.

Следовательно, присутствие хронической тазовой боли статистически значимо связано с более низкой самооценкой здоровья у женщин.

Сравнительный анализ факторов образа жизни женщин с хронической тазовой болью (в табл. 1 обозначено как ХТБ) и без показал следующие результаты.

Согласно полученным данным, физическая активность женщин с хронической тазовой болью и без практически не различается: более высокая доля женщин, никогда не занимающихся физкультурой, среди не имеющих тазовой боли компенсируется меньшей долей женщин данной группы, отмечающих редкую физическую активность. Женщины с наличием тазовых болей более склонны ограничивать себя в питании, прежде всего, за счёт количества пищи. Среди них также меньше доля не имеющих опыта курения.

Таблица 1

Некоторые факторы образа жизни молодых женщин с наличием хронической тазовой боли (ХТБ) и с её отсутствием (по данным опроса 2009 г.)

| Фактор | Женщины с наличием ХТБ (% ответивших положительно, n= 177) | Женщины с отсутствием ХТБ (доля ответивших положительно, n=138) |
|--|--|---|
| Физическая активность (частота занятий): | | |
| • Ежедневно | 6,2% | 8% |
| • Часто | 20,3% | 19,6% |
| • Иногда | 63,8% | 56,5% |
| • Никогда | 9,6% | 16% |
| Питание: | | |
| • Ограничивают себя в количестве пищи | 18,6% | 11,6% |
| • Не едят вечером | 36,2% | 37,7% |
| • Нет ограничений в питании | 23,7% | 32,6% |
| Вредные привычки: | | |
| курение | 13,4% | 19,6% |
| • Никогда не курили и не собираются | 25,3% | 29% |
| • Вариант ответа «пробовала курить единственный раз» | 12,4% | 10,1% |
| • Выкуривают 1-5 сигарет в день | 12,4% | 12,3% |
| • Выкуривают более 5 сигарет в день | 10,2% | 8% |
| • Ранее курили, но оставили данную вредную привычку | 5,7% | 2,9% |
| • Прекратили курение на некоторое время | 19,8% | 18,1% |
| • Не курят, но часто вынужденно находятся рядом с курящими | | |

Сравнительный анализ показал, что все перечисленные различия не являются статистически значимыми ($p > 0,05$).

Результаты анализа поведения по отношению к употреблению алкогольных напитков представлены на рис. 2.

Среди женщин, отмечающих наличие тазовой боли, в целом возраст первого употребления спирт-

ного оказался несколько ниже. Однако выявленные различия не являются статистически значимыми.

Частота употребления алкогольных напитков (самооценка) также несколько отличалась в группах женщин, имеющих и не имеющих тазовой боли (табл. 2).

Женщины с наличием боли в области таза склонны к более частому употреблению крепких спиртных напитков, пива и более редкому – сухого вина; однако выявленные различия статистически не значимы.

Показатели склонности к конфликтам, плохого/хорошего настроения у женщин, отмечающих и не отмечающих наличие хронической тазовой боли соответственно, также оказались

статистически не значимыми. Так, среди женщин, имеющих признаки хронической тазовой боли, конфликтуют с окружающими часто 12,4%, иногда 79,1%, никогда 7,3%. В группе женщин, не отмечающих наличия болей, конфликтуют с окружающими часто 10,1%, иногда 78,3%, никогда 9,4%. Бывают в плохом настроении часто 17% женщин с наличием хронической тазовой

боли и 13% без болевого синдрома, иногда 80,8% женщин с болью и 81,2% без, никогда 0,6% и 2,17% женщин соответственно. Бывают в хорошем настроении часто 69,5% женщин, имеющих тазовую боль, и 73,2% не имеющих, иногда 10,7% и 12,3% соответственно, никогда 0,6% женщин с наличием тазовой боли, среди группы женщин, боли не имеющих, указанный вариант ответа не был отмечен ни разу.

Что касается эмоционального фона женщин с наличием и отсутствием хронического болевого синдрома в области таза, то здесь прослеживается чёткая зависимость от болевого фактора. Так, оказалось, что доля женщин, часто испытывающих негативные эмоции, среди имеющих тазовую боль значимо выше, чем среди женщин, тазовой боли не имеющих (38,4% против 26,1%, $\chi^2=4,28$, $p=0,04$). Корреляционный анализ между частотой присутствия негативных эмоций и интенсивностью болевого синдрома по 10-балльной шкале показал наличие слабой корреляции (ранговый коэффициент корреляции Спирмена=0,13 при $p=0,02$). Для позитивных эмоций корреляции не выявлено.

Анализ факторов, связанных с репродуктивным поведением женщин, показал следующие результаты. Были когда-либо беременны 38,8% женщин, отмечающих боль, и 42,8% боли не имеющих. Первая беременность была запланированной у 31% и 36% женщин с болью и без соответственно. Её исходом явилось рождение ребёнка у 80%

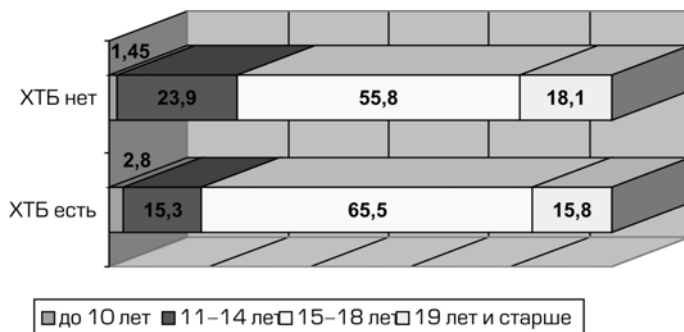


Рис. 2. Возраст первого употребления алкоголя у молодых женщин, имеющих и не имеющих тазовой боли

женщин с хронической тазовой болью и у 75% - без неё. Наличие аборта отметили 15,8% испытывающих боль и 23,2% женщин, не имеющих тазовой боли. Выраженное чувство вины за совершённый аборт испытывали 33,3% женщин с хронической тазовой болью, не считали себя виновной за произошедшее 23,3%, испытывали вину, но «были вынуждены сделать аборт» 43,3%. В группе женщин без тазовых болей испытывали выраженное чувство вины 31%, не испытывали вину 17,2%, считали аборт вынужденной мерой 51,7%. Статистически значимыми все вышеперечисленные различия не являются. Следовательно, наличие в прошлом беременности и её исход, а также присутствие чувства вины за перенесённый искусственный аборт, согласно данным опроса, не являются факторами высокого риска хронической тазовой боли для молодых женщин.

Анализ некоторых факторов интимной жизни позволил выявить, что женщины, отмечающие наличие тазовых болей, достоверно чаще положительно отвечали на вопрос о наличии случайных половых связей (38,4% против 26,8%, $\chi^2=4,7$, при $p=0,03$; рис. 3).

На вопрос, приносит ли интимная жизнь удовлетворение, ответи-

Таблица 2

Частота употребления алкоголя молодыми женщинами, имеющими и не имеющими хронической боли в области таза (данные 2009 г.)

| Частота употребления / вид алкогольного напитка | Женщины с наличием ХТБ (% ответивших положительно, n=177) | Женщины с отсутствием ХТБ (доля ответивших положительно, n=138) |
|---|---|---|
| Сухое вино | | |
| • Часто | 14,12% | 15,2% |
| • Редко | 70,06% | 66,7% |
| • Вообще не употребляют | 7,9% | 8,7% |
| Крепкие алкогольные напитки | | |
| • Часто | 3,4% | 1,45% |
| • Редко | 45,8% | 45,7% |
| • Вообще не употребляют | 37,9% | 42,8% |
| Креплёное вино | | |
| • Часто | 0,6% | 0% |
| • Редко | 39% | 37,7% |
| • Вообще не употребляют | 49,2% | 49,3% |
| Пиво | | |
| • Часто | 27,1% | 23,2% |
| • Редко | 48,6% | 51,45% |
| • Вообще не употребляют | 17,5% | 19,6% |
| Домашнее вино | | |
| • Часто | 3,4% | 8% |
| • Редко | 52% | 58,7% |
| • Вообще не употребляют | 32,8% | 29,7% |

ли отрицательно 9,6% женщин, испытывающих хроническую тазовую боль, и 5,1% женщин без болевого синдрома. Несмотря на то, что статистически различия не достоверны ($\chi^2=2,26$, $p=0,13$), относительный риск отсутствия удовлетворения от сексуальной жизни у женщин с наличием ХТБ составляет 1,9. Данный вопрос углубленно был изучен только при повторном опросе (2009 г.), охватившем 315 респонденток. Увеличение количества наблюдений, включенных в статистический анализ, очевидно, повысит статистическую значимость результата.

Выводы

Хроническая тазовая боль в области таза беспокоит каждую вторую молодую женщину, проживающую в Беларуси. Её интенсивность по 10-балльной шкале составляет в среднем около 5 баллов. Хроническая тазовая боль, медицинские причины которой женщине не известны, присутствует у 21-22 женщин на 100 женщин молодого возраста.

Показатели физической активности, питания, распространённости вредных привычек, конфликтности и настроения женщин, испытывающих хроническую тазовую боль, в целом соответствуют

ответствующим данным у женщин, хронической тазовой боли не имеющих. Выявлены некоторые различия, а именно те факты, что женщины с болями склонны чаще ограничивать себя в питании (прежде всего, за счёт количества пищи), что среди них меньше доля не имеющих опыта курения, ниже возраст первого употребления спиртного и выше склонность к частому употреблению крепких спиртных напитков и пива, - однако они не являются статистически значимыми.

В то же время установлено, что хотя отсутствие болевого синдрома

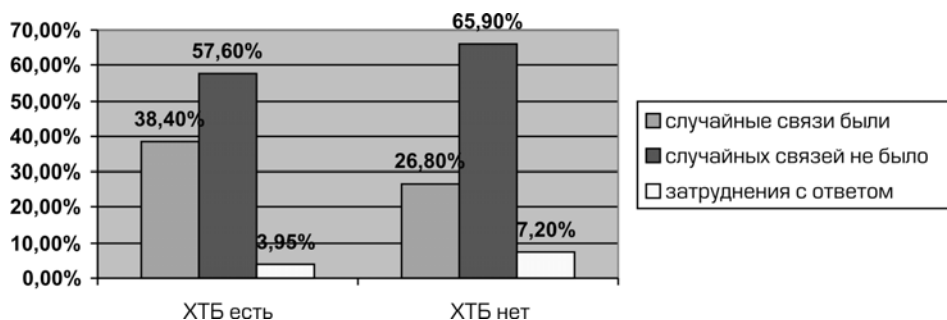


Рис. 3. Случайные половые связи у молодых женщин, отмечающих наличие хронической тазовой боли, и не имеющих хронической тазовой боли соответственно.

само по себе не приводит к позитивным эмоциям, присутствие у женщин хронической тазовой боли достоверно связано с более низкой самооценкой здоровья. Наличие боли также является статистически подтвержденным фактором формирования негативного эмоционального фона, и почти в два раза повышает риск отсутствия удовлетворения от сексуальной жизни. Вероятно, именно этим обусловлен тот факт, что женщины, отмечающие наличие тазовых болей, достоверно чаще положительно отвечали на вопрос о наличии случайных половых связей.

Заключение

Хроническая тазовая боль у женщин является междисциплинарной медико-социальной проблемой. Её актуальность для Беларуси и других стран не имеет тенденции к снижению. Решение данной проблемы только медикам не под силу. Необходимо изучение и позитивное изменение социальной среды как источника факторов, связанных с возникновением и хронизацией боли.

Литература

1. Chronic Pelvic Pain: Prevalence, Health-Related Quality of Life, and Economic Correlates /

Susan D. Mathias [et all] // *Obstetrics & Gynecology*. – 1996. Vol. 87. N.3.

2. The community prevalence of chronic pelvic pain in women and associated illness behaviour / K.T. Zondervan [et all] // *Br. J. Gen. Pract.* 2001. Vol. 179.

3. Georgina L. Jones, Stephen H. Kennedy, Crispin Jenkinson. Health-related quality of life measurement in women with common benign gynecologic conditions: A systematic review // *Am. J. Obstet. Gynecol.* 2002. № 187.

4. Moore, J., Kennedy, S.H. Causes of chronic pelvic pain // *Baillieres Clin. Obstet. Gynaecol.* 2000. № 14.

5. Gidro-Frank, T. Gordon, H. Taylor. Pelvic pain and female identity // *Am. J. Obstet. Gynecol.* 1960. № 79.

6. Тимофеева, Е.Н. Синдром хронических тазовых болей, диагностика и пути коррекции: автореф. ... дис. канд. мед. наук. – Самара, 2001.

7. Линева, О.И. Энерион в комплексной терапии больных с синдромом хронической тазовой боли // *Российский вестник акушера-гинеколога*. 2006. №2.

8. Сандомирский, М. Психобиологические - ориентированные модели психосоматических расстройств // *Психосоматика и телесная психотерапия: практическое руководство*. М., 2005. Гл. 4.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

Социолингвистическая интерпретация вербального кода управления субъекта власти

Гостенина В.И., Шилина С.А.

Современные информационные технологии основаны на различных кодах, поэтому так важно рассмотреть общее направление исследования коммуникаций как смыслового кода, который помогает разобраться в отношениях субъекта и объекта власти. Авторы представляют субъектность властной личности с помощью социолингвистического анализа текстов Посланий Президента Российской Федерации на протяжении всего периода существования института президентской власти в нашей стране.

Ключевые слова: власть, субъект власти, социолингвистический, коммуникативный код

Gostenina V.I., Shilina S.A.

Sociolinguistic interpretation of verbal code of subject of power

Contemporary informational technologies are based on different codes it is so important to consider the main direction of research as sensor code which helps to understand the relations between the subject and object of power. The authors show subject of a persons in power with the help of sociolinguistic analysis of texts of Messages of the President of Russian Federation during the whole period of the establishment of President power in our country.

Keywords: power, subject of power, communication code, sociolinguistic code.

Современные коммуникативные технологии все чаще соотносят лингвистические аспекты вербальной коммуникации субъекта власти с процессом управления, понимание смысла которого аналогично кибернетической трактовке передачи информации с помощью кодирования – декодирования и заключается в предвидении и последующем конструировании будущего положения вещей и достижении объектом управления прогнозируемого состояния в реальной социальной ситуации.

Вместе с тем прочтение теоретических источников по социологии и социологии управления, лингвистике фиксирует, что переход из сферы исследования языка в качестве коммуникативного кода к вербальному управленческому взаимодействию представляется наиболее сложным для анализа. Кроме того, наличие социальных девиантов в условиях легитимной трансформации политической системы российского общества в условиях неравновесности социальных обменов и несимметричности политических институтов и гражданского общества приводит к исследованию пробле-

мы как полипарадигмального явления. Данный подход обязывает обратиться к социолингвистике – научной дисциплине, «развивающейся на стыке языкознания, социологии, социальной психологии и этнографии» [1: 523]. Исходным субстратом социолингвистики является языковая коллектив, рассматриваемый в качестве понятия, которое определяется как на основе социальных, так и языковых признаков (наличие социального взаимодействия и единства языковых признаков). Основные категориально-понятийные единицы социолингвистического анализа – социолингвистические переменные – характеризуются соотносительностью, с одной стороны, с определенным уровнем языковой структуры: фонемологическим, морфологическим, синтаксическим, лексико – семантическим, с другой – варьированием характеристик социальной структуры общества или социальных ситуаций.

Одной из основных проблем социолингвистики является социальная дифференциация языка, решение этой проблемы проистекает из взаимосвязи языковых и социальных интенций, что отражает эволюцию общества в процессе коммуникации, т.е. исследует его как медиум устной коммуникации. Эта коммуникация связана с интеракцией среди присутствующих, но по мере общественного развития социальная значимость личного взаимодействия уменьшается.

По мысли Н. Лумана, определенность устной коммуникации имеет масштабные социальные последствия для социальных структур и форм социальной и языковой дифференциации, достижимых в этих условиях [2].

Социальная дифференциация при устной коммуникации обеспечивается автоматически, так же как и социальность в целом. Говорящий

и слушающий слышат одно и то же, и в слушании того, что он говорит, говорящий присоединяется к сообществу слушающих. Кроме того, для устно коммуницирующего общества важным является то, что одновременно протекает большое число коммуникаций, не позволяющих себя координировать. С появлением письменно фиксируемых текстов становится возможным, на взгляд Н. Лумана, жаргон низших слоев общества печатных изданий представить в качестве подтверждения статусных различий.

Для решения целого ряда конкретных практических задач важность приобретает личностный стиль субъекта власти, или вопрос о языке власти, в частности о том, как язык порождает и реализует властные полномочия в коммуникации с помощью соционормативных элементов, влияет на выбор языкового кода (например, стилистических параметров текста) и называется коммуникативно значимым – эффективным или нет для реализации властных полномочий [2: 13]. Таким образом языковые реалии становятся коммуникативно маркированными, сопряженными с конкретным социальным контекстом. Власть не может реализовать собственную коммуникативную сущность, если в собственном соционормативном компоненте проигнорирует языковые формулы власти. В случае пренебрежения ими происходит разрушение «смысловых идентичностей», которые «могут породиться лишь рекурсивно» через двойную контингенцию как необходимость нахождения общего языка власти с народом. Коммуникативное «поле идентичностей» обусловлено идиостилем субъекта власти.

Приведенный социологический и социолингвистический экскурс позволяет власть интерпретировать в



лудмановской трактовке как «символически генерализованное средство коммуникации» [2: 10]. Представленные интенции коммуникативного кода позволяют исследовать контекст вербальных речевых единиц субъекта власти с позиций социологии управления в качестве комплекса связанных между собой денотатов на предмет идентификации власти и управляемых ею объектов социума [3, 4].

Исследуем код коммуникации субъекта власти не только как экстраполяцию властных отношений на социум, но и как идентификацию властных структур с гражданами страны и как ответственность властного субъекта за других людей. Основанием для такого исследования служит анализ Посланий, представляемых властвующим субъектом Президентом Российской Федерации ежегодно Федеральному Собранию.

Прежде всего, коснемся анализа самого понятия «субъектность», перенесенного из современной социологической теории структурализма, в которой термин трактуется как обладающий парадоксальным и противоречивым значением, на лингвистическую основу, где определяется как синоним «личности», или «деятеля». Сложность понимания субъектности происходит из означения деятельности, действия, авторства, но также и отражения состояния подчинения (*subjection*), так как использование в социологии дефиниции «субъект» предполагает как деятельность, так и подчинение. В данном контексте субъектность возможно рассматривать и как самосознание субъектов в социальной конструкции, принимающей формы, соответствующие различным типам управления. В этом смысле понятие субъектности пересекается с определением идентичности, выраженным в идиостиле.

Считаем возможным ограничить рассмотрение констант идиостиля, реализуемых средствами лексического уровня, такими как специфика экспликации субъективной позиции автора в контексте, «пристрастие к определенным приемам создания образности в контекстах» [5: 121].

Прежде всего обратимся к определению идиостиля. *Идиостиль* – система установок и отношений языковой личности к миру, воплощенных средствами идиолекта; он отражает индивидуальность и особенности мировидения субъекта. Установки зависят от целей, замысла, взглядов автора на языковую материю и проявляются в тенденциях отбора и сочетания средств, предназначенных для их воплощения. «Состав средств идиолекта в силу этого оказывается относительно очерченным, допускающим учет, классификацию, описание и сравнение/сопоставление, и, безусловно, отличным от состава идиолекта любой другой языковой личности» [5: 126].

Наиболее заметное место занимает в нем, по нашему убеждению, лексика определенных пластов – стилистически окрашенная, призванная усилить или передать то или иное впечатление, оценку, характеристику, художественно – эстетический эффект и т.п., ибо одной из особенностей текста любого жанра является передача не только эксплицитной, но и имплицитной информации, отражающей именно субъективно-личностный аспект. Предпочтение определенных кодифицированных языковых средств, устанавливаемое по их частотности, представляет собой особенность идиостиля [5: 127].

В исследованиях Е.И. Дибровой закономерно идиостиль как стилево-стилистический параметр относится к способу выражения содер-

жания текста в коммуникативно-когнитивной модели текстопорождения [6: 136]. Подчеркнем, индивидуальному, выявляющему субъективные пристрастия через предпочтение.

Важность обращения к исследованию идиостиля проследим на примерах Посланий Президента Российской Федерации как субъекта власти Федеральному собранию, которые обусловлены решением социальных проблем, которые зависят от ситуаций, существующих в обществе, и властных отношений, реализуемых в коммуникации. Представленные интенции коммуникативного кода позволяют исследовать современный контекст вербальных и невербальных речевых единиц субъекта власти с позиций социологии управления в качестве комплекса связанных между собой денотат на предмет идентификации власти и управляемых ею субъектов. Анализ кода коммуникации субъекта власти на примере Посланий Президента Российской Федерации Федеральному Собранию отражает не только экстраполяцию властных отношений на социум, но и ответственность власти за других людей. Основанием для такого заключения служит онтологический анализ самого понятия «субъектность», перенесённого из современной социологической теории структурализма, в которой термин трактуется как обладающий парадоксальным и противоречивым значением на лингвистическую основу, где определяется в качестве синонима «личности» или «деятеля». Сложность определения субъектности происходит из значения деятельности, действия, авторства, но также и отражения состояния подчинения (subjection), так как использование в социологии дефиниции «субъект» предполагает как деятельность, так и подчинение.

Проследим динамику легитимацию власти по отношению к социальным девиантам объекта управления. В первом Послании Федеральному Собранию Д.А. Медведев наметил пути преодоления негативных явлений в обществе. Президент Российской Федерации считает, что приоритетом политической система должна стать справедливость: «Справедливость, понимаемая как политическое равноправие, как честность судов, ответственность руководителей. **Реализуемая как социальные гарантии, требующая преодоления бедности и коррупции. Добивающаяся достойного места для каждого человека в обществе и для всей российской нации - в системе международных отношений**» [7: 2]; «Вторая тема - это значение Конституции для формирования качественно новой правовой системы и независимого суда. **Для избавления от коррупции и правового нигилизма**» [7: 5].

Эпитет в Послании Д.А. Медведева придает особую остроту высказыванию: «В России на протяжении веков господствовал культ государства и **мнимой** мудрости административного аппарата» [7: 5]. В следующем контексте благодаря металингвистически окрашенным эпитетам у адресата вызывает положительное отношение к высказыванию Президента: «Мною сейчас сформулированы вполне конкретные решения по развитию гражданского общества и демократического государства. Они продиктованы желанием видеть нашу Россию уже в близком будущем **передовой, прогрессивной и удобной** для жизни страной, **цветущим** и основанным на **справедливых** законах сообществом **свободных** людей. Это первоочередные задачи, которые будут решаться без промедления» [7: 8].

В Послании Д.А. Медведева порой сквозит ирония, как, например,



в таком высказывании: «В результате, государственный аппарат у нас в стране – это и **самый большой** работодатель, **самый активный** издатель, **самый лучший** продюсер, **сам себе суд**, **сам себе** партия и **сам себе** в конечном счете народ. Такая система – абсолютно неэффективна и создаёт только одно – коррупцию. Она порождает массовый правовой нигилизм, она вступает в противоречие с Конституцией, тормозит развитие институтов инновационной экономики и демократии» [8: 6].

Благодаря иронии Президент дистанцирует себя от госаппарата, приближая себя таким способом к народу.

Развивая далее постулаты легитимации власти в своем первом Послании, Д.А. Медведев во втором Послании Федеральному Собранию (2009) напоминает о статье «Россия, вперед!»: «В своей статье я назвал коррупцию одним из главных барьеров на пути нашего развития. Очевидно, что борьба с ней должна вестись по всем направлениям: от совершенствования законодательства, работы правоохранительной и судебной систем – до воспитания в гражданах нетерпимости к любым, в том числе бытовым, проявлениям этого социального зла» [7: 11]. Идиостиль Президента Российской Федерации способствует положительному принятию постулируемых положений.

В одной из фраз говорится «...о масштабах коррупции, поразившей наше общество. Однако одними **«посадками»** проблему не решить. Но **сажать** надо» [7: 11]. Употребление нарочито сниженной лексики («посадки» от «сажать» в значении «помещать куда-нибудь, заставляя что-нибудь делать или находиться в каком-нибудь состоянии. *Сажать в тюрьму*» [9: 459; 565], причем это окказиональное употребление существительного, так как только от

глагола в 1 и 2 значениях образуется дериват «посадка») привлекает внимание реципиентов, тем самым создавая условия обратной связи (ремарка «аплодисменты» подтверждает это). Средства выразительности, используемые в Посланиях Президента Российской Федерации Федеральному Собранию характеризуют языковую личность как соответствующую поставленной говорящим задаче: информативной, прескриптивной (воздействие на адресата), экспрессивной (выражение эмоций), межличностной.

Обращает на себя внимание особое построение Послания 2009 года: Президент неоднократно подчеркивает предварительность обсуждения многих положений данного документа: «Я обратился с предложением подумать о том, ... что необходимо сейчас предпринять для изменения качества жизни в России, для обеспечения лидерских позиций нашей страны в мире.

В ходе развернувшейся **общественной дискуссии** я получил множество откликов и писем в самой разной форме, разговаривал с людьми разных политических взглядов и профессий ...

Благодарю всех вас за участие в открытых дебатах о новой политической стратегии: и тех, кто разделяет мои взгляды, и тех, кто предлагает другие решения. Нас объединяет одно, как минимум одно – понимание того, что перемены необходимы и что только **от нас самих зависит**, какой будет Россия для наших детей и внуков, какое место займёт в будущем мире.

Многие **ваши идеи были учтены** при подготовке Послания, выработке предложений, реализация которых и будет означать последовательную и системную модернизацию России» [7: 1]. И далее: «**Много предлагается идей** по увеличению инвестиций в инфраструктуру.

И, в общем, это понятно. Инфраструктура у нас недофинансирована» [7: 2]. Здесь наглядно продемонстрировано воплощение основного принципа демократии – обсуждения с широкими слоями перспектив развития России, насущных проблем, стоящих перед государством и народом.

Литература

1. Швейцер А.Д. Социоллингвистика / Русский язык: Энциклопедия // Главный редактор Ю.Н. Караулов. М.: Научное издательство «Большая Российская энциклопедия»; Издательский дом «Дрофа», 1997.
2. Луман Н. Власть / Перевод с немецкого А.Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2001.
3. Шилина С.А. Анализ социоллингвистического кода субъекта власти как социальной характеристики коммуникационного процесса // Социология власти. № 6. М.: Издательство РАГС, 2009. С. 88-95.
4. Гостенина В.И., Шилина С.А. Управление вербальным социоллингвистическим кодом субъекта власти в коммуникативном процессе. М.: Издательство «МГИМО - Университет», 2008.
5. Леденева В.В. Особенности идиолекта Н.С. Лескова. Монография. М.: МПУ, 2000.
6. Диброва Е.И. Коммуникативно-когнитивная модель текстопорождения // Семантика языковых единиц; Доклады V Международной конференции. Т. 2. - М., 1996. С. 133-139.
7. Медведев Д.А. Послание Федеральному Собранию Российской Федерации 12 ноября 2009 года, 13:45 Москва, Большой Кремлёвский дворец / www.kremlin.ru/transcripts/5979.
8. Полный текст Послания Д. Медведева Федеральному Собранию // Финмаркет. 05.11. 2008. 16:34. Главные новости.
9. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1987.





СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ

Социальная память в современной России: трансформация или деструкция?

Лыкова В. В.

В статье рассматривается трансформация структуры и динамики социальной памяти в современном российском обществе, выявление динамики взаимодействия «изобретенной традиции» с механизмами самоорганизации социальной памяти, анализ социокультурных особенностей трансформации памяти о советском прошлом.

Ключевые слова: социальная память, «управление прошлым», память о советском прошлом, «работа памяти», политика памяти.

Lykova V.V.

Social memory in modern Russia: transformation or destruction?

This article is devoted to the transformation of the social memory's structure and dynamic in the modern Russian society, exposing of the interaction dynamic between «invented tradition» and the self-organization mechanisms of the social memory, analyzing of socio-cultural peculiarities of the soviet past memory's transformation. Keywords: the social memory, «the past management», the soviet past memory, «the memory action», «the memory policy».

Присущие современным преобразованиям нелинейность исторического процесса, перманентное переструктурирование его универсального, коллективного и индивидуального уровней, умножение числа акторов вызывают к жизни множество новых и обновленных форм идентичности. Непрерывный процесс самоидентификации становится ведущим в современном развитии, в ходе которого социальный актер узнает себя, конструирует и меняет жизненные смыслы, адаптируя мир к себе и себя к миру. Большинство исследователей сходятся на том, что отличительными чертами идентичности в глобализирующемся мире являются динамизм и нестабильность.

Нарастающее многообразие идентичностей в условиях динамизма и нестабильности повышает свободу выбора субъектом своей, а для индивида - своих идентичностей. Но в то же время ведет к распространению неустойчивых, иногда даже внутренне противоречивых идентичностей, таких, например, как всплеск гибридных (русский латыш) и маргинальных идентичностей.

Добавляет неустойчивости, и даже, поверхности в процессах самоидентификации манипулятивное влияние массовой культуры, осуществляемое в интересах правящих групп. В этом случае индивидуальная идентичность становится прерывистой серией быстротечных самоидентификаций с моделями, произведенными массовой культурой. Сейчас, особенно в западноевропейской и американской культурах наблюдаются явления «кризиса индивидуальности», вызванного, прежде всего стереотипизацией жизненных стратегий личности на основе ее «индоктринации» с помощью СМИ и массовой культуры.

Так, Дж. Арнет показывает, что изменения в поведении заметнее всего на молодежи и подростках: речь идет о закреплении деструктивного поведения и хаосе идентичностей [8, 774-783]. Идентификационный хаос, угрожающий массовой деструкцией идентичностей, согласно Томлинсону, имеет место, когда разрыв с традиционными практиками и мировоззрением приводит к утрате культурных смыслов [9].

Развитие указанных социальных изменений приводит к усилению значимости первичных идентичностей, то есть тех устойчивых элементов культурных моделей, которые обычно описываются как традиционные или традиционалистские. Ученые отмечают, что особенностью постмодернистских преобразований, в отличие от модернизации, является опора на традиции, на социо-исторический опыт страны в любой форме от теоретически-отрафлексированного до коллективно-бессознательного. Следовательно, в странах, осуществляющих постмодернизацию (и даже модернизацию) в современных условиях взаимосвязанного мира, особую важность приобретает работа с накопленным социокультурным багажом обще-

ства, его осмыслением и переводом в символические формы, то есть социальной памятью общества.

Ядро же социокультурного багажа, социальной памяти составляют традиционные ценности, которые мы понимаем как то, что передается, наследуется от поколения к поколению. Долгое время было принято считать, что традиционные ценности противостоят ориентации на модернизацию. Однако, как мы видим, модернизация (и постмодернизация) в глобализирующемся мире снимает остроту этого противостояния: первичная идентичность приобретает качественно иные характеристики. Происходит ренессанс традиционных ценностей (религиозных, этнических, национальных), которые реконструируются, а иногда и создаются вновь из социальной памяти в присущей им эмоциональной и зрелищной форме, что позволяет привлечь потребителя как внутри общности, так и на мировом рынке социокультурных образцов.

Традиционные ценности служат основанием как для формирования новых форм идентичности (например, локальных сообществ), так и реконструкции (обновления) прежних идентичностей. Все акторы пытаются вписаться в глобальные контексты как субъекты трансформации, используя как позитивные (когда это возможно), так и негативные идентичности (когда эти возможности перекрыты). Но и в том, и в другом случае, эти конструируемые идентичности для легитимизации себя как социо-исторических субъектов нуждаются в длительной истории и социальной памяти.

В идеале в современном мире закладываются основы культурной демократии, когда через участие в конструировании массовых коммуникаций во времени и пространстве свой вклад может внести каждый ее участник. Его индивидуальный



(локальный, групповой) социокультурный опыт преобразуется в социально значимую идентичность в сложном механизме взаимодействия целенаправленной культурной политики и саморегулирующейся деятельности на основе еще не артикулируемых, но ощущаемых потребностей всех участников исторического процесса.

Таким образом, современное массовое, информационное и глобальное общество требует замены прежних механизмов социального наследования, которые были в значительной степени самоорганизующимися, неспешными, постепенными, гомогенными. Социально конструктивный характер современных трансформаций требует социального моделирования прошлого с целью изменить настоящее и, тем самым, воздействовать на будущее. Эта конструируемость прошлого, его постоянная изменчивость, позволяющая современным субъектам постоянно менять свою идентичность и вписываться в динамику социально-исторических процессов, и вызывает к жизни такой феномен, как социальная память.

Социальная память социо-исторических субъектов – это «плавильный котел», где взаимодействуют временные пласты социо-исторического опыта во всем разнообразии форм от мифов до социальных практик, и где с помощью социогенетических социокодов структурируется будущая модель общества. Механизм преобразований в социальной памяти носит смешанный самоорганизующийся – конструктивистский характер, где конструирующую функцию выполняет элита в идеале отражающая как осознанные, так и еще только смутно предчувствуемые социальные потребности. Они рефлексированы, артикулируются и транслируются с опорой на реальные традиции или

специально сконструированные квазитрадиции.

В современных быстро меняющихся обществах, в том числе и в России, идет модификация социальной памяти как в отношении ее содержания и механизмов функционирования, так и носителей (субъектов). Если обратиться к анализу содержания, то, прежде всего, в социальной памяти, которая консервативна по своей сути, усиливаются инновационные, творческие процессы. Инновация осуществляется через умножение интерпретаций и реинтерпретаций событий прошлого, их переозначивания и рекомбинирования. Эти «игры» с прошлым делают адаптацию индивида и общества к быстро меняющемуся миру более успешной.

Сегодня субъекты более открыты к пониманию и даже принятию чужого, иного варианта прошлого, что позволяет усилить их творческий потенциал, но потенциально несет угрозу разрушения уже новых, так и традиционных идентичностей. В процессе формирования новых, более адаптивных идентичностей, субъекты, как правило, используют как социо-исторические интерпретации из наиболее престижных инокультурных социальных контекстов (цивилизаций, наций, групп и т.д.), так и обращаются к своей исторической памяти.

В собственной же социо-исторической памяти также сосуществуют множественные (групповые) интерпретации прошлого, и также возникает необходимость быть более открытым к иной картине прошлого. Потребность современного общества в интегративном взаимодействии разнообразных «версий» прошлого возрастает не только потому, что мир становится более многообразным, но внутри самого общества нарастает многообразие социокультурных субъектов – регио-

ны, локальные общности, социальные движения, активные индивиды. Таким образом, сами общества становятся мозаикой субкультур, каждая со своей социальной памятью. Естественно, что интегрировать такое общество в доминирующую коллективную идентичность с общей социальной памятью гораздо сложнее, но банк социальной информации в этом случае гораздо богаче и возможности вариабельнее.

Социальная память – это совокупность символов, кодирующих социальный опыт и действий, принимаемых группой или социумом по символической реконструкции прошлого в настоящее. Все это богатство «картин» и образов прошлого, возможно, синхронизировать не только вследствие большей открытости и толерантности социо-исторических субъектов, но и путем использования научного знания, теоретического и прикладного (технологических практик).

Именно в социальной памяти осуществляется трансформация традиции, но в современных обществах после серии разрушительных для традиции либеральных и социалистических инноваций невозможно и для элиты, и для масс даже восстановить традиции без опоры на социогуманитарное знание, особенно историю или точнее новое историческое знание.

Поворот к новой эпистемологии истории и других социо-гуманитарных наук только обозначился и называется по-разному. В одних случаях, когда исследователи (чаще историки) делают акцент на практике и технологиях, таких как «мемориальные практики» (Я.Ассман, П. Нора, П. Хаттон), с помощью которых связывается историчность и технологичность субъектов, расширяются пределы социоисторического времени, восстанавливается его единство.

В других актуализируются теоретические аспекты, такие, как смена парадигмы гуманитарного знания – формирование эмпатической эпистемологии. Она призвана соединить людей, живущих в разных верованиях и временах в ходе общей согласованной деятельности, охватывающей не только артефакты, но и экофакты (живые существа), но и общие идеи. Все это можно обозначить, как стремление не изобретать традицию, а «вклиниваться в нее». В частности, в исторической науке, по оценке О.М. Медушевской формируется когнитивная история, когда в исторических моделях учитываются человеческие эмоции, интуиции, жизненные контексты, субъективные представления о реальности [3]. Аксиологическое содержание исторического познания актуализируется в связи с ростом в современной социо-исторической деятельности значимости национальных (традиционных) ценностей.

Сведение воедино «расколотого мира» приводит к появлению новых, гибридных идентичностей. Однако расширение возможностей человека сопровождается рядом опасностей, как для индивидуальной, так и для коллективных идентичностей.

Индивид, не идентифицирующий себя ни с цивилизацией, ни с культурой нации, ни с локальными группами по месту рождения, ни со своей исторической эпохой оказывается вне сложившихся социальных связей и сетей. Появившиеся возможности выбора привлекательной для социального субъекта идентичности (ей) порождают проблемы самосохранения для всех видов социальных групп и институтов.

В частности, формирование одной из самых значимых коллективных идентичностей – национально-государственной. В условиях глобализации и модернизации возникает



угроза утраты или ограничения суверенитета национальных государств. Национальное государство по-прежнему необходимо, так как выражает общество в качестве творца его собственной истории, оно устанавливает отношения настоящего с прошлым и будущим, а также отношения внешнего и внутреннего. Как ни странно, в трансформирующемся обществе государство все больше зависит от индивида. В условиях многообразных возможностей глобализирующегося мира сохранение государства все в большей степени становится зависимым от индивида, его добровольной и осознанной национально-государственной самоидентификации. Государство, апеллируя к общей памяти о прошлом, пытается сконструировать и навязать государственную идентичность, сделать доминирующей среди других коллективных идентичностей. Подобная же ситуация складывается и с конфессиональными, национальными, этническими и, потенциально, даже с цивилизационными идентичностями.

В то же время перед обществом и государством встает необходимость сохранения многообразных коллективностей и идентичностей, потому что эффективность развития общества, а иногда и возможности его выживания, связаны не с гомогенностью и однообразием, но в большей степени с увеличением объемов накапливаемого социального опыта, т.е. сохранением и наращиванием разнообразия.

Одним из важных средств спасения человека, социальности и культуры, адаптации к многообразным возможностям современного общества является сохранение ряда традиционных ценностей, которые укоренены в коллективной и индивидуальной памяти.

Социальная память это и есть творческое воссоздание прошлого в

контексте настоящего. На смену делению времени на прошлое, и будущее приходит представление о непрерывном временном потоке, в котором люди одновременно ощущают себя и наследниками, и создателями. Для всех социальных субъектов появляются потенциальные возможности обладать «историчностью» (А. Турен), то есть способностью конструировать себя, исходя из культурных моделей и используя конфликты и общественные движения [6, с. 9-10].

Однако «управление прошлым» для влияния на будущее пытаются в первую очередь захватить те, кто непосредственно связаны с осуществлением властных полномочий, в частности с обоснованием легитимности данной власти. Господствующие на разных уровнях (мира, цивилизации, государства) группы в целях сохранения своей гегемонии занимаются производством не только истории, но и в целом воздействием на индивидуальную и групповую память. Манипуляции осуществляются как ввод через ангажированных «операторов» (ученых, публицистов, деятелей культуры, особенно массовой и т.п.) и СМИ «нового» понимания прошлого и, базирующихся на нем новых (более престижных) а идентичностей.

Как указывает П. Рикер, манипуляции осуществляются на уровне идеологии. Идеологический процесс является скрытым по двум основаниям: скандальный характер и маскировка. Вместе с тем идеологический процесс отличается крайней усложненностью. Рикер предлагает три уровня манипуляций в идеологии: искажение реальности, легитимизации систем власти и интеграция мира в целое с помощью символических систем, имманентных действию. П. Рикер отмечает практически неискоренимый характер влияния идеологии на память,

так как оно закладывается на самом глубинном уровне – уровне символически опосредованного действия [7, с.121].

Воздействие осуществляется не только в виде манипуляции, но и как влияние на формирование идентичности через нравы и нарративы (обладающие чувством сопричастности прошлому, вживание в сознание людей далекой эпохи), имеющие целью легитимацию порядка. Власть использует эту потребность в целях собственной легитимации, используя идеологию. По мысли Рикера, результатом идеологического воздействия является *навязанная память и дозволенная история* [7, с.125]. Навязанная память – официальная память, которой обучили с помощью принудительного запоминания, официально признанного стандарта идентичности и специально созданного комплекса мемориальных церемоний (ритуалов, мифов, дат, памятных).

В связи с этой активной конструирующей деятельностью вопрос о том, можно содержательно изменить память и, если это возможно, то в течение какого времени приобретает не только теоретическую, но и политически – прикладную значимость. Пока наиболее распространенной является точка зрения Ассмана, эмпирически подтвержденную историком Й.Рюзенем, о том, что кардинально память можно преобразовать в течение существования живой памяти (2-3 поколений) [5, с.9].

Можно ли быстрее с использованием современных средств информационного воздействия? Практика советского прошлого и современных постсоветских обществ показывает, что это возможно, по крайней мере, в краткосрочном историческом времени. Для этого необходимо подавить память и социальную активность предыдущих доминантных групп,

лишить или ограничить их выход в информационное пространство, а главное, оценить их вклад в историю нигилистически, сделав их историческими и социальными маргиналами. Задача облегчается тем, что это, как правило, старшие поколения, чей социальный опыт и так устаревает в современном обществе очень быстро.

Как мы полагаем, по аналогии с навязанной памятью можно говорить о *навязанной социальной амнезии*. Как мы уже отмечали, в современных условиях процесс социальной амнезии перестает быть стихийно-самоорганизующимся, возрастает доля и роль конструктивного вмешательства, как со стороны индивида, так и значимых социальных сил. Особую активность она приобретает в условиях трансформаций, когда картины прошлого, существующие в общественном сознании, резко отличаются от официальной памяти, формируемой победившими социоисторическими субъектами. В этом случае нужно принять и освоить не только новые или новому рассматриваемые исторические события и персонажи, но и забыть старый мнемонический порядок. Механизмы социальной амнезии, с одной стороны, на рационально осознаваемом уровне более эффективны, чем усвоение «новой» истории, так как забывать проще, «естественнее», особенно в условиях необходимости освоить огромные объемы информации, все время быстро меняющейся. Но, с другой, на уровне бессознательных пластов, где полученный социальный опыт сворачивается в социокоды – матрицы осмысления истории, социальное забвение неконтролируемо (пока, во всяком случае) или же, как полагают некоторые ученые, отсутствует как таковое. Сошлемся на концепцию панхронизма культурной памяти Ю.Лотмана.



Быстрая, а иногда и молниеносная (в историческом плане) модернизация (усвоение/ забвение) социальной памяти формирует ряд противоречий, как на уровне индивидуальной, так и социальной памяти, что приводит к возникновению социальной травмы (П.Штомпка). Индивидуальная память не может полностью быть изменена содержательно, человек не может полностью переписать свою биографию или поменять оценки на противоположные, не получив психического срыва или социального подкрепления. Проще изменить коллективную память, так как она плюралистична по своей основе, в ней представлены не только различные, но иногда противоположные версии прошлого.

Российская история обладает рядом специфических особенностей: глубиной и антагонизмом перемен; реформирование сверху обязательно сопровождается массовым движением в защиту традиции, при этом модифицируются как содержание реформ, так и субъекты преобразований; возвратным («рецидивирующим») характером реформирования; социально затратным принципом перемен, особенно для широких масс, для которых проблема выживания деформирует их инновативные возможности, подталкивая к возрождению архаичных или асоциальных социальных практик, в то же время элита и околоэлитные слои усваивая и укореняя новые жизненные формы, приспособливают только к себе, тем самым затрудняя (сознательно или неосознанно) процесс массового освоения.

Процесс разрушения социальной памяти носит перманентный для нашей страны характер и, хотя деятельность реформаторов ограничивается процессами стихийно-восстановливающимися на основе культурно-исторических социокодов, неоднократное повторение механиз-

мов деструкции и их наложение создает эффект мультипликации, в результате чего деформация может затронуть социокультурное ядро российского общества.

Идет очевидная атака на установившееся в ходе совместной истории центральное место главного исторического субъекта – русский народ с его версией социо-исторической памяти, что угрожает сохранности цивилизационного кода. Новые «коллективные памяти» часто альтернативны прошлому, они (пока) не структурируются в общую модель, они чаще анклавны, а в некоторых случаях взаимоисключают друг друга.

Тем не менее, такое усложнение, диверсификация социальной памяти россиян, когда формируется или реконструируется многообразие коллективных форм памяти (от этносов до семей), является, безусловно, необходимым для успешной трансформации России в постсовременность, так как появляется возможность создать более гибкую, вариативную и демократичную модель социальной памяти, что позволит гармонизировать сосуществование многообразных «образов прошлого», а значит и будущего.

Процессы социальной преемственности протекают в России особенно непросто как в связи со сложностью социальной структуры и глубиной преобразований, так и осуществлением проектов, как правило, противоречащих прошлому опыту. В России развитие происходит не через осмысление, критическую проработку «традиции», что предполагает ее знание, сохранение (как в западных странах), а путем ее дематериализации. И.И.Глебова, как и многие другие исследователи, справедливо отмечает, что, стремясь осовремениться, мы пытаемся использовать западный социальный проект, совершая при этом посто-

янно повторяющиеся ошибки [2, с.243-244]. Проектирование преобразований в нашей стране, как правило, рассчитано на кратчайшие исторические сроки, поспешность сопровождается некритическим подходом, как опыту западных стран, так и собственному прошлому. Разрушается все, что не соответствует «единственно верному» (признанному в настоящий момент прогрессивным) варианту развития.

В то же время символические основы русской культуры, ее системообразующие ценности сохраняются, меняясь минимально, так как была и остается значительной роль бессознательных механизмов преемственности. Можно сказать, что русские сохраняют преемственность, прежде всего, символически, духовно и эмоционально, поскольку жили и живут в большом и мало меняющемся пространстве-времени.

В этом одна из онтологических причин запаздывающей рефлексии российского общества по поводу недавнего прошлого. События, сильно травмирующие историческое сознание, подвергаются относительно забвению или вытеснению не в течение примерно пятнадцати лет (как в большинстве стран), в России этот процесс затягивается и очень часто становится перманентным (ожесточенные споры о роли Ивана Грозного, Петра, Сталина продолжаются и в наше время).

Мы полагаем, что запаздывание с осмыслением трагических событий собственной истории в современном мире, где идет непрерывная «война историй», грозит утратой завоеванных социальных позиций. В общественном сознании начинают утверждаться исторические интерпретации конкурирующих социальных сил. В результате эти реинтерпретации могут обесценить значимое для нашего общества историческое событие, потерять его для истори-

ческой памяти, и тем самым поставить под сомнение преемственность групповой идентичности.

В результате исторический процесс осознается как прерывистый, в нем появляются исторические лакуны, провалы (усиливающие стохастичность истории), соответственно затрудняется развитие общности как социоисторического субъекта, так как полученный исторический опыт не осмысливается, и, следовательно, не используется при решении задач настоящего и будущего.

Следует отметить, что особое значение работа с памятью имеет для элит. В современных информационных обществах «управление прошлым» осуществляется в интересах властвующих элит и с помощью научного (экспертного) сообщества, а также средств массовой информации. Как правило, в этих случаях возникает нестыковка «обыденного» знания о прошлом и легитимизированного, официально признанного. Я.Ассман отмечает: память представляет собой постоянно требуемый от элит опыт социального тренинга, введения в господствующий (культурный) канон и установления иерархии значений. Элиты должны заниматься памятью, должны быть связаны, ограничены ею, это дает знание своего национального организма, заставляет действовать, исходя из социально возможного, допустимого [1, с. 52-54].

Но, ни в одном из современных обществ разрыв между элитой и «массой» не представлен так остро, как в нашей стране. Вся наша история демонстрирует глубинный социальный дуализм, хотя, на наш взгляд, в советской истории была сделана попытка, и безуспешная, сформировать элиту из «народа», преодолеть этот разрыв. Однако осуществление этого проекта проходило при элиминировании (по крайней мере, социальном) значитель-



ной части дореволюционных элит и породило массу негативных последствий. Укажем на такие, как снижение качества элиты и воспроизведение раскола внутри самой элиты.

Итак, существование глубокого раскола между элитными и массовыми слоями выработало свои практики взаимодействия, которые принципиально не меняются ни в дореволюционной, ни советской, так как и в постсоветской России. Его механизм раскрывает исследователь Э. Морен при анализе социального опыта советской системы. Он указывает, что основу советской системы повседневности составляет сотрудничающее сопротивление или сопротивляющееся сотрудничество власти и народа. «Сохранение личной жизни, ее эмоциональное богатство помогает переносить рабскую жизнь... Массовая изворотливость позволяет избежать торможения и неподвижности. Левая работа, черный рынок, всевозможные махинации не позволяют замереть экономически-социальному кругу в обществе. И в этом смысле гражданское сопротивление поддерживает в функциональном отношении систему, которой оно же и противостоит» [4, с. 85-86].

Победившие в социальных трансформациях 1990-х годов группы (и их элиты), используя профессионалов в сферах знания и информации, продолжают практику решительного разрыва с прошлым укладом, советскими традициями, которые уже укоренены в массовых слоях, их социальной памяти. Они пытаются перекодировать прошлое, акцентируют внимание на негативных явлениях, на антигуманности событий советского прошлого, стремясь вызвать по отношению к нему отрицательные эмоции, потому, что именно через позитивные эмоции может восстанавливаться связь с прошлым.

Однако те, на кого направлена «политика памяти» реформаторов не просто пассивные ее потребители, они же и производители и носители других образов прошлого – дополняющих, уточняющих, оппозиционных. Это усложняет, а в некоторых случаях делает непредсказуемым функционирование памяти. Так в памяти начинают доминировать какие-то периферийные или второстепенные образы, меняя устоявшуюся диспозицию, например, в современной России произошла позитивная актуализация образа Сталина, невзирая на активную политику реформаторских сил по его исторической дискредитации.

Таким образом, конструирование памяти может оказаться эффективным только в том случае, если внедряемое не противоречит архетипическим ценностям, разделяемым большинством. В противном случае либо начнется «война историй», которая вполне может завершиться гражданской войной, либо из социоисторического творчества может быть выведена часть населения страны, возможно, значительная. Что при современной глобальной динамике неизбежно вызовет замедление темпов развития (застой) и, тем самым, обострение борьбы за наиболее эффективный вариант будущего, следовательно, вновь начнется переписывание прошлого с целью «укоренения» новых властных групп. Все это порождает особенный характер и структуру социальной памяти в российском обществе: революционный, разрушительный способ преобразований дополняется и компенсируется сохранением многообразных пластов социального опыта, которые могут храниться как «официальная» память, «контрпамять» (М. Фуко), «маргинальная» память, «скрытая история» (Ф. Ариес) и т.д.

Таким образом, в современных преобразованиях усиливается кон-

структивная составляющаяся, проявляющаяся в не столько в «работе памяти» (П. Рикер), сколько в «работе» с памятью. Воздействие на социальную память идет через навязанную память и дозволенную историю (П. Рикер) и дополняется сегодня, что самое опасное, навязываемой социальной амнезией. В результате объем хранимого социального опыта резко сокращается именно в современных трансформациях, где его многообразие является залогом успеха преобразований.

В эти деструктивные процедуры по «расчистке» памяти массово вовлекаются россияне, от которых различные социальные силы (внутри и вне страны) требуют забыть «проклятое» советское прошлое для успеха реформирования, как было в свое время с «проклятым» царским прошлым. Хотя, по нашему мнению, успех связан не только с отрефлексируемым советским опытом, но и с восстановлением (которое уже началось) памяти о досоветских формах жизни, или с их реконструкцией в виде «изобретенных традиций» (Э. Хобсбаум), если они утрачены [10, с. 1-14].

Литература

1. Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. – М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 52-54.
2. Глебова И.И. Ранний постсоветизм в политико-историческом контексте / РАН ИНИОН. – М., 2006. – С. 243-244.
3. Медушевская О. М. Теория и методология когнитивной истории. – М.: РГГУ. 2008).
4. Морен Э. О природе СССР. Тоталитарный комплекс и новая империя. М., 1995. – С. 85-86.
5. Рюзен Й. Утрачивая последовательность истории некоторые аспекты исторической науки на перекрестке модернизма, постмодернизма и дискуссии о памяти) // Диалог со временем. 2001. Вып. 7. С. 9.
6. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. – М.: Научный мир, 1998. С. 9-10.
7. Рикер П. Время и рассказ. Ч. 2. Конфигурация в вымышленном рассказе. – М.- Спб. 2000. С. 121-125
8. Arnett J.J. The psychology of globalization // Am. Psychol. 2002. 57. P. 774-783.
9. Tomlinson J. Globalization and Culture. Chicago: Univ. Chicago Press, 1999.
10. The Invention of Tradition / ED. By Hobsbaum E., Ranger T. – Cambridge, 1983.



Концепция русского мира: перспективы консолидации российского общества



Пенькова Е.А.

В статье концепция русского мира рассматривается в качестве консолидирующего фактора в условиях неопределенности в сфере идентификационных поисков современного российского общества. Обосновано, что русский мир – сложный социокультурный феномен, который стоит выше этноконфессионального, геополитического, экономического и других измерений современного российского общества. Он объединяет историю, культуру, ценности, традиции русского народа, цивилизационная роль которого признается на методологическом уровне.

Ключевые слова: русский мир, концепт, идентичность, общность, Православие, русский язык, культура, символ, молодежь, консолидация.

Penkov E.A.

Concept of the Russian peace: the prospect of the consolidation of the Russian society

In the article concept of Russian world is considered as the consolidating factor in conditions of uncertainty in sphere of identification searches of a contemporary Russian society. The Russian world is a complex sociocultural phenomenon which is positioned above ethnoconfessional, geopolitic, economic and other dimensions of a modern Russian society is proved. It unites history, culture, values, traditions of the Russian people, whose civilizational role admits at a methodological level.

Keywords: Russian World, Concept, Identity, Community, Russian Church (Orthodoxy), Russian Language, Culture, Symbol, Youth, Consolidation.

Кризис российской ментальности, кризис идентичности, отсутствие единой национальной идеи – одни из главнейших проблем, которые сегодня волнуют представителей российской интеллигенции. Это подтверждается появлением идеи создания приоритетных национальных проектов, участвующимся упоминанием в лексиконе политических деятелей, языке СМИ, научных текстах таких понятий, как «русская самобытность», «русский национальный характер», «единство», «духовность» и многих подобных.

С недавнего времени дополняет этот ряд концепт *русский мир*. Несмотря на большую популярность его использования в публицистической и повседневной речи, содержание его метафорично, статус маргинален, в то время как на теоретико-методологическом уровне этот концепт остается практически неразработанным и является скорее речевым оборотом, нежели конкретной научной категорией, обладающей вполне определенным набором смыслов. На наш взгляд, именно он обладает наибольшей когнитивной ценностью для понимания характера социокультурных процессов в современной России.

Концепция *русского мира* при конструировании новой идентичности россиян, по нашему мнению,

должна выйти сегодня на первый план. В настоящее время российское общество достигло необходимого уровня осознания того, что *русский мир* – сложный социокультурный феномен, который стоит выше этноконфессионального, геополитического, экономического и других измерений современного российского общества. Он объединяет историю, культуру, ценности, традиции русского народа, цивилизационная роль которого признается на методологическом уровне.

Основной тезис формулируется нами в рамках феноменологической концепции П. Бергера и Н. Лукмана¹: «*русский мир* – это своего рода социальная реальность, конструируемая в интересующем мире представителей российского общества». И в этой связи наибольший интерес представляют ответы на следующие вопросы: какую смысловую нагрузку имеет сам концепт для непосредственных представителей русского мира, какие консолидирующие факторы определяют принадлежность индивида к русскому миру, имеет ли концепция русского мира необходимые теоретико-методологические основания в отечественной и зарубежной науке?

Впервые на официальном уровне термин «русский мир» был озвучен в выступлении Президента (2000–2008 гг.) В.В.Путина на Конгрессе соотечественников, проживающих за рубежом, который проходил в Москве в 2001 г. В этом выступлении *русский мир* понимался как транснациональная этнокультурная сеть, в основе создания которой лежит добровольное желание людей, проживающих за рубежом, но ощущающих себя частью русской культуры, испытывающих интерес к нашим традициям, истории, к самоорганизации и налаживанию тесных культурных связей с Россией, объединению².

В.А. Тишков утверждает: «далеко не всем государствам и народам удастся породить феномен глобального размаха, который можно было бы назвать «миром», т.е. по его определению, трансгосударственным и трансконтинентальным сообществом, которое объединено своей причастностью к определенному государству и своей лояльностью к его культуре. Такими мирами, по его мнению, обладают наряду с Россией, только Испания, Франция и Китай. Возможно, Ирландия вместе с Великобританией»³.

Принимая определение *русского мира*, предложенное В.А. Тишковым, В.Н. Иванов и В.К. Сергеев полагают, что *русский мир* как общность людей может рассматриваться в двух измерениях: номинальном и реальном. Номинальная общность представляет собой статистическое множество людей, объединенных наличием сходных признаков, таких как знание русского языка, культуры, наличие русского образования и других. *Русский мир* как реальная общность – это не просто сообщество людей, объединенных совокупностью признаков, но активно и целенаправленно действующих субъектов, идентифицирующих себя с Россией, имеющих чувство сопричастности к ней, ее культуре, истории⁴.

Русский мир представляется нам в виде сложной динамической системы. Элементами данной системы являются индивиды, которые на тех или иных основаниях причисляют себя к *русскому миру* либо считаются таковыми. Можно выделить две группы подобных факторов: объективные и субъективные.

К числу первых, по мнению многих отечественных ученых, относятся этническая принадлежность, знание русского языка, принадлежность к православной религии. Субъективными факторами, выде-



ляемыми нами, являются те, которые В.А. Тишков обозначил как «лояльность к русской культуре» и «демонстрируемый интерес к родине»⁵.

Подробнее хотелось бы остановиться на двух таких знаменательных основах русского мира, как Православие и русский язык. В.С. Соловьев писал: «Россия есть семья народов, собранная вокруг православного русского народа»⁶. Достоевский вывел свою формулу *русского мира*: «русский народ весь в Православии и в идее его. Более в нем и у него ничего нет – да и не надо, потому что Православие все... Кто не понимает Православия – тот никогда и ничего не поймет в народе. Мало того; тот не может и любить русского народа, а будет любить его таким, каким бы желал его видеть. Обратно и народ не примет такого человека как своего: если ты не любишь того, что я люблю, не веруешь в то, во что я верую, и не чтить святых моих, то не чтю и я тебя за своего»⁷.

Говоря об исторической и современной роли Православия, можно обратиться к точному высказыванию русского философа и литератора Александра Огородникова: «в России мы имеем проявление феномена национально-религиозного единства, нераздельности судьбы России и веры православной. Не от русских пошло Православие, но ныне русские – основной церковный народ христианского мира»⁸.

Социологические исследования говорят о высоком уровне доверия россиян к РПЦ. На вопрос сотрудников аналитического центра Юрия Левады о доверии к ней 42% респондентов ответили: «вполне заслуживает». Это означает второе место в рейтинге после президента, которому доверяют 64% опрошенных⁹.

Значительная часть епархий РПЦ находится за пределами Российской

Федерации. Это делает РПЦ влиятельной интегрирующей духовной силой на постсоветском пространстве, но в то же время создает дополнительную специфику в деятельности за рубежом, в целом в функционировании институтов РПЦ. В.Е. Журавлев утверждает, что применительно к *русскому миру*, под «центром» должно подразумеваться то объективное историческое обстоятельство, что *русский мир* имеет свое территориальное, духовное и политическое ядро. Все это соответствует цивилизационной модели *русского мира*, духовным ядром которой является Православие. Причем, как полагает автор, речь идет не о том, что *русский мир* должен состоять исключительно из глубоко воцерковленных в православной вере людей. Речь идет о том, что *русский мир* как цивилизация исторически сформировался на духовно-нравственных основах русской православной церкви.

Говоря о Православии как основе русской идентичности, хочется упомянуть слова А.С. Панарина, который указывал на ее идеократический характер. Он писал: «драма нашей идентичности связана с тем, что она с самого начала носила не натуралистический характер, не довольствовалась наличностями этнического, географического и административно-державного толка, а являлась по преимуществу ценностно-нормативной, духовной»¹⁰.

Переходя к следующему основанию *русского мира*, хочется привести слова В.В. Путина: «русский – это язык исторического братства народов, язык действительно международного общения. Он является не просто хранителем целого пласта поистине мировых достижений, но и живым пространством многомиллионного «русского мира» – который, конечно, значительно шире, чем сама Россия. Поэтому, как об-

щее достояние многих народов, – русский язык никогда не станет языком ненависти или вражды, ксенофобии или изоляционизма»¹¹.

В мировом контексте относительно лингвистических параметров идентификационного поиска Россия имеет значительные особенности и является в некотором роде уникальным случаем. На ее территории, по некоторым данным, проживают 176 национальностей и народов, этнических групп, говорящих на более чем 160 языках. Среди этих этнических общностей свыше 60 малочисленных территориально разбросанных народов (Крайний Север, Сибирь, Дальний Восток, Дагестан). Прежде всего, это народы, проживающие на территориях традиционного расселения их предков, сохраняющие самобытный уклад жизни и традиционный способ хозяйствования (алеуты, ненцы, эвенки, нганасаны, ительмены, чукчи и др.). Следует учесть тот факт, что большинство языков бывшей Российской Империи не имели своей письменности (киргизы, башкиры, чукчи, чеченцы, чуваша, ненцы, якуты и др.)¹².

Лишь с 1936 г. многие языки стали переводиться на русскую графику с диакритическими знаками для произношения. Шли процессы взаимного влияния и заимствования, нации и народности добровольно избрали русский язык в качестве языка межнационального общения и сотрудничества, развивалось двуязычие (родной национальной язык и русский).

Долгое время идет дискуссия о статусе русского языка. В системе образования РФ изучаются 79 языков. Русский язык – это не только государственный язык, но и язык обучения. Русский язык давно уже стал родным языком для большинства населения РФ независимо от национальности¹³.

В научной литературе встречается выделение трех *кругов русского языка*¹⁴. Различается первый – ближний круг активного двуязычия (Белоруссия, Украина, Казахстан), второй круг ограниченного двуязычия (Азербайджан, Эстония) и, наконец, третий круг, где русский язык играет более скромную роль привилегированного иностранного языка для небольшой русской диаспоры (Литва, Армения). Политическая, экономическая и культурная динамика в каждом из трех кругов русского языка различна и во многих случаях противоречит устоявшимся представлениям и опасениям. При этом, по утверждению А.И. Миллера, хорошо заметна воинственная политическая риторика и языковая политика, а не реальная роль русского языка в экономической, культурной и социальной жизни наших соседей¹⁵.

Приведенные В.Н. Ивановым и В.К. Сергеевым данные свидетельствуют о том, что в 1900 г. русский язык знали примерно 150 млн. человек – в основном подданные Российской Империи. Пиком стал 1990 г. – тогда в мире русским владели около 350 млн. Сейчас цифра сократилась до 278 млн., русский остается родным для 163,8 млн. человек: 130 млн. россиян, 26,4 млн. граждан стран СНГ и Балтии и почти 7,4 млн. жителей дальнего зарубежья. Еще около 114 млн. человек в мире владеют им как вторым языком или как иностранным. Ученые высказывают серьезные опасения по этому поводу, согласно их прогнозу, если такая тенденция сохранится, то к 2025 г. число владеющих русским языком снизится до уровня начала прошлого века – 150 млн. человек¹⁶.

По мнению автора геополитической концепции *русского мира* П.Г. Щедровицкого, чем большее число мировых проблем получит свое



выражение, а, возможно, и решение в рамках русского языка, тем более востребованными будут культурные и человеческие ресурсы русского мира¹⁷.

Концепция *русского мира* имеет все основания для того, чтобы стать прочной основой при конструировании новой идентичности россиян. По мнению В.Н. Иванова, «концепция русского мира – это своеобразный теоретический инструмент, призванный всемерно способствовать развитию сильной демократической, процветающей России на основе фундаментальных ценностей и достижений русской культуры, России, сплывающей и всячески поддерживающей соотечественников во всем мире»¹⁸.

Особенно важным для будущего России представляется видение *русского мира* современной молодежью.

Анализ современных научных и публицистических текстов показывает, что, по мнению молодых людей, понятие *русский мир* обладает большой долей синонимичности по отношению к термину *русский этнос*. Это подтверждает и опрос, проведенный автором среди студенческой аудитории московских университетов¹⁹. В большинстве ответов на вопрос о смысле понятия *русский мир*, отмечается тенденция отнесения его к русскому этносу, его культуре, истории, менталитету русского народа. Как показал анализ, 87% респондентов считают себя представителями *русского мира* вне зависимости от этнической принадлежности, причем большинство из них ранее не задумывались о смысле понятия «русский мир» (69,3%). *Русский мир* видится молодежью, как толерантный, гостеприимный, дружелюбный, имеющий возможность примирить людей различных национальностей и объединить их. В целом *русский мир* представляется молодым людям как

некая социальная общность, принадлежность к которой определяется некоторым набором факторов.

Одним из таких факторов является знание русского языка. Более 90% респондентов отметили знание русского языка в качестве атрибута принадлежности к *русскому миру*. Хочется отметить, что в большинстве случаев респонденты отмечали необходимость именно свободного владения русским языком, без его искажения на фонетическом, грамматическом и других уровнях.

О непосредственном влиянии языка на культуру стало известно давно. Классики социальной антропологии, лингвистики, этнопсихологии, семиотики рассматривали различные корреляции, по-разному видели степень и уровни влияния, но в одном их мнения сходились – язык, бесспорно, является связующим звеном, атрибутом любой культурной общности²⁰. Язык, являясь отражением процессов, переживаемых сообществом, как элемент системы раньше других оповещает о ее расстройстве. Исторически существовавший и сохраняющий инерцию своего воздействия, общий на всей территории постсоветского пространства, русский язык – это важный, реально действующий фактор, который необходимо учитывать в поисках новой идентичности россиян.

В.А. Тишков выделяет русский язык наряду с русскоязычной культурой и исторической памятью в качестве основного критерия принадлежности человека к *русскому миру*.

В качестве следующих по важности факторов респондентами выделялись менталитет, культура, традиции, ценности, манера поведения русского народа. По мнению молодых людей, для того, чтобы быть представителем *русского мира*,

необходимо «мыслить по-русски», «вести себя по-русски», не только знать, но и «любить» и «уважать» историю России от ее истоков, ее культуру, а также знать и соблюдать традиции русского этноса.

Интересные результаты были получены при анализе ответов на вопрос: «Может ли считаться представителем русского мира человек, принадлежащий не к русскому этносу?» Большинство респондентов вне зависимости от их этнической принадлежности ответили положительно. Причем в качестве обоснования выделили, прежде всего, добровольную идентификацию самого индивида с *русским миром* и принятие его представителями сообщества. Около 50% отметили в качестве условия – долгий срок проживания в России и/или рождение в нашей стране и (как результат) полную или частичную ассимиляцию и 27% – соблюдение законов нашего государства.

В этносоциологическом исследовании 2007 г. «Москвичи» Ю.В. Арутюнян отмечает, что у молодого населения доминирует российская идентичность над этнической. Причем в большей степени этот разрыв отмечается у представителей русского этноса²¹. Этот факт также нашел подтверждение в нашем исследовании: некоторые респонденты при ответе на вопрос об этнической принадлежности указали – «РФ» или «россиянин». Об этом также свидетельствуют ответы об отмечаемых респондентами праздниках: среди них доминируют российские государственные (День Победы, День Конституции РФ, День независимости России и др.) или международные праздники (такие, как Новый Год, 8 марта и др.). Религиозные и в частности православные праздники (Рождество, Пасха, Масленица и др.), отмечает лишь 13% опрошенных.

Большинство молодых людей согласились с утверждением, что

«Россия – это государство, возвращающее себе статус великой державы» (57,7%), 15% полагают, что «Россия – государство, постепенно теряющее свои позиции на мировой арене» и 12,7% ответили, что «Россия – мощная супердержава, с которой считаются многие».

Что же касается взрослого населения, то, по данным серии социологических исследований Л.М. Дробижевой, проведенных в ряде регионов России в 1994, 1999 и 2004 гг., этнические самоопределения респонденты давали себе чаще, чем называли себя россиянами, гражданами России. Российская идентичность растет, но при этом этническая остается более значимой. Исследователь делает вывод: «...этническая идентичность базируется на языке, культуре, национальности родителей, историческом прошлом, территории. Российская, или государственная, идентичность – на месте в мире, геополитическом пространстве, цивилизационном развитии, на представлении о ресурсах страны, достижениях в культуре, исторической общности»²². Представление о «культуре» является одним из составляющих обоих видов идентичности. В целом когнитивное наполнение той и другой идентичности не только не противопоставляет, не исключает, но дополняет друг друга.

Данные исследований подтверждают вывод о совместимости и непротиворечивости этнической и государственной идентичности. Более того, согласно утверждению некоторых авторов, естественным и скрепляющим страну является формирование двухуровневого национализма и двухуровневой (двойной) идентичности: собственно этнической и общероссийской (государственной): якут – россиянин; осетин – россиянин; русский – россиянин²³. Те же авторы считают, что для сближения этнической и государственной идентичности, необхо-



димо выстроить систему отношений, основанную на взаимопонимании. «В стране, где русские составляют доминирующее большинство, – пишет Л.М. Дробижева, – государственная идентичность не может не базироваться на этнической идентичности большинства»²⁴. Иными словами, если этническая идентичность русских будет «расшатана», то мало кому останется идентифицировать себя с государством²⁵.

В исследовании автора на вопрос «Кто такие, по вашему мнению, русские?» половина молодых людей ответили: «русские по духу», и лишь 29% выбрали альтернативу «русские по крови».

Представляет интерес анализ ответов на блок вопросов, посвященных символам *русского мира*. Среди исторических личностей, по мнению молодежи, считающихся символами *русского мира*, лидирующие позиции занимают Петр I, А.С. Пушкин и В.В. Путин.

Историческим событием, которое может иметь статус символа *русского мира*, абсолютное большинство считает победу в Великой отечественной войне 1945 г. На вопрос о событиях *русского мира*, которые вызывают у респондентов чувство стыда, большинство респондентов ответили: «нет таких», второе по популярности место занимает позиция «период правления Сталина, сталинские репрессии», третью позицию разделили – «война 1812 г.», «развал/распад СССР», «события 90-х гг XX века» и «чеченская война».

Сибирь и нынешняя территория РФ большинством молодых людей были названы символами *русского мира* среди географических территорий, второе место разделили Москва и Санкт-Петербург. Часто встречающимися ответами также были – Байкал, Урал, города «Золотого кольца» России и Дальний Восток.

В целом, исследование показало, что для современной российской мо-

лодежи концепция *русского мира* представляет значительный интерес, большей частью была отмечена консолидирующая функция *русского мира*, что является положительной тенденцией в современной ситуации, когда в России идет процесс формирования новой идентичности.

Прежде всего, процесс конструирования новой идентичности важен для современной молодежи, поскольку, как показывают исследования, этническая идентичность молодых людей в настоящее время все больше «растворяется» в российской идентичности, русский язык утрачивает позиции одного из основных консолидирующих факторов русского этноса, в российском обществе доминирует инструменталистский подход к определению этничности, когда принадлежность к русскому этносу актуализируется только в той ситуации, когда «выгодно» быть русским. Между тем, русские, как и любой другой этнос, должны быть уверены в том, что их культура, религия, их идентичность признаваемы и защищены. Это нужно не только им. Можно согласиться со словами И.Б. Орловой: «Без русских России быть не может. И социальное самочувствие русских в стране во многом обуславливает самочувствие всех других народов. Так было всегда»²⁶. А достичь этого, как показывает многовековая традиция русского этноса, возможно только *на миру?*, с помощью *мира*.

Литература

1. Арутюнян Ю.В. Москвичи: этносоциологическое исследование / Ю.В. Арутюнян; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН. – М.: Наука, 2007.
2. Буянов В.С., Гаджиева Р.Г., Терновая Л.О. Российская идентичность в условиях глобализации: Монография. – М.: Изд-во РАГС, 2008.

3. Дробижева Л.М. Российская и этническая идентичность: противостояние и совместимость // Россия реформирующаяся. – М., 2002.

4. Иванов В.Н., Сергеев В.К. «Русский мир» и социальные реалии // Научное издание. – М.: Серебряные нити, 2008.

5. Наследие империй и будущее России / Под ред. А.И. Миллера. – М.: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2008.

6. Орлова И.Б. Исчезающее большинство. Русский вопрос / Под ред. Г.В. Осипова, В.В. Локосова, И.Б. Орловой; ИСПИ РАН. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.

7. Панарин А.С. Православная цивилизация в глобальном мире. – М.: Изд-во Эксмо, 2003.

8. Полоскова Т.А. Россия и диаспора. Новые формы поддержки и сотрудничества. URL: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1180932789>.

9. Русский вопрос / Под ред. Г.В. Осипова, В.В. Локосова, И.Б. Орловой; ИСПИ РАН. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.

10. Русский мир в духовном сознании народов России: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. / Под общей редакцией доктора филологических наук, доктора энциклопедических наук, профессора, академика АРЭ, РАГН, РАЕН Фролова Н.К. – Тюмень: Вектор Бук, 2008.

11. Русский мир: смысл и стратегии России. Материалы заседания круглого стола Фонда «Единство во имя России» 28 мая 2007 г. / Под редакцией А.Владиславлева, В.Никонова. – М.: Фонд «Единство во имя России», 2007.

12. Тишков В.А. Русский мир: смыслы и стратегии / Этническое и религиозное многообразие – основа стабильности и развития российского общества: статьи и интервью. – М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2008.

13. Щедровицкий П.Г. Русский мир и транснациональное русское. URL: http://www.archipelag.ru/ru_mir/history/history99-00/shedrovicky-transnatio.

Ссылки:

¹ Бергер П., Лукман Н. Социальное конструирование действительности. URL: http://i-u/localhost/biblio/work/nopame_hrestposociolog/6.asp.

² Полоскова Т.А. Россия и диаспора. Новые формы поддержки и сотрудничества. URL: <http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1180932789>.

3 Тишков В.А. Русский мир: смыслы и стратегии / Этническое и религиозное многообразие – основа стабильности и развития российского общества: статьи и интервью. – М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2008.

4 См.: Иванов В.Н., Сергеев В.К. «Русский мир» и социальные реалии // Научное издание. – М.: Серебряные нити, 2008.

5 Тишков В.А. Этническое и религиозное разнообразие – основа стабильности и развития российского общества: Статьи и интервью. – М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2008.

6 Соловьев В.С. Национальный вопрос в России. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2007.

7 Там же. С.478-479.

8 Огородников А. О национал-патриотизме // «Московский литератор». 2007, №7, с.2.

9 Минин С. Второе после Президента // «НГ-религии». 2007, 18 апреля. С.3.

10 Панарин А.С. Православная цивилизация в глобальном мире. – М.: Изд-во Эксмо, 2003.

¹¹ «Российская газета» - Федеральный выпуск №4353 от 27 апреля 2007 г. URL: <http://www.rg.ru/2007/04/27/poslanie.html>.



12 Буянов В.С., Гаджиева Р.Г., Тернова Л.О. Российская идентичность в условиях глобализации: Монография. – М.: Изд-во РАГС, 2008. С.63–65.

13 Там же.

14 Наследие империй и будущее России / Под ред. А.И. Миллера. – М.: Фонд «Либеральная миссия»; Новое литературное обозрение, 2008.

15 Там же.

16 Иванов В.Н., Сергеев В.К. «Русский мир» и социальные реалии // Научное издание. – М.: Серебряные нити, 2008.

17 Щедровицкий П.Г. Русский мир и транснациональное русское. URL: http://www.archipelag.ru/ru_mir/history/history99-00/shedrovicky-transnatio.

18 Иванов В.Н., Сергеев В.К. «Русский мир» и социальные реалии // Научное издание. – М.: Серебряные нити, 2008.

19 Здесь приведены данные исследования, проведенного автором в 2008–2009 гг. на базе столичных вузов, среди которых: МГИМО, МГТУ им. Н.Э. Баумана, РГСУ и АТиСО. Количество опрошенных составляет 600 чел. в возрасте от 18 до 30 лет.

20 См.: Леви-Строс К. Структурная антропология / Пер. с фр. Вяч. Вс. Иванова. – М.: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001; Сепир Э. Язык. – М.-Л., 1934; Соссюр Ф. де. Заметки по общей лингвистике: Пер с фр., общ. ред., вступ. ст. и коммент. Н.А. Слюсаревой. – М.: Прогресс, 1990 и др.

21 Арутюнян Ю.В. Москвичи: этносоциологическое исследование / Ю.В. Арутюнян; Ин-т этнологии и антропологии им. Н.Н. Миклухо-Маклая РАН. – М.: Наука, 2007.

22 Дробижина Л.М. Российская и этническая идентичность: противостояние и совместимость // Россия реформирующаяся. – М., 2002.

23 Орлова И.Б. Исчезающее большинство. Русский вопрос / Под ред. Г.В. Осипова, В.В. Локосова, И.Б.

Орловой; ИСПИ РАН. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.

24 Дробижина Л.М. Российская и этническая идентичность: противостояние и совместимость // Россия реформирующаяся. – М., 2002.

25 Если обратиться к истории, можно заметить что «в России понятие «русский народ» («россияне») родилось во времена Петра I и М.В. Ломоносова и утверждалось выдающимися деятелями, начиная от Н.М. Карамзина. В царской России существовало представление о российской, или «общерусской» нации (П.Б. Струве), а слова «русский» и «российский» были во многом синонимами. Для Н.М. Карамзина быть россиянином означало, прежде всего, чувствовать глубокую связь с Отечеством и быть «совершеннейшим гражданином». Такое понимание российскости на основе русскоязычной культуры и Православия занимало доминирующее положение по сравнению с этническим национализмом. П.Б. Струве считал, что «Россия есть государство национальное» и что, «географически расширяя свое ядро, русское государство превратилось в государство, которое, будучи многонародным, в то же время обладает национальным единством». Схожих взглядов на государственническую, а не этническую природу российской нации придерживались государственные деятели и ученые М.Н. Катков, К.П. Победоносцев, С.Ю. Витте, П.Н. Милюков и другие» (Цит. по: Тишков В.А. Российский народ и национальная идентичность / Этническое и религиозное многообразие – основа стабильности и развития российского общества: статьи и интервью. – М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2008.).

26 Орлова И.Б. Исчезающее большинство. Русский вопрос / Под ред. Г.В. Осипова, В.В. Локосова, И.Б. Орловой; ИСПИ РАН. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007.

Философско–антропологические и социокультурные аспекты русской самоидентификации

Савка А.В.

В статье показано, что социальные трансформации, происходящие в современном мире, актуализируют проблемы самосознания. Рассмотрены особенности современности, ее кризисные явления. Центральное место в статье отведено анализу философско-антропологических и социокультурных аспектов русской самоидентификации. Делается важный вывод, заключающийся в том, что проблема самоидентификации неразрывно связана с русской идеей.

Ключевые слова: социальные трансформации, глобализация, современность, кризис, традиция, русская идея, самоидентификация.

Savka A.V.

Philosophical-anthropological and sociocultural aspects of the Russian self-identification

The article shows, that social transformations, occurring in the modern society actualize the problem of self-consciousness. Consideration is given to modern life, as well as the crisis manifestations. The principal place in the article is given to the philosophical and anthropological as well as social and cultural aspects of the Russian self-identification. An important conclusion is made, that the problem of self-identification is inseparably connected with the Russian idea

Keywords: Social transformations, globalization, modern life, crisis, tradition, Russian idea, self-identification.

Социальные трансформации, происходящие в современном мире и возникшие перед обществом проблемы, в том числе оценки и осознания своего места в историческом процессе актуализируют проблему современности и тесно связанную с ней проблему идентичности. Сопричастность не только настоящей, но прошлой культуры – важнейший признак современности.

Концепции идентичности сегодня вызывают большой интерес в социогуманитарных науках и это не случайно. Как заметил Д.Юнг, как только общество распадается, изобретается идентичность. «Взрыв» интереса к проблеме идентичности обусловлен глубинными изменениями в нашей эпохе – глобализацией, массовой миграцией, «лабиринтом» международных проблем, регионализацией, разобщенностью самосознания, глубоким духовным кризисом, цивилизационным разломом. В связи с этим Э.Бауман отмечает, что – «эпоха идентичности» полна шума и ярости.

О том, что такое Россия, чем русские отличаются от других народов, в чем специфика России – особенно напряженно такая рефлексия происходило в периоды глубоких социальных преобразований в эпоху петровских реформ, в XIX, XXвв. Сперанский, Карамзин, славянофилы и западники, народолюбцы и либералы, Леонтьев и Данилевский, Миллюков и авторы «Вех»



- все они в разные эпохи и с разных позиций решают одну и ту же проблему, как ответить на вызов истории, как увязать неизбежное новое с тем, что составляет ядро российской самоидентификации.

По справедливому замечанию Бердяева, «оригинальная русская мысль рождается как мысль историческая. Она пытается разгадать, что помыслил Творец о России. Каков путь России и русского народа в мире, тот ли, что и у народов Запада, или совсем особый свой путь? Россия и Европа, Восток и Запад, вот основная тема русской рефлексии, русских размышлений»¹.

Следует сказать, что XIX век на Западе был периодом восхищения современностью, преклонения перед ней. В то время доминировали настроения оптимизма и прогрессизма: вера в прогресс, разум, в науку и технику, в подчинение человеком природы, в неограниченные возможности его экспансии. Небывалый прогресс науки и техники определил ход событий XX века. Развитие науки и техники в XX в. явило невиданную революцию, в результате которой наука стала решающей частью технологии, а сама технология стала наиболее ценным продуктом. В XX в. нашел полную реализацию процесс превращения науки из формы познания законов мироздания в главное средство преобразования мира природы и человека. Установка на преобразование, переделывание природы, а затем и общества превратилось в доминирующую ценность **техногенной цивилизации**. Цивилизация, ориентированная на подобный тип научной рациональности в XX столетии столкнулась с глобальными проблемами, с новой силой прозвучали вопросы о правильности выбора путей развития, принятых в западной цивилизации, об адекватности ее мировоззренческих

установок, о формировании нового типа рациональности.

С.Н. Булгаков в начале XX столетия с горестью констатировал, что «русский народ оказался вдруг нехристианским». Причину этого философ связывал во многом с атеистическим духом русской интеллигенции, для которой был характерен **культ науки** (естествознания), преувеличенные упования на достижения техники. В глазах образованных молодых людей, которые еще вчера, по выражению Г.П. Федотова, жили «верой в чудотворные иконы и мощи», наука и техника выглядели теми магическими средствами, которые станут волшебным ключом для решения всех общественных и человеческих проблем. «**Нет интеллигенции более атеистической**, чем русская. Атеизм есть общая вера... И так повелось изначала, еще с духовного отца русской интеллигенции Белинского. И как всякая среда вырабатывает свои привычки, свои верования, так и традиционный атеизм русской интеллигенции сделался как бы само собой разумеющейся ее особенностью, о которой даже не говорят, признаком хорошего тона. Известная образованность, просвещенность есть в глазах нашей интеллигенции синоним религиозного индифферентизма и отрицания»².

Следует отметить, что в отечественной культуре еще в XIX в. сохранилась традиция «встрече знания с верою»³, мысли о том, что «вера не против разума, но для разума», что «она имеет основание в разуме»⁴, высказывались как богословами, мыслящими в русле православного теизма, так и богословами ортодоксального направления. В философии всеединства вера также не противопоставлялась знанию, но, опосредованная одним из элементов своей структуры, а именно мистическим знанием, сама выступала как знание особое, «высшее», но не само-

достаточное. «Вера, - подчеркивал С.Н. Булгаков, - не враждует со знанием, напротив, сплошь и рядом сливается с ним, переходит в него»⁵. Такое истолкование веры было для этих философов одним из способов ее рационализации. Кроме того, «мистический опыт» в философии всеединства, как и в любой системе, так или иначе связан с «мистическим постижением», т.е. интуитивным постижением мира как целого, а отсюда уже прямой выход на веру, трактуемую в метафизическом смысле. Именно в этом аспекте наука «софийна»: «Она чужда Истине, ибо она - дитя этого мира, который находится в состоянии неистинности, но она - и дитя Софии, организующей силы, ведущей этот мир к истине, а потому на ней лежит печать *истинности*, Истины в процессе, в становлении»⁶.

Таким образом в **отечественной традиции плоскому рационализму**, основы которого были заложены эпохой Просвещения, противопоставляется сложная комбинация рационального, веры и интуиции как феномены сверхрационального в культуре.

Многие современные философы подвергают критике западную цивилизацию, к которой относятся практически все высокоразвитые страны, усматривая в ней состояние кризиса духовной культуры, как проявление и усиление дегуманизационных тенденций. Первую и весьма убедительную критику современности дал К.Маркс в своей концепции «отчуждения». Вместо самореализации в процессе труда человек деградирует, вместо того, чтобы получать радость от свободного творчества, он, занятый рутинной, разрушающей его личность, страдает; вместо ощущения своей общности и единства с другими людьми, он оказывается обреченным на изоляцию. Продолжатели Маркса распространили мотив от-

чуждения не только на сферу труда, но и на такие области как культура, политика, образование, религию, семейная жизнь, потребительская сфера. Эрих Фромм определяет современное общество как безумное, больное, поскольку оно заменяет естественную для человека потребность «быть» борьбой за то, чтобы «иметь», а Герберт Маркузе рассматривает как результат отчуждения «одномерного человека», вся жизнь которого ограничивается работой и потреблением.

Философы Франкфуртской школы раскрыли особенности философско-антропологического мышления Маркса, показав, что для него история человечества - прежде всего летопись постоянного развития человека и одновременно растущего отчуждения. Отчужденный человек не только чужд другим людям, он лишен человечности как в естественном, природном, так и в духовном смысле. Такое отчуждение от человеческой сущности ведет к экзистенциальному эгоизму и формируется как превращение человека в средство своего индивидуального существования. В процессе отчуждения человек лишается своего духовного «Я», себя самого как человеческого существа, отчуждение ведет к переоценке всех ценностей.

Общий смысл кризиса западноевропейской культуры в экзистенциально-антропологической перспективе пытался прояснить Карл Ясперс в своей книге «Духовная ситуация времени» (1931). Объединение людей в едином замкнутом пространстве, коим все более представляется земной шар, ведет к их нивелированию. Людей все больше привлекает и связывает между собой поверхностное и ничтожное, далекое от подлинного бытия; утрачивается всякое доверие к духовным авторитетам. С XIX в. эта форма духовных связей людей уничтожалась огнем критики, результа-



том чего явился, с одной стороны, свойственный современному человеку цинизм, с другой – утрата гуманности, круговорот бессодержательных идеалов. Положительные жизненные силы людей рассеиваются и распадаются.

«Восстание масс» – так называется одна из самых известных работ Ортега-и-Гассет, посвященная европейскому кризису современности, суть которой в выдвигении на историческую арену «человека-массы». На смену упорядоченности общества пришла массовизация, господство «среднего, заурядного человека», который характеризуется тем, что он чувствует, что он точно-точно как все остальные, а остальные – это множество людей без особых достоинств; он не требует от себя многого, не усложняет себе жизнь; он склонен плыть по течению; такой человек решает свои материальные проблемы, привык не обращаться ни к какому духовному авторитету, кроме собственного; такой тип человека не чувствует внутренней потребности измерять свою жизнь высокими духовными ценностями и добровольно служить им. Очень опасным явлением, связанным с «восстанием масс» Ортега считал появление атмосферы насилия, культа силы в обществе.

Р.Гвардини отмечает, что в современном обществе слово «личность» выходит постепенно из употребления и его место заступает «лицо» (person). Такой человек не устремляет свою волю на то, чтобы хранить самобытность и прожить жизнь по своему, для него естественно встраиваться в организацию – эту форму массы – и повиноваться программе, ибо таким способом «человеку без личности» задается направление. «Инстинктивное стремление этой человеческой структуры – прятать свою самобытность, оставаясь анонимным, словно в са-

мобытности источник всякой несправедливости, зол и бед»⁷.

Идеология западной цивилизации – это достижение общества потребления, коммуникативный дискурс которой во многом формирует реклама, маркетинг, образ общества гламура. Гипермаркет, макдональдс, стадион, телеэкран, компьютер в широком смысле слова являются символами современного общества. Ж.Бодрийяр – французский интеллектуал, один из инициаторов и основоположников постмодернистского направления в теории общества и культуры в своих работах «Потребительское общество», «Симулякры и симуляции», «Америка», «Прозрачность зла: очерки об экстремальных явлениях» показывает, что в современном потребительском обществе наряду с ценностями, предназначенными для практического употребления и обмена, важное место занимают «значачие» ценности. Вся социальная жизнь организуется вокруг потребления товаров, что приносит потребителю статус, престиж и идентичность. Люди различаются между собой количеством и видами приобретенных товаров. В мире рекламы, маркетинга, снобизма не проводится различия между действительными и искусственно созданными потребностями, люди здесь даже не в состоянии представить себе иной формулы жизни. Таким образом происходит максимальное отчуждение, предметы начинают господствовать над людьми, а люди теряют свои человеческие качества. Бодрийяр определяет современное общество как «культуру смерти», когда люди уходят от реальности в виртуальный мир и реальная жизнь заменяется ее имитацией, «симуляцией и симулякрами».

В традициях России духовное богатство первичнее материального, у русского народа есть черта, которая ставит в тупик многих эко-

номистов и социологов – «дух нестяжательства», выражаемый в отсутствии у значительной его части стремления к материальному богатству, накопительству, энергичному стяжению материальных ценностей. **«Дух нестяжательства» отражает иной приоритет жизненных ценностей, сложившихся в народной культуре, при которой материальные блага не занимают главного места в жизни.** Бердяев в «Русской идее» отмечает, что душа России – не буржуазная душа, – душа не склоняющаяся перед золотым тельцом, и уже за одно это можно любить ее бесконечно – «русский народ, наименее мещанский из народов, наименее детерминированный, наименее прикованный к органическим формам быта, наименее дорожающий установленным формам жизни...»⁸. Это во многом связано с тем, считает философ, что русские как бы «подавлены» необъятными полями и необъятными снегами, «растворены» в этой необъятности, в отличие от немца, который «чувствует себя со всех сторон сдавленным как в мышеловке» и ищет спасения в организованности и напряженной активности.

Презрение к мещанству в высшей степени характерная черта русского общества, читаем у Н. Лосского, именно презрение к буржуазной **сосредоточенности на собственности**, на земных благах, на том, чтобы «жить как все», иметь хорошую обстановку, платье, квартиру. Герцен, Достоевский, Л. Толстой, повидав жизнь Западной Европы, с отвращением описывают мещанский характер ее. Иванов-Разумник написал трехтомный, весьма обстоятельный труд «История русской общественной мысли. Индивидуализм и мещанство в русской литературе и жизни XIX века». Термин «мещанство», говорит Иванов-Разумник, идет от Герцена, который понимает под ним коллек-

тивную посредственность, умеренность и аккуратность, ненависть к яркой индивидуальности.

Герцен придает термину «мещанство» особое значение «идеала, к которому стремится» Европа, «окончательной формы западной цивилизации» – преддверия ее краха, к чему ведут «до крайности доведенное право собственности» и оторванность от народных корней⁹. Герцен называет мещанское государство «односторонним развитием, уродством»¹⁰. «С мещанством стираются личности, но стертые люди сытее; платья дюжинные, незаказные, не по талии, но число носящих их больше. С мещанством стирается красота породы, но растет ее благосостояние» – «весь день пьют чай и всякий день едят мясо»¹¹.

В «Зимних заметках о летних впечатлениях» Ф.М. Достоевского, появившихся после впервые принятых им разездов «по европам», их буржуазные нравы предстали во всей красе: «Накопить фортуны и иметь как можно больше вещей – это обратилось в самый главный кодекс нравственности, в катехизис парижанина... Прежде хоть что-нибудь признавалось кроме денег, так что человек и без денег, но с другим качествами, мог рассчитывать хоть на какое-нибудь уважение; ну а теперь ни-ни»¹².

От писателей-народников 60-70х годов XIX в. эстафета критики «обывательщины» переходит к символистам. Среди поборников «духа мощного господства» двумя вершинами Эльбруса возвышается фигура Д.С. Мережковского, известного литератора и религиозного мыслителя, перекликающиеся идеи которого можно смело назвать квинтэссенцией интеллигентского духа антимещанства. Идеи Герцена здесь развернуты и доведены до логического конца: «Мироправитель тьмы века сего и есть грядущий на царство мещанин»¹³, а его духовный



плод – «внешнее международное зверство – милитаризм, шовинизм»¹⁴. Мещанин воспринимается в качестве буржуа, «родного брата» западноевропейского бюргера: «Вместо скипетра – аршин, вместо Библии – счетная книга, вместо алтаря – прилавок. Какая самодовольная пошлость и плоскость в выражении лиц!»¹⁵, восклицает Мережковский.

Спасение виделось лишь в социальном землетрясении, которое должно «опрокинуть старые лавочки мещанской Европы»¹⁶, открывая дорогу обновленному христианству, царству всеобщей гармонии на земле, на основе нового откровения, «Откровение третьего завета», которое раскроет во всемирной истории правду не только о духе, но и о плоти, не только о небе, но и о земле. Воплощением этого Завета призвана стать новая, внесударственная общественность, основанная на свободе и любви.

Антропологическому кризису современности противостоят идеи, высказанные русскими мыслителями относительно рассмотрения личности как наибольшей ценности, сохранению и обереганию жизни и достоинства которой должны быть подчинены общественные институты.

Именно личность является творческим элементом общественной жизни, и в этом ее основная роль. В глубинах души отдельной личности, а не в массе рождаются творческие замыслы, идеи, проекты, что, разумеется, не отрицает важности сотрудничества между людьми. Идея о творческой природе личности, о значении творческой индивидуальности человека отчетливо представлена в русской философии. «В отличие от животного человек в индивидуальности своей несет свой сущностный, особый смысл; в ней же лежит родник всякого духовного творчества»¹⁷, — подчеркивал В.В. Розанов. Поэтому человек «приносит нечто новое в мир всегда не общим,

что у него с другими людьми, но исключительным, что принадлежит ему одному»¹⁸. «Внутренняя жизнь личности, — отмечал М. Гершензон в предисловии к сборнику «Вехи» (1909), — есть единственная творческая сила бытия и... она, а не самодовлеющие начала политического порядка, является единственно прочным базисом для всякого общественного строительства»¹⁹. Владимир Соловьев подчеркивал, что «личность, в силу присущей ей бесконечной потенции понимания и стремления к лучшему, является в избранных своих представлениях началом движения и прогресса (динамический элемент истории), тогда как данная общественная среда... естественно представляет косную, охранительную сторону (статический элемент истории)»²⁰.

В отечественной философской традиции важнейшая проблема – **о путях развития человечества**, а также проблема преобладания биологического или духовного в будущей цивилизации. «Одно из величайших препятствий, задерживающих духовный подъем, — писал Е.Н.Трубецкой, — заключается в том призрачном наполнении жизни, которое дает житейское благополучие. Комфорт, удобство, сытость и весь обман исчезающей, смертной красоты – вот те элементы, из которых слагается пленительный мираж, усыпляющий и парализующий силы духовные»²¹. «Биологизация» жизни человека в ущерб духовному – это сосредоточение на обеспечении животных влечений как предельных потребностей организма. Но это не может быть образующим началом общечеловеческой жизни, так как удовлетворение биологических потребностей индивидуализирует жизнь (социализирует ее лишь духовные), обуславливает борьбу, конкуренцию, обостряет эгоизм, выражающийся в стремлении поставить свою жизнь и свою волю на место безусловного

и, как следствие, причинить страдание и смерть другому. Отсюда и проистекает царствующая в мире бессмыслица.

Сборник «Вехи» (1909) имел огромное влияние на сознание мыслящей части русского общества. В своей статье Н. Бердяев бросает горький упрек русской интеллигенции, страстно обвиняет ее в грехе «народопоклонства». Ощущение неоплатного «долга перед народом», столь характерное для российского интеллигента, подчинение всей своей деятельности интересам освобождения народа привычно воспринималось и воспринимается только как свидетельство глубокого гуманизма и демократизма русской культуры. Но любая медаль имеет две стороны, и Бердяев ставит безжалостный диагноз: «исключительное, деспотическое господство утилитарно-морального критерия, столь же исключительное, давящее господство народолюбия и пролетаролюбия, поклонение «народу», его пользе и интересам»²², когда любая философская система, любое событие в культурной жизни оценивается лишь с точки зрения «полезности» данному этапу освободительного движения, - все это привело к тому, что «любовь к уравнительной справедливости, к общественному добру, к народному благу парализовала любовь к истине, почти что уничтожила интерес к истине»²³. К сожалению, горькие слова Бердяева оказались во многом пророческими.

У Бердяева истина понимается как духовное завоевание, истина познается в свободе и через свободу. Огромное значение для него имела «Легенда о Великом Инквизиторе» («Братья Карамазовы»). О глубокой связи, даже преклонении перед Ф.М. Достоевским Бердяев говорил множество раз. Особенно близка ему идея и образ Христа утверждением свободы духа, которая выдвигается Достоевским в «Ле-

генде». Для Бердяева отречение от бесконечной свободы духа есть отречение и от Христа, и от христианства. Ему не приемлема вера, которую стремится утвердить Великий Инквизитор: вера, утвержденная отказом от свободы духа во имя благ мира и мирового господства, вера, опирающаяся на принуждение и обман, на дарование людям «хлеба, чуда и авторитета». Это может сделать людей только сытым, послушным стадом, всегда готовым преклоняться и повиноваться, но не дать им свободы духа и истинной веры в Бога.

Н.А. Бердяев во многих своих работах с глубоким сожалением признает, что истинное соотношение между целями и средствами жизни оказались нарушенными вследствие того, что материальная сторона человеческой жизни, начиная с эпохи капитализма, приобрела самодовлеющее значение. Причина духовного кризиса философ видит в том, что индустриально-капиталистический строй способствовал подавлению личности, стимулировал неограниченный рост материальных потребностей, привел к упадку религиозной жизни. «Всеобщее обезличение и всеобщий звериный эгоизм – вот душа капитализма». Социализм, - по Бердяеву, - это разновидность капиталистической системы, сопровождающееся дальнейшим упадком и угасанием духовности. Будущий этап развития Бердяев связывает с духовным развитием человечества и человека. Человек, поскольку Н.Бердяев понимает его как образ и подобие Божие, (а Бог – это Творец), стремится вырваться из власти низшей реальности, где все предопределено, необходимо, закономерно. Творчество – это всегда свободное выражение своего «Я», возрождение человеческой личности, это самоценность, не знающая над собой высшего суда. Творчество противо-



стоит тьме, бездне, которые грозят поглотить человечество в каждый миг их существования. Е.Герцык, хорошо знавшая Бердяева и его философию, в своих воспоминаниях сформулировала пафос «Смысла творчества» так: «твори, не то погибнешь»²⁴.

Проблема российской самоидентификации неотделимо от «русской идеи». Один из первых плодов «русской идеи» был сформулирован в послании к Великому князю Московскому, Ивану Васильевичу псковским монахом Филофеем (ок. 1465–1542) в виде формулы «Москва – третий Рим», которая была воспринята в качестве государственной идеологии и оказала большое влияние на развитие русской истории. Социокультурное ее значение состоит в том, что она утверждает одновременно два существенных положения: преемственность с христианской традицией и тем самым с европейским духовным наследием; противопоставление России этой традиции в силу специфического понимания православия как единственно истинной формы христианства. Взаимодействие сил притяжения к европейской культуре и отталкивания от нее, нашедшее отражение в этой формуле, обусловило специфику становления «русской идеи» и историософии.

Термин «русская идея» был введен Ф.М. Достоевским, а также В.С. Соловьевым в его одноименном сочинении. Для Достоевского **важнейшим является вопрос об исторической роли народов**. Народы представляются им как исторические личности, как действующие субъекты и подлинники создатели истории. Они делятся на «средние» и «великие», «которые творят историю», а величие народа, как и личности, зависит от его духовного потенциала. Для того чтобы влиять на ход исторического развития, народ должен быть заряжен определенным комп-

лексом идей, в который с необходимостью входят «три веры»: в то, «что хочешь и можешь сказать последнее слово миру, что обновишь наконец его избытком живой силы своей, вера в святость своих идеалов, вера в силу своей любви и жажды служения человечеству»²⁵. Обладающий верой в свое историческое предназначение народ представляет собой, согласно Достоевскому, мессианский тип. Мессианизм народа проявляется, стало быть, в сознании своей избранности, в том, что он «верит и должен верить, если только хочет быть долго жив, что в нем ... заключается спасение мира, и что живет он на то, чтоб стоять во главе народов, приобщить их всех к себе воедино и вести их в согласном хоре к окончательной цели, всем им предназначенной»²⁶. Идеал будущего имеет религиозную окраску и представляется Достоевскому как «братский всемирный союз», основанный на христианских ценностях, как всеединение человеческое, с полным уважением к национальным личностям и к их сохранению.

И.А. Ильин считает, что Достоевский свел своеобразие России и русского характера к миссии благодородной, но такой, которую следует считать служебно-посреднической. «Тот, кто хочет быть «братом» других народов, должен сам сначала стать и быть – творчески, самобытно, самостоятельно...растить свой дух, крепить и воспитывать инстинкт своего национально-самосохранения, по-своему трудиться, строить, властвовать и молиться. Настоящий русский есть прежде всего русский, и лишь в меру своей содержательной, качественной, субстанциальной русскости он может оказаться и «сверхнационально» и «братски» настроенным «всечеловеком»...²⁷.

Ильин считал Февральскую и Октябрьскую революцию катастрофами для традиционной русской

государственности. Выход из левого тоталитаризма он видел в строительстве органической монархии и нового общественного строя, основанного на частной инициативе, частной собственности, правовой свободе и «творческой социальности», включающей в себя свободу, справедливость и братство. Веря в лучшее будущее, он подчеркивал, что «безумию левого большевизма» Россия должна противопоставить не «безумие правого большевизма», а верную меру свободы, свободу веры, искания правды, труда и собственности. Все это сочетается с демократией, но формы демократии, пригодны для России, должны быть не импортированы, а присущими своей органической демократии. В отличие от В.С. Соловьева, понимающего «русскую идею» как «христианский интернационализм» И.А. Ильин в начале XX века дал широкое истолкование этому термину как своеобразной квинтэссенции русской духовности, существенные черты которой формировались в процессе многовекового творчества народа и в этом смысле «возраст русской идеи есть возраст самой России»²⁸.

Современная глобализация выступает в форме особого тоталитаризма. Идентичности как самотождественности, «символические самоопределенности» (Хантингтон) подвергаются существенным испытаниям глобализацией, т.е. процессам универсализации, в результате чего происходит гибридизация и плюрализация идентичностей. Современная глобализация и трансформационные сдвиги глубоко затронули ценностные основания культуры, главным образом, традиционных культур. А ведь именно традиционные ценности на протяжении всей истории человечества представляют собой не только основу социокультурной идентичности, но и своего рода «матрицу» для соци-

альных трансформаций.

Мировое общество, которое образовалось в процессе глобализации, как показывает У. Бек, во многих сферах, ослабляет, **ставит под сомнение могущество национально-го государства**, вдоль и поперек пронизывая его территориальные границы множеством разнообразных, не связанных с определенной территорией социальных зависимостей, рыночных отношений, сетью коммуникаций, несхожими нравами и обычаями населения. И это проявляется во всех важнейших сферах, на которых держится национально-государственный авторитет: в налоговой политике, в высших полномочиях полицейского аппарата, во внешней политике, в области военной безопасности²⁹. Не случайно, глобализацию сегодня представляют как включения национальных государств в систему транснациональных взаимодействий и передачи этой системе части своих суверенных полномочий.

Закономерно в связи с этим обращение к **проблеме элиты** и связанное с ней проблемой **субъекта российской модернизации**. Комплекс условий и факторов российского культурно-исторического и политического развития определил то обстоятельство, что важнейшие трансформации и модернизации в истории России – создание централизованного государства в XV-XVI вв.; обретение этим государством формата империи в начале XVIII в.; индустриальная модернизация 30-50-х гг. XX в. – осуществлялись верховной властью, государством. Таким образом, роль государства была инициативной, активной и регулирующей, поэтому через всю историю России проходит особое отношение к власти, государству.

Сегодня российская политическая элита поставила перед собой сложнейшие **задачи построения «эффективного инновационного, конкурен-**



тоспособного государства», но эти задачи предполагают формирование и выдвигание на государственную службу людей, личностные качества и деятельность которых опираются на мораль, разум, преданность делу, любовь к отчизне, то, что П.Б. Струве называл **«личной годностью».** Еще в 1908 г. он писал: «Большая производительность всегда опирается на более высокую личную годность. А личная годность есть совокупность определенных духовных свойств: выдержки, самообладания, добросовестности, расчетливости. Прогрессирующее общество может быть построено только на идее личной годности как основе и мериле всех общественных отношений. Если в идее свободы и своеобразия личности был заключен вечный идеалистический момент либерализма, то в идее личной годности пред нами вечный реалистический момент либерального мирозерцания»³⁰.

В «Вехах» сформулировано чуть ли не **главная задача «сохранение традиции»**, дабы любой ценой не допустить «перерывов постепенности», «скачков в истории», чреватых кровью, разорением культуры и душевным опустошением. Ведь только прошлое России, и только оно, есть залог ее будущего, а все остальное – лишь надежда на какое-то чудо, на «историческое колдовство», заклинание магией литературных фантазий революционного толка³¹. У Бердяева традиция укоренена в глубинах культуры, историсофична. Особенность развития России, ее истории и культуры во многом определяется «тайной соотношения мужественного и женственного, в несоединенности этих двух начал, в том, что безграничная свобода оборачивается безграничным рабством, вечное странничество – вечным застоём. Причину этого Бердяев видит в том, что мужественная свобода не овладевает женственной национальной стихии-

ей в России изнутри, из глубины. Отсюда, – считает философ, – вечная зависимость от инородного, ...все мужественное, освобождающее и оформляющее было в России ... не русским, заграничным западноевропейским, французским немецким, греческим в старину. «Россия, столь своеобразная, столь необычайного духа страна, постоянно находилось в сервилитическом отношении к Западной Европе»³². Из этого безвыходного круга есть только один выход: раскрытие внутри самой России, в ее духовной глубине мужественного, личного оформляющего начала, овладение собственной национальной стихией, имманентное пробуждение мужественного, светоносного сознания. Но раскрытие мужественного духа в России не может быть прививкой к ней сединной западной культуры... Россия пророчески должна перейти от ожидания к созиданию, но ее тип созидания другой, нежели в странах Запада, в ней нет «дара создания средней культуры» и в этом, справедливо отмечает Бердяев, тайна русского духа, который всегда устремлен к последнему и окончательному, к абсолютному во всем.

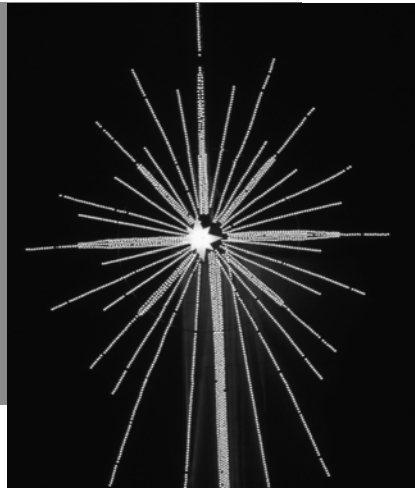
Тайна «особенной судьбы в том, что Россия с ее аскетической душой должна быть великой и могущественной»³³. В России откровение человека может быть лишь религиозным, лишь раскрытием внутреннего человека, Христа внутри. Культура должна стать более интенсивной, активно овладевающей недрами и пространствами и разрабатывающей их русской энергии. «Государство должно стать внутренней силой русского народа, его собственной положительной мощью, его орудием, а не внешним над ним началом, не господином его... Если русское государство до ныне хотело существовать пассивностью своего народа, то отныне оно может существовать лишь активностью народа»³⁴.

Тайна судьбы России в ее самобытности, которая, как показал Бердяев, не может быть связана со слабостью, неразвитостью, с недостатками. Русская самобытность должна, наконец, проявиться положительно, в мощи, в творчестве, в свободе. В зрелый период исторического существования народа самобытность должна быть свободно выраженной, смелой, творящей, обращенной вперед, а не назад. Самобытность неразрывно связана с национальной идеей, роль которой возрастает в «мировой борьбе народов». «Русские должны в этой борьбе не только государственно и общественно перестроиться, но и перестроиться идейно и духовно», «окаменелость мысли должна замениваться новым идейным воодушевлением и идейным подъемом» и далее: «Созревание России до мировой роли предполагает ее духовное возрождение»³⁵, - таков пророческий завет Н.А. Бердяева, что является актуальнее чем когда-либо.

Ссылки:

- 1 Бердяев Н.А. Типы религиозной мысли в России. Т.3. Париж, 1989. С.14.
- 2 Булгаков С. Героизм и подвижничество // Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции.- М., 1990. С.34.
- 3 Юркевич П.Д. Идея // Ж. Минва нар. просвец. 1859, №10. С.24.
- 4 Труды Киевской Духовной Акад. Т.3.1861. С.209.
- 5 Булгаков С.Н. Свет Невечерний: Созерцания и умозрения. Сергиев Посад, 1917. С.26.
- 6 Булгаков С.Н. Философия хозяйства. Ч.1. М., 1912. С.30.
- 7 Гвардини Р. Конец нового времени // Вопросы философии.- 1990.- №4, С.145.
- 8 Бердяев Н.А. Русская идея // О России и русской философской культуре. М., 1990. С.217.
- 9 Герцен А.И. Собр. соч. Т.16. М., 1959. С.139
- 10 Герцен А.И. Указ. соч. С.147
- 11 Герцен А.И. Указ. соч. С.136, 138.
- 12 Достоевский Ф.М. Дядюшкин сон; Село Степанчиково и его обитатели; Скверный анекдот; Зимние заметки о летних впечатлениях. Л., 1982. С.407, 418.
- 13 Мережковский Д.С. Больна Россия. Л., 1991. С.43.
- 14 Мережковский Д.С. Указ. соч. С.29.
- 15 Мережковский Д.С. Указ. соч. С.30.
- 16 Мережковский Д.С. Указ. соч. С.30-31.
- 17 Розанов В.В. Сумерки просвещения. 1990. С.9.
- 18 Там же. С.14.
- 19 Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции. М., 1990. С.4.
- 20 Соловьев В.С. Соч. В двух томах. М.: Мысль, 1990. Т.1. С.287.
- 21 Трубецкой Е.Н. Смысл жизни. Берлин, 1922. С.65.
- 22 Вехи: Сборник статей о русской интеллигенции. М., 1909. С.2.
- 23 Там же. С.8.
- 24 Герцык Е. Воспоминания. Париж. 1973. С.135.
- 25 Достоевский Ф.М. Полн. собр. соч. Т.25. С.19.
- 26 Там же. С.17.
- 27 Ильин И. Пророческое призвание Пушкина // Пушкин в русской философской критике. М., 1990. С.334.
- 28 Ильин И.А. Путь духовного обновления // Ильин И.А. Путь к очевидности. М., 1993. С.244.
- 29 Бек У. Что такое глобализация? М., 2001, С.14-15.
- 30 Струве П.Б. Patriotica: Политика, культура, религия, социализм. М., 1997. С.203.
- 31 Вехи. Из глубины. М., 1991. С.5.
- 32 Бердяев Н.А. Анархизм – явление русского духа // Русский индивидуализм. М.; 2007. С. 163
- 33 Бердяев Н.А. Анархизм – явление русского духа // Русский индивидуализм. М.; 2007. С.173.
- 34 Там же. С.179-180.
- 35 Там же. С.191-192.

ИСТОРИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ МЫСЛИ



Взаимодействие «социального» и масс в концепции Ж.Бодрийяра

Киселёв К.В., Франц В.А.

В статье рассматривается точка зрения Ж. Бодрийяра на специфику взаимодействия «социального» и масс. Утверждается, что Ж. Бодрийяр рассматривает его в контексте своей теории симуляции. Основной характеристикой «социального» является способность к производству смыслов, массы же, напротив, характеризует абсолютная невосприимчивость к смыслу и абсолютная пассивность, в силу которых они оказывают разрушительное воздействие на «социальное». Ж. Бодрийяр и постмодернизм подготовили теоретическую почву для социальной и политической проектной деятельности.

Ключевые слова: массы, симулякр, симуляция, средства массовой информации, гиперреальность, Постмодерн, производство смысла, кризис ценностей, социальное проектирование.

Kiselev K.V., Frantz V.A.

The interaction "of the social" and of masses in the concept of J. Baudrillard

In the article is considered the concept of the interaction of the "social" and the mass. The authors affirm that J. Baudrillard consider this interaction in the light of his theory of the simulation. The main feature of the "social" is the ability to product the sense, and the mass, on the contrary, is characterized by the absolute unreceptiveness towards the sense and the complete passivity, that cause it's destructive influence to the "social". J. Baudrillard and the postmodernist thinkers prepared the theoretical basic for the social projecting.

Keywords: mass, simulacrum, simulation, mass media, hyperreality, Postmodern, crisis of the values, social projecting.

Взаимодействие «социального» и масс рассматривалось Ж. Бодрийяром в контексте проблемы симуляции и симулякров, которые классифицировались им как симулякры первого, второго и третьего порядков, сменявшие друг друга в процессе эволюции европейского общества. Собственно, симулякр, в его понимании, – это реальная, осязаемая модель, квинтэссенция существования целой эпохи. Симулякр первого порядка – это подделка, появляющаяся в эпоху Возрождения. Симулякр второго – это вещь, имеющая множество дубликатов. Он создается серийным производством, его существование соответствует промышленной эпохе. Симулякр третьего – знак, отделенный от своего первоначального означаемого и вступающий в произвольные комбинации с другими такими же знаками. Он появляется в эпоху постмодерна. По убеждению Ж. Бодрийяра, именно сущность симулякров третьего порядка определяет характер взаимодействия «социального» и масс.

Необходимость же исследования феномена симуляции была продиктована Ж. Бодрийяру самой эпохой, теми проблемами теоретического и практического характера, ответа на которые современность еще не дала. И термин «эпоха» в данной ситуации неслучаен, поскольку вопросы и тупики, являющиеся предметом

исследовательского интереса мыслителя, единогласно признаются в рамках современной европейской философии результатом перехода общества из одной исторической логики существования в другую. Окончание проекта «Модерн» было ознаменовано коренными изменениями как в мышлении людей, так и в способе существования европейского социума. Почва же для этих перемен была неосознанно подготовлена, как отмечает большинство мыслителей-постмодернистов, внутри самого Модерна усилиями, в первую очередь, его теоретиков.

Подробное описание процесса сначала разрушения модерном ценностей традиционного общества, а потом саморазрушения и естественного перехода в состояние постмодерна подробно описано многими философами-постмодернистами, такими, например, как Ж.-Ф. Лиотар и М. Фуко. Если первый разделил существование гносеологии на три этапа: период Традиции, Модерна и этап паралогии, то второй находил в истории этапы ренессанса, классики и «современности». Ж. Бодрийяр также предложил свою классификацию этапов исторического развития, представив ее как последовательную смену логик правила, закона и кода.

Но, собственно, в чем же проблема перехода в контексте взаимоотношений социального и масс? На наш взгляд, суть этой проблемы в соотношении нормативности, в том числе проявляющейся через преемственность, и свободы. Как в свое время отмечал Ф. Ницше, ценности Модерна, являющиеся, на самом деле, логическим продолжением христианских ценностей, являются нигилистическими, то есть построенными на отрицании и переворачивании предыдущих ценностей. Противоречие, заключающееся в том, что, с одной стороны, Модерн является отрицанием христианских ценностей Средневековья, а с дру-

гой, представляет собой их логическое продолжение, является лишь видимостью. Просто противоположные понятия меняются местами, но сам принцип существования культуры остается прежним. И этот принцип – принцип истины, универсальности, необходимости чего-то общезначимого или, по Ж. Бодрийяру, принцип Закона. Это хорошо было продемонстрировано структуралистами и постструктуралистами, в частности. Ж.-Ф. Лиотаром, который подробно описывает, какие формы какими заменяются. Так, по его мнению, на место веры встает разум, на место Бога – человек, священной иерархии – демократия и т.п. Аналогичным образом с небольшими отличиями рассуждает и Ж. Бодрийяр. Он говорит, что логика Закона характерна как для Модерна, так и для христианской стадии европейской истории. Именно логике и понятию Закона соответствует в понимании Ж. Бодрийяра термин «социальное». Под социальным мыслитель, таким образом, подразумевает инстанцию, ответственную за производство смыслов.

Процесс же саморазрушения Модерна в плоскости философии можно проследить, начиная с И. Канта (в принципе, даже раньше, довольно яркими фигурами здесь являются, например, Декарт и Юм). И. Кант формулирует свою идею категорического императива, априорной формы всеобщности, с которой начинается стремительный процесс понимания практической пустоты и альтернативности этой формы, что подтверждается как выкладками теоретического характера, так и реальной практикой. Проблему определения действительно всеобщих ценностей видит и Гегель. Параллельно, также катализируемый идеями Канта, идет другой процесс: исчезновения из бытия объекта, лишение его самостоятельного по отношению к субъекту статуса. Но та же участь



скоро постигает и субъект, что ярко проявляется в феноменологии. Таким образом, вопрос о реальности и бытии просто снимается, ведь уже нет ни субъекта, ни объекта, просто нечто происходит.

Все происходящее является следствием именно негативности модернистских понятий и ценностей, ведь раньше такие понятия, как, например, истина, человек, разум, бытие, благо, определялись через Бога или его светские «заменители», но, как только они стали отрицаться, ярлыки оказались лишь ярлыками. Исчез фиксированный смысл и появилось множество временных и ситуативных. Это хорошо описано постструктуралистами (Р.Барт, Ю.Кристева и др.), в частности, в рамках лингвистических изысканий, где весь мир начинает рассматриваться как текст, причем без автора и читателя.

Это стремительное распадение смысловых структур характерно абсолютно для всех сфер человеческого общества, более того, распадается сама система этих самых сфер. Не обошел этот процесс и сферу политического. Скорее, он более всего ударил именно по ней (как следствие удара по морали), ведь политика в концепции Модерна имеет прямое отношение к жизнестроительству, а если нет почвы для создания какого-либо проекта, то не может быть и политического как такового.

Если же более подробно анализировать распадающиеся ценности Модерна, то можно, например, увидеть (что и делают мыслители постмодерна), что модернистский императив всеобщности, воплотившийся, в частности, в концепции прав человека, зачастую противостоит идее свободы. Это проявляется на разных уровнях. Существуют простые вопросы, на которые невозможно дать однозначного ответа, сохранив в неприкосновенности «святые» принципы свободы. Например, если какое-то государ-

ство не хочет быть свободным и демократическим, должны ли мы позволить ему это? Возможно ли ограничение свободы ради прогресса? Или еще проще, если поведение какого-либо человека не соответствует нашим представлениям о норме, должны ли мы исправлять его хотя бы в силу того, что каждый имеет право быть нормальным? На практике (по крайней мере, в эпоху Модерна) эти вопросы часто решались и решаются в пользу несвободы, что требовало разработки разнообразных «оправдывающих» концепций свободы. Но, по большому счету, если эта практика и эти концепции корректируют универсальные принципы модерна, то не отрицает ли эта коррекция сам принцип, как в свое время случилось у Д.С.Милля, с позитивной концепции свободы которого и берет свое начало либеральный ревизионизм.

Мыслители-постмодернисты доводят идею свободы до ее логического конца, настаивая на отказе вообще от какой бы то ни было авторитарности, а значит, в пределе, вообще от всякого универсального синтеза идей, от языка, от мышления.

Описанные выше процессы соответствуют, по Ж.Бодрийяру, исчезновению «социального» как такового. Однако к гипотезе смерти «социального» мыслитель приходит не сразу. В своих первых работах, таких, как «Общество потребления», «К критике политической экономии знака» и т.п., он еще констатирует наличие социального, которое, по его мнению, реализует себя в идеологии потребления. В этом смысле взаимодействие «социального» и масс рассматривается Ж. Бодрийяром в контексте теории элитизма, то есть как отношения инициативной, компетентной, целеустремленной властвующей верхушки и пассивного, безразличного, абсолютно управляемого большинства. Фактически,

Ж.Бодрийяр в этих своих работах поддерживал весьма распространённую в философии и теории политики точку зрения, которую с разными нюансами разделяли С.Московици, Х.Ортега-и-Гассет, М.Вебер, Й.Шумпетер, М.Липсет, В.Ропке и др. В частности, в труде «К критике политической эконимии знака» мыслитель рассматривает идеологию потребления как инструмент тонкой и успешной манипуляции массами. «Тавтология, – пишет Ж.Бодрийяр, – это всегда идеология. Метафоры потребностей на самом деле дают санкцию тавтологическому принципу данной системы власти, целесообразности, воспроизводящей социальный порядок. При помощи шулерской законности потребностей и удовлетворения вытесняется весь вопрос о социальной и политической целесообразности порядка производства»¹. При этом необходимо отметить, что термин «симуляция» в вышеназванных работах Ж.Бодрийяра еще не использует.

В последующей работе Ж. Бодрийяра «Символический обмен и смерть» термин «симулякр» уже используется. Именно в ней философ предлагает свою градацию симулякров. В этой работе фигурирует и понятие гиперреальности, представляющей собой «реальность» симулякров третьего порядка. Содержание понятие гиперреальности соответствует смыслу термина «виртуальная реальность» в традиции понимания, пошедшей от Г.Рейнгольда, и, являясь пространством вероятностей, предполагает предпочтительность тех вероятностей, которые никогда еще не были реализованы. В «Символическом обмене и смерти» Ж.Бодрийяр подробно останавливается на исследовании генезиса «социального» и «политического», их истории и дальнейшей судьбы. По его мнению, высказываемому в этой работе, и социальное, и политическое являются продуктами симуляции, однако отно-

сительно их судьбы мыслитель еще колеблется, поскольку не может окончательно сформулировать точку зрения на проблему власти. Как следствие в ходе работы предлагается несколько вариантов происхождения социального и политического и несколько же сценариев их судьбы в будущем, иногда откровенно противоречащих друг другу.

Суть сомнений мыслителя относительно судьбы социального состоит в неуверенности, сможет ли социальное, и политическое, как его часть, как производящая различения, а значит смыслы, инстанция, существовать в эпоху гиперреальности, или она погибнет вместе со смыслом. Собственно, сомнение перекочевало из «Критики», только формулировка изменилась. В «Символическом обмене и смерти» Ж.Бодрийяр сначала говорит, что социальное будет существовать всегда, производя все больше и больше остатков. Далее же, по ходу анализа собственных методов социального, связанных с использованием СМИ для взаимодействия с массами, ввергающих само социальное в логику симулякров третьего порядка, суть которых есть бессмыслица, мыслитель делает вывод о смерти «социального». А с ним и смерти «политического», но лишь частичной, поскольку «политическое» никогда не ограничивалось только лишь сферой смысла и рамками императива всеобщности, в нем всегда присутствовал элемент игры и чистого вызова. Эта позиция закрепляется и развивается в следующих работах Ж. Бодрийяра.

В труде «Симулякры и симуляция» Ж. Бодрийяр создает развернутую теорию симуляции в ее зрелом варианте, в рамках которого Ж.Бодрийяр окончательно останавливается на идее смерти социального и победе гиперреальности над «микрофизикой власти». Он утверждает: «Симуляция никогда не представляет собой нечто, скрывающее



правду – это правда, скрывающая, что нет ничего... Реальное состоит из миниатюрных единиц, матриц, банков памяти и стандартных команд – и с помощью всего этого оно может быть воспроизведено неограниченное число раз. Реальное более не должно быть рациональным, т.к. оно больше не соизмеряется ни с каким идеалом или негативной инстанцией. Оно не более, чем операционально. На самом деле, поскольку оно более не облачено воображаемым, оно более вообще не является реальным. Оно гиперреально»².

Завершенный вид концепция «симуляции» Ж.Бодрийяра принимает в работах «В тени молчаливого большинства или конец социального», «Соблазн», «Прозрачность Зла» и т.д. В них мыслитель также осуществляет глубокий анализ взаимодействия масс «социального», рассматривая его в разрезе проблемы симуляции. По утверждению Ж.Бодрийяра, массы порождаются социальным. Их существование становится возможным благодаря появлению серийного производства и средств массовой информации. Продвигая продукцию серийного производства и кандидатуры политических деятелей через СМИ, с помощью мифологии примитивного содержания, максимально упрощенной и рассчитанной не на рациональное критическое отношение, а на гипнотически-зачарованное восприятие, социальное порождает массы, которые со временем перестают воспринимать любые, даже осмысленные, идеи, тем самым приближая конец социального. То есть, проще говоря, массы возникают в результате протекания симулятивных процессов.

Создавая симулякры, предназначенные для масс, социальное на самом деле не знает ничего о своем объекте. Оно, конечно, имеет некое представление о массах и их потребностях, но это представление, по мнению Ж.Бодрийяра, является не более, чем иллюзией, очередным

симулякром, поскольку массы не отождествляют себя ни с кем и ни с чем: ни с какой идеологией, ни с какой верой, ни с каким государством, ни с каким политическим лидером и вообще не имеют потребностей. Более того, невозможно определить конкретные свойства и границы данного явления: кто является представителем масс, а кто – нет, и какими качествами представитель масс должен обладать. Таким образом, воздействие на массы и взаимодействие с ними для социального становятся невозможными.

Ж.Бодрийяр выделяет лишь одно свойство, характерное для масс в целом, как явления: они игнорируют, либо разрушают любую идею, навязываемую им социальным. Это происходит также посредством симуляции: массы подменяют и искажают смыслы сообщений, либо, полностью их уничтожая, оперируют знаками, лишёнными означаемого. И в этом смысле они оказываются намного сильнее социального. Именно в контексте взаимодействия социального и масс мыслитель поднимает проблему власти, ведь и социальное, и массы, каждое явление по-своему, обладает определенной степенью власти и определенной степенью беспомощности, и кто является победителем в этом поединке на первый взгляд определить сложно. В поздних работах мыслитель отдает пальму первенства массам, говоря о разрушительном могуществе их равнодушия, играющем значительную роль в формировании гиперреальности современного Мира.

Политика, как считает Ж.Бодрийяр, также обретает форму гиперреальности. Партии не отстаивают и не борются за что-либо реальное. Тем не менее, они противостоят друг другу, симулируя оппозицию. Бюрократическая система контроля, адекватная экономическому обмену, уступает место так называемому мягкому контролю, осуществляемому с помощью симуляций. Все социальные группы в

итоге преобразуются в единую огромную симулируемую массу. Революция нашего времени, по Ж.Бодрийяру, есть революция неопределенности. Ее результатом является то, что индивиды становятся индифферентными относительно времени и пространства, политики и труда, культуры и секса (все больше людей склонны к тому, чтобы хирургически или семиотически изменить пол) и т.д.

Развивая эту идею, Ж.Бодрийяр пришел к убеждению, что ни феномена общественного мнения, ни феномена представительства в современном европейском обществе не существует, как не существует и возможности реализации какого бы то ни было идеологического проекта. Это задано характером современной эпохи, в которой логика закона практически сошла на нет, а силу набирает логика кода, комбинаторики – в ней уже не существует смысла, истины и реальности.

Такая точка зрения сегодня не только типична для постмодернистской стилистики философствования, констатирующей крушение всех предшествующих ценностей, в том числе ценностей демократии, но и является основой многих, если не большинства, реализуемых властью социальных проектов, в которых «ироничные» массы, с одной стороны, рассматриваются в качестве деструктивной среды, с другой, материала, без которого невозможен любой проект.

Неоспоримым достоинством философии постмодерна является то, что в ее рамках осуществляется глубокий анализ современных реалий, трезвая оценка основополагающих феноменов и наиболее острых проблем современной цивилизации. Однако прогнозы, подобные бодрийяровской концепции смерти социального и принципиальной невозможности какого бы то ни было «нормативного» порядка в будущем, являются не менее произвольными

и не более доказуемыми, чем, например, идея торжества «нормативной» демократии.

Также хотелось бы отметить чисто эстетический характер постмодернистского стиля философствования в целом и философии Ж.Бодрийяра в частности, отсутствие каких бы то ни было практических задач, однако, при наличии предельно прагматичных выводов. Так, Ж.Бодрийяр не просто констатирует факт кризисного состояния современной постиндустриальной цивилизации, но смакует ту неопределенность, в которой она находится. В своих работах он признает, что не в состоянии предвидеть будущее этой цивилизации и предложить какие-то рецепты дальнейших действий. Путь назад, к логике предшествующих эпох, по его мнению, принципиально невозможен.

Такая теоретическая ситуация во многом обязана своим возникновением преимущественно материалистически-рационалистическому характеру постмодернистской философии. Десубъективизированный и депсихологизированный характер постмодернизма создает непреодолимые привычными средствами бреши между теорией и конкретными событиями действительности. Фактически Ж.Бодрийяр и постмодернизм в целом готовили теоретическую почву для социальной и политической проектной деятельности, но, во-первых, сознательно отказались от симулятивного ранжирования проектов и ценностей, во-вторых, оказались не в состоянии оценить их функциональную состоятельность и перспективность. Вопрос о целях, о «новой идеологии», также как о «новой методологии», таким образом, остается открытым.

Ссылки:

- 1 Бодрийяр Ж. К критике политической экономики знака. М., 2003. С. 65.
- 2 Baudrillard J. Selected Writings. Stanford, 1988. P.166.



Анализ исследования международного опыта модернизации научно-исследовательского потенциала в системе высшего образования

Ватлин А.А.

В работе проводится анализ исследований автора по вопросам модернизации научно-исследовательского потенциала, на основе инноваций, в системе международного высшего профессионального образования. Показана роль центрального уровня в управлении научно-исследовательской деятельностью вузов и научных организаций, как соответствующих решению главной проблемы – росту уровня социализации и гуманизации российского общества.

Ключевые слова: социология, управление, модернизация, инновации, реформа

Vatlin AA.

Analysis of the study of the international experience to modernizations of the research potential in system of the higher education

Analysis of the studies of the author is conducted In work on questions of the modernizations of the research potential, on base innovacy, in system of the international high vocational training. Role central level is Shown in management research activity high school and scientific organization, as corresponding to decision main problems - a growing level to socializations and gumanizacy society. Keywords: sociology, management, modernization, innovacy, reform

XX столетие привнесло в развитие человечества существенные изменения, отражающиеся на росте знаний. Наука и базирующиеся на ней высокие технологии служат стратегическим показателем экономической, политической и оборонной мощи государства. Потому для ведущих стран и регионов мира наука и образование превратились в мощный сектор экономики. Новыми базовыми научными и высокотехнологичными направлениями являются нанотехнологии, биотехнологии, информационно-коммуникационные технологии и технологии новых материалов. Экспертами прогнозируется, что к 2020-2025 гг. произойдет новая научно-техническая революция - технологическая, основой которой станут разработки, синтезирующие достижения в сфере названных направлений. Страны ЕС, США, Япония, Китай, Корея уже наращивают темпы по созданию новых высокотехнологических изделий и продукции. По сценарию, который считают наиболее вероятным специалисты ИМЭМО, в посткризисный период темпы роста мировой экономики несколько повысятся. И основными движителями этого ускорения выступают два фактора - глобализация и инновации.¹ В этом

плане весьма интересен опыт передовых зарубежных стран, исследованный ведущими экспертами этих стран.

М. Гиббоне² определяет переход к инновации как переход к новой, второй модели академического знания, обладающей рядом совершенно новых характеристик в отличие от институционализированной в современных университетах дисциплинарной формы производства знания: знание производится в прикладном контексте, знание трансдисциплинарно, неоднородность и организационное разнообразие форм производства знания, возросшая социальная ответственность и отчетность, расширенная база систем контроля качества.

Трансдисциплинарность по второй модели означает, что научное знание возникает не просто на основе уже существующих дисциплин. Наиболее важные и актуальные виды научного знания сейчас производятся не столько учеными, технологами или промышленными исследователями, сколько «...символическими аналитиками, людьми, которые работают с символами, концепциями, теориями, моделями, данными, производимыми другими в самых разных частях научной системы, и конфигурируют их в новые комбинации для решения самых разных проблем»³. Другими словами, актуальное научное знание и основанные на нем результаты формируются на стыке различных научных дисциплин и на разных уровнях научного знания (фундаментального, прикладного, технических разработок). Во второй модели вид, форма окончательного решения всегда будет выглядеть иначе, будет иной, чем в каждой отдельно взятой дисциплине.

Неоднородность и организационное разнообразие форм производства знания следует понимать, имея в виду навыки и опыт, вносимый в

этот процесс участниками. Состав, композиция команды, решающей проблему, со временем меняется в соответствии с меняющимися требованиями. Люди объединяются во временные рабочие группы и сети сотрудничества, которые расформируются, когда проблема решена или переопределена. Участники групп могут затем быть собраны в другие группы, с другими людьми, часто в совсем другом месте для работы над совсем другими проблемами. Но при этом непрерывно происходит обмен и обогащение опытом. Так создается необходимый интеллектуальный задел и потенциал компетентности, который вносится в новый проблемный контекст. Несмотря на, зачастую, короткий жизненный цикл таких групп и изменчивость проблем, над которыми они возникают, схема организации и коммуникации может быть представлена в виде матричной структуры, из которой будут формироваться последующие группы и сети, предназначенные для решения разнообразных проблем.

Социальная ответственность и отчетность перед обществом тех, кто производит знание, вызваны растущим интересом и участием общества в решении проблем окружающей среды, безопасности, здравоохранения, энергетики, сохранения невозможных ресурсов, собственности и воспроизводства. Общество ждет, что научно-исследовательская деятельность будет осуществляться с учетом существования актуальных проблем, и что это найдет отражение в постановке целей, разработке дизайна исследовательской деятельности всех научных учреждений и их большей ориентации на производство полезной конечной продукции.

Контроль качества во второй модели значительно отличается от традиционного контроля, основанного на оценках, суждениях и мнениях экс-



пертов, имеющих научный вес в своих дисциплинах. Во второй модели появляются дополнительные критерии, вторгающиеся в производство знания через контекст приложения, объединяющий самые разные интеллектуальные, социальные, экономические и политические интересы. Качество предопределяется теперь более широким множеством критериев, соответствующим расширяющемуся социальному спектру вовлекаемой экспертизы.

Один из главных приоритетов научной политики - востребованность производимых результатов научной деятельности - наряду с уходом государства из сферы управления научно-исследовательской деятельностью ведет к тому, что университеты вынуждены принять на себя всю полноту ответственности за развитие данной деятельности. По мнению М.Гиббонса, университеты, которые не воспримут новую модель или, другими словами, будут продолжать игнорировать изменения во внешней среде, будут обойдены другими учреждениями и не смогут конкурировать за ресурсы. В управлении, таким образом, ключевыми становятся вопросы об организации и структуре научно-исследовательской работы в процессе перехода к новой модели производства знания, о преодолении доминирующих дисциплинарных форм институционализации и ориентации исследователей не только на процесс научно-исследовательской деятельности, но и на достижение ее результатов, качественных и востребованных обладателями финансовых ресурсов.

Возможности взаимного сближения прежней и новой моделей производства знания М.Гиббонс видит в университетах, в которых сосуществуют две различные, но взаимодействующие между собой структуры, обеспечивающие научно-исследовательскую деятельность.

Первая структура - это традиционная структура дисциплинарных кафедр, поддерживающих исследования, необходимые для реализации учебного процесса. Вторая структура - мобильная инновационно-ориентированная матричная структура, объединяющая исследователей из самых разных дисциплин и из разных организаций для работы над научной проблемой, поставленной внешним заказчиком. Именно такие структуры будут способны воспринять вторую модель производства научного знания и смогут составить конкуренцию другим организациям и учреждениям, занимающимся научно-исследовательской деятельностью.

Все большее признание сегодня получает интегративная модель инновационного цикла, исходящая из параллельной разработки и коррекции приоритетов и деятельности по стадиям цикла (фундаментальные исследования, прикладные исследования, разработки, внедрение)⁴.

Линейная инновационная модель⁵ в настоящее время практически не применима в российских условиях, так как для ее реализации требуется бесперебойное достаточное финансирование и участие представителей промышленности, заинтересованных в конечном использовании изобретения. В современной России подавляющее большинство исследовательских коллективов не обеспечено такими условиями. Исключения составляют менее десятка научных центров крупных нефтяных и топливно-энергетических корпораций, созданные в 2000 - 2001 гг. Являясь структурными подразделениями ведущих российских компаний, данные центры используют линейную инновационную модель в рамках одной корпорации⁶.

Проведенное исследование показало, что выживание научно-исследовательских и образовательных учреждений нашей страны зависит

не только от эффективности исследовательского процесса, но и в большей степени от успешности сотрудничества с промышленностью, т.е. от успешности распространения полученных результатов. Процесс распространения результатов, полученных в результате исследований, принято обозначать термином «трансферт технологий».

Университеты и научно-исследовательские институты в целом представляют собой ключевое звено между идеей, знанием, технологией и конечным продуктом. Преимущество университетских исследователей перед сотрудниками лабораторий промышленных компаний состоит в способности междисциплинарного поиска, не ограниченного узкими и прагматичными целями, диктуемыми требованиями рынка и интересами товаропроизводителей. Но важно прикладывать усилия по стимулированию интереса ученых к патентованию своих разработок и последующему использованию в промышленности, так как исследователь может не осознавать коммерческой ценности своего изобретения и поэтому даже не пытаться дать ему истинную жизнь в виде товара или услуги. В то время как промышленность нацелена на получение как можно более быстрой финансовой отдачи от изобретения, ученые вузов или научно-исследовательских институтов руководствуются в своей работе интересами общественной пользы и научного поиска, что позволяет им добиваться более значимых результатов, то есть более весомых открытий. Однако, именно совместная работа науки и промышленности, как показывает зарубежный опыт, дает более эффективную коммерциализацию, сочетая опыт и знания с практическими навыками и ресурсами.

Государственное стимулирование трансферта технологий в США способствовало не только интенсивно-

му развитию традиционных и росту новых высокотехнологичных отраслей, но и увеличению основных экономических показателей, что напрямую связано с повышением уровня жизни населения. Трансферт технологий значительно улучшил финансирование, как прикладных, так и фундаментальных исследований американской высшей школы, способствовал увеличению количества вузов и исследовательских учреждений, а также вызвал качественное улучшение подготовки студентов и научных работников.

Как неоднократно отмечалось многими американскими исследователями (Дж. Кендрик, Э. Денисон и др.), примерно 40-50% экономического роста США в последние 50 лет было достигнуто за счёт научно-технических нововведений и образования. Так, по расчётам экономиста Э. Денисона, с 1929 по 1982 г. вклад науки и образования в ВВП составил 42% (14% - пришлось на долю образования и 28% - на долю науки)⁷.

Размеры ассигнований на НИОКР в США в первое десятилетие 2000-х годов достигли астрономических масштабов: 342,8 млрд. долл. по данным на 2008 г. Из них 63,4 млрд. долл. (18,5%) было израсходовано на фундаментальные исследования, 79,3 млрд. (23,1%) - на прикладные и 199,9 млрд. (58,3%) - на разработки (опытно-конструкторские работы). При этом 55% всех ассигнований на фундаментальные исследования были использованы академическим сектором американской науки, т.е. университетами. Большая часть этих ассигнований была государственной и выделялась различными федеральными ведомствами, ведущую роль среди которых играли министерства обороны, здравоохранения и социальных услуг, энергетики, сельского хозяйства (62% всех ассигнований на академическую науку), Национальный научный фонд. Почти 242 млрд. долл.



из ассигнованных в 2006 г. на науку средств было использовано в частном секторе экономики (более 70%)⁸.

Учитывая масштабы общих расходов страны на научные исследования и роль в этих исследованиях (прежде всего фундаментальных) государства, можно заключить, что в американском обществе сложилось чёткое понимание того, что: во-первых, наука играет ключевую роль в социально-экономическом развитии страны; а, во-вторых, что государство несёт ответственность за выработку основных приоритетов научных исследований и за обеспечение такого общественного блага как «знание». При Президенте США существует Управление по научно-технологической политике, призванное, наряду с другими государственными и общественными институтами, обеспечивать государственные интересы в сфере науки и высоких технологий. Можно утверждать, что наука с её огромным бюджетом и занятостью в более чем 4 млн. человек (в 1950 г. — 200 тыс. человек), превратилась из некогда узкой сферы интеллектуальной деятельности в мощный сектор экономики США⁹.

Соединённые Штаты Америки также являются ведущим экспортёром наукоёмких услуг: компьютерных, информационных, научно-исследовательских, инженерных и др. Их доля на мировом рынке данных услуг (общий объём превышает 14 трлн. долл.) составляет 35% (столько же, сколько доля всего ЕС)¹⁰.

Быстрыми темпами меняется в США и профессионально-квалификационная структура занятости в пользу работников, преимущественно, умственного труда, доля которых в начале нового века превысила 60%. При этом наиболее быстрыми темпами растёт численность представителей новых профессий, связанных с разработкой и обслуживанием компьютерных технологий. Так, за 90-е годы и первую половину первого де-

сятилетия нового века число специалистов по использованию информационных баз данных, компьютерных инженеров, системных аналитиков увеличилось в среднем в 2 раза¹¹.

Интеграция науки и образования является ведущим преимуществом американских университетов. Система высшего образования в США — это основной сектор проведения фундаментальных исследований в стране (в отличие от России и многих европейских стран, где центры научных исследований традиционно отделены от вузов). 235 исследовательских университетов США и несколько крупных исследовательских университетов Канады фактически составляют основу научного потенциала этих стран, позволяют занимать ведущие позиции в мировой науке. При этом важно подчеркнуть два обстоятельства. Во-первых, в США, например, в ведущих частных университетах финансирование фундаментальных исследований осуществляется не менее, чем на 60% федеральным правительством. Во-вторых, высокий уровень научных исследований в университетах заметно повышает качество преподавания различных учебных дисциплин, даёт возможность привлекать студентов старших курсов бакалавриата и магистратуры к проведению научных исследований в качестве помощников профессоров. Таким образом, сочетание в одном учебном заведении научных исследований и обучения, с одной стороны, существенно повышает уровень и эффективность учебного процесса, а, с другой — расширяет финансовые и кадровые возможности для проведения исследований.

Существует несколько способов получения государственных ассигнований на научные исследования. Во-первых, путём получения свободных грантов, которые могут быть использованы на любые научные исследования по выбору. Во-вторых, путём получе-

ния целевых грантов, направленных на проведение конкретных исследований, которые распределяются на конкурсной основе. Третьим способом является так называемый совместный договор, заключаемый между вузом, государством и корпорацией.

Основными источниками частных средств (пожертвований, грантов и контрактов) являются частные лица, благотворительные фонды и корпорации. Частные лица и фонды финансируют текущую и инвестиционную деятельность вузов, а также выделяют средства на выдачу стипендий. Корпорации финансируют вузы по тем же направлениям и заключают с ними контракты на научные исследования и развитие коммерческой деятельности.

Благотворительные дары и пожертвования и в настоящее время остаются главными источниками формирования эндаументов. В США они могут быть сделаны в разных формах: в виде непосредственных дарений денег, ценных бумаг различных видов, долей в собственности, недвижимости; в виде финансовых обязательств, когда жертвователь формально обещает сделать взнос в эндаумент в определённые сроки; в форме завещаний, прижизненных трастов и т.п.

Доходы же от эндаументов направляются конкретным исследователям на основании желания донора, который принимает в расчёт только репутацию университета и личность исследователя. Решение принимается задолго до формирования собственно программы научных работ, а исследователь-бенефициар эндаумента имеет широкую свободу в выборе конкретных направлений научных изысканий. Исходя из этого, эндаументы играют ключевую роль в формировании институциональной базы академической науки в США¹².

Таким образом, российские и американские университеты в сфере организации научных исследова-

ний отличаются степенью доступности источников финансирования и размерами средств, получаемых за определённый период.

Основная часть федеральных ассигнований, выделяемых на научные исследования, направляется в США в исследовательские университеты. Американская статистика выделяет 120 основных высших учебных заведений, которые получают максимальные федеральные ассигнования. Так, в 2004-2005 учебном году американские вузы получили федеральных ассигнований на общую сумму 55,7 млрд. долл., из них 36,3 млрд. долл., или 65,2%, получили 120 вузов (треть из которых были частными некоммерческими университетами)¹³. Самые крупные ассигнования, превышающие 1 млрд. долл., получили Калифорнийский технологический институт, Университет Джонса Хопкинса и Массачусетский технологический институт. Значительную часть ассигнований на научные исследования федеральный бюджет распределяет по министерствам и иным структурам, которые затем направляют их в исследовательские университеты¹⁴.

Бюджет на образование и исследования в 2004/05 гг. достиг 10,33 млрд. долл. США. Из них более 240 млн. долл. США предполагается направить на реализацию нового проекта «Элитные университеты», в рамках которого отобранные на конкурсной основе десять университетов в течение 5 лет наряду с базовым институциональным финансированием будут каждый год получать 30,1 млн. долл. на научные исследования по актуальным вопросам современности¹⁵.

Если анализировать новое российское законодательство с точки зрения американского опыта, невольно возникают серьёзные вопросы. Во-первых, Федеральный закон «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»¹⁶, написан-



ный в значительной степени под влиянием успешной американского опыта, накладывается на совершенно иную среду. Мощное бюрократическое «сопровождение», предусмотренное в российском законе и заметно усложняющее процесс создания и функционирования фондов, просто отсутствует в США в силу самой структуры американского законодательства.

В соответствии с положениями закона целевой капитал не может быть сформирован «автономными учреждениями», а именно этот статус приобретут все институты национальных академий наук и все бывшие государственные вузы после окончания проводящихся реформ науки и образования. Чтобы выйти из этого положения, закон предлагает создавать управляющие компании, т.е. дополнительных «нахлебников». В противоположность этому в США управление эндаументом осуществляется самими университетами, это часть их управленческих функций, и не создается никаких бюрократических надстроек.

Во-вторых, отсутствие налоговых стимулов для жертвователей значительно ограничивает возможности создания и роста в России целевых благотворительных фондов. Более того, из-за отсутствия налоговых льгот для жертвователей формат целевых благотворительных фондов в России не имеет прочной базы развития, так как стимула к выделению средств не существует.

Ключевым моментом в развитии инновационной системы США и в развитии коммерциализации технологий стало закрепление в 1980 г. за университетами право собственности на изобретения, создаваемые в ходе работ, финансируемых из федерального бюджета (акт Бэй-Доула). В то же время в нашей стране, аналогичный закон все еще находится на рассмотрении в Федеральном Собрании РФ и вопрос о разделении прав на интеллектуаль-

ную собственность между федеральным правительством, университетом и исследователем юридически не закреплен. В России подобного рода отношения носят, как правило, прецедентный характер¹⁷.

По сути, американский университет сегодня - это во многом бизнес-организация, включающая структуры, характерные для любого бизнес-проекта: финансовый менеджмент, кризисный менеджмент, без которых сложно выжить в условиях ужесточающейся конкуренции. При этом каждый университет пытается сконцентрироваться на своих основных преимуществах. Во многих университетах созданы бизнеспарки, центры трансфера технологий, местные венчурные фонды, которые частично поддерживаются университетом и являются источниками получения каких-то внешних ассигнований¹⁸.

Система управления научными исследованиями в США гораздо более централизована, чем в России. Всеми вопросами, связанными с финансированием, взаимодействием с фондами, занимается университет, а грантополучатель только готовит заявку. В этом отношении российский исследователь обладает гораздо большей свободой. Он может свободно, без согласования с администрацией подать заявку в тот же Российский фонд фундаментальных исследований, предоставив финансовые гарантии, подтверждающие платежеспособность данной организации.

Усиление роли центрального уровня в управлении научно-исследовательской деятельностью также продиктовано необходимостью координации научных структур всех форм с тем, чтобы их работа была направлена на достижение целей всего университета в целом и, как отмечает М.Шатток, для того, чтобы избежать возникновения «академической анархии»¹⁹, вероятность которой значительно увеличивается с появлением все большего ко-

личества исследовательских единиц. Все это выводит задачу координации всей научно-исследовательской деятельности университета в ряд самых актуальных направлений университетского менеджмента.

Кроме того, ответственность за проект в России может лежать на университете, институте, какой-то внутриуниверситетской структуре, факультете или исследовательской группе. А в США только университет является единственным ответственным лицом, и все отношения строятся на уровне «фонд-университет». Накладные расходы в большинстве российских фондов составляют 10 - 20% от общих поступлений (это та часть гранта, которая перечисляется в бюджет университета), в США - от 40 до 60% (то есть американский исследователь отдает очень большие деньги именно на финансирование, на поддержку инфраструктуры университета).

Таким образом, пример США доказывает, что бедственное положение российской науки грозит не только технологическим отставанием от ведущих индустриально развитых стран мира, но и ставит под угрозу поступательное развитие всей страны в целом. Представляется целесообразной и необходимой реорганизация системы вузовской науки адекватно требованиям времени. Разумеется, речь при этом не должна идти о механическом закрытии или уменьшении финансирования российских академических институтов, показавших свою неэффективность. Кроме того, очевидно, что частные институты высшего образования пока не обладают достаточными ресурсами и научными школами, чтобы составить серьёзную конкуренцию государственным вузам. Поэтому, в отличие от американской системы высшего образования, в России ещё долгое время приоритет в развитии высшей школы, в том числе и в области интеграции науки и образова-

ния, будет и должен принадлежать государственным вузам. Непродуманная приватизация таких институтов может представлять, на наш взгляд, серьёзную угрозу самому образованию и науке.

Отличительной особенностью развития инновационных режимов в Европе по сравнению с США, является формируемая в странах Европейского Союза региональная научно-техническая политика. Этот опыт представляет не меньший интерес для Российской Федерации. В рамках этой политики происходит стимулирование структурных изменений с целью улучшения региональной предпринимательской среды и повышения конкурентоспособности путем развития трансфера технологий. Одними из центральных направлений этой политики можно также считать развитие инфраструктуры, обеспечивающей предпринимательскую деятельность, и предоставление консультационных услуг, особенно в области маркетинга и экспорта. Однако, методы разработки и осуществления этой политики в разных странах существенно отличаются.

Несмотря на то, что в Европе меньше ученых и исследователей (всего 630 000, по 4 человека на каждую 1000 населения), в то время, как в США эта пропорция составляет 8 на 1000 (всего 950 000 ученых) и в Японии 9 на 1000 (всего 450 000 исследователей), европейским странам все больше удается теснить конкурентов на мировых рынках высокотехнологичной продукции²⁰.

Безусловно, первенство среди европейских стран в инновационной сфере принадлежит Германии, которая стоит на 2 месте в мире после США по уровню доходов от продажи своих технологий (Германия ежегодно получает от экспорта наукоемкой продукции около 530 млрд. долл. США)²¹. Можно предположить, что особый вариант развития инновационного режима в Гер-



мании, заключающийся в стимулировании независимых исследовательских организаций в области коллективных и контрактных изысканий, и прямое сотрудничество с промышленными предприятиями представляют не только конкурентоспособную модель в сравнении с американским опытом, но и служат одной из причин устойчивого развития германской экономики, которое получило название «германское экономическое чудо».

Ссылки:

¹ Кузык Б. Инновационное развитие России: сценарный подход // Экономические стратегии. №1. 2009. http://inesnet.ru/magazine/mag_archive/free

² Gibbons M. The university as an instrument for the development of science and basic research: the implications of mode 2 science / M.Gibbons // Emerging patterns of social demand and university reform: through a glass darkly / D.Dill, B.Sporn eds. - Oxford: Pergamon Press 1995. P.90-104.

³ Gibbons M. Higher Education Relevance in the 21st Century / M.Gibbons. Washington: The World Bank, 1998. - 68 p.

⁴ Миндели Л., Васин В. Проблемы выбора и реализации приоритетов в научно-технической сфере // Общество и экономика. 1999. №9. С 120.

⁵ Линейная модель активно использовалась, в частности, крупными американскими университетами, обладающими большими финансовыми и организационными возможностями, позволяющими реализовать полный линейный цикл от стадии фундаментального исследования до серийного производства и распространения новой технологии. Прежде всего, данная модель не ориентирована на потребности рынка, удовлетворение конечных потребителей. В России до последнего времени делались попытки точной реализации именно этой модели, что является

основной причиной невысокого уровня успешной коммерциализации научных разработок.

⁶ Коммерсант. 2001. №177. С. 7.

⁷ Макконел К., Брю С. Экономикс. М, 1996. С. 384.

⁸ <http://www.census.gov/compendia/statab/tables/08>

⁹ <http://www.census.gov/compendia/statab/tables/08>

¹⁰ Science and Engineering Indicators (<http://nsf.gov/statistics/>).

¹¹ <http://www.census.gov/compendia/statab/tables/08>

¹² Там же.

¹³ Digest of Education Statistics. Wash., 2007, table 345.

¹⁴ Каверина Э.Ю. доходы Американских вузов: современные тенденции и особенности // США Канада. 2009. №1, С. 113.

¹⁵ Дрантусова Н.В. Ресурсное обеспечение создания инновационного продукта вузовской науки. Дисс. канд.экон. наук. Москва, 2007.С.78.

¹⁶ 30 декабря 2006 г. Государственная дума РФ приняла Федеральный закон № 275 «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций», который породил широкую дискуссию в научных кругах и который получил название «закона об эндаументах». Между тем то, что было предложено отечественному бизнесу, преподавателям и учёным под видом «эндаумента по-русски», в общепринятом смысле этого понятия эндаументом не является.

¹⁷ Там же.

¹⁸ Там же

¹⁹ Shattock M. Managing Successful Universities / M.Shattock. Open University Press / McGraw-Hill Publishing Company, 2003. 201 p.

³⁹ Лисин Б.К. Международная инновационная деятельность. Инновационный вызов: европейское измерение // Инновации. 1998. №№ 2-3. С. 7.

²¹ Вольский А.А. Научно-техническая политика России в преддверии XXI века // Промышленник России. 2000. Юбил. выпуск.

Влияние корпоративной культуры на управление персоналом организации на кризисной стадии ее развития

Кузовкина Л.А.

В статье рассмотрены ситуации, в которых корпоративная культура может стать причиной возникновения кризиса или усугубить уже существующий в компании кризис. Предложены варианты выхода из кризиса с помощью совершенствования корпоративной культуры организации.

Ключевые слова: кризис организации, корпоративная культура, управление, персонал, фирма, методы поддержания, развитие, выход из кризиса.

The influence of corporate culture on the management of the staff of organization during the period of its crisis

The article deals with situations in which corporate culture can lead to a crisis or aggravate an existing crisis in the company. Variants of the crisis by improving the corporate culture of the organization.

Keywords: crisis of the organization, corporate culture, management, staff firm, methods of maintenance, development and recovery.

Обострение кризиса в России вызвало потребность в эффективном антикризисном управлении. Это подразумевает заказ практики. Тенденции развития науки управления ведут к необходимости разработки концепции антикризисного управления. Ее предпосылками являются понятия циклического развития, управляемости, ресурсосбережения, мотивации, экономии времени, социального партнерства и многие другие. Их совокупность свидетельствует о реальной опасности кризиса при любом, даже самом успешном управлении.

Объективно кризис характеризуется множеством взаимосвязанных ситуаций, повышающих сложность и риск управления. При этом, возможно отдаление кризиса и его профилактика, стабилизация кризиса, перерастание одного в другой, выход из кризиса, который не исключает его как из настоящего, так и из будущего. Не только экономика, но и природа функционирует циклично, и не только процесс развития экономики рождает кризисные ситуации.

На разных этапах развития общественного сознания отношение к кризисам было различным. Например, одна позиция заключалась в том, что кризис – всегда следствие природных явлений, а другая, – что кризис – порождение самого человека, его ошибок, предрассудков, незнания, неверия.



Однако наступление кризиса определяется не тем, какими понятиями мы оперируем, а реальными тенденциями развития производства и экономики в целом, потребностями их периодической реконструкции. А глубина и характер кризиса зависят от управления, т.е. возможностей при решении проблем предвидеть и смягчать кризисы, использовать их во благо развития организации¹.

Элементарная задача фирмы, попавшей в кризисную ситуацию, – снизить расходы. В докризисной ситуации на большинстве предприятий наблюдалась избыточность персонала. В условиях кризиса сокращение его численности становится острой необходимостью. Нужен взвешенный, рациональный подход при увольнении персонала, отказе от выплаты доплат и надбавок, сокращении социальных льгот (бесплатные обеды, медицинское обслуживание и т.п.). Прямолинейные действия нередко приводят к плачевным результатам. Персонал меньшей численности не в состоянии справиться с резко увеличившимся объемом работ. Снижается заинтересованность в качественном выполнении функций, если перестают платить прежние надбавки, а сокращение социальных льгот уменьшает “преданность” фирме. Происходят снижение мотивации персонала и связанное с этим ухудшение качества труда. И не интересы фирмы, а поиск другой работы становится главным для работника.

Практика показывает, что важным фактором, который может способствовать осуществлению эффективного антикризисного управления, является хорошо подобранный, управляемый, быстро и гибко реагирующий на любые изменения во внешней среде персонал фирмы.

Одной из основных причин возникновения кризиса в компании является отсутствие систематической

и целенаправленной работы по развитию и адаптации корпоративной культуры к меняющимся условиям. Корпоративная культура каждой организации уникальна и индивидуальна. В ней отражаются специфика бизнеса компании, особенности мышления и поведения сотрудников. Всякое изменение корпоративной культуры требует немалых усилий и длительного времени для того, чтобы сотрудники приняли новые ценности и адаптировались к новым условиям труда. Например, при постоянном развитии корпоративной культуры первые результаты начинают проявляться примерно через 2 года, а для полного преобразования культуры крупной компании требуется не менее 3-10 лет. Таким образом, корпоративная культура является важным фактором риска для компании.

На этапе кризиса организации актуальность исследования корпоративной культуры организации возрастает с ужесточением конкуренции, со смещением акцентов конкурентной борьбы с технологий на интеллект, слиянием и поглощением одних компаний другими, стремлением к развитию новых сфер бизнеса, с глобализацией экономики и формированием единого экономического пространства. С практической точки зрения корпоративная культура организации является «душой» компании, дает возможность грамотно и эффективно управлять организацией, является новым направлением, мало изученным в России. На смену таким общепризнанным ценностям, как дисциплина, послушание, иерархия, власть, приходят иные: участие, самоопределение, коллективность, раскрытие личности, творчество, интеллектуальный капитал. Быстрее всех поднимаются и развиваются компании в условиях кризиса, коллектив которых имеет хорошо развитую корпоративную культуру².

Корпоративная культура – это совокупность производственных, общественных и духовных потребностей людей или высокий уровень чего-либо, высокое развитие, умение³. Существует еще множество определений, однако все они сводятся к тому, что культура – это понятие, интегрирующее различные аспекты жизни, деятельности, поведения людей, их объединений, общества в целом на определенном историческом этапе своего развития.

Любая культура, в том числе и корпоративная (организационная), содержит два основных аспекта: ценности и процедуры. Ценности – это этические идеалы, качества, являющиеся высшими нравственными категориями. Процедура – это официально зафиксированные и неписанные правила поведения, основанные на указанных ценностях.

По отношению к хозяйственной деятельности культурная среда подразделяется на внешнюю и внутреннюю.

Внешняя культурная среда является составной частью макросреды, которая оказывает влияние на поведение субъектов хозяйственной деятельности.

Внутренняя культурная среда относится к микросреде субъекта хозяйственной деятельности и имеет отношение, как к самой фирме, так и к партнерам, с которыми она взаимодействует.

Состав культурной среды характеризуется совокупностью факторов, к которым относят политику, технологию, образование, искусство, ценности и отношения, религию, язык, правоведение, социальный статус (рис. 1)⁴.

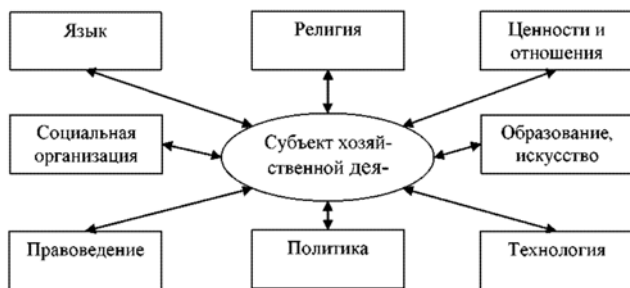


Рис. 1. Состав культурной среды

Политика является всем известной категорией, однако не все руководители учитывают возможности этого фактора культуры в организации. Изучение политики может помочь понять потенциал общественного вклада той или иной страны в деловой климат фирмы. Стабильность политического климата, характеристики группировок, партий, поддерживающих зарубежный бизнес или препятствующих ему, степень влияния каждой из этих группировок – это те факторы, которые позволяют оценить степень предпринимательского риска в политическом отношении.

Технология – это область точных понятий, методов, измерений и знаний. Изучение технического уровня среды предпринимательства может дать информацию об уровне развития и потенциале рынка, о степени развитости его инфраструктуры, о том, какова степень урбанизации и развития «промышленных ценностей», а также выявить отношение к науке и нововведениям, установить научный потенциал, возможности проведения научных исследований.

Образование и искусство, их уровень и профиль редко учитываются в организации. Сравнительный анализ этих факторов культуры может оказать помощь при изучении грамотности и ее влияния на техническое и профессиональное

обучение, а также на эффективность рыночных связей и экономических отношений. Кроме того, образовательный уровень формирует отношение к ценностям, что целесообразно учитывать при формировании и развитии хозяйственной деятельности.

Религия оказывает большое влияние на экономическую деятельность. Все основные религии – буддизм, ислам, христианство и др. – имеют несколько разновидностей, конфессий (например, католицизм и протестанство в христианстве). Свообразный взгляд на мир и истинные ценности, отправление религиозных обрядов могут стимулировать или препятствовать стремлениям к переменам, использованию новых методов в предпринимательстве.

В настоящее время используются термины «культура предпринимательства», «культура предприятия (фирмы)», «хозяйственная культура», «корпоративная культура», «организационная культура». Все это идентичные понятия, под которыми понимается духовная жизнь людей в предпринимательской среде, в организации, их идейное нравственное состояние, ощущения, мышление и действия⁵.

В данном контексте особое внимание следует уделить влиянию корпоративной культуры на эффективность деятельности персонала компании. Нет оснований подвергать сомнению тезис «персонал – важнейший фактор любого бизнеса». Действительно, если персонал хочет работать, квалифицирован, предан фирме и активен, то он обеспечит все необходимое – и постоянный приток клиентов, и высокое качество, и прибыль, и успешное развитие бизнеса. В этом случае корпоративная культура оказывается внутренней энергией, жизненной силой компании, мощным инструментом в борьбе с конкурента-

ми, выступая в качестве важного фактора, мобилизующего скрытые резервы человеческих ресурсов компании, что особо становится актуальным в период кризиса организации.

Только сильная корпоративная культура, позитивная организационная культура оказывает позитивное влияние на персонал, идейную составляющую которой приемлет и разделяет большая часть сотрудников организации.

Корпоративная культура не может существовать сама по себе только потому, что подписана генеральным директором. Она работает, когда все живут по одной системе и любые достижения отдельного специалиста могут оценить по достоинству все: будь то профессиональная деятельность или победа в корпоративных соревнованиях по боулингу. При такой системе легче внедрять рациональные предложения и влиять на принятие управленческих решений отдельному специалисту. Легче почувствовать свою значимость и сопричастность к чему-то большому и важному. Людям проще и плодотворней трудиться, если есть осознание, что их работа что-то значит в бизнес-процессе и без него не обойдется.

Но есть один недостаток: система корпоративной культуры с первых шагов работы нового сотрудника начинает требовать выполнения правил. Подстроиться удается во время испытательного срока не всем. И становится совсем непонятно, зачем ее выполнять, если она не приносит дивидендов. Но корпоративная культура – отвечает тому, кто сумел сходу соблюдать правила. Многие дают положительную оценку спустя полгода, тогда эта система начинает работать на того, кто добросовестно соблюдал правила на протяжении всего этого времени. Поэтому оценить по достоинству то, что предлагают, сначала очень трудно.

Конечно, сотрудник должен постараться подстроиться под прописанные правила, но он также не должен забывать о своих правах. В условиях кризиса можно увлечься и не заметить, как тебе кто-то «сел на шею».

Во избежание недоразумений такого рода и чтобы не потерять уважение окружающих, следует знать, что сотрудник имеет право:

- на автономность;
- на независимость;
- на успех;
- быть выслушанным и принятым всерьез;
- получить то, за что платишь;
- иметь права;
- действовать в манере уверенного человека;
- отвечать на просьбу отказом, не чувствуя себя виноватым;
- просить чего хочешь;
- делать ошибки и быть ответственными за них;
- выбирать стиль взаимодействия с другими людьми.

Особенности влияния корпоративной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы, предложены профессором И. Грошевым⁶ (рис.2).

В отношении работников корпоративная культура выполняет следующие функции:

- адаптивную – обеспечивает вхождение новичков в организацию;
- регулирующую – обеспечивает поддержание правил и норм поведения;
- ориентирующую – направляет действия членов организации в нужное русло;



Рис. 2. Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы.

- мотивирующую – побуждает сотрудников активно участвовать в делах организации.

Адаптация – процесс активного приспособления человека к новой среде. В контексте включения сотрудника в организацию это означает, что происходит интенсивное знакомство с деятельностью и организацией и изменение собственного поведения в соответствии с требованиями новой среды. Процедуры адаптации персонала призваны облегчить вхождение новых сотрудников в жизнь организации.

В ходе адаптации новые сотрудники узнают:

- неписаные правила организации;
- кто обладает реальной властью;
- каковы реальные шансы на продвижение по службе и увеличение вознаграждения;
- поведенческие стандарты, которым должны будут следовать, выполняя свои функции, то есть новые работники должны уяснить, каким нормами они должны следовать в общении с коллегами;
- как следует интерпретировать деятельность организации;

- в каком виде принято ходить на работу;

- как принято распоряжаться рабочим временем, а также временем, отведенным для отдыха.

К сожалению, руководители многих компаний уделяют мало внимания развитию корпоративной культуры и построению организационной структуры, объясняя это тем, что существуют более важные и не терпящие отлагательства вопросы. Однако опыт показывает, что сильная корпоративная культура – это своего рода фундамент компании, залог ее коммерческого успеха и процветания, а слабая – одна из причин возникновения глубоких внутренних кризисов, негативно влияющих на эффективность работы сотрудников и результативность деятельности всей компании.

Кроме того, корпоративная культура может служить конкурентным преимуществом компании в условиях острой конкуренции на современном рынке. Постоянное и целенаправленное развитие культуры компании позволит избежать многих кризисных ситуаций, а если они все же возникнут (от этого никто не застрахован), корпоративная культура поможет сохранить стабильность внутри организации и в некоторых случаях даже преобразовать риски в конкурентные преимущества.

Сильная культура не только создает благоприятные условия для организации, но может также выступать серьезным препятствием на пути проведения организационных изменений. «Новое» в культуре вначале всегда слабее. Поэтому оптимальной для реорганизации, по-видимому, является умеренно сильная организационная культура, которая уже устоялась, но в связи с изменениями внешней среды немного устарела и нуждается в изменениях.

Среди методов поддержания организационной культуры следует отметить следующие⁷:

1. Принятые в компании документы (миссия, цели, правила и принципы организации), с помощью которых определяется отношение организации к своим сотрудникам и обществу.

2. Поведенческие нормы, стиль и способ общения руководства с подчиненными. Лично демонстрируя подчиненным поведенческие нормы и концентрируя их внимание на этом поведении, например, на определенном отношении к клиентам или умении слушать других, менеджер помогает формировать определенные аспекты организационной культуры.

3. Внешняя атрибутика, включающая систему поощрения, статусные символы, критерии, лежащие в основе кадровых решений. Культура в организации может проявляться через систему наград и привилегий. Последние обычно привязаны к определенным образцам поведения и, таким образом, расставляют для работников приоритеты и указывают на ценности, имеющие большее значение для отдельных менеджеров и организации в целом. В этом же направлении работает система статусных позиций в организации. Так, распределение привилегий (хороший кабинет, секретарь, автомобиль и т.п.) указывает на роли и поведение, более ценные организацией.

4. Истории, легенды, мифы и обряды, связанные с возникновением организации, ее основателями или выдающимися членами. Многие верования и ценности, лежащие в основе культуры организации, выражаются не только через легенды и мифы, становящиеся частью организационного фольклора, но и через различные ритуалы, обряды, традиции и церемонии. К обрядам относятся стандартные и повторяющиеся мероприятия коллектива, проводимые в установленное время и по специальному поводу для

оказания влияния на поведение и понимание работниками организационного окружения. Ритуалы представляют собой систему обрядов; даже определенные управленческие решения могут становиться организационными обрядами, которые работники интерпретируют как часть организационной культуры. Такие обряды выступают как организованные и спланированные действия, имеющие важное «культурное» значение, их соблюдение влияет на самоопределение и лояльность работников своей организации.

5. Что (какие задачи, функции, показатели и т.д.) является предметом постоянного внимания менеджмента. То, на что руководитель обращает внимание и что он комментирует, очень важно для формирования организационной культуры. Это один из наиболее сильных методов поддержания культуры в организации, так как своими повторяющимися действиями менеджер дает знать работникам, что является важным и что ожидается от них. Мера участия руководителей в тех или иных церемониях позволяет подчиненным субъективно ранжировать эти мероприятия по степени важности. Этот инструмент (мера участия) легко может быть использован как для поддержания, так и для изменения традиций в организации.

6. Поведение высшего руководства в кризисных ситуациях. В данных ситуациях менеджеры и их подчиненные раскрывают для себя организационную культуру в такой степени, в которой они себе ее и не представляли. Глубина и размах кризиса могут потребовать от организации либо усиления существующей культуры, либо введения новых ценностей и норм, меняющих ее в определенной мере. Например, в случае резкого сокращения спроса на производимую продукцию у организации есть две альтернативы: уволить часть работников или

частично сократить рабочее время при том же числе занятых. В организациях, где человек заявлен как ценность «номер один», видимо, примут второй вариант. Такой поступок руководства превратится со временем в организационный фольклор, что, несомненно, усилит данный аспект культуры в компании.

7. Кадровая политика организации. Кадровая политика, включающая весь цикл работы с персоналом: принятие на работу, продвижение и увольнение работников является одним из основных способов поддержания культуры в организации. На основе каких принципов руководство регулирует весь кадровый процесс, сразу становится видно по движению сотрудников внутри организации. Критерии кадровых решений могут помочь, а могут и помешать укреплению существующей в организации культуры. Важную роль играют критерии для поощрений и должностного роста. Постоянная демонстрация того, что организация неизменно связывает поощрения и должностной рост работников с их усердием и эффективностью, может иметь огромное значение для формирования поведения сотрудников. Некоторые исследователи считают именно систему поощрений и наказаний самой важной в формировании организационной культуры.

Разумеется, это далеко не полный перечень факторов, формирующих организационную культуру, однако он дает общее представление о роли менеджмента в ее создании, а также о том, что культура организации – функция целенаправленных управленческих действий высшего руководства.

Итак, корпоративная культура отражает ценности компании, нормы поведения сотрудников в организации, а также правила взаимодействия с внешними целевыми группами – клиентами, партнера-

ми и т.д. Она оказывает существенное влияние на мотивацию персонала, текучесть кадров в организации и, в конечном счете, на эффективность деятельности работников. Корпоративная культура и кризисы в компании тесно взаимосвязаны. Слабая корпоративная культура может стать источником глубокого кризиса в компании или даже цепи кризисов. И наоборот, кризис, вызванный другими причинами, может вскрыть проблемы корпоративной культуры и декларативный характер ценностей компании.

Корпоративная культура изменяется по мере развития и расширения деятельности компании. Появляются новые сотрудники, иные направления работы и задачи. Главная трудность в поддержании требуемого уровня корпоративной культуры заключается в том, что сотрудники приносят с собой не только свежие идеи и индивидуальные подходы к решению профессиональных задач, но и иные ценности, взгляды, убеждения. Индивидуальные ценности сотрудников могут поколебать сложившиеся к тому времени в организации культурные ценности. Если не учитывать эти изменения и не уделять необходимое внимание развитию корпоративной культуры, неизбежно возникнет внутренний конфликт, который впоследствии приведет к возникновению глубокого кризиса в компании.

Подобная ситуация наблюдается, когда возникает противоречие между корпоративной культурой компании и окружающей действительностью, изменениями в обществе. Яркий пример – переход экономики Чехии от плановой формы к рыночной. В условиях стремительных перемен корпоративная культура не успевает перестроиться и приспособиться к новым условиям. Неверное поведение руководства компании в такой ситуации (личные меркантильные интересы, вывод активов) и нежелание уделять внимание

развитию корпоративной культуры еще более усугубляют кризис.

Поглощение/слияние компаний – очень сложный и зачастую болезненный процесс. Это не только слияние капиталов и активов, но и объединение различных корпоративных культур. Слияние компаний, как правило, сопровождается изменением стратегии, увольнением работников и объединением подразделений организаций, что, в свою очередь, приводит к конфликтам между работниками, образованию кланов и групп, протестам и забастовкам и, как следствие, к снижению эффективности труда. Необходимо отметить, что в случае объединения нескольких организаций с различными корпоративными культурами требуются длительное время и значительные усилия для выработки лояльного отношения к другим ценностям, нормам и правилам поведения. Затем можно формировать новую корпоративную культуру, принимаемую большинством работников и включающую в себя элементы прежних культур.

Зачастую руководители заботятся в первую очередь об увеличении экономических показателей деятельности компании – объемов производства или продаж, количества клиентов, забывая при этом о необходимости внутреннего развития организации – оптимизации и совершенствования схем управления, взаимодействия сотрудников, построения иерархии. Слабая организационная структура сама по себе является причиной возникновения острых конфликтов между сотрудниками, которые могут перерасти в кризисную ситуацию.

Всякое изменение в компании в условиях кризиса необходимо осуществлять постепенно, разъясняя сотрудникам его смысл и необходимость. Важно заручиться поддержкой ведущих работников – лидеров, которые будут непосредственно осущес-

ствлять преобразования, пропагандировать изменения, демонстрировать лояльность, вдохновлять и поддерживать персонал в преодолении возникающих трудностей, обеспечивать оперативную обратную связь. Если не учитывать эти факторы, внедряемые изменения неизбежно вызовут мощное сопротивление сотрудников, которое станет непреодолимым препятствием на пути реализации намеченных планов.

Смена руководителей или собственников компании обычно влечет за собой изменение стратегии, ценностей и целей организации и, как следствие, необходимость формирования новой корпоративной культуры. Зачастую сотрудники воспринимают новых владельцев или топ-менеджеров как «чужаков», захватчиков. Такая ситуация таит в себе существенные риски и ставит под угрозу реализацию новой стратегии компании.

Обобщив все вышесказанное, можно выделить следующие причины возникновения внутренних кризисов в компании:

- отсутствие понимания и поддержки проводимых преобразований со стороны сотрудников;
- приоритет личных интересов и целей и их продвижение;
- сложности в общении и взаимодействии с отдельными сотрудниками, группами и подразделениями;
- возникновение конфликтов и разногласий между сотрудниками;
- проблемы с организацией командной работы и рабочих групп, обеспечением их эффективности,
- образование и противостояние агрессивно настроенных групп сотрудников;
- отсутствие условий для творческой самореализации, профессионального роста;
- сопротивление переменам.

Литература

1. Аникеева Н.П. Учителю о психологическом климате в коллективе. – М.: Просвещение, 1983. – 235с.
2. Асаул, А. Н. Культура организации – ресурс для развития бизнеса / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб.: Гуманистика, 2007.
3. Грошев И. Особенности влияния организационной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы// Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №7. С. 114-119.
4. Кузнецова Н.В. Алгоритм разработки кадровой политики предприятия//Справочник по управлению персоналом. 2002. №2, с.12-24.
5. Ожегов С.И. Словарь русского языка.
6. Шейн Э. Организационная культура и лидерство – С-Пб.: «Питер», 2002.

Ссылки:

- 1 Шейн Э. Организационная культура и лидерство – С-Пб.: «Питер», 2002.
- 2 Асаул, А. Н. Культура организации – ресурс для развития бизнеса / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб.: Гуманистика, 2007.
- 3 Асаул, А. Н. Культура организации – ресурс для развития бизнеса / Под ред. д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб.: Гуманистика, 2007.
- 4 Шейн Э. Организационная культура и лидерство – С-Пб.: «Питер», 2002.
- 5 Аникеева Н.П. Учителю о психологическом климате в коллективе. – М.: Просвещение, 1983. – 235с.
- 6 Грошев И. Особенности влияния организационной культуры на эффективность деятельности персонала фирмы// Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №7. С. 114-119.
- 7 Кузнецова Н.В. Алгоритм разработки кадровой политики предприятия//Справочник по управлению персоналом. 2002. №2, с. 12- 24.

Современные потоки информации – энциклопедичность знаний, или потеря ориентации в информационном пространстве: два аспекта одной проблемы

Решетникова С.В.

Современные информационные технологии прочно вошли в нашу жизнь. Очень важно использовать информационные технологии в образовании, но это влечет за собой и ряд негативных последствий: информационные перегрузки, старение хранимого знания и т.п. Другой немаловажной проблемой, связанной с развитием информационных технологий и увеличением объема информации является трансформация языка, его упрощение. Эти изменения однозначно оставят свой след в жизни социума, насколько их последствия будут позитивны или негативны, покажет время.

Ключевые слова: современные потоки информации; информационные технологии в образовании; трансформация языка; информационные потоки; старение знания; электронная переписка; информационная перегрузка; период полураспада актуальных знаний; SMS-язык; воздействие информатизации

Modern information technologies have become part of our lives. It is very important to use information technology in education, but it entails a number of negative consequences: information overload, the aging of stored knowledge, etc. Another important issue related to the development of information technologies and the increasing amount of information is the transformation of language and its simplification. These changes are clearly left its mark on the life of society, how their effects will be positive or negative, time will tell.

Keywords: modern information flows, information technology in education transformation language, information flows, knowledge of aging, e-mails, information overload, a half-life of actual knowledge; SMS-language, the impact of information

Современные информационные технологии прочно вошли в нашу жизнь. Мы уже не можем себе представить, как обходились до сих пор без мобильных телефонов, переносных и портативных компьютеров, не говоря уж о том, что компьютер стал незаменимым помощником в отправке почты, создании документов, ведении деловых планов, да и в покупке многих товаров и оплате услуг. Интернет стал незаменимым помощником в поиске информации и передаче данных.

Когда сейчас слово Интернет употребляется в обиходе, то чаще всего имеется в виду Всемирная паутина и доступная через неё информация, а не сама физическая сеть.¹

Россия в некоторой степени отстает от многих западных стран в количестве жителей вовлеченных в технологичные информационные потоки, но быстро наверстывает упущенное. Правительство делает все, для того чтобы даже в самые отдаленные уголки страны пришли современные информационные технологии. В первую очередь, их осваивает молодое поколение, для которого доступность больших объемов различной по характеру информации – это возможность ориентироваться в современном мире, обучаться, быть в курсе новых научных достижений и открытий и т.п.

В рамках приоритетного национального проекта «Образование» была реализована масштабная программы по подключению всех общеобразовательных учреждений

России к сети Интернет. Всего к концу выход в Интернет получили почти 54000 образовательных учреждений. Большинство образовательных учреждений расположены в сельских и труднодоступных районах, где зачастую нет даже телефона. Для таких школ Интернет действительно становится окном в мир, открывая детям и учителям новые горизонты. Электронные библиотеки, современные образовательные ресурсы, новости науки и техники – вот лишь малый перечень тех возможностей, которые становятся доступны школярам. Но, конечно же, в жизни ребят должно быть место не только учебе. В сети дети смогут общаться, заводить новых друзей, знакомиться с музыкальными новинками.

Однако, эйфория по поводу современных технологических и информационных разработок, и их внедрения в нашу жизнь с моей точки зрения, совершенно необоснованна. Положительные и отрицательные последствия информатизации в отношении индивида и общества требуют глубокого анализа. Количество информации, и главное ее неструктурированность, приводит к тому, что можно прочесть огромное количество источников по какой-либо теме, а, в результате, оказаться вне контекста этой темы, так как будет упущен один или несколько важных аспектов. Кроме того, общение при помощи электронных средств связи приводит к упрощению языка для ускорения передачи информации, особенно, это, касается письменной речи, хотя Интернет-сленг, входит уже и в разговорный язык.

Кроме всего прочего, потребляя информационную пищу без разбора, приобщаясь к массовым формам культуры, личность постепенно теряет остатки индивидуальности, нивелируется, обезличивается. Благодаря новым информационным типам воздействий формируется новый ан-

тропологический тип с низким уровнем интеллекта и культуры.

Уточним понятие информационного пространства. Информационное пространство само по себе — это пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация. Направление и скорость изменения информационных потоков, способы создания и поглощения (использования) информации определяют структуру информационного пространства. Если несколько расширить эту структуру, то получим пространство, в котором создаются, перемещаются и используются воздействующие друг на друга невещественные факторы — информация и деньги. А если учесть также, что информационные и денежные потоки должны не просто создаваться, перемещаться и использоваться, но и получать определенную оценку со стороны индивидуумов, групп и общества в целом, то мы получим пространственно подобную конструкцию, представляющую собой определенный срез социального пространства. Этот срез можно назвать социоинформационным пространством², причем добавление «социо» содержит также экономические и политические аспекты. В таком пространстве осуществляется взаимодействие информационной инфраструктуры, присущей информационному пространству, с экономической, социальной, политической, правовой и культурной инфраструктурами.

Для современного информационного пространства характерны высокая технологичность и глобальность. По мере создания информационного пространства происходит сближение различных способов передачи информации в пространстве: почты, телеграфа, телефона, компьютерных и телекоммуникационных технологий. Примером эффективности такого сближения служит компьютерная сеть «Интернет», насчитывающая уже сегодня свыше 50



млн пользователей. Происходит формирование рынка персональных средств коммуникации (на базе сотовых, спутниковых и стационарных систем связи). Возникают карманные гибриды телефона, компьютера и факса. На примере «Интернета» видна также растущая глобальность информационного пространства.

Другой сетевой технологической новинкой служит «Интранет».

Интранет – это корпоративная внутренняя компьютерная сеть, которая строится на Интернет-технологиях. Можно сказать, интранет – это внутренний корпоративный web-портал, который решает корпоративные задачи одной компании. Интранет-сайт доступен только в рамках локальной сети компании включая удаленные филиалы (intranet) или как портал в сети Интернет, требующий авторизации при входе (extranet). Ключевым словом при описании интранет – систем является слово «единый»: единый способ обработки, хранения, доступа к информации, единая унифицированная среда работы, единый формат документов. Такой подход дает сотрудникам возможность наиболее эффективно использовать накопленные корпоративные знания, оперативно реагировать на происходящие события, а предприятию в целом предоставляет новые возможности организации своего бизнеса³.

Это подсистема «Интернет», ориентированная на решение внутри-корпоративных информационных задач. Она демократизирует доступ к информационным ресурсам (все работники компании получают равный доступ к информации о ее деятельности) и снижает их стоимость, способствует коллегиальности в работе и исключает дублирование. Позволяет развести потоки информации по определенным уровням и поставить работу с ней на поток, дающий возможность без дополнительных вмешательств организовать прохождение докумен-

тов и материалов поступательным движением от одного сотрудника к другому в определенном порядке.

Появление персональных компьютеров и соединение их в сеть для передачи и получения информации вызвало у многих людей иллюзорное представление о быстрой преодолении сложностей, связанных с информационным взрывом и, соответственно, с информационными перегрузками. Время показало, что это не так. Образно говоря, компьютер в отношении его использования подобен лопате: что в него вложишь, то и получишь. Одна из основных трудностей заключается в выявлении нужной субъекту информации. Если у пользователя нет критериев в ее выборе, ему не поможет никакой компьютер. При отсутствии таких критериев из уникального средства организации и упорядочения информации он превращается в прожорливое существо, глотающее из наличного знания все, что угодно, сколько угодно и когда угодно, и способное «изрыгать» фантастическое количество данных.

Итак, налицо все более обостряющееся противоречие между обществом (человечеством) как совокупным производителем неиссякаемого потока информации и от дельным человеком как ее потребителем и пользователем, обладающим ограниченными биолого-физиологическими и социальными возможностями по ее восприятию и освоению. Информация, будучи благом, когда человек контролирует ее, превращается во зло, если поток информации «выходит из повиновения». Заметим, однако, что такое зло не является фатальным, если человек исследователь выступает в роли актора процесса (при необходимом ограничении в усвоении и использовании информации). Иначе говоря, если в этом отношении между собой и информацией он выступает в роли целерационального субъекта⁴.

Рассмотрим на примерах, как обстоит дело с информационной перегрузкой в ряде конкретных сфер. Обратимся к деловой жизни в ее ключевой части в деятельности менеджера. Она включает компоненты науки и искусства, творчества и интуиции. Менеджмент интегрирует в единое целое самые разные виды общественных отношений. Чтобы успешно осуществлять такую деятельность, требуется получение огромного объема самых разнообразных данных о фирме, заводе, человеке, о специфике труда и характере управления в данной сфере, необходимы их анализ и обработка с перспективой получения новых данных. Однако потоки тех сведений, которые поступают в органы управления, намного превышают возможности людей в отношении их восприятия и обработки (выше приводились количественные данные), что приводит к трудностям и сбоям. Точные данные на этот счет хорошо представлены в американской литературе. На основе отчета «Управление коммуникациями на рабочем месте XXI столетия» американские работники получают в среднем по 130 сообщений в день, а их британские коллеги по 169. Фирма Pitney Bowes Yns и институт The Institute for the Future в совместном исследовании пришли к выводу, что наибольшая часть сотрудников (а это менеджеры высшего эшелона власти и простые клерки) заняты в основном приемом, обработкой и отправлением данных. До остальных дел руки не доходят. Один британский менеджер с горечью сообщил, что он за день вынужден реагировать примерно на 30 телефонных звонков и не меньшее количество сообщений по электронной почте. Образно характеризуя данное состояние, он сказал, что его «бомбардирует» информация, причем в таком количестве, что он не готов ее «переварить». О чудовищных объемах информации, поступающих в орга-

ны управления, пишет С. Франкенштейн⁵. Уникальный факт приводит американский специалист по менеджменту Бертран Л. Акофф. На столе одного из руководителей крупной корпорации он увидел «собственными глазами» фолиант в 600 страниц, появившийся в результате компьютерной распечатки данных о состоянии запасов. Отчет появляется ежедневно, в том числе и у его коллег⁶. Возникает ситуация, когда «накаты» информации могут подавить у руководителей способность анализировать, думать и, соответственно, поступать, в связи с жесткой необходимостью принимать неотложные, текущие, даже маловажные решения. Многие специалисты полагают, что борьба с информационными перегрузками превращается в крупную современную проблему⁷. До оптимизма в ходе решения этих проблем достаточно трудно.

Ученые также не избежали информационных перегрузок, оказавшись заложниками компьютера, созданного ими в целях борьбы с информационной атакой. В настоящее время в области науки ежегодно издается несколько миллионов новых книг, 60 тыс. журналов по всем отраслям науки и техники, медицине и сельскому хозяйству, в которых ежедневно публикуются 2,5-3 млн. статей. Рост количества издаваемых журналов за последние годы превратился в устойчивую тенденцию.

Экспериментально установлено, что мозг человека в состоянии воспринимать и точно обрабатывать информацию со скоростью не более 25 бит в секунду. При такой скорости усвоения данных в течение жизни человек может прочитать не более трех тысяч книг, с учетом того, что будет ежедневно воспринимать по 50 страниц текста. В Германии на этот счет были проведены специальные исследования, в результате которых выяснилось, что в одной из берлинских научных библиотек не прочитанные ни разу книги насчитывают 90%



ее общего фонда. Это означает, что практически миллионы страниц, хранящие научно-технические и иные знания, были не востребованы теми, кому предназначались. Следует иметь в виду и то, что даже в условиях всеобъемлющей электроники печатная продукция, в силу определенного контроля за ее качеством, для ученых является основным источником информации⁸.

Тот факт, что из всей имеющейся информации ученые усваивают только ее часть одна сторона дела. Другая сторона заключается в старении хранимого знания, которое тем самым теряет ценность. Появился термин «период полураспада актуальных знаний», который означает период времени, в течение которого половина уже воспринятых сведений утрачивает полезность. (Заметим, что этот период становится все более коротким). Если для высшего образования он составляет около 7-10 лет, то в области компьютерных технологий он сократился до одного года. Рост научных знаний носит стремительный характер. Только одна Система наблюдения за Землей (Earth Observing System) Национального управления по аэронавтике и исследованию космического пространства США ежегодно порождает количество данных, эквивалентное 570 тыс. печатных книг объемом по 200 страниц каждая. Такие объекты, как океан, космическое пространство, область элементарных частиц и т.д., отличаются еще большей масштабностью. Даже научные открытия тонут в пучине данных. Один пример. Всем хорошо известная «озоновая дыра» была обнаружена американским метеорологическим спутником еще в 1979 году, но она утонула в архиве, насчитывающем около 3 млн. не востребованных видеолент. И когда спустя 7 лет английские ученые ее расшифровали, им и досталась честь открытия⁹. Нобелевский лауреат по физике Эмилио Сэджер вынужден

признать; «Даже об одних К-мезонах невозможно прочитать все научные статьи». Океанограф, доктор Артур Стамп, делает сенсационное заявление: «Я действительно не вижу иного выхода, кроме объявления моратория на новые публикации в течение десяти лет» Либо увеличиваются новые знания, либо устаревают прежние. Одно из этих двух обстоятельств принуждает тех, для кого это уместно, преобразовывать свой запас образов. Это заставляет их переучивать сегодня то, что они знали и понимали вчера. Так, лорд Джеймс, вице-президент Университета Йорка, говорит: «Я получил свою первую степень по химии в Оксфорде в 1931 году». Взглянув на вопросы, которые задают на экзамене по химии сегодня, он продолжал: «Я понимаю, что я не только не могу ответить на них, но что я никогда не смог бы на них ответить, т. к. по крайней мере две трети этих вопросов касаются сведений, которых просто не существовало, когда я закончил университет». А доктор Роберт Хилиерт, ведущий образовательной радиопередачи, специалист Федеральной Информационной Комиссии, ставит более отдаленный вопрос: «При этом темпе роста знаний, ко времени, когда родившийся сегодня ребенок окончит колледж, количество знаний в мире увеличится в четыре раза. К моменту, когда тому же самому ребенку будет пятьдесят, оно увеличится в 32 раза, обновившись с момента его рождения на 97%»¹⁰.

По расчетам американских ученых, если открытие или изобретение предполагает стоимость 10 тыс. долларов, то их дешевле открыть заново, нежели отыскать в завалах информации. Добавим, поиск нужной информации в библиотеках США требовал в целом не менее 300 млн. долларов.

В какой-то мере выход из положения, как представляется, связан с изучением лавины конкретных,

детальных данных с помощью интерпретаторов, аналитиков, которые обобщают информацию и делают ее более обозримой. Но и здесь возникают трудности. Возьмем для примера такую острую проблему как контроль над вооружениями. Речь идет о соглашении между СССР и США, Как показывает практика, спутники (поскольку они в состоянии фиксировать объекты размером до нескольких дюймов) передают огромное количество данных. Как отмечается в журнале «Сайенс», все возрастающий объем информации угрожает «сокрушить даже армию аналитиков», вынужденные автоматизировать функции анализа и интерпретации.

Даже в частной, домашней жизни людей наблюдаются информационные перегрузки. Телевизионный зритель теперь имеет около 100 каналов кабельного телевидения с высокой разрешающей способностью за счет направления сигналов от мощных коммерческих спутников на принимающие «тарелки» не большого размера, установленные на домах. В среднестатистическом доме телевизор бывает включен в среднем по 7 часов в день, причем действительный период времени просмотра телевизионных программ составляет ежедневно 4,5 часа на одного взрослого человека (в Японии еженедельное время, потраченное на просмотр телевизионных программ в 1992 г. составляло 8 ч. 17 мин. на одну семью). По радио речевые программы передаются со скоростью до 100 слов в минуту, и его слушают в среднем по 2 часа в день (в основном в автомобилях). Средняя ежедневная газета со держит 150000 слов, и время, ежедневно затрачиваемое на чтение газет, составляет от 18 до 49 минут, а на просмотр популярных журналов уходит от 6 до 30 минут, и, наконец, чтение книг, включая литературу по школьной программе, занимает около 18 минут в день, В

целом, средний взрослый человек ежедневно уделяет 6,34 часа средствам массовой информации¹¹. Появилось целое поколение молодых людей, охваченных видео, просмотревших тысячи фильмов, усвоив при этом, пожалуй, только «видеологику». Кроме того, многие представители этого поколения тратят время на интерактивные видеогри, просмотр видеокассет и особенно на работу на персональных компьютерах, являющихся тоже источником информации. В итоге возникает драматическая ситуация при обилии данных последние много кратные события в голове человека «стирают» предыдущие. Да и от последних данных в памяти мало что остается, поскольку они в целом подаются хаотично, фрагментарно, вне какого-либо логического порядка и структурирования. Практически получается следующее. На среднего американца ежедневно обрушивается как минимум 560 разных рекламных сообщений. Однако он замечает только 76 из них. Следовательно, 484 рекламных сообщений он просто не замечает¹².

В связи со всем вышеизложенным, информационная перегрузка препятствует нормальной деятельности человека, и выходов из этой ситуации может быть несколько:

1. Человек пропускает (не воспринимает) часть информации, не сумев ее увидеть (услышать).
2. Он воспринимает и перерабатывает всю информацию точно и в соответствии с задачей, но позднее срока.
3. Воспринимает информацию в искаженном свете или просто отказывается от ее восприятия.

К этому следует добавить:

- а) Если информация воспринимается не в полном объеме, частично, то она дает превратное представление о фактах, а отсюда источник неточных, и даже ошибочных, федеральных, групповых, индивидуальных решений;



б) когда человек, особенно деловой, понимает, что он воспринимает не всю информацию по заинтересованной теме, это отрицательно сказывается на его нервной системе. Он испытывает неуверенность, раздражительность и даже чувство страха.

в). Информационные перегрузки ослабляют способность людей думать, приводят к снижению творческих потенций, по явлению острого дефицита времени.

Подводя итог, я хотела бы отметить, что груз проблем, связанных с информационными перегрузками, требует от общества нахождения способов их решения. Необходимы формирование высокой информационной культуры, выработка наиболее рациональных приемов и методов управления информацией.

Другой немаловажной проблемой, связанной с развитием информационных технологий и увеличением объема информации является трансформация языка.

Рунет — русскоязычная часть сети Интернет.

Сегодня словосочетание «язык Рунета» находится на пороге того, чтобы стать полноценным лингвистическим термином, и неудивительно, что в последнее время появляются уже научные исследования, посвященные данной проблематике.

На сегодняшний день «Язык афтаров» — не что иное, как орфографическая (и стилистическая) шутка, состоящая в нарочитом переосмыслении правил орфографии. Например, наиболее острое словечко ПРЭВЕД. В этом слове безударная корневая гласная И заменена на гласную Е, а конечная согласная Т заменена парной согласной Д, которая на конце слова оглушается. Аналогичным образом слово СОТРУДНИК меняется на СОТРУДНЕГ, а КРАСАВЧИК — на КРОСАВЧЕГ. Возможно, такая замена является системной, а не случайной, и подразумевает, кроме всего

прочего, знание правильного варианта написания и владение «нормальными» правилами орфографии.

С одной стороны, «Язык афтаров» нельзя считать простым и случайным «ляпанием орфографических ошибок» безграмотными пользователями Интернета. Любой жаргон (а это все-таки жаргон) имеет внутренние правила и законы. И носители жаргона могут опознать «своего» в человеке, употребляющем жаргонные слова, только в том случае, если он будет использовать эти слова, выражения согласно правилам, принятым в «жаргонном» сообществе.

Электронная переписка — удивительный эпистолярный жанр, сформировавшийся на рубеже XX — XXI века. Коммуникативная ситуация «электронной переписки» возникает при использовании электронной почты и интернет-форумов. По сути электронная переписка представляет скоростной обмен речевыми произведениями эпистолярного жанра. Онлайн-общение — письменное общение в режиме реального времени при помощи чатов и интернет-пейджеров (в режиме непрерывного диалога, полилога). Наконец, блоггинг — автобиографический «дневниковый» речевой жанр. Рассмотрим несколько основных факторов, влияющих на формирование языка рунета.

Первый фактор — анонимность и «неподцензурность» интернет-общения. Анонимность — одна из особенностей Интернет-общения. Зачастую анонимность участников является косвенной причиной их агрессивности относительно друг друга. Для неподготовленного человека интернет-общение может показаться чересчур агрессивным. Анонимность интернет-общения делает собеседников более свободными в выборе речевых средств для совершения речевой коммуникации.

Второй фактор — высокий темп общения, предполагающий отсутствие должного для других форм об-

щения «языкового самоконтроля», самоцензуры и саморедактуры. По своей сути письменное общение в Интернете гораздо ближе к устному общению, чем к письменному «бумажному» общению. Налицо обилие эллиптических и разговорных конструкций, определенная небрежность стиля, пунктуационная путаница.

Третий фактор – зависимость от технических средств. Основное компьютерное средство ввода языковой информации (букв, слов) на сегодняшний день – клавиатура. Пока что преждевременно говорить о доступных системах голосового ввода (с голоса пользователя ПК) и о иных альтернативных средствах. Поэтому в качестве выразительных средств, способствующих эффективному речевому общению, зачастую используются невербальные «клавиатурные» элементы: я говорю о смайликах, графических символах и т. п. Кроме этого, использование клавиатуры в «быстром» речевом общении предполагает значительное количество опечаток, некоторые из них могут стать поводом для создания новой речевой выразительности (например, ЛЫТДЫБР вместо ДНЕВНИК – слово, набранное в русской раскладке клавиатуры английскими буквами).

Еще один тип электронного общения – SMS-переписка посредством мобильных (а в некоторых регионах уже обычных) телефонов. Здесь значение имеет то, что объем сообщения не должен превышать определенного количества знаков. В коротком сообщении нужно точно передать информацию, поэтому используются специальные сокращения (см. приложение 1).

Таким образом, «язык Рунета» становится разновидностью речи. И если сейчас он преимущественно используется в русском сегменте сети Интернет, то его будущее очень неоднозначно. И это касается не только русского языка. Язык Интернет – и в общем – это своеоб-

разный стиль общения, который нельзя описать ни какими устоявшимися правилами. Все это можно было бы не принимать в серьез и относиться к данной языковой категории, как к специальной. Если бы данный стиль общения не выходил за рамки электронных средств связи. Однако, на данный момент, язык электронного общения становится всеобщим.

Первый, и самый безобидный, его шаг в повседневную жизнь общества, осуществляется посредством электронной почты, которая по своей сути является аналогом бумажной переписки с разницей в каналах передачи данных (в бумажном случае – почтовая пересылка, в электронном – по каналам электронной связи). В отличие от SMS-сообщения или общения форумах, ICQ и т.п., электронная почта не подразумевает спешки. Человек может спокойно обдумать информацию, прежде чем перенести ее на бумагу. Но это не всегда так, как показывает практика, большинство людей и в электронных письмах использует массу сокращения и специальных символов, присущих Интернет-языку. Но и это еще не все. Выразительные средства Интернет-языка и языка SMS входят в разговорную речь, и не только.

Вот данные из нашей современной жизни.

В то время как российские школьники будут мучаться с ЕГЭ, новозеландские ученики, наоборот, получили послабление в виде права на использование сокращений SMS во время экзаменов. Это необычное нововведение представляется, впрочем, не столько положительным, сколько опасным для самих школьников, еще не подозревающих о последствиях.

«В ходе общенациональных выпускных экзаменов, которые состоятся в декабре, старшеклассники смогут использовать в своих письменных работах уже ставшие для них



нормой сокращения txt (Text), cu (See you), а также заменять короткими символами отдельные созвучные слова - знак «+» вместо союза «и», цифра 2 вместо предлога «to» и так далее», - говорится в обнародованном заявлении Квалификационной комиссии Новой Зеландии.

При этом, однако, подчеркивается, что «употребление вышеуказанных слов-заменителей допускается лишь в том случае, если с их помощью выпускники смогут ясно, четко и недвусмысленно выразить свою мысль».

С одной стороны, теперь вместо «text» новозеландцы смогут писать «txt», однако вряд ли это поможет им во взрослой жизни: налоговая инспекция вряд ли будет разбираться во всевозможных сокращениях и, скорее, предпочтет оштрафовать того, кто не в состоянии грамотно заполнить декларацию о доходах.

Однако пока школьники не думают о столь отдаленном будущем и, возможно, радуются решению властей, которые считают, что для демонстрации знаний хороши все методы. Конечно, школы не будут поощрять SMS-жаргон на экзаменах, но в то же время использование сокращений не будет являться причиной для отказа в рассмотрении экзаменационных работ, особенно если ответ, данный школьником, четко показывает знание предмета.

Следует заметить, что это послабление приведет к тому, что в школах также появятся особым образом подготовленные проверяющие, способные понять молодежные SMS-сокращения. И, кроме того, будет очерчен круг предметов, где за эту моду изъясняться можно будет запросто заработать штрафные баллы. Например, так случится, если кому-то придет в голову использовать SMS-слэнг на экзамене по английскому языку.

«Язык СМС и электронной переписки настолько прочно вошел в жизнь тысяч подростков по всей

стране, что учителя зачастую сами обращаются к заимствованиям у своих учеников во время объяснений в классе. В основном это выражается в употреблении общепринятых сокращений при написании текстов на школьной доске», - сказала глава Новозеландской ассоциации учителей старших классов.¹³

Учитель одной из британских школ задал своим ученикам написать сочинение на классическую тему «Как я провел лето». Одну из работ, которая вскоре легла ему на стол, он так и не смог расшифровать. Пришлось прибегнуть к помощи других учеников. Причина проста: 13-летняя девочка написала сочинение на языке SMS. Ученица получила свою законную «двойку», а учителя получили еще один доказательство того, что бум SMS и падение уровня грамотности связаны куда более тесно, чем принято считать...

14-летняя англичанка Анна Уильямс (Anna Williams) вознамерилась перевести некоторые библейские псалмы на «язык SMS», т.е. избыливающий сокращениями и использующий упрощенное написание язык, которым пользуются англичане (особенно молодые) обмениваясь текстовыми сообщениями через мобильные телефоны.

Так, 23-й псалом, который в канонической Библии короля Якова начинается так: «The LORD is my shepherd; I shall not want. He maketh me to lie down in green pastures: he leadeth me beside the still waters...» («Господь - Пастырь мой; я ни в чем не буду нуждаться: Он покоит меня на злачных пажитях и водит меня к водам тихим...»), в «изложении» Уильямс выглядит так:

«wiv da lord watchin ova me, i an everyfin i need. he calms my storms + lets me rest peacefully».

Эта затея получила горячее одобрение Библейского союза (Scripture Union) Великобритании. Союз намерен выпустить модернизированные псалмы в виде книжечки под на-

званием «Текстовые сообщения от Господа» (Txt Messages From God) уже к октябрю.¹⁴

В Англии проводятся конкурсы SMS - поэзии

Проводятся SMS-референдумы (например, о статусе русского языка на Украине - приняло участие более 200 тыс человек)¹⁵

Специальный SMS-язык набирает все большую популярность среди молодых людей за рубежом. Так, в сентябре прошлого года курсы по обучению языку коротких сообщений открылись в шотландском университете в Глазго. Молодые преподаватели разработали специальную программу по обучению текстингу. Следуя западному примеру, петербургские студенты, предварительно разработав стандарты написания SMS на русском, могут открыть курсы текстинга при языковом факультете одного из вузов. Кроме обучения эти курсы имеют возможность перерастать в своего рода клуб любителей SMS-сервисов.¹⁶

«Уже сейчас SMS — это не только общение между двумя абонентами, но и SMS-чаты, SMS-знакомства и т. д. Думаю, дальнейшее развитие SMS-сервисов вполне может привести к формированию специального языка», — рассказывает менеджер по связям с общественностью компании «Билайн» Артем Минаев.

Привычным постоянным пользователям правила русского SMS-языка (например, буквы «ш» и «ч» — обычно заменяют цифры 6 и 4) и новые можно прописать в специальном SMS-словаре. Отдельную главу в нем посвятить языку смайлов. Этот словарь интересует как молодое поколение, так, например, и родителей, которые не всегда понимают сообщения своих детей.

«Думаю, издание словаря русского SMS-языка вполне актуально в настоящее время. Вполне возможно, что он найдет массового потребите-

ля. На мой взгляд, в первую очередь он заинтересует филологов, которые следят за развитием современного языка, и молодых людей, непосредственно на нем разговаривающих. По своему опыту могу сказать, что вложения в издание словарей окупаются», — комментирует Елена Суворова, заместитель арт-директора издательства «Амфора».

В Великобритании тексты литературной классики в помощь студентам и школьникам перевели на язык SMS-сообщений. В частности, некоторые произведения Шекспира были сжаты при помощи правил записи SMS-сообщений до нескольких десятков строк для автоматической отправки на мобильные телефоны. К примеру, знаменитый монолог Гамлета «Быть или не быть?» теперь выглядит так: 2b?Ntb=? («To be or not to be? That is a question»). Такие SMS-тексты должны помочь учащимся лучше разбираться в классической литературе и эффективнее готовиться к экзаменам.

Из произведений выбраны ключевые отрывки, которые можно цитировать на экзаменах или семинарах. На язык текстовых сообщений для мобильных были переведены поэма Джона Мильтона «Потерянный рай», «Кентерберийские рассказы» Джеффри Чосера, роман Чарльза Диккенса «Холодный дом», «Гордость и предубеждение» Джейн Остин.¹⁷

Произведения классики переводятся на язык SMS

«Ромео и Джульетта», Шекспир

FeudTween2hses- Montague& Capulet. RomeoM falls_<3w/_ JulietC@mary Secretly Bt R kills J's Coz&isbanishd. J fakes Death. As Part of Plan2b-w/R Bt_leter Bt It Nvr Reachs Him. Evrylconfuzd - bothLuvrs kil Emselves.

Перевод: вражда между двумя домами - Монтекки и Капулетти. Ромео Монтекки влюбляется в Джу-



льетту Капулетти, они тайно женятся, однако Ромео убивает брата Джульетты, и его изгоняют. Джульетта имитирует собственную смерть. По плану она хочет быть с Ромео и пишет ему письмо, но оно к нему не попадает. Все смешалось, и любовники убивают себя.

«Гордость и предубеждение», Джейн Остин

5SistrsWntngHsbnds.NwMenInTwn-Bingly&Darcy Fit&Loadd. BigSisJaneFals4B,2ndSisLizH8s DCozHesProud.SlimySoljrWikam SysDHsShadyPast.TrnsOutHes ActulyARlyNysGuy&RlyFan cysLiz.SheDecydsSheLy ksHim.Evry1GtsMaryd.

Пять сестер хотят замуж. В городе появляется двое новых мужчин – Бингли и Дарси. Они привлекательны и состоятельны. Старшая сестра Джейн влюбляется в Бингли, вторая сестра Элизабет ненавидит Дарси, потому что он гордец. Скользкий солдат Уикхем говорит, что у Дарси темное прошлое. Но в действительности оказывается, что он отличный парень и что ему очень нравится Элизабет. И он тоже начинает ей нравится. Все женятся.

«Потерянный рай» Джона Мильтона

Devl kikk outa hev'n coz jelus of jesu&strts war.pd'off wiv god so corupts man(md by god) wiv apel.dev'l stays serpn't 4hole life&man ruind. Woe un2mnkind.

Дьявол был изгнан из Рая за свою зависть к Иисусу. Дьявол объявляет войну Богу, на которого он зол. Чтобы отомстить Всевышнему, дьявол при помощи яблока совращает человека, поскольку тот создан по образу и подобию Бога. В наказание за это сатана превращен в змея и осужден вечно пребывать в этом облике, а судьба человек поломана. Горе человечеству.

«Холодный дом», Чарльз Диккенс

EstherBecumsWardOfJarndyce WhosInCortCase.OvaWardsRich&Ada

(L8aACuple).Tulkinghorn-nosyLawyer-WorksOutLadyDedlock=E'sMum.CaseEnds w/nol gtn money. E marrysSexyDoc-Liv 2geva InBleakHse.Rich&L.DedlockDie.

Эстер попадает под опеку Джарндиса, который ведет судебное дело о наследстве с Ричардом и Адой. Талкингхорн – носатый адвокат – узнает, что леди Дедлок – мать Эстер. Судебное дело закрывают, но денег никто не получает. Эстер выходит замуж за сексуального доктора, и они живут в Холодном доме. Ричард и леди Дедлок умирают.

На SMS-язык уже переведена вся «Илиада» Гомера

Сократили «Илиаду» Гомера до размера sms-сообщения специалисты компании Microsoft. После «перевода» пяти первых книг (всего их 24) «Илиады», в которых 37 000 слов, у спецов из Microsoft получилось SMS-ка длиной в 32 строчки.

«Гнев, богиня, воспой Ахиллеса, Пелеева сына,

Грозный, который ахеенам тысячи бедствий соделал»

Вот так эта же фраза звучит в «переводе»:

«Wot hapnd when Agamemnon n Achilles had a barny?»

Перевод этой же строчки на относительно человеческий язык звучал бы примерно так:

«Че случилось, когда Агамемнон поссорился с Ахиллесом?»

Описание битвы Париса и Менелая:

«Paris went 2 fight Menelaus. But he was wiv fright. Hector told im 2 b a man. Shame on him! Helen went 2 watch from da walls».

Так это звучало бы по-русски: «Парис отправился драться с Менелаем. Но был он испуган. Гектор сказал ему, чтоб был мужиком он и постыдился! Елена смотрела на это со стены городской».

Далее следует краткое описание подвигов Диомеда:

«Aeneas da Trojan hero woz hit by Diomedes n Aphrodite went 2 help im. Da Gods withdrew. Ares helped da Trojans but Athena helped Diomedes 2 spear im.»

Это вроде:

Диомед победил героя троянского Энея, Афродита пришла ему на помощь. Боги ушли. Арес помог троянцам, но Афина помогла Диомеду проткнуть копьем его».

Ранее на SMS-язык перевели Библию

Недавно в Австралии для того, чтобы сделать Библию доступной и понятной для молодого поколения, ее «перевели» на язык SMS.

Все 31173 библейских стиха можно загрузить совершенно бесплатно. Кроме того, текст можно переслать на другой мобильный телефон. Представители церкви с удовлетворением замечают, что ушли в прошлое те дни, когда с текстом Библии можно было ознакомиться только из книги с темной обложкой с распятием.

Представители Библейского общества Австралии говорят, что в новом «переводe» текст Библии остался неизменным, другим стало лишь «правописание».

Можно предположить, что британские подростки, скорее всего, весьма охотно примут Шекспира на языке SMS. Там еще несколько лет подростки стали писать сочинения, написанные в стиле коротких текстовых сообщений. К примеру, сочинение 13-летней ученицы государственной средней школы на западе Шотландии выглядело так:

«My smmr hols wr CWOT. B4, we usd 2go2 NY 2C my bro, his GF & thr 3 :- kds FTF. ILNY, it's a gr8 plc».

Перевод на английский должен выглядеть так: *«My summer holidays were a complete waste of time. Before, we used to go to New York to see my brother, his girlfriend and their three screaming kids face to face. I love New York, it's a great place».*

По-русски это звучит так:

«Мои летние каникулы были сплошной тратой времени. Раньше мы ездили в Нью-Йорк навестить моего брата, его подругу и их трех орущих детей. Я люблю Нью-Йорк, это великолепное место».

Между тем эксперты отмечают, что с повальным помешательством молодежи SMS-сообщениями связано тотальное снижение уровня грамотности. Некоторые филологи считают, что в системе образования необходимо принять серьезные меры для уничтожения SMS как формы письменного языка, поскольку это вызывает серьезную обеспокоенность за будущее английского языка в самой Англии. Это касается и нашей страны. Вхождение фонетических и грамматических конструкций Интернет-языка и языка SMS в разговорный язык неотвратимо ведет к трансформации языка как такового. Возможно, рано паниковать по поводу негативности этого явления, но и не обращать на него внимания тоже нельзя. То, что эти изменения оставляют свой след в жизни социума – однозначно, насколько их последствия будут позитивны или негативны, покажет время.

Рассмотрев только два аспекта характеризующие влияние увеличения потоков информации на человека и социум, конечно, нельзя сделать выводы о положительном или отрицательном воздействии информатизации на жизнь общества, но даже этот небольшой анализ заставляет задуматься о ее влиянии на развитие науки, культуры и общественных связей. Что позволяет сделать выводы о необходимости глубокого изучения процессов глобальной информатизации и ее социальные последствия.

Литература

1. Глобалистика: Энциклопедия. М. 2003 г.
2. Лланун Н. И. Социоинформационное пространство // Системные



исследования. Методологические проблемы. 1995—1996. М., 1996.

3. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.

4. Франкенштейн С. Ошибки топ-менеджеров крупных корпораций. М., 2004.

5. Акофф Л. О менеджменте. СПб., 2002.

6. Как справиться с перегрузкой? // Компьютерное обозрение. 1998, 30 сентября. № 36.

7. Глушанский А.В., Коленов Н.Е. Библиотеки РАН в интернет; что изменилось? // НТИ. . Серия 1.2001.№ 1

8. Тоффлер А. Футурошок. СПб., Лань 1997. с. 1201

9. Forester T. Megatrends or Megamistakes? What ever happened to the information society information? 1990.

10. Википедия — проект свободной многоязычной энциклопедии, <http://ru.wikipedia.org>

11. «ЧТО ТАКОЕ ... ?»Сборник познавательных статей http://chtotakoe.info/articles/intranet_376.html

12. РИА-новости: <http://www.rian.ru/society/education/20061112/55551610.htm>

13. «Деловой Петербург» <http://www.dp.ru/>.

14. Ananova.com

15. ПРАЙМ-ТАСС БИТ <http://www.bit.prime-tass.ru/>

Ссылки:

1 Википедия — проект свободной многоязычной энциклопедии, <http://ru.wikipedia.org/>

2 Липин Н. И. Социоинформационное пространство // Системные исследования. Методологические проблемы. 1995—1996. М., 1996.

3 «ЧТО ТАКОЕ ... ?»Сборник познавательных статей http://chtotakoe.info/articles/intranet_376.html

4 Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 364.

5 Франкенштейн С. Ошибки топ-менеджеров крупных корпораций. М., 2004. с. 247

6 Акофф Л. О менеджменте. СПб., 2002. с. 357

7 Как справиться с перегрузкой? // Компьютерное обозрение. 1998, 30 сентября. № 36. с. 24

8 Глушанский А.В., Коленов Н.Е. Библиотеки РАН в интернет; что изменилось? // НТИ. Серия 1.2001.№ 1. с. 22

9 Forester T. Megatrends or Megamistakes? What ever happened to the information society information? 1990. p. 50

10 Тоффлер А. Футурошок. СПб., Лань 1997. с. 120

11 Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М.: 2000. с. 319-320

12 Тоффлер А. Футурошок. СПб., Лань 1997. с. 128

13 РИА-новости: <http://www.rian.ru/society/education/20061112/55551610.html>

14 Ananova.com

15 ПРАЙМ-ТАСС БИТ <http://www.bit.prime-tass.ru/>

16 «Деловой Петербург» <http://www.dp.ru/>.

17 Ananova.com.

Устойчивое инновационное развитие социально–экономических систем как основа стратегии модернизации

Исправникова Н.Р., Филиппов О.А.

Показана недостаточность изолированного рассмотрения существующих категорий инновационного развития с позиции устойчивости/неустойчивости. Выявлен перечень системообразующих элементов устойчивого инновационного развития как основы модернизации экономических систем. В качестве таких элементов предложено рассматривать: ресурсы инновационного развития (материальные, человеческие ресурсы, знания, технологии и др., необходимые для производства инновационного продукта); поле инновационного развития (территориально дифференцированная инновационная активность экономических систем); институты (набор правил и механизмов, стимулирующих инновационную активность экономических систем).

Ключевые слова: Модернизация, инновационное развитие, социальные инновации, инновационное поведение, ресурсы инновационного развития, институты, институциональные изменения инновационного развития, инновационная активность экономических систем.

Ispravnikova Natalia Revoldovna, Filippov Oleg Aleksandrovich

Sustainable innovative development of socio-economic systems as a basis for the modernization strategy

Shown to be insufficient isolated consideration of the existing categories of innovative development from the standpoint of stability / instability. Identified a list of backbone elements of sustainable development innovation as a basis for modernization and economic systems. As these items proposed to be considered: resources for innovation development (material, human resources, knowledge, technology, etc., necessary for the production of an innovative product), a field of innovation development (territorially differentiated innovative activity and economic systems), institutions (a set of rules and mechanisms that promote innovative activity and economic systems).

Keywords: Modernization, innovation development, social innovation, innovative behavior, resources innovative development, institutions, institutional change innovation development, innovation activity and economic systems.

Обеспечение высоких и устойчивых темпов экономического развития как главного инструмента формирования прочной основы для решения существующих и прогнозирования потенциальных экономических и социальных проблем является важнейшей целью экономической политики любого государства. При этом стратегия модернизации предполагает не просто экономический рост (основанный только на увеличении количественных показателей, таких как объем и скорость материальных и энергетических потоков, рост народонаселения и увеличение объема запасов продуктов человеческого труда и т.д.), а гораздо большие качественные усовершенствования, выражающиеся в устойчивом развитии экономической системы.

Рассмотрим понятие и сущность стратегии модернизация в связи с ее применением к исследованию **устойчивости инновационных процессов**. Категория «устойчивое развитие» («sustainable development») (под которой в общепринятом смысле предлагается понимать такое развитие, «которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но



не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности»¹) была введена в 1987 г. Международной комиссией по окружающей среде и развитию, когда была разработана так называемая Концепция устойчивого развития. Сейчас в литературе имеется более 60 определений устойчивого развития таких авторов, как Р. Констанца, К. Фольке, М. Мунасингхе, В. Круз, Д. Медоуз, И. Рашерс, Д. Диксон, Л. Скура, Р. Карпентер, П. Шерман, Н. Ремерс, Н. Федоренко и многих других. Важнейшие социально-экономические аспекты устойчивого развития, по мнению большинства авторов², отражают следующие определения:

– развитие, которое не возлагает дополнительные затраты на следующие поколения;

– развитие, которое минимизирует отрицательные экстерналии, внешние эффекты различных поколений;

– развитие, при котором человечеству необходимо жить только на проценты с природного капитала, не затрагивая его самого;

– развитие, которое обеспечивает постоянное простое и/или расширенное воспроизводство производственного потенциала на перспективу.

Таким образом, устойчивое развитие предполагает необходимость решения трех иерархически взаимосвязанных проблем, которые сводятся к поддержанию: устойчивого роста масштаба экономики, который соответствовал бы экосистеме ее жизнеобеспечения; справедливого распределения (distribution) всех видов ресурсов не только в рамках настоящего поколения, но также между настоящим и будущими поколениями; эффективного распределения (allocation) ресурсов во времени, которое бы адекватно учи-

тывало природный капитал. Тогда задачи экономического и социального развития во всех странах – развитых и развивающихся, с рыночной или другими видами экономики – должны быть определены с учетом устойчивости экономической системы.

Следовательно, модернизация, предполагающая устойчивое развитие системы представляет собой стабильное социально-экономическое развитие, обеспечивающее непрерывный прогресс общества, имеющего конечной целью обеспечить экономический подъем и одновременно защитить ресурсную базу и окружающую среду с учетом интересов будущих поколений. Стабильность при этом предполагает двойкий подход к пониманию устойчивости экономического развития: с одной стороны, это поддержание стабильности заданного уровня каких-либо конечных экономических показателей (здесь речь идет о стабилизационной устойчивости); с другой стороны – поддержание стабильности приростных, предельных показателей экономического роста, например, поддержание определенных темпов ежегодного прироста ВВП или поддержание инфляции в заданных пределах (тогда имеется в виду динамическая устойчивость).

Важным для понимания концепции модернизации является осознание того, что устойчивое развитие экономики наряду с общими законами функционирования имеет специфические особенности, которые определяются ресурсным потенциалом, условиями производства, предпринимательской способностью, типом промышленной политики, географическими особенностями, менталитетом населения. В любом случае, главной целью эффективного управления устойчивым развитием социально-экономической системы на различных ее уров-

нях (макро-, мезо-, микро- и т.д.) является оптимизация затрат, необходимых для стабилизации экономического положения и достижения поставленных целей.

Динамический характер устойчивого развития представляет собой не неизменное состояние гармонии и стабильности, а процесс изменений, в котором масштабы эксплуатации ресурсов, направление капиталовложений, ориентация технического развития и институциональные изменения согласуются с внешними и будущими потребностями. В свою очередь, обществом, достигшим состояния динамического равновесия, является такое общество, которое в ответ на изменение внутренних и внешних условий способно устанавливать новое, соответствующее этим изменениям равновесие как внутри себя, так и в пределах среды своего обитания.

Для описания устойчивости инновационного развития необходимо, на наш взгляд, наличие некоторых методологических принципов, являющихся своего рода исходным базисом для объяснения собственно инновационного типа развития социально-экономических систем. Данные методологические принципы предусматривают³:

- понимание экономики любого уровня как системного динамического организма, ядром которого является социально-экономическая система, составляющая совокупность взаимосвязанных и постоянно взаимодействующих производительных сил и организационно-экономических отношений;

- наличие в данной социально-экономической системе признаков целостности, которые рассматриваются в качестве основных свойств системы: взаимодействующие подсистемы, составляющие основу ее структуры; пропорциональность систем и элементов; устойчивость

- к внешним воздействиям; способность к автономному функционированию, созданию внутренних факторов саморазвития;

- наличие внутренних объективных факторов обновления, в состав которых входят первичные факторы-ресурсы и вторичные факторы-процессы. Вторичные факторы обуславливают использование первичных, однако при этом количество и качество каждого первичного фактора-ресурса является исходной основой эффективного воздействия факторов-процессов на любой воспроизводственный цикл. Факторы-ресурсы включают в себя те объективные условия производства, которые по составу и соотношению количественно и качественно измеримы и эффекты воздействия которых на воспроизводственные процессы можно спрогнозировать и рассчитать. Это – новая техника, системная технология, трудовые ресурсы, организационный и управленческий ресурс, предпринимательство, информация, финансы и прочие инвестиции;

- превращение большинства факторов-ресурсов в системные образования (системы машин, технологические цепи и макротехнологические системы, системный квалификационный ресурс, сочетающий в себе квалификацию исследователя, аналитика, управленца, рабочего и т.д.), их взаимозависимость;

- перегруппировка преобразующих возможностей в системе факторов-ресурсов в пользу факторов, получаемых с помощью новых целостных многоотраслевых научных знаний;

- разграничение исторически складывающихся типов развития социально-экономических систем на интенсивный и экстенсивный типы по критерию преимущественно используемых факторов развития и



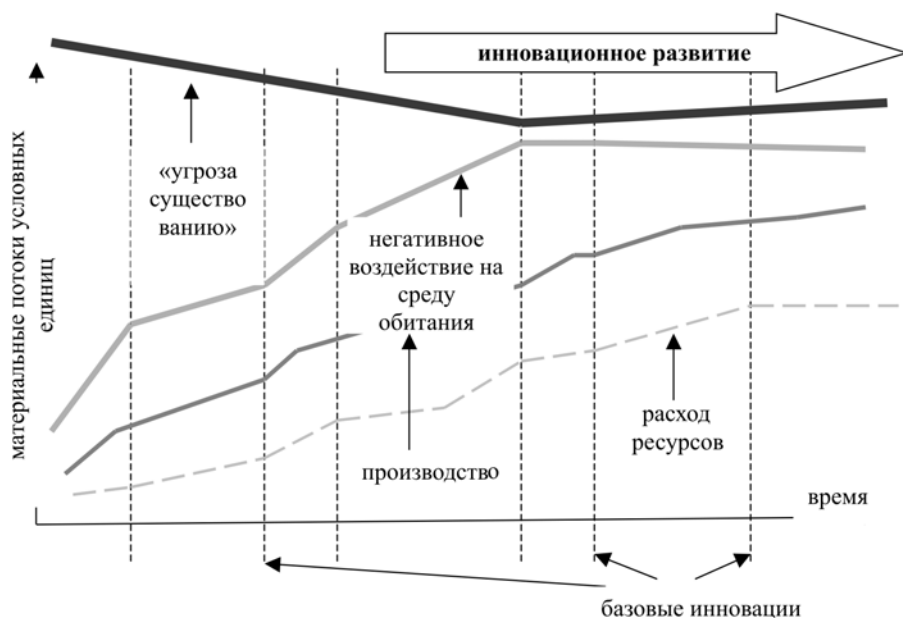


Рис. 1.1. Взаимовлияние научно-технического прогресса и инновационного развития

основным экономическим эффектам. При этом инновационное развитие (или инновационный тип воспроизводства) может быть рассмотрен как один из аспектов структурных преобразований в экономике или как механизм создания и коммерциализации новшеств в конкретных производственных системах в зависимости от поставленных предмета анализа и специфики задач⁴. В любом случае инновационное развитие может быть и должно быть противопоставлено такому состоянию экономики, когда в силу ряда факторов внешнего и внутреннего порядка функционирование системы обеспечивается за счет экстенсивного копирования сложившихся технологий и стратегий или «косметической» их модернизации;

- отграничение понятия инновационного развития от категории «научно-технический прогресс», несмотря на их неразрывную связь. При этом научно-технический про-

гресс носит деструктивный характер (в частности, внедрение его результатов в производство в XX в. поставило человечество на грань гибели вследствие экологической катастрофы), а также в отличие от инновационного развития не является саморегулирующейся системой и требует задания некоего вектора изменений в виде системы ограничений. Вместе с тем, использование результатов научно-технического прогресса и стимулирование инновационной деятельности объективно необходимы, но инновационное развитие должно предусматривать такие механизмы (стимулы и запреты, сформулированные в рамках концепции устойчивого развития), которые обеспечивали бы защиту от нарастания деструктивных тенденций, то есть закладывали основу динамической устойчивости развития экономической системы.

На рис. 1.1 отражено относительное изменение во времени матери-

альных потоков инновационного развития экономической системы с точки зрения обретения ею устойчивости.

Здесь ускорение научно-технического прогресса характеризует взаимобратное положение линий «объем производства» и «расход ресурсов». Выпуклая линия производства объясняется тем, что давший быстрый рост на начальном этапе эффект от внедрения нововведения постепенно снижается, в результате чего производство растет, но уже экстенсивно – в рамках сложившихся технологий и организационных форм, следовательно, для дальнейшего развития требуется новый импульс, например, в виде базовой (фундаментальной) инновации. В то же время расход ресурсов представлен, наоборот, вогнутой линией, так как в результате инновации эффект от более рационального использования ресурсов, повышаясь в начале, с переходом к экстенсивному росту начинает падать. В результате научно-технического прогресса еще более быстрыми темпами, чем расходование ресурсов, возрастает негативное воздействие на среду обитания и приближается в итоге к линии угрозы существованию всей системы, ее распаду (представляющей собой объем негативного воздействия на среду обитания, несовместимого с существованием). Однако именно в данном месте угроза существования системы начинает выступать в качестве мотивирующего фактора инновационной деятельности, в результате чего осуществляется оптимизация темпов экономического и, следовательно, инновационного развития.

Основные тенденции, отражающие устойчивые повторяющиеся связи инновационного развития социально-экономических систем, включают в себя следующие:

– возрастающая интеграция науки, образования, производства и рынка, заключающаяся в формировании корпоративного каркаса экономики и образовании инновационных корпораций, в развитии инновационных кластеров, венчурных систем, межотраслевых научно-производственно-финансовых структур и т.д. В условиях рыночных отношений интеграция указанных сфер периодически нарушается, но все равно стремится к количественной и качественной согласованности, что в итоге ведет к росту комплексности хозяйственных организмов, увеличению интенсивности внутренних взаимосвязей и взаимодействия между подсистемами и элементами;

– рост согласованной интеллектуализации всех видов труда (научно-исследовательского, физического, предпринимательского, управленческого и т.д.);

– усиление инновационной ориентированности инвестиций, которое проявляется в росте удельного веса инвестиций, вкладываемых в технико-технологическое и инновационное развитие;

– возрастающая взаимозависимость преимущественного типа развития хозяйственных систем разного уровня и инновационного типа развития; это проявляется в виде усложнения организационно-функциональной модели корпораций, переходящих на инновационный тип (за счет формирования в их составе особой хозяйственной зоны из числа малых и средних научных и инновационных фирм, развития длительных связей с научными учреждениями межотраслевого и межрегионального характера).

Итак, категорию «устойчивое развитие» мы рассматриваем с акцентом на инновационную составляющую, где в качестве трех системообразующих элементов устой-



чивого инновационного развития предлагаем рассматривать «ресурсы инновационного развития», «поле инновационного развития» и «институты инновационного развития», предполагая, что между ними существует диалектическая взаимозависимость. Так, например, если в составе движущих детерминант развития преобладают ресурсы, но не наблюдается достаточного потенциала «поля», то инновационное развитие не будет полноценным (что подтверждает, в частности, пример России) и деградирует до уровня наибольшей энтропии системы. В свою очередь, отсутствие такого компонента развития, как природные ресурсы (например, в Японии) или их консервация (в США) вовсе не означает отсутствие возможности инновационного развития экономической системы, а скорее даже, наоборот, создают систему стимулов к нему. Тем не менее, в ряду трех системообразующих элементов устойчивого инновационного развития систем, на наш взгляд, следует особо выделить институты как предпосылку возникновения градиента ресурсов в инновационное поле.

В современных условиях многообразия и разноплановости моделей социально-экономического развития важна адаптация концепции устойчивого развития применительно к реальным институциональным моделям и формам развития.

Из трех предложенных нами элементов «ресурсы» (1) являются наиболее исследованными в экономической теории и практике.

Представители разных течений и школ определяющую роль отводили разным ресурсам: меркантилисты – труду; физиократы – земле. Марксистский подход в качестве факторов производства выделил следующие три – труд, средство труда, предмет труда. Сэй рассмат-

ривал в своих работах уже взаимодействие трех факторов производства – ресурсов, необходимых для производства товаров и услуг – земли, труда, капитала. В XX веке А. Маршалл предложил рассматривать четвертый фактор, предпринимательские способности людей, который обеспечивает объединение и комбинацию всех других ресурсов в процессе производства товаров и услуг в единую систему. В дальнейшем в состав системы факторов производства также были включены информация и знания.

На основании выделенных М. Портером⁵ четырех стадий развития государства как макросистемы: стадии развития на основе факторов производства; стадии инвестиционного развития; стадии инновационного развития; стадии развития на основе благосостояния – можно обозначить следующие структурные источники экономического развития страны: 1) развитие на основе факторов производства; 2) развитие на основе инвестиций; 3) развитие на основе инновационной деятельности. Безусловно, каждое государство в той или иной степени использует все источники развития. При этом конкурентоспособность и эффективность экономики определяются структурой этих источников. Так, если для функционирования и развития народного хозяйства страны используется в основном валюта от экспорта природных ресурсов, то уровень экономического развития будет достаточно низким.

В Концепции инновационной политики России в качестве ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности, выделены материальные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные ресурсы, которые объединены в категорию инновационный потенциал (государ-

ства, региона, отрасли, организации)⁶. Однако мы считаем данную позицию не совсем корректной, так как, по нашему мнению, несмотря на то, что понятия инновационных ресурсов и инновационного потенциала тесно связаны друг с другом, тем не менее, их следует различать.

В частности, мы согласно с точкой зрения В. Кирюхина⁷, согласно которой инновационные ресурсы представлены как совокупность финансовых, интеллектуальных и материальных средств, которыми располагает социально-экономическая система для достижения положительных инновационных результатов, а инновационный потенциал – как предельно возможный уровень вклада инновационной деятельности в улучшение финансовых показателей системы при оптимальном использовании имеющихся инновационных ресурсов. Вместе с тем, интересна в рамках указанной Концепции категория «инновационная сфера», под которой понимается область деятельности производителей и потребителей инновационной продукции (работ, услуг), включающая создание и распространение инноваций. Данная категория близка к обозначенному нами одному из элементов инновационного развития – «полю» (более подробно будет рассмотрена ниже).

Таким образом, ресурсы являются необходимым условием для осуществления процессов инновационного развития и в этом качестве являются неотъемлемым его элементом и основой для инновационного анализа как текущего, так и (при учете взаимосвязи понятий «инновационные ресурсы» и «инновационный потенциал») стратегического. В связи с этим к ресурсам новаторов предъявляются особые требования, которые систематично изложены в работе И. Кузнецова⁸.

Это: 1) особые требования к качеству труда (человеческого ресурса), выполнение которых осуществляется системами высшего образования, подготовки научных кадров (аспирантура, докторантура), «импорта» научных кадров⁹, проводимого в русле государственной политики; 2) особого качества финансовый капитал, включающий в себя масштабный высокорисковый капитал, который образуется путем изменения традиционного капитала с помощью институтов государственного и корпоративного финансирования фундаментальных и прикладных исследований; 3) особые требования к качеству управления в связи с тем, что научные исследования являются своего рода творческим видом деятельности, к которому не применимы традиционные управленческие подходы, предполагающие нормирование расходов времени и ресурсов, предсказуемость результата и возможность внешнего влияния на рабочий процесс. Здесь необходим особый набор механизмов-правил (институты), регулирующих процесс инновационного развития, который наиболее эффективно, по мнению большинства исследователей, воспроизводится институтами государственного и корпоративного управления научными исследованиями, а также в рамках института венчурной деятельности.

Итак, «ресурсы инновационного развития» (далее – ресурсы) представляют собой многообразие потоков, являющихся базой для осуществления инновационного развития социально-экономической системы. В своем исследовании в качестве ресурсов мы выделяем:

– потоки материальных экономических ресурсов (природных, инфраструктурных);

– потоки человеческих ресурсов, представленные исполнительским трудом, предпринимательской



способностью, творческой способностью;

– потоки знаний, включающие «рассеянное знание» (диффузия) и новое фундаментальное знание.

При этом под ресурсами инновационного развития мы понимаем материальные, человеческие ресурсы, знания, технологии и др., необходимые для производства инновационного продукта.

Ресурсы, которыми обладает социально-экономическая система (в виде государства и частного сектора), ограничены. Поэтому важно не «распылять» их, а сконцентрировать на сравнительно узком круге передовых технологий, дающих наибольший эффект.

Для дальнейшего исследования необходимо обозначить категорию транзакционных издержек. Транзакционные издержки в самом общем виде ассоциируются с совершением обмена в результате взаимодействия продавцов и покупателей (то есть издержки осуществления транзакционной функции). Инновационное развитие в силу своей сложности приводит к увеличению удельной доли транзакционных издержек в деятельности инновационно-активных субъектов системы. С существованием транзакционных издержек связан следующий элемент категории устойчивого инновационного развития, рассматриваемый в рамках нашего исследования – *«поле инновационного развития» (2)*.

Анализ источников показал, что к настоящему моменту понятие «поле инновационного развития» недостаточно исследовано и нет единого подхода к его определению. Вместе с тем, с экономической точки зрения существует несколько разновидностей категорий, в состав которых входит понятие «поле». Рассмотрим, на наш взгляд, наиболее значимые из них.

В работе Н. Вединой¹⁰ обосновывается необходимость введения в научный оборот категории «транзакционное экономическое поле» с целью расширения применения теории транзакционных издержек Р. Коуза, которая ограничена рамками микроэкономического анализа применительно к такому рыночному сегменту, как информация. Информация представлена в указанной работе как объективированная форма «всеобщего интеллекта». Здесь термин «поле» подразумевает основанную на поверхностном структурном сходстве аналогию с физическими полями: наличие силовых линий в физическом поле и информационных каналов (сетей) – в транзакционном. Таким образом, идея транзакционного экономического поля заключается «в выделении и анализе особых «срезов» экономической действительности, представляющих собой различные типы глобальных информационно-экономических сетей, по которым циркулируют информационные продукты и которые опосредствуют различные формы организации общественного труда (обмена деятельностью)»¹¹. Причем, подобно своему физическому аналогу, транзакционные поля имеют различную конфигурацию «силовых линий», отражающую различие соответствующих форм экономической связи.

В указанной работе выделяется два типа транзакционных полей с позиции отличия транзакций по функционально-содержательным характеристикам экономических связей, а также их роли в глобальном воспроизводственном процессе: конкурентно-рыночное транзакционное поле (КРТП) и кооперативное транзакционное (КТП). Так, КРТП в общем виде представляет собой сеть информационных каналов между экономически обособленными субъектами рынка (фирмами, ком-

паниями, индивидуальными предпринимателями), каждый из которых создает и предлагает свой товар или услуги, осуществляя при этом функцию получения и передачи информации с целью обеспечения взаимного обмена своей продукцией. В данном аспекте содержание рыночных трансакций заключается в информационном обеспечении процесса передачи прав собственности на результаты и факторы производства (здесь исследование не выходит за пределы теории трансакционных издержек). Однако здесь необходимо учитывать разные уровни трансакций: с позиции глобального трансакционного поля акценты смещаются с затратной стороны трансакций на их созидательную функцию (в этом смысле КРТП как бы «поглощает» экономическую систему); с позиции внутрифирменных трансакций принципиальная характеристика положения фирмы в КРТП не меняется – она продолжает оставаться обособленным рыночным субъектом, носителем частного интереса, который интегрируется в глобальное экономическое пространство только посредством внешних трансакций. Что касается кооперативного трансакционного поля (КТП), оно представляет собой непосредственный информационный обмен, который не сопровождается взаимным отчуждением предмета обмена (информации), специфической чертой которого является сотрудничество и творческое взаимообогащение его субъектов, которыми являются отдельные индивиды, создающие и применяющие (потребляющие) духовное и материальное богатство цивилизации. Основное содержание кооперативных трансакций при этом составляют деятельностные способности (знания, навыки, способы деятельности и т.д.), образующие в совокупности твор-

ческий потенциал человечества. Данное определение КТП применимо к обозначенной нами категории «поле инновационного развития», так как представляется в виде паутины с ярко выраженным центром пересечения бесконечного множества индивидуальных трансакций – информационно-коммуникативного комплекса, который является «всеобщим посредником» и без которого невозможен информационный обмен. Обозначенный центр пересечения множества трансакций близок к обозначенному нами третьему элементу устойчивого инновационного развития – «институтам».

В работе И. Москалева¹² с точки зрения внедрения социальной инновации и управления рисками, связанными с возможным сопротивлением целенаправленным социальным изменениям, категория «поле» рассматривается в разрезе концепции силового поля К. Левина, согласно которой любые организуемые изменения в социальной системе рассматриваются в контексте борьбы между побуждающими и ограничивающими силами. Для принятия управленческого решения, направленного на внедрение социальной инновации, необходимо провести анализ силового поля, определив все силы побуждающие и ограничивающие – и их направленность. Таким образом, управление инновациями сводится к балансу этих сил.

В качестве одного из пяти факторов процесса инновационной деятельности выделил инновационное поле в своих работах П. Шек¹³, обозначив его как поле инновационной деятельности. Наряду с ним автор выделил также такие факторы, как мировой порог знаний, инновационные финансовые ресурсы, инновационные предприниматели, инновационный климат. В целом указанные факторы в значительной



степени определяют развитие инновационных процессов, однако они, во-первых, неодинаковы по своей масштабности (например, инновационный климат – это общее понятие, инновационные финансовые ресурсы – более частное и достаточно узкое и, скорее всего, в рамках данной классификации они должны включаться в инновационный климат); во-вторых, выделение инновационных предпринимателей в качестве фактора является необходимым без указания на необходимость повышения инновационной активности предпринимательского сектора в целом¹⁴.

Как показывает анализ, до настоящего времени недостаточно развиты механизмы, позволяющие отладить масштабные процессы взаимодействия исследовательской и предпринимательской сфер¹⁵ (что во многом приводит к глубокому разрыву между ними (так называемая «долина смерти»), поскольку нет первичной основы для мотивации экономических агентов к внедрению полного цикла инноваций, а в научно-исследовательской сфере – к коммерциализации технологий. Создание необходимых условий и механизмов возможно в рамках неoinституциональной теории при использовании особых «правил игры» – *институтов (3)*, рассматриваемых в рамках данного исследования в качестве третьего системообразующего элемента, необходимого для обеспечения устойчивости процесса инновационного развития экономических систем. Рассмотрим данный элемент более подробно.

Что касается самой категории «институт», существуют различные ее трактовки в рамках старого и нового институционализма. «Старые» институционалисты понимают под институтом обычаи, традиции, стереотипы поведения; новые инсти-

туционалисты – нормы, правила и поведения в обществе, причем разделяют эти нормы на формальные (законы, правовые акты и кодексы) и неформальные (обычаи, традиции) и считают, что в развитии институтов ведущую роль играют механизмы принуждения. Как правило, институционализм ассоциируют с понятием институциональных изменений или институциональных преобразований.

Являясь основными нормами, правилами поведения в обществе, институты задают структуру побудительных мотивов контрактов, а их основной функцией является «обеспечение стабильного развития экономической системы с помощью сглаживания изменений в относительных ценах»¹⁶. То есть достигается институциональная стабильность, которая позволяет осуществить сложный обмен во времени и пространстве, что, в свою очередь, является необходимой предпосылкой и условием эффективности функционирования социально-экономической системы.

Сила институциональных изменений определяется влиянием всех совокупных факторов институциональных изменений и историческими условиями, в которых они протекают.

С точки зрения взаимодействия между «старыми» и «новыми» институтами выделяют три типа их связей: *path dependence* – глубокая связь, сильная зависимость новых институтов от старых; *path determinacy* – менее сильная зависимость, оставляющая место для возникновения совершенно новых институтов; *path indeterminacy* (*path independence*) – отсутствие явной связи между старыми и новыми институтами. Однако развитие социально-экономической системы с точки зрения институциональных изменений носит, в основ-

ном, инкрементальный (инкремент – приращение, прирост) и недискретный характер, то есть происходит перетекание старых институтов в новые.

Выполняя функцию снижения неопределенности экономической системы и будучи ограничителем имеющегося у системы набора альтернатив, институты могут быть формальными (документально оформленные законы, конституции, контракты) и неформальными (общепринятые условности, неписаные кодексы поведения, традиции, обычаи, привычки)¹⁷. В случае, если формальные институты возникают на базе уже установившихся в обществе практик путем их юридического оформления, они соответствуют (конгруэнтны) неформальным институтам (служат для устранения споров по содержанию и истолкованию неписаных законов), снижая издержки пользования институтами.

В условиях инновационного развития экономической системы возрастает ее неопределенность, что затрудняет поведение экономических агентов и, в свою очередь, приводит к возникновению ортогональных правил игры, или «антиинститутов». Система правил, формирующая инновационное поведение в современных российских условиях, во многом и образует подобный «антиинститут». Использование неким экономическим агентом нестандартных приемов (например, не покупка готовой технологии, а ее создание) ведет к повышенным для него транзакционным издержкам, ибо партнеры не понимают его поведения. Однако в дальнейшем первоначально придуманные одним или несколькими экономическими агентами приемы игры, становясь общим достоянием, изменяют общепринятые правила поведения и создают новые институты. Д. Норт писал о

том, что нарушение институциональных рамок должно наказываться¹⁸, однако никто не наказывает за нарушение антиинститутов. Почему? Здесь действует мощный экономический фактор: экономический агент (например, в лице малого предприятия, не обладающего достаточными ресурсами), не использующий ортогональные правила игры, оказывается неконкурентоспособен. Следовательно, создание антиинститутов является естественной приспособительной реакцией экономической системы на появление в ней чужеродного элемента.

Необходимо отметить, что следует различать понятия «институт» и «организация», оба из которых структурируют взаимоотношения между агентами. Однако, организация – это всегда группа людей, стремящихся достичь определенной цели (и именно организации являются агентами институциональных изменений). Институты же никогда не представлены людьми: это рамки функционирования организации, определяющие ее генезис и эволюцию. Институты определяют издержки обмена и производства, то есть, по Норту, наряду с применяемой технологией они определяют транзакционные и трансформационные издержки, которые в совокупности составляют общие издержки производства¹⁹.

Поэтому необходимо осуществлять исследование природы институтов, закономерности институциональных изменений и определять то, как они сказываются на затратных функциях экономической системы. В конечном итоге, институты, наряду с начальным распределением ресурсов, определяют, идет ли система в направлении «развертывания или свертывания обменов»²⁰. В указанной работе институты, имеющиеся в обществе, представляются как катализатор



позитивных или негативных результатов функционирования рынка, который, в свою очередь, является нейтральным, спонтанным механизмом аллокации ресурсов, их обмена, координации и отбора. Причем, для эффективности процесса важны не конкретное распределение ресурсов и его динамика, а то, как существующий или вновь вводимый институт оказывает влияние на будущие обмены, способствует ли их «развертыванию» или увеличению их количества и объемов во времени.

Таким образом, управленческое воздействие на ресурсы и поле инновационного развития, их интеграция возможны на основе применения институтов – набора правил и механизмов, стимулирующих инновационную активность экономических систем, прежде всего, в результате снижения транзакционных издержек. Институты позволяют ускорять инновационное развитие социально-экономических систем на основе трансформации ресурсов, формирования их градиентов в точку поля (конкретное предприятие, технополис, особую экономическую зону), функционирование в которой возможно с относительно более низким уровнем транзакционных издержек. Там, где поле «соприкасается» с институтами, появляется возможность влиять на величину транзакционных затрат в рамках данных систем. В зависимости от того, какая модель инновационного развития реализуется и какой институт при этом используется, транзакционные издержки будут либо увеличиваться, либо сокращаться, и соответствующим – устойчивым инновационным либо депрессивным (как крайние случаи экономического развития) – будет развитие мезосистемы.

Таким образом, под развитием социально-экономической системы

следует понимать качественное изменение ее состава, связей (представляющих собой структуру) и функционирования. Если рассматривать его в терминах устойчивого развития – «ресурсов», «поля» и «институтов инновационного развития», то ресурсы следует рассматривать как количественный параметр развития; институт – как связующее звено между ресурсами и полем; в свою очередь, поле – это сфера приложения силы для более эффективного освоения ресурсов, в результате чего может быть обеспечено снижение транзакционных издержек и достижение системой более качественного уровня развития. Причем упор делается именно на качественное преобразование и совершенствование, а не на количественный рост индикаторов.

Литература

1. Бобылев С.Н. Индикаторы устойчивого развития: региональное измерение: пособие по региональной экологической политике / С.Н. Бобылев. – М.: Акрополь, ЦЭПР, 2007. – 60 с.
2. Ведин Н.В. Постиндустриальное общество: становление новой системы присвоения / Н.В. Ведин // Проблемы современной экономики. – 2002. № 1. – С. 63–65.
3. Иващенко Н.П. Производственно-экономические системы в промышленности России / Н.П. Иващенко. – М.: ТЕИС, 2000. – 122 с.
4. Игнатова Т.В. Коммерциализация инновационной деятельности как объект государственной поддержки в России / Т.В. Игнатова // Вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – Т.5. – С. 35–43.
5. Клейнер Г.Б. Особенности процессов формирования и эволюции социально-экономических институтов в России / Г.Б. Клейнер. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 68 с.

6. Медоуз Д. Пределы роста. 30 лет спустя / Д. Медоуз. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2007. – 342 с.

7. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.

8. Управление социально-экономическим развитием России: концепции, цели, механизмы / Рук. авт. колл. Д.С. Львов, А.Г. Поршнев; Гос. ун-т упр., Отд-ние экономики РАН. – М.: Экономика, 2002. – 702 с.

9. Ясин Е.Г. Модернизация экономики и система ценностей / Е.Г. Ясин // Вопросы экономики. – 2003. – № 4. – С. 4–36.

Ссылки

1 Constanza R. Ecological Economics and Sustainable Development / R. Constanza, C. Folke // Paper prepared for the International Experts Meeting for the Operationalization of the Economics of Sustainability. – Manila, Philippines. – 1994. – July 28–30. – Режим-доступа: http://www.sed.manchester.ac.uk/research/iarc/pdfs/iarc_wp04.pdf.

2 Левашов В.К. Глобализация и устойчивое развитие [Электронный ресурс] / В.К. Левашов. – Режим доступа: <http://sprkurdyumov.narod.ru/Levashov.htm>, свободный.

3 Фоломьев А. Обоснование инновационного типа воспроизводства / А. Фоломьев // Экономист. – 2005. – №8. – С. 40–45.

Голиченко О. Российская инновационная система: проблемы развития / О. Голиченко // Вопросы экономики. – 2004. – № 12. – С. 16–34.

Кондратьев Н.Д. Основные проблемы экономической динамики / Н.Д. Кондратьев. – М.: Наука, 1991. – 567 с.

4 Голенков В.А. Стратегия инновационного развития регионов России и роль университетских комп-

лексов в модернизации образования / В.А. Голенков, Ю.С. Степанов, В.Г. Садков, П.Н. Машегов. – М.: Машиностроение 1, 2003. – 286 с.

5 Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ., под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

6 Концепция инновационной политики России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ostu.ru/centerlaw/conceptl.html>, свободный.

7 Кирюхин В.В. Формирование механизма управления инновационной деятельностью организаций санаторно-курортной сферы [Электронный ресурс] / В.В. Кирюхин // Проблемы современной экономики. – 2003. – № 3. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/numbers.php3>, свободный.

8 Кузнецова И.С. Анализ моделей инновационных систем / И.С. Кузнецова // Наука и инновации. – 2006. – Т.2. – С. 118–126.

9 Фадеева В. Национальная инновационная система Германии [Электронный ресурс] / В. Фадеева // Портал аналитики и сетевых проектов Сибири и Дальнего Востока. – Режим доступа: <http://www.povestka.ru/nnovation/nl4.htm>, свободный.

10 Ведин Н.В. Постиндустриальное общество: становление новой системы присвоения / Н.В. Ведин // Проблемы современной экономики. – 2002. № 1. – С. 63–65.

11 Ведин Н.В. Информационное поле: к вопросу о генезисе информационной экономики [Электронный ресурс] / Н.В. Ведин // Проблемы современной экономики. – 2002. – № 2. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru>, свободный.

12 Москалев Е.И. Методы качественного моделирования инновационных социальных процессов [Электронный ресурс] / Е.И. Москалев // Материалы сайта С.П. Курдюмо-

ва «Синергетика». – Режим доступа: <http://spkurdyumov.narod.ru/moskil.htm>, свободный.

13 Шеко П. Инновационный хозяйственный механизм / П. Шеко / Проблемы теории и практики управления. – 1999. – №2. – С. 71–78.

14 Колоколов В.А. Инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур [Электронный ресурс] / В.А. Колоколов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 1. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/management/2002-1/08.shtml>, свободный.

Инструмент измерения параметров инновационного экономического роста [Электронный ресурс] / Материалы сайта кафедры менеджмента, маркетинга и организации производства ВолгГТУ. – Режим доступа: <http://mmop.vstu.ru>, свободный.

15 Голиченко О. Российская инновационная система: проблемы

развития / О. Голиченко // Вопросы экономики. – 2004. – № 12. – С. 16–34.

16 Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.

17 Там же

18 Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.

19 Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.

20 Вольчик В.В. Нейтральные рынки, ненейтральные институты и экономическая эволюция / В.В. Вольчик // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2004. – Т. 2., № 2. – С. 55–69.

Наши авторы

- Василенко** Ольга Викторовна - кандидат социологических наук, Волгоградский государственный медицинский университет. suewa@mail.ru
- Вершинина** Инна Альфредовна - кандидат социологических наук, кафедра истории и теории социологии социологического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова. inna_ver@rambler.ru
- Ватлин** Андрей Александрович - аспирант, НАЧОУ ВПО «Современная гуманитарная академия», avatlin@yandex.ru
- Владыкина** Ирина Константиновна - кандидат психологических наук, социологический факультет МГУ им. М.В.Ломоносова. vladimsu@yandex.ru
- Герасимова** Галина Ивановна - кандидат социологических наук, заведующая кафедрой социальных технологий, Тюменский государственный нефтегазовый университет. gerasimova@tsogu.ru
- Гостенина** Валентина Ивановна - доктор социологических наук, профессор, завкафедрой рекламы и связей с общественностью Брянского государственного университета им. акад. И.Г. Петровского. v.gostenina@yandex.ru
- Даллакян** Арсен Карленович - кандидат философских наук, старший преподаватель кафедры философии, Уфимский Нефтяной Государственный университет. dak58@mail.ru
- Даллакян** Карлен Ашотович - доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин, декан факультета права и экономики, Уфимский юридический институт МВД России.
- Дьякович** Марина Петровна - доктор биологических наук, ведущий научный сотрудник Ангарского филиала ВСНЦ экологии человека СО РАМН - НИИ медицины труда и экологии человека (г. Ангарск).
- Исправникова** Наталия Револьдовна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической социологии и маркетинга социологического факультета ФГОУ ВПО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова
- Киселёв** Константин Викторович - кандидат философских наук, доцент, заместитель директора по научным вопросам, Институт философии и права Уральского отделения Российской академии наук (Екатеринбург). kiselevkv@yandex.ru
- Кораблев** Максим Николаевич - старший преподаватель, социологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова. mkorablev@yandex.ru
- Кузовкина** Лайла Арсеновна - аспирант, Российская Академия Государственной Службы при Президенте Российской Федерации, кафедра Государственной службы и кадровой политики paleotyp@yandex.ru
- Лонцов** Виталий Викторович - кандидат физико-математических наук, доцент, социологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова. vit129611@rambler.ru
- Лыкова** Валентина Васильевна - кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и политологии Факультета философии, социологии, культурологии, Курский государственный университет. tinalykova@mail.ru



- Макарова Людмила Витальевна** - старший преподаватель кафедры истории, теории и методологии социологии, Российский государственный социальный университет. Ladd78@mail.ru
- Меньшикова Марина Владимировна** - кандидат психологических наук, доцент кафедры связей с общественностью Института Социологии и Управления персоналом, ГОУ ВПО «Государственный университет управления», menshikova_m_v@mail.ru
- Окунева Татьяна Владимировна** - аспирантка, Уральский государственный университет путей сообщения. tat-okuneva@list.ru
- Пенькова Екатерина Александровна** - сотрудник Российского государственного социального университета (РГСУ). pekagold@mail.ru
- Прончев Геннадий Борисович** - кандидат физико-математических наук, доцент, социологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова. pronchev@rambler.ru
- Рыжов Владимир Александрович** - кандидат физико-математических наук, АНО «ИнфоСтандарт». vryshov@gmail.com
- Решетникова Светлана Владимировна**, Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, директор Центра СМИ Reshetnikova08@gmail.com
- Рыжов Сергей Владимирович** - аспирант, Московский государственный гуманитарный университет имени М.А.Шолохова. ryzhovsergey@mail.ru
- Савка Аврора Валерьевна** - доктор философских наук, профессор, Российская Академия Государственной службы при Президенте РФ. irin05@list.ru
- Садчикова Анастасия Сергеевна** - аспирантка кафедры социально-гуманитарных наук, Балаковский институт техники, технологии и управления, филиал ГОУ ВПО «Саратовский государственный технический университет». Hotmail13@rambler.ru
- Солнышкина Марина Георгиевна** - доктор социологических наук, зам.зав. кафедрой социальной работы, ГОУ ВУПО МО «Международный университет природы, общества и человека «Дубна». solny2001@mail.ru
- Сурмач Марина Юрьевна** - кандидат медицинских наук, доцент кафедры общественного здоровья и здравоохранения, Гродненский государственный медицинский университет, Беларусь. marina_surmach@mail.ru
- Тулузакова Марина Валентиновна** - доктор социологических наук, профессор кафедры социально-гуманитарных наук, Балаковский институт техники, технологии и управления, филиал ГОУ ВПО «Саратовский государственный технический университет». mv@balakovo.info
- Тюплина Ирина Анатольевна** - кандидат философских наук, заведующая кафедрой политологии и социологии, заместитель декана исторического факультета по отделению социологии, ГОУ ВПО «Магнитогорский государственный университет». irene-an@mail.ru
- Филиппов Олег Александрович**, аспирант, Институт экономики Российской академии наук
- Франц Валерия Андреевна** - аспирантка, Институт философии и права Уральского отделения Российской академии наук (Екатеринбург). val-franc@yandex.ru
- Франчук Виктор Иванович** - доктор социологических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления и социальной инженерии, факультет социального управления, Российский государственный социальный университет . vfranchuk@mtu-net.ru

Шаталова Нина Ивановна - доктор социологических наук, профессор, Уральский государственный университет путей сообщения.
NShatalova@hrm.usurt.ru

Шилина Светлана Александровна –

кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского. imsuck@rambler.ru

