

Правительство Москвы
Департамент культуры города Москвы
Московский институт социально-культурных программ

ПОИСК

Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура

Выпуск № 1 (36)

Москва, 2012

УДК 008
ББК 71
П71

Редколлегия журнала:

А. Л. Маршак (главный редактор), **В. В. Сергеев** (заместитель главного редактора), **О. Н. Мамонова** (ответственный секретарь),
С. В. Бабакаев, В. Н. Ксенофонов, В. И. Махонин

Редакция журнала:

В. Г. Донской (заведующий редакцией), **Л. Г. Королёва** (литературный редактор), **Ф. Н. Черепанов**

ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура: научный и социокультурный журнал // М. : НИЦ «Академика», 2012. — Вып. № 1 (36). — 120 с.

Научный и социокультурный журнал «ПОИСК» включён в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий Высшей Аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации по решению Президиума ВАК от 19 февраля 2010 года № 6/6 (уточнённая редакция от 22.10.2010).

Журнал рассчитан на работников культуры, искусства, науки, образования, студентов и аспирантов гуманитарных вузов, а также на всех, кто в той или иной степени участвует в процессах организации, планирования, законотворчества в социально-культурной сфере.

ISSN 2072-6015

© Московский институт социально-культурных программ, 2012
© НИЦ «Академика», 2012

ОБЩЕСТВЕННЫЙ РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Сопредседатели Совета

- Иванов В. Н.** Член-корреспондент Российской Академии наук, советник РАН, главный редактор журнала «Наука. Культура. Общество», доктор философских наук, профессор
- Сергеев В. К.** Научный руководитель Московского института социально-культурных программ, действительный член Российской академии социальных наук, доктор социологических наук, заслуженный работник культуры Российской Федерации

Члены Совета

- Андреев В. А.** Народный артист СССР художественный руководитель Московского драматического театра имени М. Н. Ермоловой
- Андреев Э. М.** Главный научный сотрудник ИСПИ РАН, профессор кафедры социологии и политологии ИППК МГУ имени М. В. Ломоносова, действительный член Российской академии социальных наук, доктор философских наук
- Вдовиченко Л. Н.** Доктор социологических наук, профессор кафедры политической социологии РГГУ
- Викторов А. Ш.** Доктор социологических наук, профессор МГУ имени М. В. Ломоносова, член Творческого союза художников России
- Дмитриев А. В.** Член-корреспондент Российской Академии наук, доктор философских наук, профессор
- Засурский Я. Н.** Президент факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, доктор филологических наук, профессор
- Капто А. С.** Доктор философских наук, заведующий кафедрой ЮНЕСКО по социальным и гуманитарным наукам при ИСПИ РАН
- Кузнецов В. Н.** Член-корреспондент Российской Академии наук, профессор, доктор социологических наук
- Кулашик Петер** Доктор политологии, профессор, декан факультета международных отношений Университета имени Матея Бела, главный редактор журнала «Политика и наука», Баньска-Быстрица, Словакия
- Маркович Данило** Академик, действительный член Сербской академии образования, иностранный член Российской академии образования, Белград, Сербия

-
- Маршак А. Л.** Главный научный сотрудник Института социологии РАН, действительный член Российской академии социальных наук, РАЕН, доктор философских наук, профессор, почётный работник высшей школы Российской Федерации, член Союза писателей России
- Мионов А. В.** Главный редактор журнала «Социально-гуманитарные знания», доктор социологических наук, профессор, почётный работник высшей школы Российской Федерации
- Нарбут Н. П.** Заведующий кафедрой социологии РУДН, действительный член Российской академии социальных наук, доктор социологических наук, профессор, член Союза писателей России
- Петрусек Милослав** Доктор философии, профессор кафедры социологии факультета социальных наук Карлова университета, почётный проректор и декан факультета социальных наук Карлова университета, вице-президент Чешского социологического общества, иностранный член Российской академии социальных наук, Прага, Чехия
- Попов А. В.** Доктор социологических наук, профессор
- Сосунова И. А.** Проректор Академии МНЭПУ, действительный член Международной академии наук, Академии политической науки, доктор социологических наук, профессор
- Федоряк Н. А.** Кандидат социологических наук, член Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
- Чупров В. И.** Доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник ИСПИ РАН, заслуженный деятель науки Российской Федерации
- Шкондин М. В.** Заведующий кафедрой периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, генеральный директор Научно-методического центра преподавателей и исследователей журналистики, доктор филологических наук, профессор

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ

РЫБАКОВ А. В.	Политическая культура современного российского общества: состояние и перспективы ее демократизации / Political culture of contemporary Russian society: condition and perspectives of democratization	7
КУЛИБАБА С. И.	Народная культура как объект социально-философского анализа / Folk culture as the object of social-philosophical analysis	18

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

РОЖКОВА Л. В.	Либерально-демократические ценности в сознании студенческой молодежи в условиях модернизации российского социума / Liberal and democratic values in consciousness of students during the modernization of Russian society	27
СМЕТАНКИНА Л. В.	Управление как социокультурный феномен в современном российском обществе / Management as a social-cultural phenomenon in Russian society	36

РУССКИЙ МИР

ЛЕБЕДЕВА В. А.	Фарфор эпохи историзма на художественно-промышленных выставках XIX века (заводы, технологии, ассортимент) / Porcelain during the historicism on the artistic and industrial exhibitions (plants, technologies, assortment)	43
----------------	---	----

АСПЕКТЫ

КУЛАЙКИН В. И.	Дизайн развивающей предметно-пространственной среды для подрастающего поколения / Design of developing subject-dimensional environment for new generations	53
ЛЯХОВЕЦ А. С.	Культурные традиции в малых городах Подмосковья / Cultural traditions in Moscow region townlets	60
МАКСИМОВ С. Н.	Бедность населения как угроза экономической безопасности / Poverty of the population as a threat to the economic security	71

МАРАР О. И.	Цивилизационные аспекты экологической культуры / Civilizational issues of ecological culture	79
ОСТАХНОВИЧ В. О.	Сравнительный анализ идеалов прошлого и настоящего: социальные механизмы обновления / Comparative analysis of the past and the present: social mechanisms of renovation	87
СОРОКИН К. С.	Культурные универсалии в рекламном воздействии / Cultural universals in advertising influence	96
<i>ИССЛЕДОВАНИЯ МИСКП</i>		
ЛЮТОВА Н. К.	Музеи Москвы: современное состояние и тенденции развития / Moscow museums: contemporary condition and tendencies of development	108
<i>КОНФЕРЕНЦИИ. СЕМИНАРЫ. СИМПОЗИУМЫ</i>		114

ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ

*РЫБАКОВ Андрей Вячеславович,
доктор политических наук, профессор,
заведующий кафедрой политологии,
Московский авиационный институт
(национальный исследовательский
университет)
rybackov@rambler.ru*

Политическая культура современного российского общества: состояние и перспективы ее демократизации / Political culture of contemporary Russian society: condition and perspectives of democratization

Аннотация

В статье анализируется феномен политической культуры в контексте транзитного состояния современного российского общества. Политическая культура рассматривается как теоретический конструкт и важнейший фактор политического развития. Выявляются особенности современного состояния политической культуры России и перспективы ее адаптации к требованиям процессов демократизации. Особое значение в данных процессах приобретает политическая культура российской политико-властной элиты.

Ключевые слова

Политическая культура; политические ценности; политическая элита; демократизация российского общества.

Annotation

The article analyzes the phenomenon of political culture in the context of a transit state of contemporary Russian society. Political culture is

seen as a theoretical construct and the most important factor in political development. The special features of the present state of political culture in Russia are identified and perspectives for its adaptation to the demands of democratic processes are presented.

Political culture of Russia's political power elite becomes the particularly important during these processes.

Keywords

Political culture; political values; political elite; democratization of Russian society.

Интерес политологов, политиков, журналистов и широкой общественности к проблемам политической культуры связан в первую очередь с необходимостью осмысления результатов социально-политических преобразований в странах постсоветского пространства и необходимостью прогнозирования их будущего развития. Политическая культура является одним из определяющих факторов политического процесса. Анализ политической культуры, ценностно-регулятивных основ общества дает, кроме того, возможность предвидеть реакцию населения на конкретные политико-управленческие решения, прогнозировать определенные пути, которые обеспечат эффективность их реализации. В то же время анализу проблемы политической культуры с точки зрения демократизации российского общества не уделяется достаточного внимания, особенно со стороны политико-властной элиты. Анализ данного феномена должен строиться с учетом трех факторов: традиции, изменений, исторического контекста. Эту идею очень точно выражают А. В. Лукин и П. В. Лукин: «Признание фундаментальных культурных изменений вовсе не означает отрицания преемственности. Однако к проблеме преемственности и инноваций нужно подходить исторически, не перенося... современные политические представления вглубь веков...»¹

В современной политической науке нет общепринятого определения политической культуры. По признанию специалистов, «...при

¹ Лукин А. В., Лукин П. В. Мифы о российской политической культуре и российская история // Политические исследования. — 2009. — № 2. — С. 158.

всей множественности концепций политической культуры эта теория... долгое время не могла выйти за пределы исходных «эвристических определений».¹ Выделяют две основные концепции политической культуры. Первая была предложена Г. Алмондом в статье «Сравнительные политические исследования» (1956). Политическая культура понимается им как образец ориентиров на политические действия, отражающий особенности каждой политической системы. Американское понимание этого феномена (основано на принципе «pattern» — образцы поведения) позже было развито в классической работе Г. Алмонда и С. Вербы «Гражданская культура» (1963). Данный подход тяготеет к отождествлению политической культуры и политического сознания. Сторонники так называемой всеобъемлющей интерпретации включают в политическую культуру наряду с психологическими установками и соответствующие им формы поведения. Эту концепцию позже в той или иной мере поддержали в своих работах А. Браун, Х. Домингер, Л. Пай, С. Хантингтон и др. С этой точки зрения политическая культура включает в себя такие диспозиционные ориентации, которые распространены среди акторов политической системы и могут быть использованы для характеристики данной системы как таковой. Политическая культура складывается из отношений, верований и чувств, а также знаний и информации о политических субъектах.²

Рассматривая вторую концепцию политической культуры, можно отметить, что она более широко трактует данный феномен. Политическая культура здесь включает еще и деятельностный аспект, то есть образцы политического поведения в соответствии с приобретенными знаниями, системой оценок и т. п. Например, У. Розенбаум понимает под политической культурой концептуальное сочетание чувств, мыслей и поведения. По мнению отечественного исследователя Э. Баталова, явление политической культуры — это система исторически сложившихся устойчивых установок, убеждений, представлений, моделей поведения, которые проявляются в непосредственной деятельности субъектов политического процесса и обеспечивают

¹ Зевина О. Г., Макаренко Б. И. Об особенностях политической культуры современной России // Политические исследования. — 2010. — № 3. — С. 115.

² Lawrence C. Mayer, John H. Burnett, Suzanne Ogden. Comparative Politics: Nations and Theories in a Changing World. New-Jersey, 1993. P. 32.

воспроизводство политической жизни общества на основе преемственности.¹ Такое видение тоже формируется посредством так называемых образцов поведения, казалось бы, исключая индивидуальный нравственный аспект. Иначе говоря, каждый индивид, живя в обществе и проходя схожие этапы социализации, должен оперировать в своей деятельности уже готовыми алгоритмами и правилами. Однако важно, что во второй концепции политической культуры подразумевается, что индивид не обязательно должен действовать по изученным правилам — он испытывает влияние других факторов (знания, религия, власть и т. п.), поэтому его политическое поведение часто является в определенной степени автономным и непрогнозируемым.

Следует различать политическую культуру личности и политическую культуру общества. Для характеристики политической культуры личности важно добавить осознание ею сути и цели политического процесса, знание своих прав и обязанностей, меру включенности в реализацию политической власти. Политическая культура общества — институционализированный и неинституционализированный исторический опыт национального и наднационального сообществ. Исторические традиции оказывают активное формирующее влияние на политическую деятельность индивидов как крупных, так и малых социальных групп. Другими словами, политическая культура общества являет собой зафиксированный в законах, обычаях, традициях политический опыт общества.

Если попытаться структурировать политическую культуру, то можно увидеть, что здесь также нет однозначного понимания. Например, У. Розенбаум предложил выделять так называемые компоненты ядра, т. е. те элементы, которые играют фундаментальную роль в формировании политической культуры нации. Такие компоненты он разбил на три основные группы:

- ориентация относительно правительственных структур — отношение субъекта к политическому режиму, его символам, институтам, официальным лицам и нормам;
- политическая идентификация, т. е. причастность индивида к «политическим единицам» — нации, государству, городу;

¹ См.: Баталов Э. Я. Советская политическая культура (к исследованию распадающейся парадигмы) // Общественные науки и современность. — 1994. — № 6. — С. 32–41.

— политическая ориентация относительно собственной политической деятельности, или «политическая компетентность» и «политическая эффективность» (ощущение возможности оказать влияние на политический процесс).¹

Существует и другое видение структуры политической культуры. В ее рамках исследователи часто выделяют только две составляющие: когнитивные ориентации и аффективные ориентации людей. К *когнитивным* ориентациям можно отнести знания о политической сфере и осведомленность о политических событиях. Когнитивная составляющая политической культуры человека формируется как на пассивной основе (в процессе социализации), так и на активной (когда человек самостоятельно, сознательно и целенаправленно интересуется политической жизнью). Уровень осведомленности граждан может рассматриваться как один из показателей эффективной деятельности государственных органов, а также как предпосылка сознательной активной гражданской позиции.

Что касается *аффективных* ориентаций, то они конструируются на основе чувств и эмоций, вызванных различными политическими субъектами. Люди, как правило, оценивают происходящее в политике с субъективной точки зрения (по шкале «хорошо — плохо» для меня лично) и на основе этих оценок формируют отношение к политическому событию. Аффективная составляющая политической культуры в современном обществе часто может занимать доминирующее положение, тем более когда речь идет о культуре электоральной, во время избирательных кампаний, информационных всплесков.

При рассмотрении структуры политической культуры следует вспомнить классическую классификацию типов политической культуры, введенную Г. Алмондом и С. Вербой. Она все еще господствует в научной среде, хотя со временем были выделены дополнительные типы культуры, но основополагающими считают три «чистых» типа политической культуры: патриархальная, подданническая и активистская.

Патриархальная политическая культура сориентирована на локальные ценности (ценности клана, племени, рода) и может проявляться в форме местного патриотизма, уважения к семье и т. п. Подданнический тип политической культуры предполагает, что индивид,

¹ Rozenbaum W. Political Culture. New-York, 1975.

гражданин является пассивным и удаленным от политической системы и процесса принятия решений. Такой тип политической культуры присущ тем странам, где граждане подчиняются власти, ожидая от нее различных благ, и в то же время боятся ее. Активистская культура предполагает, что граждане активно участвуют в политических решениях. Они стремятся рационально воздействовать на власть, направлять ее деятельность с помощью законных средств влияния, к которым можно отнести гражданское неповиновение, выборы, плевисциты.¹

Такие идеальные типы политической культуры ни в одной стране мира не встречаются. В реальной политической жизни наблюдается сочетание этих типов, в результате чего возникают еще три смешанных типа политической культуры: патриархально-подданическая, подданическо-активистская и патриархально-активистская. При этом оптимальный вариант смешанного типа политической культуры, который более характерен для демократических государств Запада, Алмонд и Верба обозначили термином «гражданская культура». Содержание гражданской культуры можно охарактеризовать через следующие положения: в целом положительная оценка деятельности правительства, чувство гордости за политические институты страны, желание обсуждать вопросы политики, открытое и лояльное проявление оппозиционных настроений, участие в политических кампаниях, развитое чувство гражданского долга, вера в необходимость демократии для развития страны и т. д.

Исходя из рассмотренных классификаций, российскую политическую культуру можно отнести к подданическому или к подданическо-патриархальному типу. Хотя в России и провозглашен курс, ориентированный на «активистскую» культуру, но, судя по отношению граждан к власти и наоборот, реальных результатов и поступательного движения к этому еще не видно. Декларируемая интеграционная политическая культура на сегодняшний день отсутствует, в действительности имеет место культура фрагментарная. В ней сосуществуют ориентации на новые и старые ценности, причем преобладают черты авторитарного типа. Как проиллюстрировали избирательные кампании последнего двадцатилетия, граждане не ориентируются на политические программы, а оказывают поддержку

¹ См.: Алмонд А., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // Политические исследования. — 1992. — № 4. — С. 122–134.

конкретным лидерам и их обещаниям, подчас демагогическим. Хотя существуют и другие точки зрения. Так, О. Г. Зевина и Б. И. Макаренко утверждают следующее: «...при всей неструктурированности общественно-политических воззрений, при всей переходности характера российской политической культуры, она отличается неантагонистичностью, высокой долей консенсусных установок».¹

Необходимо отметить, что в России преобладают патерналистские настроения, т. е. вместо активной гражданской позиции предпочтение отдается поиску покровительства «сверху». К тому же можно наблюдать сочетание противоположных ценностей и норм. С одной стороны — требование демократических свобод, а с другой — одобрение недемократических методов решения общественных проблем. Звучит поддержка рыночных отношений, а в противовес — требование социального равенства. Такие противоречия свидетельствуют об определенной раздвоенности политического сознания граждан и о дефиците гражданской политической культуры как у политического класса, так и у граждан.

Российское общество разнообразно во многих измерениях: национальном, конфессиональном, социальном, региональном, идейно-политическом и т. д. Россию можно отнести к плюралистическим, многосложным обществам. Наличие нескольких субкультур в стране осложняет внутринациональный диалог. Давление на властные структуры различных мировоззренческих и ценностных систем порождает дуализм подходов и, как следствие, непоследовательные действия властных структур. Исторический вызов для России заключается в кристаллизации политического и национального сознания и преодолении размытости национальной идеи и идентификации. С другой стороны, в том, что Россия многонациональная и неоднородная страна, нет ничего плохого. По заключению В. Коннора, сделанному еще в начале 70-х г. XX в., лишь 10% государств могут претендовать на то, что они действительно «национальные государства» — в том смысле, что государственные границы совпадают с границами расселения нации и все население государства имеет общую этническую культуру.²

¹ Зевина О. Г., Макаренко Б. И. Об особенностях политической культуры современной России // Политические исследования. — 2010. — № 3. — С. 122.

² См.: Connor W. Nation-building or Nation-destroying? // World Politics. 1972.

Итак, в контексте политического развития России первостепенное значение приобретают формирование демократического политического сознания граждан, приобретение ими опыта и навыков активного политического поведения, преодоление существующей фрагментарности исторической памяти и становления на этой основе гражданской политической культуры. Эти задачи должны решаться посредством политической социализации и предусматривать следующее: понимание и творческое усвоение ценностей и норм демократии; признание всеми гражданами цивилизованных форм проявления активности и политического протеста; воспитание качеств терпимости, политической толерантности, готовность к компромиссам и партнерству.

Отдельно хотелось бы рассмотреть вопрос о политической культуре современной властвующей элиты России. Роль правящей элиты чрезвычайно важна в любой политической системе и особенно актуализируется на этапах демократического транзита. Процесс демократизации часто зависит от качества и мотивов действий политической элиты, которая, однако, сегодня быстро переформатируется по политическим вкусам и ориентациям. Кроме того, и трансформация политической системы общества неминуемо аккумулирует изменения в структуре, тенденциях развития, существенных характеристиках элитарных кругов.

Сегодня российский *top stratum* действует по принципу «власть денег, а не власть закона». Поэтому можно говорить, что правящая элита — это элита не столько политическая, сколько экономическая, элита деловых кругов. В стране произошло некое «разделение труда», когда олигархические экономические структуры создают материальную базу государственной власти, а коррумпированные государственные чиновники обеспечивают необходимые условия заключения коммерческих сделок и принятие выгодных для олигархов государственных решений. Структурная особенность отечественной властной элиты состоит в том, что ее частью являются владельцы крупного капитала — олигархи, отличительной чертой которых является неудержимое желание быть в политике и лоббировать бизнес-интересы через политику, что в свою очередь преобразует политику в довольно успешный вид бизнеса.

Указанные явления и характеристики властной элиты не добавляют позитивизма. Однако не следует винить во всем только политиков. Основная причина таких «метаморфоз» политической эли-

ты — в уровне политической культуры общества. Мы сами сформировали такую элиту, дали ей карт-бланш для управления нами. Элита существует и действует согласно сформированным в обществе ожиданиям, является результатом нашего «молчаливого согласия».

В целом тема политической культуры и сознания властной элиты — это тема, которая вызывает огромный скепсис. Катализатором такой апатии и сдержанного отношения являются политические ожидания и разочарования. Как пишет профессор права М. Крыгер, причиной разочарования в политическом классе может быть ошибочное ожидание, что «демократические» элиты будут лучше, чем их предшественники.¹ Кроме того, чрезмерное доверие и слишком высокие ожидания от элиты могут обусловить дестабилизацию политической системы: чтобы граждане могли хотя бы в определенной мере контролировать политические элиты, их преданность этим элитам не должна быть полной и безусловной.² Конфликт политики и морали в значительной мере вызван несбалансированным сочетанием политической обязанности и ценностно-нравственных установок правящей элиты, что является основным условием ее эффективной деятельности. Эта тенденция подтверждается рядом особенностей политической культуры и политического поведения властной элиты:

— политическое манипулирование общественным мнением, что обуславливает ее модификацию и осуществляется с помощью частных ангажированных СМИ: «исполнительная власть использует медиа для распространения общественно необходимой информации, которая иногда нужна гражданам для ее собственной безопасности, а порой служит рекламой тех или иных политических кампаний»³;

— плутократическая природа (plutos — богатство, kratos — власть) элиты, базирующаяся на приоритетности богатства и капитала и пренебрежении моральными нормами. К сожалению, по-прежнему происходят формирование и функционирование нелегальной, но

¹ Крыгер М. Притчи о надеждах и разочарованиях // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2003. — № 3. — С. 169–175.

² Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // Политические исследования. — 1992. — № 4. — С. 128.

³ Кросс К., Гакет Р. Политическая коммуникация и освещение новостей в демократических обществах: Перспективы конкуренции / Пер. с англ. Р. Ткачук. К. : Основы, 2000. С. 22.

влиятельной системы лоббирования корпоративных экономических интересов в структурах законодательной и исполнительной власти, сращивание экономической и политической элиты;

— политическая демагогия, проявляющаяся в политической спекуляции на трудностях и проблемах, дезориентации и обмане широких масс с целью достижения элитой политического успеха. Замалчивание реальных фактов базируется на принципе — говорить о политическом процессе, пока вас не заставят «замолчать»;¹

— аддиктивные политические мотивации. Борьба за власть является основным аккумулятором политической активности и поведения правящей элиты. Для многих представителей элиты «дорваться до власти» является самоцелью. Целесообразным здесь будет вспомнить пример М. Вебера о двух способах сделать из политики свою профессию; «либо жить “для” политики, либо жить “за счет” политики и “политикой”... тот, кто живет “для” политики, в каком-то внутреннем смысле творит “свою жизнь из этого” — либо он открыто наслаждается обладанием властью, которую осуществляет, либо черпает свое внутреннее равновесие и чувство собственного достоинства из понимания того, что служит “делу”... и тем самым придает смысл своей жизни».² В этом контексте точным представляется выражение А. де Токвиля о том, что страшна не только безнравственность людей, находящихся у власти, сколько аморальность, которая ведет к власти. Итак, в российской политической элите сформировался доминирующий политический тип конформиста, что проявляется в гедонистическом стремлении к власти, а потому отдельные индивиды ради собственного «я» готовы к любым компромиссам.

Таким образом, мы видим определенные «метаморфозы» политического сознания правящей элиты, что обуславливает и дифракцию политической культуры. В условиях демократизации происходят переосмысление политических ценностей и приоритетов и формирование новой политической элиты, которое сопровождается ценностной поляризацией, амбивалентностью политических взглядов, противостоянием и борьбой между различными политическими группами. Поскольку современное российское общество находится в состоянии аномии ценностных ориентаций, мы делаем

¹ См.: Веймер Дэвид Л., Вайнинг Эйден Р. Анализ политики: концепции и практика / Пер. с англ. И. Дзюбы. К. : Основы, 2000. С. 44–45.

² Вебер М. Избранные произведения. М. : Прогресс, 1990. С. 653.

только робкие шаги в направлении демократизации политической культуры. Сегодня можно констатировать, что Россия вступила в период новой политической бифуркации, когда разделение течений политических процессов может вынести нас или на путь реальной демократизации и модернизации, или в состояние политической и экономической стагнации. На этом фоне властная элита должна обеспечивать общие блага, поскольку общественность апеллирует к своей правящей элите, а элита должна отвечать на эти запросы. Ориентация деятельности политической элиты на защиту прав и свобод человека, признание за обществом реального права утверждать и контролировать власть являются ценностной основой, на которой только и возможно утверждение демократической политической системы.

Библиография

1. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // Политические исследования. — 1992. — № 4.
2. Баталов Э. Я. Советская политическая культура (к исследованию распадающейся парадигмы) // Общественные науки и современность. — 1994. — № 6.
3. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.
4. Веймер Д. Л., Вайнинг Э. Р. Анализ политики: концепции и практика // Пер. с англ. И. Дзюбы. К., 2000.
5. Зевина О. Г., Макаренко Б. И. Об особенностях политической культуры современной России // Политические исследования. — 2010. — № 3.
6. Крыгер М. Притчи о надеждах и разочарованиях // Социология: теория, методы, маркетинг. — 2003. — № 3.
7. Кросс К., Гакет Р. Политическая коммуникация и освещение новостей в демократических обществах: перспективы конкуренции // Пер. с англ. Р. Ткачук. К., 2000.
8. Лукин А. В., Лукин П. В. Мифы о российской политической культуре и российская история // Политические исследования. — 2009. — № 2.
9. Connor W. Nation-building or Nation-destroying? // World Politics. 1972.
10. Lawrence C. Mayer, John H. Burnett, Suzanne Ogden. Comparative Politics: Nations and Theories in a Changing World. — New-Jersey. — 1993.
11. Rozenbaum W. Political Culture. — New-York. — 1975.

*КУЛИБАБА Сергей Иванович,
кандидат искусствоведения, директор,
Астраханский областной методический
центр народной культуры
ksind81@mail.ru*

Народная культура как объект социально-философского анализа / Folk culture as the object of social- philosophical analysis

Аннотация

Народная культура рассматривается в аспектах формирования и сохранения национальной идентичности как одной из ее важнейших функций в современном обществе. Автор обращается к ряду научных традиций понимания категории народной культуры и определяет те ее содержательные моменты, которые имеют наибольшую важность для социализации современного человека. Кроме того, в статье ставится проблема сохранения народной культуры в условиях глобализации и унификации культурных ценностей.

Ключевые слова

Народная культура; национальная идентичность; фольклор; праздник.

Annotation

The article presents an interpretation of folk culture as a category which is determined through formation and conservation of national identity in modern society. The author considers scientific traditions of understanding of folk culture, defines the most important issues for the socialization of modern person. Besides that, the problem of folk culture preservation during globalization and unification of cultural values is described.

Keywords

Folk culture; national identity; folklore; holiday.

Изучение многообразных форм жизни человека и сообщества в разные периоды истории, в разных цивилизациях и регионах дает возможность постижения им его собственной самобытности, загадочного мира культуры, связи с обществом и другими людьми. Ключом к пониманию этой самобытности, личностной и социальной самоидентификации является понятие народной культуры, имеющее существенное значение для исследования обычаев, особенностей социализации, традиций, ценностей групп людей.

Интерес к народной культуре сегодня существенно возрос. Вероятно, это связано с тем, что в условиях глобализации и информатизации традиция как ее важнейший, связующий элемент способствует пониманию собственной истории и сохранению национально-культурного патриотизма. Каждое конкретное сообщество (государство, народность и т. д.) создает на протяжении многих веков свою собственную культуру, свою систему образцов поведения, традиций, ценностей, представлений о мире, которая сопровождает человека на протяжении всей его жизни и передается из поколения в поколение. Эта система остается основанием воспитания человека в конкретном сообществе и требует учета при формировании направлений культурной политики государства.

Народная культура как особый феномен является продуктом культурной дифференциации. Например, в архаическом обществе в некотором смысле все было народной культурой — своеобразным интуитивным поиском сообществом единства мира и своего места в нем. Монолитная архаическая культура, культура племени, выступила формой конструирования человеком бытия, способом преодоления стихийного, случайного, хаотического характера действительности. То, что сегодня мы воспринимаем как игру в народную культуру, тогда было неотъемлемой частью социализации. Народная культура определяла и нормировала все аспекты жизнедеятельности, регулировала взаимоотношения членов сообщества, способы освоения окружающего пространства.

Архаический человек вследствие еще не сложившегося рационального понимания причинно-следственных связей всему придает мистическое значение. В раннем обществе характерной формой причастности, приобщения к гармонии целого является подражание,

реализуемое через экстатическое постижение сакрального, через мифы, ритуалы, в которых выражено преобладание коллективного над индивидуальным. Сам ритуал впоследствии начинает раскладываться на другие составляющие. Религиозная, высокая или другие подсистемы культуры выделились в относительно отдельные компоненты намного позже, так же, как намного позже сформировалась как нечто отличное и народная культура.

Важно обратить внимание на то, что в процессе своего становления элементы народной культуры были связаны с кризисными, переломными моментами в жизни природы, общества и человека, такими, как смерть, возрождение, смена, обновление. Они и определили представления о наличии и воздействии на природу, людей и общество неких мистических сил, возможности взаимодействия с ними. Однако эти представления еще не стали формой общественного сознания, существовали на интуитивном уровне, подобно системе естественного языка до его сознательной систематизации.

С течением времени, в процессе социальной дифференциации сообщество приобретает более сложную, иерархическую структуру, в которой отдельные слои стали формировать в рамках общей культуры свои культурные варианты. В процессе усложнения социальной структуры общества народная культура стала одним из элементов современной многослойной культуры, в которой существуют, как островки, местные народные культуры. В целом же в современном обществе народная культура воспроизводится, существует во многом в различных формах инсценировки, хотя ее отдельные элементы, например карнавал, праздники, сохраняют соединение жизни и игры.

Большое значение, которое приобретает народная культура в современном обществе, — содействие национальной идентификации ее членов. С ростом глобализации, межкультурной коммуникации народная культура приобретает черты национальной. В свое время Пауль Тиллих в собственной автобиографии подчеркивал важность любви к прошлому культуры, отмечая, что наряду с любовью к природе она является составляющей романтического настроения человека и эпохи.¹ Пожалуй, что эта романтическая настроенность играет

¹ Тиллих П. Кто я такой? (Автобиографическое эссе) // Вопросы философии. — 2002. — № 3.

немаловажную роль в возобновлении интереса как ученых, так и представителей искусства к тем особым истокам общечеловеческой и национальной идентичности, которые питают современную культуру и которые можно отнести к такому многогранному феномену, как народная культура.

Формирование и функционирование народной культуры в конкретном этническом сообществе связаны с осознанием его членами их принадлежности к своему народу, которая выражается в знании и понимании его истории и своеобразия. Исторически народная культура определяла этническую идентичность представителей социальных общностей и действовала через уникальные народные традиции.

Народная культура означает преломление сферы универсальных смыслов, ценностей и значений на конкретном, локальном уровне. Она объединяет способы понимания действительности и взаимодействия с ней, исходящие из практики существования данного народа, из особенностей народной духовности. Последняя включает в себя исторически обусловленную систему образцов социального поведения людей, верований, выраженных в массовом сознании населения и сознании отдельных индивидов, а также в конкретных результатах художественного творчества.

Распространенным вариантом понимания народной культуры является ее отнесение к «простым» людям, «простому» большинству. В условиях сословного общества под «народом» понимали не все население страны, а в основном низшие и отчасти средние страты (крестьянство, городские низы, отчасти мещанство). Эти представления имеют свое продолжение в определении народной культуры как творчества народных масс. Например, согласно Л. Н. Когану, народная культура создается непосредственно людьми физического труда — народными массами каждой исторической эпохи.¹ Важной чертой народной культуры здесь выступает то, что овладение элементами народной культуры не требует специальной подготовки и образования, но отражает длительный процесс социализации внутри нее. При этом в традиционной народной культуре носитель выступает и как создатель, и как потребитель. Здесь еще нет разделения на авторов, исполнителей, публику. Все сообщество составляет

¹ Коган Л. Н. Культура как объект управления // Совершенствование управления развитием культуры. Свердловск, 1981. С. 3–12.

среду, где создаются, используются, воспроизводятся, сохраняются, трансформируются нормы, ценности, смыслы, способы деятельности.

Сегодня понимание субъекта народной культуры меняется. В современной социологии в понятийный аппарат исследования народной культуры в качестве ее носителей включаются представители всех стратификационных уровней общества. Важно подчеркнуть, что здесь уже не сословный, а национальный аспект имеет ключевое значение. Авторы указанного учебного пособия справедливо утверждают, что в современных условиях социальная база народной культуры является неопределенной. «Соответственно, эта культура соприкасается с образцами культур и субкультур самых разных социальных и этнических сообществ, слоев, групп, идентифицирующих себя с народом и как бы получающих санкцию общества на такую идентификацию. Народная культура сегодня — это не только и не столько круг реальных объектов и процессов в культуре, сколько угол зрения или способ видения и понимания этих объектов и процессов, которые могут быть рассмотрены и совсем с других позиций»¹.

Существует распространенное толкование народной культуры, отражающее ее определенный исторический контекст, согласно которому она носит анонимный характер, создается анонимными творцами, не имеющими профессиональной подготовки. Народную культуру называют любительской (но не по уровню, а по происхождению) и коллективной. Она включает мифы, легенды, сказания, эпос, сказки, песни, танцы.² В народной культуре в первую очередь осознаваема установка на следование принятой традиции, за которой проступает некое общинное анонимное начало, где анонимность обеспечивается коммуникативной принадлежностью к целому сообществу.

Синкретичность и традиционность в литературе рассматриваются как важнейшие свойства народной культуры, находящиеся в самой тесной зависимости друг от друга.³ Синкретически недиф-

¹ Народная культура в современных условиях: Учеб. пособие / М-во культуры РФ. Рос. ин-т культурологии. Отв. ред. Н. Г. Михайлова. М., 2000. С. 32.

² Хоруженко К. М. Культурология: Энциклопедический словарь. Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. С. 326.

³ Народная культура в современных условиях: Учеб. пособие. М., 2000. С. 21.

ференцированные формы взаимоотношения с миром, характерные для народной культуры, не связываются с институциональной организацией.

Разумеется, в традиционном обществе народная культура, народное творчество были внутренним, естественным выражением «народного духа», тех событий и этапов, которые проживает этнос. Образцы народной культуры в основном воспроизводились, передавались, регулировались с помощью естественных механизмов: от человека к человеку, от поколения к поколению в процессе непосредственного общения, взаимодействия. В современном обществе этого недостаточно. Народная культура сегодня — это не только стихийно, изнутри формируемое явление. Исходя из того, что анонимность — скорее свойство определенной эпохи, в отношении современной культуры оно применимо лишь в некоторой части. В современном обществе его превосходит авторство; профессиональные сообщества и профессиональная самоидентификация играют ключевую роль в жизни и социализации человека в целом. Поэтому сегодня многое из народной культуры было бы потеряно, если бы не профессиональная деятельность и профессиональное искусство, которые повлияли на возникновение в процессе воспроизводства традиций исполнителей и публики.

Учитывая, что в современном обществе воспроизводство народной культуры уже не может осуществляться только спонтанным, естественным путем, важно исследовать народную культуру в рамках того участия, которое принимает в ее поддержании и развитии государственная культурная политика, а также различные негосударственные формы влияния.

Современная народная культура располагает целым набором технологий и институтов, выполняющих роль социальных механизмов ее функционирования, трансформации, передачи от поколения к поколению. Пожалуй, что современным выражением той коллективной связи, которая когда-то даровалась общиной, является корпоративная культура.

Применительно к современному обществу в результате разных причин (рост среднего класса, нивелирование экономических, политических, культурных различий между классами, иная трактовка понятия «народ») в понятии народной культуры принято объединять самые различные проявления деятельности человека, характеризующие состояние и уровень развития общества. Так, в качестве элементов

народной культуры можно рассматривать нравственные ценности и нормы, образ жизни и быта, формы общения, религиозное, мифологическое сознание, художественную культуру и искусство, средства массовой информации. В настоящее время народная культура вбирает в себя не только традиционные этнические, бытовые, но и современные формы выражения знаний, ценностей, норм и образцов жизнедеятельности народа. Во многом являясь продуктом глобализирующегося общества, они тем не менее выражают и этническую картину мира.

С начала XX века народная культура переживает процессы региональной и географической унификации. Несмотря на то что народная культура отдельных регионов остается достаточно замкнутой системой, мощные процессы урбанизации привели к тому, что народные традиции универсализируются, теряют региональные характеристики, трансформируются в массовое искусство. В этой связи в современном обществе народное творчество, народная культура в особой степени обретают функции самоидентификации народа, сохранения культурного многообразия мира. Созданные за многие века образцы народного творчества сохраняют значение живого культурного наследия, сокровищницы художественного опыта народных масс.

Народная культура и поныне занимает здесь важное место. Не только через религию, искусство, но и через народную культуру реализовывались способность и потребность личности превзойти реалии своей эмпирической жизни, выйти за пределы возможного опыта и в то же время наполнить его особым содержанием. В своем высшем выражении это результат глубокого размышления человека, народа о своем месте в мире, о своем бытии, его границах и возможностях. Катализатором этого процесса народного творчества служили ситуации как повседневной жизни, нуждающиеся в осмыслении, отражении, так и предельного опыта, возникая из разрыва между возможным и действительным, сущим и должным, в ситуации которого человек подходил к необходимости осознания и понимания своего места в мире через определенную систему идентификации.

В завершение хочется отметить, что для воспроизводства народной культуры как важнейшей части национальной идентичности важно прежде всего сохранять ее экзистенциальное, «высшее» и «праздничное» содержание, которое и делает ее живой частью культурного

наследия. И эта задача ложится как на институты культуры и образования, призванные донести эти смыслы, так и на семейное воспитание, являющееся естественной частью социализации человека.¹

Более того, компоненты народной культуры в современном обществе обретают государство-образующий характер. Это, в частности, такие идеи, ценности, смыслы, как представления о месте человека в мире, об отношении его к природе, обществу, Родине, об идеалах мудрости, силы, героизма, о нормах поведения людей и критериях их жизни, о служении людям. Исторически эти представления закрепились на уровне ритуально-образного социального взаимодействия в рамках заданных ситуаций на свадьбе, ярмарке, гулянье, посиделках, где нет просто зрителей или слушателей, и все в той или иной мере соучаствуют в общем действе, хотя и в разных социальных статусах и ролях.

В постиндустриальных обществах сохраняются традиции народной культуры как составляющие социальной идентификации, ретрансляции, воспроизводства и создания образно-мифологических, образно-поэтических представлений в рамках взаимодействия природной среды и человека. Именно в этой плоскости народная культура в большей мере, чем что-либо иное, характеризует национальную идентичность.

Сохранить в многонациональной культуре индивидуальность и неповторимость, уникальность и своеобразие каждой этнической группы, создать в нем атмосферу взаимоуважения и духовности — важнейшая цель государства в формировании единства и идентичности российского государства. Важно учитывать, что в традиционном обществе население было более монолитным в национальном

¹ Проблемы сохранения и развития народного творчества в современных условиях становятся все более актуальными в международном масштабе. Этот пласт народной культуры ЮНЕСКО относит к нематериальному наследию, подчеркивая необходимость сохранения и уважения культурного многообразия и народного творчества. ЮНЕСКО выступает в поддержку традиционной народной культуры — приняты: в 1972 г. — Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия, в 1989 г. — «Рекомендации о сохранении фольклора», в 2001 г. — «Всеобщая декларация о культурном разнообразии», в 2003 г. — «Международная конвенция об охране нематериального культурного наследия». См.: Документы ЮНЕСКО — URL: <http://www.unesco.ru>, свободный. — Заглавие с экрана. — Яз. рус., англ.

плане, конкретные сообщества внутри культуры не отличались таким мировоззренческим и ценностным разнообразием. Сегодня субъект, воспринимающий результаты народного творчества и создающий их, отличается многонациональным и многоконфессиональным характером. Это необходимо учитывать, так как у народного творчества и культурной политики двоякая задача: сохранить самобытность, с одной стороны, и способствовать социальной интеграции и сплоченности общества — с другой.

Библиография

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса [Текст] / М. М. Бахтин. М., 1965.
2. Коган Л. Н. Культура как объект управления [Текст] / Л. Н. Коган // Совершенствование управления развитием культуры. Свердловск, 1981.
3. Народная культура в современных условиях: Учеб. пособие / М-во культуры РФ. Рос. ин-т культурологии. Отв. ред. Н. Г. Михайлова. М., 2000.
4. Тиллих П. Кто я такой? (Автобиографическое эссе) [Текст] / П. Тиллих // Вопросы философии. — 2002. — № 3.
5. Хоруженко К. М. Культурология: Энциклопедический словарь / К. М. Хоруженко. Ростов-на-Дону, 1997.

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

*РОЖКОВА Лилия Валерьевна,
кандидат социологических наук,
доцент кафедры «Социология и управление
персоналом», ГОУ ВПО «Пензенский
государственный университет»
mamaeva_lv@mail.ru*

Либерально-демократические ценности в сознании студенческой молодежи в условиях модернизации российского социума / Liberal and democratic values in consciousness of students during the modernization of Russian society

Аннотация

В статье рассматриваются демократические ценности, демократический потенциал общества. На основе результатов социологического исследования проводится анализ понимания демократии современной молодежью, исследуются модели, по-разному рассматривающие проблему социального равенства в современном обществе.

Ключевые слова

Модернизация; демократические ценности; социальное равенство; либеральная модель; студенческая молодежь.

Annotation

Democratic values and democratic potential of a society are considered in the article. The analysis of understanding of democracy by modern youth is carried out on the basis of sociological research results, and the social equality models in a modern society are investigated.

Keywords

Modernization; democratic values; social equality; liberal model; student's youth.

На протяжении последних лет основной ориентир общественно-политического развития государства нацелен на формирование устойчивой системы демократических институтов и традиций в обществе.

В настоящее время определяющим стал процедурный подход, основанный на попытках исследования природы, механизма функционирования демократических институтов.

Модернизация представляет собой важнейший инструмент демократизации, и именно ее отсутствие в целом определило неудачу позднесоветского демократического проекта. Многие успешные демократии в последние десятилетия формировались там, где ради экономического успеха полуавторитарные режимы допускали (а чаще сами инициировали) модернизационные преобразования. Модернизации не приносили демократию сразу, но популистская демократия никогда не вела к модернизации.

Как отмечают сегодня многие западные исследователи, нелиберальная демократия хуже авторитарного либерализма, который и явился основной политической формой для большинства успешных модернизаций в Азии и Латинской Америке в конце XX в.¹

По мнению К. Вельцель и Р. Ингелхарт, модернизация не ведет к демократии автоматически. Демократические институты возникают только тогда, когда для этого складываются определенные социальные и культурные условия. Следует отметить, что возникновению обстоятельств, ведущих к демократии, способствует процесс модернизации. «Модернизация — совокупность социальных перемен, связанных с индустриализацией. Вступив в действие, она стремится проникнуть во все сферы жизни, неся с собой профессиональную специализацию, урбанизацию, повышение уровня образования, увеличение средней продолжительности жизни и быстрый экономический рост. Все это создает самоусиливающийся процесс, сопровождаемый подъемом массового участия в политике, и — в долгосрочной перспективе — повышает степень вероятности установления демо-

¹ Иноземцев В. Modernizatsya.ru: Модернизация и демократия / В. Иноземцев // Ведомости. — 2009. — 14 декабря. — № 236 (2506).

кратических политических институтов»¹. Экономическое развитие и модернизация содействуют возникновению социальных и культурных условий, повышая степень вероятности развития демократизации в обществе. В целом модернизационный вектор развития общества призван способствовать становлению стабильной либеральной демократии.

Рассматривая различные подходы к демократии, российский политолог Л. В. Сморгунов выделяет две основные теоретические парадигмы: либерально-демократическую и радикально-демократическую.² Эти теории по-разному определяют границы деятельности государства, необходимые для обеспечения прав и свобод человека. Радикально-демократическая теория акцентирует внимание на социальном равенстве, суверенитете народа, а не личности. Сущность либеральной демократии заключена в приоритете интересов личности и отделении их от государственных интересов. Приоритет в иерархии ценностей у либеральных демократов безоговорочно принадлежит свободе, которая является базовой ценностью современной демократии.

В современных условиях модернизации российского социума закономерно встает вопрос о понимании демократии, выявлении факторов (институциональных, культурных, экономических), которые могут актуализировать значимость демократических идей. Своевременным и актуальным представляется выявление демократического потенциала общества, его «готовности к демократии», исследование отношения модернистов и традиционалистов к построению демократического государства.

По данным исследований Левада-Центра, Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), ответы респондентов часто не связаны с тем пониманием демократии, которое предполагает функционирование современных институтов (представительство интересов, разделение властей, конкуренция партий, контроль над исполнительной властью, баланс сил и т. п.). По мнению почти трети опрошенных, демократия связана с правовыми «гарантиями

¹ Вельцель К. Как развитие ведет к демократии / К. Вельцель, Р. Ингелхарт // Россия в глобальной политике. — 2009. — № 3.

² Сморгунов Л. В. Сравнительная политология: теория и методология измерения демократии. СПб., 1999. С. 59.

соблюдения властью прав и свобод граждан», которые напрямую не связаны с понятием «демократия», включающим в себя помимо прочего и определенные механизмы смены власти, репрезентацию интересов разных групп населения, зависимость легитимности власти от характера политического курса и возможности смены правительства и др. Около 60% респондентов считают необходимыми периодические перевыборы власти, наличие оппозиционных партий и неприемлемость ограничения прессы. Около 30% респондентов понимают демократию как «справедливое управление государством с участием всех граждан на равных основаниях»¹. Позитивные, хотя и сильно размытые ассоциации с демократией в гораздо большей степени присущи молодым, образованным горожанам или, чтобы быть более точным, жителям самых крупных городов. Негативные же суждения о демократии чаще выносят люди, принадлежащие к уходящему советскому поколению.²

С целью изучения отношения студенческой молодежи к построению демократического государства и формированию гражданского общества в контексте модернизационных процессов было проведено социологическое исследование (среди студентов вузов четырех регионов: Пензенская область, Республика Мордовия, Ульяновская область, Республика Татарстан, n=1254, 2010 г.). Данные проведенного исследования показали следующее.

Свобода слова, печати как наиболее значимый элемент демократии одинаково поддерживали модернисты и представители смешанного типа (по 64% соответственно). Лишь около половины (52%) традиционалистов считают свободу СМИ главным признаком демократии. По мнению 50% опрошенных лиц с разным типом мировоззрения, право избирать и быть избранным также занимает лидирующие позиции (46% модернистов, 47% традиционалистов, 53% представителей смешанного типа). Ценность законности, порядка как неотъемлемого элемента демократии отметили 36% модернистов и 41% традиционалистов³.

¹ Опрос Левада-Центра: Что такое демократия и нужна ли она России? 21.01.2010 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2010012105.html>

² Там же.

³ Примечание: Деление респондентов по типам мировоззрения (традиционалисты, модернисты и смешанные) осуществлялось с использованием

По данным исследования 2009 г. Левада-Центра (n=1600, в возрасте от 18 лет в 127 населенных пунктах 46 регионов страны), большинство россиян (57–67%) считают, что России необходима демократическая форма государственного правления. При этом 45% респондентов полагали, что в нашей стране стоит стремиться к «совершенно особому, соответствующему национальным традициям и специфике» типу демократии. В целом понятие «демократия» у россиян ассоциируется главным образом с экономическим процветанием страны (39%), обладанием различными свободами (слова, печати, вероисповедания) (38%), а также с порядком и стабильностью (37%) и строгим соблюдением законов (29%)¹. По результатам нашего исследования, вариант «экономическое процветание страны» был выбран только 15% респондентов (18% студентов из мегаполисов и 10% студентов из сельской местности), однако варианты «независимые СМИ», «право избирать и быть избранным» получили большую поддержку у студенческой молодежи. Вариант «законность, порядок, стабильность» поддерживают 40% респондентов.

По результатам исследования ИС РАН (2007 г.), лишь 15% респондентов отметили, что без свободы вероисповедания не может быть демократии.² По данным нашего исследования, около трети опрошенных считают свободу вероисповедания значимым признаком демократии. Свобода вероисповедания наиболее значима для 32% студентов-татар, 28% русских и 22% — представителей мордовской национальности. Свобода вероисповедания больше значима для девушек (32% респондентов), студентов, которые учатся на «4» и «5» (30%), и студентов первых курсов (34%), и меньше значима

индекса, разработанного Институтом социологии РАН в некоторой модификации (подробнее см.: Рожкова Л. В. Модернизационные ориентации и ценности студенческой молодежи // Социология образования. — 2010. — № 11).

¹ Опрос Левада-Центра: Что такое демократия и нужна ли она России? 21.01.2010 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2010012105.html>

² Российская идентичность в социологическом измерении (Аналитический доклад подготовлен в сотрудничестве с представительством Фонда им. Ф. Эберта в Российской Федерации). М., 2007.

для юношей (24%); студентов, которым учеба дается с трудом (15%), и студентов пятых курсов (24%).

Показательно, что, по данным нашего исследования, независимый парламент как важный признак демократии был выбран только 7% респондентов, что, наверное, можно объяснить недостаточно высоким уровнем доверия институтам власти. Так, по результатам нашего исследования, Президенту России / Главе Правительства полностью доверяют лишь 24% респондентов; 55% — частично доверяют, частично нет; 17% — полностью не доверяют.

Полученные результаты исследования выявили различия в понимании главных признаков демократии в зависимости от различных социальных показателей: национальности, типа поселения до поступления в вуз, пола, степени успеваемости респондентов. Полученные данные позволили выявить следующие зависимости.

Свободу слова, печати как неотъемлемый элемент демократии больше всего поддержали представители мордовской национальности (73%) и в наименьшей степени — татары (59%). Эта ценность получила также большую поддержку у студентов-отличников (64% респондентов) и наименее поддерживается студентами, которым учеба дается с трудом (43%). О независимости судебной системы в большей степени говорят студенты — представители татарской национальности (25%) и в меньшей — представители мордовской национальности (12%). Эта ценность демократии больше поддерживается студентами, которые проживали до поступления в вуз в мегаполисах (27%), и меньше — студентами из сельской местности (15% респондентов). Право избирать и быть избранным поддержали в наибольшей степени студенты-женщины (54%), из сельской местности (56% респондентов) и студенты с хорошей степенью успеваемости (53%); в наименьшей степени — студенты мужского пола (46%), из мегаполисов (45%) и студенты, кому учеба дается с трудом (35% опрошенных).

Значительных статистических отличий по профилю специальности, региону, семейной ресурсности респондентов (образование родителей, благополучие семьи) выявлено не было.

Интересные данные были получены при сравнении понимания демократии студентами, придерживающимися различных типов мировоззрения в зависимости от региона.

Свобода слова, печати как важный элемент демократии в наибольшей степени поддерживается студентами-модернистами, прожива-

ющими в Республике Мордовия (70% респондентов) и студентами-традиционалистами, проживающими в Пензенской области и Республике Мордовия (59 и 58% соответственно). Свобода слова, печати в меньшей степени поддерживается студентами-модернистами, проживающими в Республике Татарстан (61%), и студентами-традиционалистами, проживающими в Ульяновской области и Республике Татарстан (42 и 43% соответственно).

Равные выборы как неотъемлемый элемент демократии в наибольшей степени поддерживается студентами-модернистами, проживающими в Татарстане (48% респондентов) и студентами-традиционалистами, проживающими в Пензенской области (59%), и в наименьшей степени студентами — модернистами и традиционалистами, проживающими в Ульяновской области (40 и 37% соответственно). Свобода вероисповедания в наибольшей степени поддерживается студентами, придерживающимися традиционных взглядов, проживающими в Татарстане (43% респондентов).

По данным исследования ВЦИОМ (2007 г., n=1599 в 153 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России) о том, хотели бы россияне жить в обществе социального равенства, две трети россиян (63%) ответили, что хотели бы жить в обществе социального равенства. Значительно меньше (28%) тех, кто равенству предпочитает общество индивидуальной свободы. Равенство доминирует над свободой во всех возрастных группах, но перевес ее тем больше, чем старше респонденты: если среди молодежи за равенство выступают 50% (за свободу — 42%), то в группе «60+» — 79% (за свободу лишь 13%). При этом россияне в возрасте до 35 лет склоняются к «либеральной» идее изначального неравенства людей (55% против 42%), а опрошенные в возрасте 60 лет и старше — к «социалистической» идее об изначальном равенстве всех людей (53% против 40%).¹

По аналогии с исследованием ВЦИОМ в нашем исследовании респондентам предлагалось оценить четыре модели, по-разному рассматривающие проблему социального равенства (уравнительно-коммунистическая, социалистическая, либеральная и либертарианская). Результаты исследования показали, что 58% респондентов

¹ Опрос ВЦИОМ: Социальное равенство: желательно, но недостижимо? 12.07.2007. Пресс-выпуск № 731 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=8512>

придерживаются либеральных идей (в исследовании ВЦИОМ — 32%), 22% опрошенных придерживаются социалистической модели (по результатам исследования ВЦИОМ — 39%). Результаты исследования ВЦИОМ показали, что симпатии молодежи 18–24 лет делятся между социалистической и либеральной моделями поровну (по 37%).¹ По результатам нашего исследования, либеральную модель поддерживают в наибольшей мере представители смешанного типа (60%) и наименее — традиционалисты (50% респондентов).

Исследования ВЦИОМ показывают, что предпочтение уравнилельным коммунистическим идеям отдает каждый пятый (19%), мечтающий об обществе, где материальные и духовные блага распределяются между всеми его членами поровну.² Эти данные в целом согласуются с результатами нашего исследования. Только 12% респондентов хотели бы жить в обществе, где духовные блага распределяются примерно одинаково. Коммунистическая модель более всего поддерживается студентами из мегаполисов (18% опрошенных) и в меньшей степени — студентами из сельской местности и малых городов (по 12% соответственно).

По данным исследований ВЦИОМ, среди респондентов более популярна социалистическая модель, предполагающая, что достаток человека определяется его трудовым вкладом. Ее поддерживают 39% россиян. Опрошенным 25–59 лет больше импонирует социалистический принцип (40–44%).³ В нашем исследовании 24% студентов поддерживают эту модель.

Практически незначима группа, представляющая в качестве идеала такое общество, где каждый заботится о себе сам, а государственная помощь оказывается только незащищенным слоям (либертарианская модель). Либертарианство одинаково непопулярно во всех возрастных группах.⁴ По данным нашего исследования, как и по результатам исследования ВЦИОМ, только по 5% соответственно придерживаются данной модели.

¹ Опрос ВЦИОМ: Социальное равенство: желательно, но недостижимо? 12.07.2007. Пресс-выпуск № 731 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=8512>

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

Таким образом, результаты исследований позволили выявить представление студенческой молодежи о демократических ценностях. По данным общероссийских исследований Левада-Центра, понятие «демократия» ассоциируется главным образом с экономическим процветанием страны (39%), по результатам нашего исследования, вариант «экономическое процветание страны» был выбран только 15% респондентов (18% студентов из мегаполисов и 10% студентов из сельской местности), однако варианты «независимые СМИ» (60% респондентов), «право избирать и быть избранным» (47%) получили большую поддержку у студенческой молодежи.

По данным исследования, студенческая молодежь в наибольшей степени придерживается либеральных идей (58% респондентов), что также подтверждается результатами исследования ВЦИОМ: симпатии молодежи 18–24 лет делятся между социалистической и либеральной моделями поровну (по 37%). По результатам нашего исследования либеральную модель поддерживают в наибольшей мере представители смешанного типа (60%) и наименее — традиционалисты (50% респондентов). 56% представителей модернизационного типа хотели бы жить в обществе, где государство обеспечивает людям примерно равные возможности для осуществления их жизненных планов.

Библиография

1. Бараш Р. Э. Демократические ценности в структуре массового сознания // Политические исследования. — 2008. — № 2. — С. 93–104.
2. Вельцель К. Как развитие ведет к демократии / К. Вельцель, Р. Ингелхарт // Россия в глобальной политике. — 2009. — № 3.
3. Иноземцев, В. Modernizatsya.ru: Модернизация и демократия // Ведомости. — 2009. — 14 декабря. — № 236 (2506).
4. Опрос ВЦИОМ: Социальное равенство: желательно, но недостижимо? 12.07.2007. Пресс-выпуск № 731 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=8512>
5. Опрос Левада-Центра: Что такое демократия и нужна ли она России? 21.01.2010 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.levada.ru/press/2010012105.html>
6. Российская идентичность в социологическом измерении (Аналитический доклад подготовлен в сотрудничестве с представительством Фонда им. Ф. Эберта в Российской Федерации). М., 2007.
7. Рожкова Л. В. Модернизационные ориентации и ценности студенческой молодежи // Социология образования. — 2010. — № 11.
8. Сморгун Л. В. Сравнительная политология: теория и методология измерения демократии. СПб., 1999.

*СМЕТАНКИНА Людмила Васильевна,
кандидат социологических наук,
старший преподаватель,
Новошахтинский филиал,
Южный федеральный университет
info@jppk.rsu.ru*

Управление как социокультурный феномен в современном российском обществе / Management as a social-cultural phenomenon in Russian society

Аннотация

В статье выявлено, что специфика управления как социокультурного феномена в современном российском обществе обусловлена не только необходимостью учета принадлежности объекта управленческого воздействия к определенному слою социальной стратификации, исходя из «классических» стратификационных признаков, но и места его жительства (село, город) и климатической зоны.

Ключевые слова

Управление; социокультурный феномен; общество.

Annotation

The article reveals the specifics of management as a social-cultural phenomenon in modern Russian society (classic model of stratification, place of living, climate zone).

Keywords

Management; social-cultural phenomenon; society.

Исследование управления как социокультурного феномена является актуальной темой в социально-философском аспекте, так как сама специфика научного познания предопределяет необходимость философского обобщения, поскольку только оно «обосновывает фундаментальную предпосылку существования науки, не приняв которую, наука сама себе подписала бы смертный приговор»¹.

На протяжении всей истории общества знания об управлении накапливались в обыденном опыте, оттачивались в процессе практического применения, исследовались в различных отраслях научного знания либо с позиции технологического подхода, при котором внимание сосредотачивается на техниках и приемах управленческого воздействия, либо синтетического как описания и анализа видов управления (управление в коммерческой организации, госструктуре) и особенностей управления в специфических ситуациях, например антикризисное управление.

В современном научном пространстве представители различных отраслей научного знания периодически указывают на то, что социокультурные перемены, происходящие в новом тысячелетии, имея динамический характер, инициируют создание различных смещений в структурной организации и функционировании социальных институтов в современном российском обществе. Возникающие в результате этого ситуации неопределенности и непредсказуемости создают неблагоприятные условия для функционирования управления как социокультурного феномена на всех уровнях: управление личностью, группой, массой. Таким образом, детерминация социального пространства приобретает труднопрогнозируемый характер, что ослабляет эффективность управления как социокультурного феномена. Данная ситуация также обусловлена влиянием происходящих социально-экономических изменений в современном российском обществе на социокультурные стереотипы, систему ценностей, что в свою очередь провоцирует смену ценностных доминант. В результате происходит трансформация нормативно-ценностной базы, являющейся основой менталитета, люди теряют объективный взгляд на события и факты, формируются психологические аномалии, что негативным образом влияет на психосоциальный климат в обществе. В совокупности это приводит к возникновению управленческого кризиса.

¹ Планк М. Единство физической картины мира. М. : Наука, 1966. С. 85.

Следовательно, изучение управления как социокультурного феномена в современном российском обществе требует социально-философского осмысления, так как именно данный уровень дает возможность выхода на социальный аспект и выделение и описание факторов, как способствующих, так и противодействующих его эффективному функционированию. Это позволяет не только вскрыть составляющие оптимизации функционирования управления как социокультурного феномена, но и, выявив более глубокое понимание социальных связей, влияющих на установление социальных отношений, регулирующих поведение личности/группы/массы, прийти к более широкому видению динамики изменений, происходящих в обществе в процессе управленческого воздействия.

В основе управления как социокультурного феномена лежит социальный порядок. Но затянувшееся состояние общемирового экономического кризиса, вызывая нарушение силового баланса на всех уровнях, ведет к обострению социальных противоречий. При этом в качестве индикатора общественных отношений выступают противоречия, которые существуют латентно до тех пор, пока не возникает угроза сужения или потери ресурсов по их реализации или удовлетворению.

Исходя из того что управление как социокультурный феномен выступает как подсистема общественной системы, особенности управления как социокультурного феномена определяются характерными чертами современного общества. Во-первых, управление перестало быть изолированным, замкнутым в границах конкретной организации явлением. Во-вторых, при планировании управленческих воздействий необходимо учитывать все факторы окружающей среды (экономические, политические, социальные, социокультурные), не ограничиваясь только фактором экономическим. В-третьих, полисистемность управления как социокультурного феномена, то есть включенность управления в разнообразные сферы (экономическая, политическая, социальная) и уровни (государство, регион, город, фирма или организация, семья) социальной жизни. «Важно подчеркнуть, что между всеми системами, которым принадлежит общий элемент, существуют противоречия: каждая из этих систем стремится к своей, особой цели, используя любой свой элемент в качестве средства. Ясно, что это порождает противоречивость поведения самого субъекта, входящего в разные системы, вызывает “расщепленность” его сознания. Так и фирма в целом принадлежит

одновременно многим системам, которые пытаются господствовать над ней, навязывать ей свои интересы. Совершенно различны требования, которые предъявляют к предприятию, например, его потребители, правительство, профсоюзы или акционеры. Понятно, что внутренняя структура фирмы должна быть построена таким образом, чтобы в какой-то мере удовлетворить интересы всех систем, в которые входит фирма, гармонизировать их противоречивые цели»¹. Однако на мегауровне управление как социокультурный феномен определяется структурой общества как системы.

В настоящее время в российском обществе с наибольшей остротой проявляются социальные противоречия, являющиеся, по сути, источниками социальных изменений. При этом черты российского общества, сложившиеся в процессе исторического развития (специфические стороны менталитета населения, связанные с многонациональностью; масштабы страны, обусловившие огромную инерционность хозяйственного потенциала; уникальная многонациональность, выражающаяся в существовании совокупности национальных этнокультурных регионов, скрепленных единой системой самых разнообразных связей) придают этим процессам свои особенности.

Исходя из данных особенностей, управление как социокультурный феномен в современном российском обществе обладает следующими системными характеристиками:

1. Чистота процесса, подразумевающая под собой мощность оказываемого воздействия.

2. Распределяемость: каждый уровень проявления управления как социокультурного феномена (экономический, политический, профессиональный) выполняет свою функцию в общем управленческом процессе.

3. Оперативность: своевременность проявления управления как социокультурного феномена.

4. Объемность: затраченные ресурсы (как материальные, так и социальные, и духовные) на проявление управления как социокультурного феномена.

¹ Камионский С. А. Менеджмент в российском банке: опыт системного анализа и управления <http://www.aup.ru/books/m57/2.htm> [Электронный ресурс] Дата просмотра 01.11.2011.

5. Мощность: количество социальных страт, охваченных проявлением управления как социокультурного феномена.

6. Реактивность: скорость ответной реакции на проявления управления как социокультурного феномена.

Выявленные системные характеристики управления как социокультурного феномена позволяют проводить его объективный анализ в различных исторических условиях, выявляя не только текущие особенности, но и осуществлять вероятностное прогнозирование.

Однако основанием системных характеристик выступает экономический фактор. Это возможно объяснить тем, что с «экономической стратификацией и экономическим неравенством социальных групп связано два основных вида флуктуаций в социальной динамике общества: первый из них относится к росту или падению экономического положения социально организованной группы, второй — к экономической стратификации внутри самой социальной группы. Эти флуктуации высоты и профиля экономической стратификации обуславливают политическую неравновесность и динамизм развития общества, а также тенденцию к общему углублению социально-экономической дифференциации внутри и между самими социальными группами. Позиция К. Маркса в этом вопросе заключается в том, что эта тенденция должна со временем вытесниться противоположной, направленной на уничтожение самой основы экономической стратификации, а следовательно, препятствует стабилизации политического регулирования.

Что же касается точки зрения П. Сорокина на темпы и специфику социально-экономической стратификации, то он исходил из гипотезы постоянных колебаний высоты и профиля экономической стратификации в общей социальной и политической динамике, связанной прежде всего с непрерывным видоизменением самого характера деятельности различных субъектов политического действия»¹. Исходя из вышесказанного, видно, что экономическая власть все более тесно переплетается с властью политической, предопределяя в известной мере и политическое неравенство, и управление как социокультурный феномен. Но при этом политическое неравенство возможно рассматривать как одно из необходимых внутренних ус-

¹ Кулыгин В. П. Исследования социальной структуры в переходных обществах (историко-методологический обзор) // Социологические исследования. — 2002. — № 4. — С. 77.

ловий жизнедеятельности социальных групп и субъектов в экономике и политике, при котором изначально существует социально оправданный и закреплённый в нормах морали и права неравный доступ к социальным благам и способам их использования. На это, в частности, указывал Н. Смелзер, который в результате рассмотрения природы социальных конфликтов и связанных с ними видоизменений отношений между людьми пришел к выводу, что неравенство как социокультурный феномен является внутренне детерминированным компонентом во всей социальной динамике развития общества и именно оно обуславливает реализацию индивидуально-личностной свободы в обществе. При этом специфика трансформационных процессов в современном российском обществе заключается в том, что они охватывают все уровни общественной вертикали: общенациональный, региональный, локальный, групповой, личностный. Но подконтрольность, а следовательно, и управляемость, снижаются по мере приближения к личностному уровню, поскольку на каждом уровне и между ними существуют расхождения в понимании вопросов, а интересы центральной власти часто расходятся с интересами региональных элит, организаций и личностными интересами. Данные обстоятельства усложняют управление в российском обществе, контроль и прогнозирование его результатов. Еще больше усложняет применение экономической составляющей в управлении тот факт, что трансформация современного российского общества характеризуется возникновением новой социальной дифференциации, имеющей комплексный характер и включающей как собственно социальные, так и экономические, политические и культурные компоненты и изменяющие мотивацию деятельности и возможности благосостояния различных категорий, безраздельно владеющих государственно-корпоративной собственностью.

Исследование управления как социокультурного феномена в современном российском обществе имеет теоретическую и практическую значимость, которая продиктована рядом обстоятельств. Во-первых, современные кризисные процессы, охватившие все сферы жизни российского общества, требуют переосмысления теории и практики управления как социокультурного феномена. Во-вторых, в социально-гуманитарных науках отсутствует целостная теоретическая концепция управления как социокультурного феномена, которая давала бы возможность определить новейшие его интенции в постсоветском обществе. В-третьих, при исследовании управления его

социокультурная феноменологическая сущность не рассматривалась с позиции системного подхода, что не давало возможности масштабного исследования. В-четвертых, значимость исследования управления продиктована междисциплинарным характером проблемы, требующим обобщенного анализа данных, полученных в смежных областях знания и их интеграции. Таким методологическим инструментом выступает социально-философский подход, предполагающий сопоставление и пересечение нескольких линий анализа.

Библиография

1. Камионский С. А. Менеджмент в российском банке: опыт системного анализа и управления <http://www.aup.ru/books/m57/2.htm> [Электронный ресурс] Дата просмотра 01.11.2011.
2. Култыгин В. П. Исследования социальной структуры в переходных обществах (историко-методологический обзор) // Социологические исследования. — 2002. — № 4.
3. Планк М. Единство физической картины мира. М., 1966.

РУССКИЙ МИР

*ЛЕБЕДЕВА Вера Алексеевна,
соискатель кафедры теории и истории
искусств, старший преподаватель
кафедры теории и истории искусств,
МГАХИ им. В. И. Сурикова
institut.ftii@list.ru*

Фарфор эпохи историзма на художественно-промышленных выставках XIX века (заводы, технологии, ассортимент) / Porcelain during the historicism on the artistic and industrial exhibitions (plants, echnologies, assortment)

Аннотация

Статья посвящена проблемам экспонирования русского фарфора эпохи историзма. Она выявляет сложное общественное отношение к фарфору как к предмету искусства и как к отрасли производства.

Ключевые слова

Фарфор; эпоха историзма; выставки.

Annotation

The article is devoted to the issues of porcelain exhibition in Russia during historicism. The author used wide factual sources with examples from fiction and obvious descriptions from memories.

Keywords

Porcelain; historicism; exhibitions.

Для составления наиболее полного представления о художественных проблемах эпохи историзма и, в частности, искусства фарфора было бы полезно, на наш взгляд, познакомиться хотя бы в обзорном порядке с отдельными художественно-промышленными выставками, проходившими в России в дореформенный период и постреформенное время.

15 мая 1829 г. (по старому стилю) в Санкт-Петербурге для всех желающих была открыта первая публичная выставка российских мануфактурных изделий. Это стало важнейшим событием в современной жизни страны и в какой-то степени предопределило историческую перспективу ее развития. Неслучайно выставка вписана в общую историю России, в историю ее производства, а также более конкретно — в историю художественной промышленности.

С другой стороны, это был первый по-настоящему разработанный и публично представленный выставочный проект, построенный по определенным правилам систематизации материала. Согласно им, «партии изделий записывались» со всей подробностью, «за номером, с показанием имени фабриканта, места фабрики, названием вещей, количества их и цены»¹.

Обязательным условием стало наличие на каждой вещи клейма фабрики, доказывающего «российских оное происхождение»². Каждое изделие сопровождалось дощечкой с номером и надписью имени производителя, строго соблюдались условия хранения. Выставка сопровождалась специальной «Росписью вещам, выставленным в первую публичную выставку российских изделий в Санкт-Петербурге» — своего рода своеобразным печатным каталогом. Главным обоснованием выставки стало утверждение о том, что «...мануфактурная промышленность есть обильный источник богатства и благосостояния народного»³, и в самом этом начале подразумевалось сильное патриотическое чувство. Выставка служила невольной памятью о героическом русском прошлом; неслучайно во вступительном слове к «Росписи» говорилось о «...некоторых (людях. — **В. Л.**), с радостными слезами повторявших: “Это наши мирные трофеи”»⁴.

¹ Описание первой публичной выставки российских мануфактурных изделий, бывшей в С.-Петербурге в 1829 г. СПб., 1829.

² Там же.

³ Там же. С. 1.

⁴ Там же. С. 27.

«Мирные трофеи» заставляли вспомнить славные петровские времена и русскую мануфактурную традицию, доказывали несправедливость или даже оскорбительное для русских предубеждение превосходства иностранного соперничества.

В «Росписи» приводилось полное «Расположение вещей в залах выставки». Примечательно, что фарфоровая посуда частных заводов экспонировалась наряду с сырьем, материалами, физическими, хирургическими и оптическими инструментами и приборами, а также бронзовыми, перламутровыми, золотыми, серебряными изделиями и прочей «галантереей». Напротив, совершенно отдельно, в восьмой зале выставлялись произведения императорских заводов. Современники эпохи хорошо понимали ситуацию и полагали, что «...попечительное наше правительство предшествовало частным людям своим примером»¹.

Это касалось и фарфора. Там же, пожалуй, впервые отмечается и «искусная живопись» по фарфору², прослеживаемая на конкретных примерах (ваза с ландшафтом Вернета, две парные декоративные вазы овоидной формы, сервиз с военными фигурами, декоративная ваза с портретом принца Оранского). Выставка наглядно обнаруживала различия между императорским фарфором и фарфором частных производств. Об Императорском фарфоровом заводе уже в 1829 г. рассуждают как о «школе», ибо здесь «...образовались отличные мастера в деле фарфора», а их произведения «...продолжают служить... образцовыми, развивая повсюду вкус, искусство и соревнование»³.

Мануфактурная промышленность как «обильный источник богатства и благосостояния народного» имела в представлении современников и другую цель. Успех Санкт-Петербургской экспозиции, как совершенно справедливо отмечает Т. М. Круглихина, «...послужил импульсом к организации подобного зрелища в древней столице Москве, где исторически сложился центр торговли и мануфактурного производства. Было решено регулярно устраивать показы отечественных товаров и произведений то в Северной Пальмире, то в Москве»⁴.

¹ Описание первой публичной выставки российских мануфактурных изделий, бывшей в С.-Петербурге в 1829 г. СПб., 1829. С. 27.

² Там же. С. 209.

³ Там же. С. 207–208.

⁴ Круглихина Т. М. Художественно-промышленные выставки 1831 года в Москве. В сб.: Сборник материалов Всероссийской юбилейной конференции «Учебный художественный музей и современный художественный процесс». СПб., 1997. С. 178.

Вторая художественно-промышленная выставка, как упоминается в документе «Комитета устройства», проходила в московском Доме Благородного собрания в 1831 г.

Она оказалась более широкой по своему тематическому диапазону, ибо на ней демонстрировалась казенная продукция заводов Сибири и Украины, Кавказа и Крыма. Фарфор же, как и в Петербурге, экспонировался наряду с токарными вещами, инструментами и пр.

Московская выставка отличилась бóльшим масштабом и количеством посетителей: на ней побывало более 12 000 человек. «Польза московской выставки будет более практической... В Петербурге явилось более великолепия, блеска, в Москве — более сущности, более прочности», — пишет Т. М. Круглихина в своей статье о художественно-промышленной выставке 1831 г.¹

Таким образом, уже на примере двух первых промышленных мануфактурных выставок в России можно сделать вывод об экспонировании на них произведений фарфора. В случае с Императорским фарфоровым заводом — он демонстрировался на показательных местах, в других ситуациях — наряду с разными предметами и вещами труда и быта. В дальнейшем подобные выставочные смотры проходили с известной долей регулярности. В 1833 г. последовала выставка в Санкт-Петербурге², в 1835 г. — Вторая выставка российских мануфактурных произведений в Москве³, вновь в Санкт-Петербурге в 1839-м⁴, 1849-м⁵, затем в 1861-м⁶, 1870-м⁷ и в Москве —

¹ Круглихина Т. М. Художественно-промышленные выставки 1831 года в Москве. С. 180.

² Вторая Московская выставка российских мануфактурных произведений в 1835 году. М., 1836.

³ Указатель выставки российских мануфактурных изделий, бывшей в С.-Петербурге в 1839 году. СПб., 1839.

⁴ Указатель С.-Петербургской выставки изделий промышленности Российской империи, Царства Польского и Великого княжества Финляндского в 1849 году.

⁵ Указатель С.-Петербургской выставки русских мануфактурных произведений, 1861. СПб., 1861.

⁶ Указатель Всероссийской мануфактурной выставки 1870 года в С.-Петербурге. СПб., 1870.

⁷ Указатель третьей в Москве выставки российских мануфактурных изделий 1843 года. М., 1843.

в 1843-м¹, 1865-м² и Всероссийская промышленная и художественная выставка в 1882-м³. На них фарфор постепенно получал статус самостоятельного художественного явления, выделяемого среди прочих отраслей художественной промышленности. Показательна в этом отношении Санкт-Петербургская выставка редких произведений искусства, принадлежащих членам Императорского дома и частным лицам Петербурга, организованная в 1861 г. По ее окончании был издан «Указатель собранию картин и редких произведений искусства, принадлежащих членам Императорского дома и частным лицам Петербурга»⁴.

Уже здесь фарфор оценивался как художественное явление, с положительной оценкой его периода николаевского времени и более дискуссионной — времени Александра Второго. Например, «Фигуры и группы, исполняемые по старым моделям, утратили совершенно свою тонкость; они особенно отличаются яркой и грубой резкой позолотой и раскраской»⁵.

В целом же русские выставки указывали на исключительный рост фарфорового производства, возникновение малых фарфоровых производств в 1830–1860-е гг. и, наоборот, их укрупнение в пореформенный период, на разделение труда, вплоть до возникновения самостоятельных живописных заведений, техническое усовершенствование производства, на рост спроса и формирование массового вкуса.

Действительно, в эти годы возникает целый ряд новых фарфоровых производств, успешно конкурирующих с общепризнанными и уже действующими предприятиями.

По статистическим сведениям, приводимым В. А. Поповым, в 1833–1840-е гг. в России возникло 23 новых фарфоровых завода, в

¹ Указатель Московской выставки русских мануфактурных произведений 1865 года. М., 1865.

² Указатель произведений отечественной промышленности, находящихся на выставке 1833 года в Санкт-Петербурге. СПб., 1833.

³ Иллюстрированное описание Всероссийской художественно-промышленной выставки в Москве. 1882 г. СПб., М., 1882.

⁴ Указатель собранию картин и редких произведений искусства, принадлежащих членам Императорского дома и частным лицам Петербурга. СПб., 1861.

⁵ Там же. С. 129.

1840–1850-е — 16, в 1860-е — 14.¹ Значительно расширяется и география русского фарфорового производства, включающая теперь, кроме традиционных центров в Гжели (Богородский и Бронницкий уезды), в Петербурге и в Москве, также вновь возникшие «очаги» в Гельсингфорсе (Финляндия, завод «Арабия»), Гродно (завод Брамса) и Житомире (завод Гершфельда), Риге (завод Ессена) и Перми (завод Колпакова) и т. д.

Уже само перечисление «малых» фарфоровых производств, возникших за три десятилетия (1830–1860-е гг.), указывает на расширение покупательского спроса на фарфор в это время и его дифференциацию.

По классификации заводов, предложенной еще в 1930-е гг. Б. Эмме и построенной в духе времени согласно социологическому принципу, выделялись три группы заводов: дворянские, купеческие, крестьянские. Подобная систематизация вполне объективна. Однако наша задача предполагает более внимательное рассмотрение другого аспекта, а именно — определение различий художественной специфики произведений, изготовленных на заводах разных групп. Пока же очевидно одно, что в эпоху историзма «судьбы» Императорского фарфорового завода и большого количества малых фарфоровых производств значительно расходятся.

В России, когда разделение труда стало неизбежным, вполне знаковым явлением эпохи историзма можно считать возникновение специализированных, так называемых живописных заведений. Здесь расписывалось готовое «белье», поступавшее сюда с различных фарфоровых производств.

О подобных «живописных заведениях» известно довольно мало, но совершенно очевидно, что пик их роста приходится на середину XIX в.

По сведениям, приводимым А. Селивановым², в 1850–1860-е гг. в России возникло более 60-ти таких предприятий, большая часть из них находилась в Гжели. Это живописное заведение Я. Я. Орлова в д. Фенино Бронницкого уезда (1863 г. — вторая половина XIX в.), живописное заведение М. Жукова в д. Шумково Бронницкого уезда

¹ Сведения приводятся: Попов В. А. Русский фарфор. Частные заводы. Л., 1980, б/стр.

² См.: Черный Н. В. Фарфор Вербилло. Из истории русского и советского фарфора. М., 1970. С. 251.

(1840-е гг. — вторая половина XIX в.), живописное заведение Н. В. Власкова в д. Карпово Богородского уезда (1850-е гг. — вторая половина XIX в.), живописное заведение П. Лопухина в д. Фрязино Богородского уезда (1850-е гг. — вторая половина XIX в.) и многие другие.

В дальнейшем, особенно в пореформенный период, будет наблюдаться их последовательное закрытие. Центробежный вектор на слияние отдельных мелких производств в крупные структуры с крепкой организацией приведет к созданию мощного «Товарищества производства фарфоровых и фаянсовых изделий» М. С. Кузнецова, надолго ставшего целой «фарфоровой империей» России в конце столетия.

В эпоху историзма значительно вырастает количество производимых фарфоровых форм, на что указывают статистические ведомости состояния российских мануфактур. Так, в 1815 г. в течение года было выработано всего кофейников — 551, мисок — 45, маслениц — 233, тарелок — 19 805, чашек чайных — 427 366 пар, а уже в 1820 г. — кофейников — 3150, мисок — 548, маслениц — 813, тарелок — 75 000, а чашек чайных — 497 700 дюжин и т. д.¹ Фарфоровая посуда хорошо продавалась в Москве и на Макарьевской ярмарке в Нижнем Новгороде.

Эпоха историзма в фарфоре всячески культивировала производственные новшества и технологические изобретения, использование новых видов сырья. Частным случаем подобных «новшеств» на Императорском фарфоровом заводе стало введение новых глин — лиможских (с 1836 г.) и екатеринбургских (1836, 1839, 1842, 1855 гг.), а также вытегорской и андомской.²

Ряд нововведений получил здесь регламентированный характер, отразившийся в «Деле об устройстве на заводе паровой машины для молки фарфоровой массы и пр.» и в «Деле о выписанной из Франции машине для сушки фарфоровой массы» (1834–1835 гг.).

В практике же частных фарфоровых производств широкое распространение тогда получает техника деколи. Технология печатания по фарфору с медных досок (деколь), появившись в Англии в 1756 г. и проникнув в Россию в начале следующего столетия, в русском фарфоре (на примере Императорского фарфорового завода)

¹ См.: Черный Н. В. Фарфор Вербилек. Из истории русского и советского фарфора. М., 1970. С. 70.

² Вольф Н. Императорский фарфоровый завод 1744–1904. СПб., М., 2008. С. 722.

не прижилась. Мастерская по деколи на Императорском фарфоровом заводе существовала на протяжении всего пяти-шести лет, с 1814 по 1820 гг. Напротив, эта техника, во многом удешевляющая и упрощающая процесс производства фарфора, на частных заводах получает уже к 1830-м гг. почти массовое распространение.

Позже, в 1840-е гг., в Санкт-Петербурге возникает известная мастерская Терebeneва и Семячкина по литографированию рисунков на фарфоре, фаянсе и стекле. К деколи последовательно обращается, например, и «Гарднер», тогда же создавший ее разновидность, более известную под названием «кажгарская печать».

Типичным для времени является и последовательное обращение целого ряда фарфоровых производств к выработке фаянса. Его использовали, например, на фабрике Гарднера. Там же, и это общепризнанный факт, освоили новую керамическую массу opak, нечто среднее между фарфором и фаянсом. Изделия из opak, т. е. непрозрачного фарфора, пользовались особым спросом, так как их цена почти равнялась фаянсу.

В целом механизация производственного процесса и техническое усовершенствование производства, которые, хотя и по-разному, коснулись Императорского фарфорового завода и частных предприятий, приводят к увеличению объема выпускаемой продукции, значительному расширению ее ассортимента и «изяществу выделки», столь ценимой современниками. Так, Высочайшим рескриптом от 5 марта 1836 г. управляющему Императорским фарфоровым заводом кн. Н. С. Гагарину была выражена «Высочайшая признательность и благоволение за успешное производство дел по Кабинету и отличное устройство вверенной ему части, в особенности же за изящество, до которого доведена выделка вещей на стеклянном и фарфоровом заводе»¹.

Немаловажным фактом времени явилось значительное удешевление фарфоровой продукции. Это отмечали и подчеркивали обозреватели практически всех русских мануфактурных выставок, начиная с первой, состоявшейся в Санкт-Петербурге в 1829 г.

Русский фарфор уже в начале XIX столетия успешно конкурировал с европейскими изделиями. В журнале «Северная почта» за

¹ Вольф Н. Б. Императорский фарфоровый завод 1744–1904. СПб., М., 2008. С. 716.

1811 г. отмечалось: «...торговцы не стыдятся уже теперь товаров своих и охотно объявляют всем, что их товары суть изделия русские...»¹

Несколько в иной плоскости развивалась ситуация с отношением к русскому художественному фарфору на зарубежных всемирных выставках. Начиная со знаменательной Всемирной выставки в Лондоне 1851 г. Русский отдел обязательно включался в состав экспозиции. Нам удалось проанализировать материалы Лондонской выставки 1851 и 1862 гг., Парижских — 1855 г., 1867 г., 1878 г, 1889 г., Венской — 1873 г. и Филадельфийской — 1876 г., где демонстрировались произведения русского фарфора.

Интересно, что если на выставочных площадках в самой России русский фарфор привлекал все большее внимание, то на Западе, напротив, оставался «в тени» (видимо, здесь сказывалось существование собственной традиции фарфорового производства).

Место фарфора «замещала» неизменно привлекательная для иностранцев «экзотика» — произведения русской горнозаводской промышленности и русское художественное серебро, в первую очередь фирмы Сазикова.

Исторический факт получения Императорским фарфоровым заводом золотой медали «за большие фарфоровые вазы» на Лондонской выставке 1851 г. или особенно выделенные обозревателем газеты «Столичная неделя» фарфоровые игрушки, изображающие «сцены из жизни детей» (Париж, 1889 г.), скорее исключение, нежели общее правило.

Библиография

1. Вольф Н. Б. Императорский фарфоровый завод 1744–1904. СПб., М., 2008.
2. Вторая Московская выставка российских мануфактурных произведений в 1835 году. М., 1836.
3. Иллюстрированное описание Всероссийской художественно-промышленной выставки в Москве, 1882 г. СПб., М., 1882.
4. Круглихина Т. М. Художественно-промышленные выставки 1831 года в Москве. В сб.: Сборник материалов Всероссийской юбилейной конференции «Учебный художественный музей и современный художественный процесс». СПб., 1997.

¹ Черный Н. В. Фарфор Вербилло. Из истории русского и советского фарфора. М., 1970. С. 70.

5. Описание первой публичной выставки российских мануфактурных изделий, бывшей в С.-Петербурге, 1829 г. СПб., 1829.

6. Попов В. А. Русский фарфор. Частные заводы. Л., 1980.

7. Указатель Всероссийской мануфактурной выставки 1870 года в С.-Петербурге. СПб., 1870.

8. Указатель выставки российских мануфактурных изделий, бывшей в С.-Петербурге в 1839 году. СПб., 1839.

9. Указатель Московской выставки русских мануфактурных произведений 1865 года. М., 1865.

10. Указатель произведений отечественной промышленности, находящихся на выставке 1833 года в Санкт-Петербурге. СПб., 1833.

11. Указатель собранию картин и редких произведений художества, принадлежащих членам Императорского дома и частным лицам Петербурга. СПб., 1861.

12. Указатель С.-Петербургской выставки изделий промышленности Российской империи, Царства Польского и Великого княжества Финляндского в 1849 году.

13. Указатель С.-Петербургской выставки русских мануфактурных произведений, 1861. СПб., 1861.

14. Указатель третьей в Москве выставки российских мануфактурных изделий 1843 года. М., 1843.

15. Черный Н. В. Фарфор Вербилло. Из истории русского и советского фарфора. М., 1970.

АСПЕКТЫ

*КУЛАЙКИН Владимир Ильич,
кандидат психологических наук, директор,
ФГБНУ «Всероссийский научно-
исследовательский институт
технической эстетики» (ВНИИТЭ)
vniite@vniite.ru*

Дизайн развивающей предметно- пространственной среды для подрастающего поколения / Design of developing subject-dimensional environment for new generations

Аннотация

В процессе разработки дизайн-проектов основных средовых функциональных зон детских учреждений и их оборудования использовались основополагающие принципы организации современной предметно-пространственной среды: целостность, универсальность, структурность, гибкость и динамичность, игровое начало, экологичность, адаптивность к изменениям протекающих в ней процессов.

Ключевые слова

Дизайн-проект; дети; детские учреждения; развивающая среда; адаптивность.

Annotation

The next basic principles of the organization of the modern object-space environment were used during working out of design projects of the basic environmental functional areas of institutions for children (educational, rehabilitation, etc.): integrity, universality, structural, flexibility and dynamism, the game beginning, ecological compatibility, adaptability to changes of processes occurring in it.

Keywords

Design project; children; children's institutions; the modern object-space environment; adaptability.

Специалистами Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики в течение ряда лет разрабатывается и постепенно реализуется комплексный дизайн-проект, ориентированный на формирование гибкой развивающей, обучающей и реабилитирующей предметно-пространственной среды для подрастающего поколения. Эта работа велась в рамках Федеральной целевой программы «Дети России», одним из разделов которой является тема «Дети-инвалиды». В дальнейшем эта работа составила основу для государственной программы «Доступная среда».

Такая среда способствует формированию мотивации ребенка к активной творческой деятельности, личностному развитию, овладению знаниями, развитию поведенческой культуры и способности к гибкой социальной адаптации и реабилитации. Она помогает приобщать детей к занятиям различными видами искусства и проектирования, повышать комфортность и эффективность учебной деятельности и процессов реабилитации, снижает утомляемость и обеспечивает удовлетворенность от учебы.

В качестве базы формирования развивающей и реабилитирующей среды были выбраны инновационные технологии *дизайна и эргономики*, а также гибкие проектные и производственные технологии, включающие создание средовых модульных конструкторов, использование доступных производственно-технологических приемов, комбинаторное многовариантное формирование среды.

Решение задачи реализации права ребенка на полноценную жизнь и всестороннее развитие его как личности основывается на понимании будущего гражданина как «человека культурного». Соответственно и среда рассматривается не только с материально-функциональной точки зрения, но и как качественное пространство культуры, т. е. пространство ценностей, идеалов, культурных образцов, национальных традиций. Тем самым проблема качества жизни детей не сводится к проблеме физического выживания. Напротив, проблема выживания переводится на широкий социокультурный план. Поэтому дизайнерские разработки специалистов Института были ориентированы в первую очередь на целостное формирование

предметно-пространственной среды для нужд подрастающего поколения.¹

В процессе разработки дизайн-проектов основных средовых функциональных зон детских учреждений (образовательных, реабилитационных и др.) и их оборудования использовались основополагающие *принципы организации* современной предметно-пространственной среды, такие как ее целостность, универсальность и структурность, гибкость и динамичность, игровое начало и экологичность, а также адаптивность к изменениям протекающих в ней процессов.

Целостность предметно-пространственной среды находит выражение прежде всего в том, что учебная и учебно-игровая деятельность ребенка, протекающая в среде, включает все многообразие возникающих связей — духовных, психофизиологических, коммуникационных, творчески созидательных. В то же время сама среда функционирует как нечто цельное. Она не распадается на отдельные предметы, технические устройства, оборудование, здания и т. п., а выступает в качестве полноценной среды обитания и жизнедеятельности ребенка.

Универсальность предметно-пространственной среды, с одной стороны, обеспечивает максимальную гибкость и возможность ее трансформирования в зависимости от изменяющихся условий ее использования или смены оборудования, а с другой — способствует упрощению и убыстрению процесса проектирования объектов, строительства, монтажа и эксплуатации оборудования.

Структурность построения предметно-пространственной среды — важный принцип ее организации. Упорядоченность, визуальная ясность, своеобразная «читабельность» функционального содержания пространства прямо зависят от компоновки и взаимосвязи составляющих структурных элементов (архитектурно-строительных, освещения, озеленения и декора, мебельных объектов, игровых и учебно-игровых средств и др.).

Динамичность, гибкость — еще один существенный принцип организации предметно-пространственной среды, обеспечиваемый трансформируемостью ее структуры. Зонирование пространства в

¹ Развивающая предметно-пространственная среда детства. М. : ВНИИТЭ, 1997; Новоселова С. Л. Развивающая предметная среда детства // Техническая эстетика. — 1994. — № 2.

зависимости от характера протекающих в нем процессов жизнедеятельности подчиняется этому принципу. Гибкость структуры пространства и его структурных элементов достигается различными средствами, в том числе применением трансформирующегося унифицированного оборудования.

Игровое начало предметно-пространственной среды — важнейшее средство воспитания и образования. Выдающиеся педагоги прошлого, например Я. А. Коменский в своей «Великой дидактике», в вопросах нравственного и физического воспитания, умственного развития детей рекомендуют прибегать к такой форме занятий. Для дошкольников и младших школьников усвоение занятий через игру, игровые средства — самое естественное и прочное.

Современная предметно-пространственная среда должна обеспечивать ребенку экологическую чистоту и защиту. Экологическая чистота рассматривается в данной работе как своеобразный стилеобразующий и формообразующий фактор. Для изготовления специализированной мебели, игровых средств, тренажеров, другого оборудования функциональных зон детских учреждений в качестве основного материала используется дерево, что позволяет решать проблемы защиты от воздействий агрессивной среды, возникающей как в результате нарушения общей экологической обстановки, так и при использовании недостаточно экологически чистых материалов, применяемых в современном строительстве и производстве элементов интерьера.

Создание гибких средовых комплексов предметного окружения ребенка в детском учреждении (а также отчасти в быту) обеспечивается путем разработки и использования средовых конструкторов. Из их унифицированных элементов можно сформировать путем комбинации множество мебельных, учебно-игровых и игровых объектов для детей с учетом изменяющихся требований.

Развивающая среда, созданная на базе разработанных конструкторов, имеет весьма важное потребительское свойство — *адаптивность*, т. е. быструю реакцию на происходящие изменения протекающих в этой среде процессов. Изменения в процессе организации среды могут вноситься по мере необходимости самими участниками этих процессов — взрослыми и детьми.

Названные принципы не просто тесно связаны, но и переплетены друг с другом, обуславливают друг друга. Структурность предметно-пространственной среды, предполагающая четкость и ясность композиционно-пластического строя пространства, обуславливает

универсальность, гибкость и динамичность развивающей среды, но теряет смысл без ее целостности и наличия игрового начала. В свою очередь игровое начало может остаться лишь благим намерением, если при проектировании детского учебного учреждения не соблюдены принципы структурности и трансформируемости. Структурность же служит одним из существенных факторов обеспечения целостности среды.

Отдельным направлением проводимых специалистами ВНИИТЭ работ по формированию детской среды, обеспечивающей оптимальную организацию процессов поддержания их здоровья и образования, является новый проект, направленный на решение актуальной *проблемы социальной реабилитации детей-инвалидов* путем формирования элементов доступной им среды жизнедеятельности.

В России наиболее уязвимой возрастной категорией среди инвалидов являются дети, которым необходимы особые условия и возможности активного включения в обучающие и социальные процессы. Актуальность проблемы постоянно возрастает, в частности, в связи с динамикой увеличения числа детей-инвалидов различных категорий. Сегодня инвалиды — не локальная группа, но весьма значительная часть населения. По данным Минздравсоцразвития России, на 2010 г. в нашей стране 545 тысяч человек имеют статус детей-инвалидов. Есть мнения, что эти цифры занижены, в реальности детей-инвалидов больше. По данным ЮНЕСКО, сегодня каждый десятый ребенок в мире — инвалид. Проблемы инвалидов часто рассматриваются преимущественно в медицинских аспектах. Но такой подход обнаруживает свою недостаточность, так как не решает главных задач — социальной адаптации и интеграции инвалидов. Мало обеспечить инвалидам достаточно комфортные условия в их замкнутом мире — необходимо интегрировать их в общество. Именно так стоит проблема социальной реабилитации детей-инвалидов. Суть ее — в создании предпосылок и условий для их творческого и физического развития, обеспечения возможностей самообслуживания, причем таким образом, чтобы дети-инвалиды не выделялись в обществе как особая, а тем более изолированная группа.¹

Выбор направлений проектных дизайн-разработок обуславливался учетом отечественной и мировой практики в области приоритетных категорий детей-инвалидов, к которым относятся прежде всего

¹ Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения. М. : Педагогика, 1986.

дети с нарушением двигательных функций и органов чувств. Значительная стоимость импортного специального оборудования для такой категории детей делает его малодоступным для широкого круга пользователей в России. Цель нашей работы заключалась в получении отечественного ассортимента недорогого, экологически чистого оборудования взамен импортного, не уступающего ему по потребительским свойствам.

В итоге разрабатываемый в Институте дизайн-проект элементов предметной среды для детей-инвалидов с целью их социальной реабилитации обеспечивает:

- максимальную универсальность изделий для их использования как здоровыми детьми, так и инвалидами;
- адаптируемость изделий к детям-инвалидам, т. е. легкую приспособляемость к их нуждам;
- трансформируемость изделий в зависимости от индивидуальных особенностей и потребностей детей-инвалидов;
- безопасность, комфортность, высокую эргономичность изделий, простоту в эксплуатации и обслуживании;
- высокие эстетические свойства изделий;
- удобство монтажа-демонтажа изделий и их комплексов, в том числе силами самих детей с помощью взрослых;
- максимальную надежность и долговечность изделий, их экономичность в производстве и эксплуатации;
- производство изделий, рассчитанное на недорогие технологии и отечественных производителей;
- конкурентоспособность спроектированных изделий, в том числе защищенность проектных решений патентами на промышленные образцы.

Решение проблемы социальной реабилитации инвалидов — это гуманный шаг не только в интересах данной категории людей, но и в интересах общества в целом. Высокий процент детей-инвалидов, требующих больших затрат на их содержание и обслуживание, ложится немалым грузом на плечи общества. Чем выше будет степень их социальной адаптируемости, чем шире они будут вовлечены в будущем в общественные и производственные процессы, тем меньше потребуются затраты на создание специализированных производств и домов для инвалидов, на различные дотации, организацию помощи по обслуживанию и т. д.

Таким образом, в проблеме социальной реабилитации детей-инвалидов соединяются воедино их личные интересы и интересы общества в целом, факторы общественной морали и экономической целесообразности.

Разрабатываемый проект элементов предметной среды для детей-инвалидов, по нашему мнению, обеспечит: максимальную универсальность изделий для их использования как здоровыми детьми, так и инвалидами; адаптируемость изделий к среде, их трансформируемость в зависимости от индивидуальных особенностей детей-инвалидов; безопасность, комфортность, простоту в сборке, эксплуатации и обслуживании изделий, а также их производство, рассчитанное на недорогие технологии и отечественных производителей.¹

Высокий социально-экономический эффект от развивающей предметной среды за счет более активной реабилитации детей-инвалидов приведет к снижению заболеваемости, улучшению успеваемости, личностному развитию, социальной адаптации.

Библиография

1. Грашин А. А. Дизайн детской развивающей предметной среды. М., 2008.
2. Давыдов В. В. Проблемы развивающего обучения. М., 1986.
3. Новоселова С. Л. Развивающая предметная среда детства // Техническая эстетика. — 1994. — № 2.
4. Развивающая предметно-пространственная среда детства. М., 1997.

¹ Грашин А. А. Дизайн детской развивающей предметной среды. М. : Архитектура-С, 2008.

*ЛЯХОВЕЦ Анна Семеновна,
кандидат социологических наук,
доцент, кафедра социальной работы,
филиал Российского государственного
социального университета в Ивантеевке
blokada@inbox.ru*

Культурные традиции в малых городах Подмосковья / Cultural traditions in Moscow region townlets

Аннотация

В статье рассматриваются некоторые этносоциокультурные тенденции, складывающиеся в последние десятилетия в малых городах Подмосковья, обусловленные радикальными изменениями современной России. Устойчивыми культурными традициями малых городов Подмосковья доперестроечного периода были: преимущественная моноэтничность; малая емкость рынка труда; существенная недоурбанизированность большинства городов и полудеревенский образ жизни населения, а также очевидное стремление к сохранению культурных традиций, ценностей и норм русской культуры. В настоящее время большая часть новых культурных традиций связана с нарастающей мозаичностью культурных норм, их кратковременностью и быстрой сменой их личностных смыслов.

Ключевые слова

Малый город; маргиналы; мигранты; традиция; образ жизни; центр образования; стандарты поведения.

Annotation

Some ethnic and sociocultural tendencies taken place in Moscow region townlets during the last decades are presented in the article. They

are caused by radical transition in contemporary Russia. Before the Perestroika the sustainable cultural traditions in Moscow region townlets were predominant mono-ethnicity; small size of labor market; essential un-urbanism of towns and half-countryside lifestyle; as well as obvious aspiration to preservation of cultural norms and traditions of Russian culture. At the present, the most part of new cultural traditions is connected with increasing mosaicism of cultural norms, their fugacity and fast change of personal meaning.

Keywords

Townlet; marginal; migrants; tradition; lifestyle; behavioral standards.

В современном отечественном и зарубежном социально-гуманитарном знании существует великое множество исходных определений таких понятий, как «культура» и «культурные традиции». Для темы данной статьи, как представляется автору, наиболее значимыми будут два нерасторжимо связанных понятия, в полной мере раскрывающих социальное и индивидуальное бытие культуры: характеристика культуры как огромной искусственной среды, окружающей человека и оказывающей на него не только положительное, но и отрицательное влияние, и понимание культуры как формы и способа деятельного бытия человека, где в полной мере может быть раскрыта его творческая и инновационная природа.

Современное отечественное обществознание рассматривает культурную традицию как базисный элемент любого культурного наследия, которое передается от поколения к поколению, т. к. культурная традиция является определенным объектом, имеющим конкретную материальную и духовную ценность для всего общества. Очевидно, что существование каждой культурной традиции предполагает и определенный процесс передачи опыта предшествующих поколений новым поколениям.

Этот процесс реализуется в разных формах: в непосредственных деятельных контактах поколений через игру, учебу, труд; опосредованно — через приобщение подрастающих поколений к литературе и произведениям искусства; наконец, немаловажную роль в приобщении или отрицании культурных традиций общества имеют современные СМИ, направленно воздействующие на формирование массового сознания.

Культурные традиции являются постоянно действующими процессами передачи от поколения к поколению множества самых разнообразных социальных установлений: норм, ценностей, идеалов, стереотипов сознания и стандартов поведения, а также обрядов и обычаев, в том числе суеверий и предрассудков.

В основе жизнедеятельности любого общества находится процесс преемственности культуры, предполагающий передачу материальных и духовных ценностей от поколения к поколению через овладение подрастающими поколениями теми культурными традициями, которые обеспечивают более высокую сплоченность, стабильность и взаимопонимание между членами общества, а значит, и выживаемость всего этноса, что особенно необходимо в эпоху радикальных социальных перемен.

Культурные традиции всегда представляют собой определенный опыт, сохраняющий значение положительного образца, подготовленного жизнедеятельностью предшествующих поколений. Именно культурные традиции на протяжении длительного времени обеспечивали непрерывность и преемственность хода истории. Существуют различные каналы трансляции культурных традиций; бесспорно, главным из них является непосредственный контакт людей разных поколений, который способствует овладению определенными навыками поведения, культурными ценностями и нормами, одобряемыми авторитетными членами общества.

Наиболее значимым социальным институтом, передающим базовые культурные традиции, является семья, которая осуществляет первичную социализацию подрастающих поколений, приобщая их к родному языку, образу жизни, стандартам поведения, нормам морали, конфессиональным догматам, политическим симпатиям или антипатиям старших поколений, формируя художественный вкус и понимание Добра, Красоты, Блага.

Существенная коррекция культурных традиций человека происходит в процессе расширения его контактов внутри среды ближайшего социального окружения, где в процессе непосредственных контактов со «значимыми другими» и другими членами референтных групп, происходит интериоризация человеком норм и культурных традиций этих малых групп; и у личности формируются не только стереотипы сознания, но и устойчивые фиксированные установки, определяющие большинство стандартов поведения человека.

Третьим по значимости социальным институтом, транслятором определенных культурных традиций, формирующим как общую направленность личности, так и ее социокультурную заданность, в настоящее время становятся все учреждения массмедиа, ориентирующие на ценности общества потребления и либеральную идеологию. Им принадлежит главная заслуга в формировании амбивалентной и мозаичной современной картины мира и адекватного ей мировоззрения молодежи — главных потребителей продуктов массмедиа.

Размеры статьи не дают возможности остановиться на других, не менее значимых каналах социализации, будь то религиозные учреждения, формирующие не только религиозное сознание, но и достаточно часто этноидентификацию верующих, зачастую не совпадающую не только с их гражданской принадлежностью, и с их очевидной укорененностью во всех сферах русской культуры. Не меньшее значение для формирования определенных культурных традиций в сфере труда имеют и все организации и учреждения, в рамках которых осуществляется трудовая деятельность современного работника. Очевидно, что разным формам собственности соответствуют не только разные материально-технические и технико-технологические характеристики, но и разные формы культуры труда, существенным образом влияющие на его эффективность и сплоченность или конфликтность в процессе трудовой деятельности.

В эпоху радикальных перемен, когда происходят разительные трансформации во всех сферах жизни общества, существенно меняется и роль культурных традиций, уступающих другим, инновационным и, по существу, революционным изменениям. Следует отметить, что зачастую возникающие «новые» традиции на поверку оказываются «хорошо забытыми старыми», давно входящими в систему инструментальных и базовых ценностей общества. Рассмотрим этот тезис более подробно на примере эволюции культурных традиций в области образования у населения малых городов Подмосковья.

В течение двух последних десятилетий в стране произошли и все еще происходят радикальные изменения: возник и укрепился институт частной собственности, сложились рыночные отношения, которые имеют тенденцию стать цивилизованными, существенно изменилась социальная структура общества, в основе дифференциации

которой теперь лежит различный уровень благосостояния. Деньги, власть и влияние как характерные критерии социальной структуры западных либерально-рыночных обществ становятся все более значимыми и в России.

Межгрупповая дифференциация и следующие затем новая структурализация и интеграция населения РФ происходят в настоящее время по формам собственности, доходам, по степени включенности во властные структуры и, наконец, по культурной самоидентификации каждого. Это предполагает использование каждой личностью в своей повседневной жизнедеятельности определенных культурных традиций, одобряемых «значимыми другими», а также стандартов поведения и систем ценностей, разделяемых массовым сознанием, ориентируемым современными СМК на ценности общества потребления.

За два с лишним десятилетия с начала перестройки существенно выросло население больших городов страны, в первую очередь мегаполисов, за счет внутренней, а также и внешней миграции, что ведет к существенной маргинализации населения мегаполисов, а значит, и к постоянному росту девиантного и делинквентного поведения всех возрастных групп горожан, проживающих в мегаполисах.

По последним статистическим данным, всего на 1 января 2011 года статус малого города (с населением до 50 тыс. человек) в современной России имеют 784 города, т. е. более 70% от всех городских поселений в стране. В них проживает около 20% всего городского населения страны. Характерно, что численность населения малых городов постоянно сокращается как за счет продолжающейся депопуляции страны, так и за счет внутренней миграции, характерной для молодых поколений населения малых городов, стремящихся получить профессию и оптимальное трудоустройство в городах, имеющих явно выраженный финансово-экономический и социокультурный рост.

Другими словами, в современной России малых городов, где «негромко», но постоянно на протяжении многих десятилетий сохранялись лучшие культурные традиции России и укреплялись фундаментальные основы отечественной ментальности, образа жизни и стандартов поведения, становится все меньше, а продолжающееся сокращение населения страны и сильная внешняя и внутренняя миграция в мегаполисы существенно осложняют процессы этносоциокультурной идентификации и стабилизации российского общества,

сохранения необходимых старых и становления его новых культурных традиций.

Специалисты по урбанистике отмечают, что в настоящее время в РФ существуют десять типов городских поселений: сверхкрупные города (население которых насчитывает свыше 3 млн человек), очень крупные, с населением до 3 млн человек; крупные, население которых насчитывает от 250 тыс. до 1 млн человек; средние, с населением 50–100 тыс. жителей; наконец, малые города и поселки городского типа с населением от 5 до 50 тыс. жителей. Характерно, что в современном правовом поле малый город подчиняется как федеративным и региональным (характерным для каждого субъекта РФ) законам, а также и местным правовым актам. Это создает достаточно многослойное управление города, которое к тому же связано с территориальными основами местного самоуправления.¹

Подобная картина характерна и для всех подмосковных городов, несмотря на то что в рамках столичной области существуют разные по типу управления и самоуправления города: наукограды, подчиняющиеся непосредственно Москве, а также города областного и районного подчинения, а также и местного самоуправления.

Жизнь показывает, что основу культуры малого города определяют не столько финансы, властные структуры, экономическое процветание или близость к столице, а в первую очередь — население города, его человеческий капитал. Для культурных традиций малых городов Подмоскovie в доперестроечный период были достаточно характерны: преимущественно высокий образовательный уровень населения, предполагающий четко структурированное образовательное пространство города, включающее все элементы системы народного образования — ясли, детские сады, школы, ПТУ и СПТУ, техникумы и вузы. Не менее значимым был и высокий профессионально-квалификационный уровень работающего населения, занятого преимущественно на предприятиях ВПК, расположенных в Москве и Подмоскovie. Наличие такого рода предприятий во многих подмосковных городах существенно улучшало их социально-бытовой уровень. В первую очередь это предполагало развитое жилищное строительство, достаточное количество дошкольных учреждений и наличие четкой сети медицинских учреждений, профилакториев,

¹ Шургина Е. С. Муниципальное право. М., 1999. Гл. 7.

домов отдыха и санаториев, в первую очередь для работников предприятий. Отметим, что деятельность многочисленных Дворцов культуры существенно обогащала досуговую деятельность горожан и членов их семей. Для населения малых городов той исторической эпохи были характерны моноэтничность и практически полное отсутствие внешних мигрантов, при достаточно высокой маятниковой миграции населения в Москву — на работу и учебу.

Население большинства малых городов Подмосковья, имеющих многовековую историю, в силу особенностей отечественной модели городских поселений, вело полудеревенский образ жизни, всегда имело какое-то приусадебное хозяйство. И хотя местная власть неодобрительно относилась к этому «частному сектору», но этот уклад хозяйствования, неизбежный для большинства жителей малых городов, сформировал у них трудолюбие, высокую культуру и эффективность труда. Приусадебные огороды Подмосковья снабжали не только своих хозяев, но и столицу необходимыми овощами, фруктами, зеленью. Жизнь этой части жителей подмосковных городков в полной мере уже тогда соответствовала еще неизвестной большинству советского городского населения «стихии рынка мелких производителей», именно он, а не поголовная ваучеризация всей страны, исподволь закладывал основы будущего цивилизованного рынка и базисные основания реального, а не иллюзорного среднего класса.

Другая часть подмосковных городов, возникшая как города-спутники ВПК или особенно наукограды, вроде Дубны, Черноголовки, Протвино, имела не только высококвалифицированное население, но и в полной мере представляла интеллектуальную мощь страны. В этих малых городах также происходят свои радикальные перемены, связанные, с одной стороны, с потерей уровня квалификации населявших эти города специалистов ВПК, потерявших не только высокооплачиваемую работу, но и уверенность в завтрашнем дне. Не менее драматично складывалась судьба жителей и в наукоградах.

Отнюдь не каждый наукоград, как, например, Черноголовка, сумел быстро найти свою нишу на рынке потребления товаров первой российской необходимости, поэтому в них немалая часть населения вынуждена была переквалифицироваться, обеспечивая свою занятость в других сферах труда, от простых до самых экзотических, а наиболее молодые и решительные предпочли уехать работать за рубеж. Сейчас правительство РФ ищет необходимые финансовые

средства и другие стимулы, с помощью которых можно надеяться на их возвращение в Россию.

Особняком стоят социокультурные проблемы тех подмосковных малых городов, которые имели особый статус, т. к. были связаны с размещением военных гарнизонов в особых «режимных» городских поселениях, культурные традиции которых, несомненно, обладали своей спецификой. В ходе радикальных трансформаций, коснувшихся всех сфер жизни российского общества, немалое число таких городов оказались ненужными ни силовым структурам, ни тем более муниципальной власти, что определило жизненную стратегию большинства этого населения в режиме выживания, без каких бы то ни было позитивных перспектив относительно их жилья, трудового и бытового обустройства, социальных гарантий и переквалификации за счет местных бюджетов и для нужд местных инфраструктур.

В настоящее время малые города не только нашей страны, но и всего мира реализуют в своей повседневной жизнедеятельности особую этносоциокультурную миссию, связанную с существованием культурных традиций, обеспечивающих сохранение норм, ценностей и идеалов, необходимых этносам в условиях все усиливающихся процессов глобализации.

Именно в малых городах в полной мере раскрывается специфика современных массовых диаметрально противоположных социокультурных процессов — глобализации и локализации.

Если первый из них предполагает создание единой глобальной экономики и полную подчиненность региональных и национальных экономик всемогущим ТНК, то процесс локализации выражает стремления целого ряда стран к сохранению своих бизнес-структур и экономик, ориентированных на этнонациональные особенности региона и большинства его населения. Надо отметить, что локализация в полной мере выражает очевидную и достаточно сильную общепланетарную тенденцию к самоидентификации народов и государств. Следует отметить и то обстоятельство, что в настоящее время на первое место по значимости выходят для большинства населения Земли историко-этнические символы и нормы, культурные традиции и менталитет, потребности и местные интересы. Эти традиционистские компоненты идентичности способствуют сплоченности этноса на базе консолидации ценностей духовной культуры, а значит, они обеспечивают выживание этноса в современном обществе риска.

Английский исследователь Роланд Робертсон, впервые исследовавший единство и различие глобального и локального, предлагает для анализа этих процессов новый термин — «глокализация». Он подчеркивает, что глобальные и локальные тенденции в конечном счете взаимодополняют и взаимопроникают друг в друга, хотя в конкретных случаях между ними могут быть и столкновения. По мнению автора концепции глокализации, в настоящее время любой глобальный продукт должен быть так адаптирован, чтобы в полной мере соответствовать локальному потребителю. При сложении элементов глобального и локального интересов на основе взаимной комплементарности и взаимодополняемости возникает более высокий уровень удовлетворенности как индивидуально-личностных, так и общественных интересов.

Интересно проследить, как можно планировать развитие образовательного пространства малых городов Подмоскovie на основе принципа глокализации. Образовательные потребности малых городов весьма специфичны. У них достаточно узкий рынок труда, особенно для специалистов с высшим образованием, вместе с тем для подмосковных городов характерны как очевидное стремление старших поколений дать подрастающей молодежи высокое образование, так и желание молодых получить достаточно престижную и хорошо оплачиваемую работу.

Небольшие финансовые возможности малых городов в сфере образования заставляют их искать и находить новые возможности для удовлетворения потребностей населения в образовании. Так возникают единые образовательные центры небольших городов, включающие в себя разные звенья системы образования, необходимые городу в конкретное социальное время. Такого рода центры возникли и достаточно успешно функционируют в целом ряде регионов страны. Их центром становится чаще всего филиал какого-то, чаще всего столичного вуза.

В современной России на 2008 год действовало 1077 филиалов вузов, в которых обучалось свыше миллиона студентов. С точки зрения принципа глокализации в этих филиалах как раз и может происходить интеграция локальных местных интересов и более масштабных — глобальных, связанных с проблемами качества обучения, профессиональной подготовки специалистов, необходимых как местному и общегосударственному, так и глобальному рынку труда.

Несомненно, что учебная деятельность в этих вузах-филиалах будет определяться в первую очередь заданностью общих потребностей города и его достаточно специализированного рынка труда. Однако для всего современного российского общества на первый план его жизнедеятельности выходят вопросы современной модернизации всех сфер жизни общества, поэтому образовательные центры малых городов имеют общую для всей страны задачу — обеспечить высокое современное образование подрастающим поколениям и одновременно с тем сократить и даже прекратить молодежную миграцию из малых городов, обеспечивая их последующую работу по избранной ими специальности непосредственно в самом городе.

В условиях современного демографического перехода проблема сохранения образовательных центров малого города и работа в них разных государственных образовательных учреждений становится особенно значимой. Однако она может приносить ощутимые плоды только в том случае, если будет ориентирована на взвешиваемую, повседневную совместную работу властных структур города, городских образовательных учреждений и всей городской общественности, хорошо знающей интересы и потребности населения по планированию необходимых и достаточных образовательных учреждений и их специализации, с тем чтобы не допустить перепроизводства специалистов и усиления безработицы среди выпускников. С этим уже столкнулись многие города страны, когда подготовка специалистов высшего и среднего звена во многих случаях стала определяться, с одной стороны, амбициями центральных вузов, стремящихся охватить все, какие только возможны, контингенты выпускников средних школ, а с другой — неумеренными аппетитами коммерсантов от образования, готовых открыть вуз по любым, самым экзотическим специальностям, отвечая даже не столько моде на профессии, сколько стихии современного российского рынка образовательных услуг.

Приостановить стагнацию малых городов современной России может только новейшая модернизация их финансово-экономического и социально-политического потенциала. Немаловажную роль при этом призваны сыграть подрастающие поколения, получившие в образовательном центре профессию, обеспечивающую интересную, постоянную и перспективную работу в своем родном городе.

Образовательный центр малого города в настоящее время становится базисным основанием реальной, а не декларируемой модернизации, потому что он готовит специалистов, которые не только могут, но и хотят создать на своей малой родине новую жизнь, отвечающую перспективам и реалиям XXI века.

Библиография

1. Авдокушин Е. Ф. Формы и методы глокализации мировой экономики [электронный ресурс] http://www.west-east.org/index.php?option=com_content&view=article&id=138:2009-10-27-09-20-13&catid=48:2009-10-20-06-01-47&Itemid=121
2. Привалов А. О ЕГЭ как идеальном тупике // Эксперт. — 2011. — № 24. — 20–26 июня. — С. 14.
3. Российский статистический ежегодник. Официальное издание. М. : Росстат, 2008. С. 89.
4. Щургина Е. С. Муниципальное право. М., 1999.

*МАКСИМОВ Сергей Николаевич,
кандидат юридических наук,
декан юридического факультета,
НОУ ВПО «МПСУ»
maksimov@mpsi.ru*

Бедность населения как угроза экономической безопасности / Poverty of the population as a threat to the economic security

Аннотация

Статья посвящена анализу бедности и имущественной дифференциации в современной России и влиянию этих факторов на экономическую безопасность.

Ключевые слова

Бедность; имущественная дифференциация; экономическая безопасность; угрозы безопасности.

Annotation

The article is devoted to the analysis of poverty and economic differentiation in modern Russia and the influence of these factors on economic security.

Keywords

Poverty; economic stratification; economic security; threat to security.

Выявление внутренней взаимосвязи между экономическим положением различных слоев современного российского общества и их социально-экономическими, политическими установками требует прежде всего уяснения сущности и взаимосвязи ряда ключевых проблем и понятий. Среди них — имущественное неравенство, социально-экономическая дифференциация, бедность.

Как показывает анализ, эта тематика привлекает исследователей с древних времен. Еще древнегреческий философ Платон размышлял над расслоением людей на богатых и бедных. Он говорил, что государство представляет собой как бы два государства. Одно составляют бедные, другое — богатые, и все они живут вместе, строя друг другу всяческие козни.¹ Аристотель писал, что «все государства состоят из семей, затем из этой массы семей одни семьи, конечно, бывают самостоятельными, другие — бедными, третьи имеют средний достаток».²

Понятие социальной дифференциации в конце XIX в. выдвинул английский философ Г. Спенсер, который заимствовал этот термин из биологии и провозгласил дифференциацию всеобщим законом эволюции материи от простого к сложному, проявляющуюся в обществе как разделение труда.³

Наиболее известным ученым и деятелем, положившим начало развития теории стратификации, является К. Маркс. Именно он в числе первых социологов сформулировал в развернутой форме структуру общества как целостной системы и общественного формирования.⁴

В работах М. Вебера социальная дифференциация есть следствие процесса рационализации ценностей, норм и отношений между людьми.⁵

Во многих работах термин «дифференциация» часто употребляется как синоним понятия «различие» и используется для классификации ролей, статусов и социальных институтов. Т. Парсонс рассматривал дифференциацию как наличное состояние социальной структуры и как процесс, ведущий к возникновению различных видов деятельности, ролей и групп, специализирующихся в выполнении отдельных функций, необходимых для самосохранения социальной системы. В работах Н. Лумана проблемы дифференциации связаны с фундаментальными свойствами любого человеческого взаимодействия.⁶

¹ Платон. Государство. Книга 4. М. : Мысль, 1998. С. 423.

² Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М. : Мысль, 1983. С. 489.

³ Спенсер Г. Основания социологии. Соч. Т. 4. СПб., 1898. С. 287.

⁴ Маркс К. Предисловие «К критике политической экономии» // Маркс К. и Энгельс Ф. Соч.: 2-е изд., т. 13.

⁵ Вебер М. Избранные произведения. М. : Прогресс, 1990.

⁶ Луман Н. Проблемы теоретической социологии. СПб. : Петрополис, 1994.

В настоящее время в социологической науке накоплен значительный опыт, представленный теоретическими и эмпирическими исследованиями ученых и специалистов-практиков по проблемам формирования и изменения социальной структуры и социальной стратификации, среди которых можно выделить З. Т. Голенкову, А. В. Дмитриева, Г. П. Зинченко, А. В. Кирута, П. П. Маслова, Г. В. Осипова, В. А. Петрова, А. А. Подузова, В. В. Радаева, А. Е. Суринова, А. Г. Симакова, А. Е. Тихомирову, О. И. Шкаратана.

Довольно подробно исследуется проблема бедности, ее социокультурных оснований. Первые исследования проводились Т. И. Заславской, Н. М. Римашевской, З. Т. Голенковой, занимавшимися вопросами социальной стратификации в условиях социально-экономической трансформации. Н. М. Римашевской принадлежит значительный вклад в изучение бедности, ее внутренней структуры и механизмов ее воспроизводства. В рамках данного направления достаточно подробно рассмотрены социально-демографические и профессионально-должностные черты россиян, живущих за чертой бедности, что способствует более полному пониманию бедности: анализируются ее причины, предлагаются типологии видов и форм бедности. Социальные признаки явления рассматривали Н. Тихонова, Н. Чернина, В. Сычева, С. Быкова, В. Любин, Л. Гордон и др. Изучению бедных как носителей особых установок и поведенческих стратегий посвящены работы В. Радаева, С. Ярошенко, Е. Балабановой, Б. Мезенцевой, Н. Космарской. Они исследуют трудовые и адаптационные стратегии бедных россиян. Отличительными чертами данного направления исследований является применение мягких методов сбора и анализа данных. Эти исследования обогащают наше представление о социальных практиках, порождаемых бедностью, но не дают возможности говорить о степени распространения тех или иных поведенческих образцов.

Современная социологическая наука пристальное внимание обращает на проблему социально-политических последствий имущественной дифференциации населения, однако в большинстве исследований этого направления отсутствует описание конкретных аспектов социального поведения имущественных слоев: социокультурных, общественно-политических, ценностно-нормативных.

Суммируя результаты этих исследований, П. Л. Спиглазов отмечает, что, несмотря на большое количество и разноплановость научных трудов по теме дифференциации доходов населения, общим для

них остается признание социально опасным неоправданно высокого уровня данного показателя на современном этапе развития российского общества, нерешенности важнейших социальных проблем людей с уровнем дохода ниже установленного нормативными актами прожиточного минимума, огромного значения проблемы высокого уровня дифференциации в сохранении динамической стабильности развития общества, важности укрепления и увеличения числа людей, составляющих «средний класс».

В большинстве научных исследований понятие бедности рассматривается чаще всего как состояние нужды, нехватки жизненных средств, не позволяющее удовлетворить насущные потребности индивида или семьи. Бедность считается одной из наиболее острых социальных проблем современного общества.¹

Как состояние голодной жизни бедность существовала испокон веков, но считалась вполне обычным явлением, присущим подавляющему большинству населения. В азиатских, античных и феодальных обществах деление на богатых и бедных мало зависело от личных способностей человека: уровень потребностей и возможности их удовлетворять зависел от сословно-юридического статуса индивидуума. У разных социальных групп был разный образ жизни, поэтому невозможность для низких сословий следовать престижному образу жизни высших слоев воспринималась как привычная норма жизни. В капиталистическом же обществе впервые возник контраст между юридическим равенством всех граждан и фактическим сильным экономическим неравенством. Поэтому невозможность для одних жить так, как живут другие, воспринимается как социальная несправедливость.

В мировой практике выделяются три основные концепции определения бедности:

- абсолютная;
- относительная;
- субъективная.

Абсолютная концепция бедности базируется на установлении минимального перечня основных потребностей (прожиточного минимума) и размера ресурсов, требуемых для их удовлетворения.

¹ http://krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/BEDNOST.html?page=0

Абсолютная концепция бедности возникла хронологически первой и проведенные в конце XIX в. — начале XX в. эмпирические исследования бедности в Великобритании опирались именно на нее.

При изучении абсолютной бедности необходимо решить две задачи:

— разработать показатель, который может быть использован в качестве границы бедности;

— установить систему показателей для сравнения с границей бедности.

Разные регионы России сильно различаются по уровню бедного населения. Самая низкая доля бедных в середине 2000-х существовала в Тюменской области (менее 18%), самая высокая — в Республике Ингушетия (более 95%)¹.

Бедность в России обладает чертой, типичной для развивающихся стран. В развитых странах мира бедность, как правило, связана с безработицей. В России же бедность охватывает не только безработных, но и многих работающих на малооплачиваемых должностях (в первую очередь в бюджетном секторе экономики).

Основой социальной дифференциации является социально-экономическая неоднородность дифференциации труда, которая обусловлена профессиональным, технико-технологическим разделением труда, отраслевыми и квалификационными различиями, уровнем образования, уровнем дохода и др.

Дифференциация доходов складывается под воздействием разнообразных факторов, связанных с личными достижениями или независимо от них, имеющих экономическую, демографическую, социобиологическую и политическую природу.

Так, в работах П. Багчи и С. Эстрина перечисляются следующие основные факторы:

- различия в индивидуальных способностях;
- первоначальное благосостояние домохозяйств и их инвестиционные возможности;
- дифференциация в оплате квалифицированного и неквалифицированного труда;
- демографические особенности и мобильность домохозяйств;
- развитость системы социальной защиты;

¹ http://krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/BEDNOST.html?page=0,4

- спрос на квалифицированный труд;
- неравенство между городским и сельским населением.¹

По мнению Спиглазова П. Л., указанные факторы являются, несомненно, важными, но не основополагающими для современной российской действительности. Такие факторы, как развитость системы социальной защиты населения, спрос на квалифицированный труд, дифференциация в оплате квалифицированного и неквалифицированного труда, а также межрегиональная и межотраслевая дифференциация в оплате труда и др., в современных российских условиях являются скорее производными от проводимой государством политики в сфере распределения национальных ресурсов, в основе которой лежал начавшийся после распада СССР процесс приватизации государственного сектора, что объективно привело к падению реальных доходов основной массы работников бюджетной сферы. Уровень среднемесячной заработной платы в 1996 г. составлял примерно 120 долл. США, при этом работники образования и науки получали в среднем на треть меньше. Наиболее незащищенной категорией граждан в этих условиях оказались пенсионеры, инвалиды и др.

В результате приватизации в России, по оценкам экспертов Мирового банка, сейчас существует самый высокий в мире уровень концентрации частной собственности, т. е. сложилась ситуация, тормозящая процессы достижения конкурентоспособности российской экономики. Формирование слоя мелких и средних собственников и предпринимателей, являющихся в развитых демократических государствах движущей силой экономического развития и опорой политической стабильности, не состоялось и было отодвинуто на неопределенное время.²

Падение доходов населения, углубление их дифференциации и рост бедности в сфере реальной экономики являются тормозом экономического роста и, более того, делают его невозможным. Зависимость между усилением уровня бедности и имущественной дифференциации, с одной стороны, и возможностью экономического

¹ Спиглазов П. Л. Дифференциация доходов населения в современном российском обществе: социально-территориальный аспект. Автореф. дис. ... канд. соц. наук. Пенза, 2007. С. 13.

² Там же. С. 14.

роста, с другой стороны, достаточно очевидна. Чем ниже доходы, тем меньше спрос, а чем меньше спрос, тем ниже уровень производства.

Есть еще два результата повышения имущественной дифференциации населения и уровня бедности, которые имеют разрушительный характер для страны, что позволяет рассматривать запредельные размеры бедности в совокупности с имущественной дифференциацией как прямую угрозу экономической и национальной безопасности страны.

Первый из них — это социальная нестабильность в обществе, выливающаяся в социальные конфликты типа забастовок, голодовок, захвата заложников, захвата предприятий, проведения митингов, маршей протеста и т. п. К сожалению, история России, и особенно в XX веке, чрезвычайно богата подобными примерами и, к еще большему сожалению, из этой истории не извлечено должных уроков. Второй же результат — это депопуляция страны, расстройство механизма воспроизводства населения. Процессы депопуляции охватывают все большее число регионов страны. В совокупности со старением и ухудшением здоровья населения она оказывает все более негативное влияние на экономику.

В мировой практике в настоящее время довольно широкое распространение получил расчет пороговых показателей экономической безопасности.

В социальной сфере можно выделить четыре главных параметра, по которым следует определять пороговые значения экономической безопасности:

1. Доля в населении лиц, имеющих доходы ниже прожиточного минимума.
2. Разрыв между доходами 10% самых высокодоходных групп населения и 10% самых низкодоходных групп.
3. Отношение среднемесячного размера денежного дохода к прожиточному минимуму.
4. Отношение среднемесячного размера пенсий к прожиточному минимуму.

В целях ликвидации угрозы экономической безопасности России вся экономическая политика государства обязана ориентироваться на реализацию конкурентных преимуществ российской экономики. Реализация же этих преимуществ невозможна без разносторонней,

постоянной и сильной поддержки государства, которая должна органично сочетаться с рыночными механизмами, не подменяя и не подавляя их действие. «Мы не должны дать бедности перейти в наступление», — заявил на Мировом политическом форуме в Ярославле Президент РФ Д. А. Медведев.¹

Библиография

1. Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М., 1983.
2. Вебер М. Изданные произведения. М., 1990.
3. Луман Н. Проблемы теоретической социологии. СПб., 1994.
4. Маркс К. Предисловие «К критике политической экономии» // Маркс К. и Энгельс Ф. Соч.: 2-е изд., т. 13.
5. Медведев Д. А. Выступление на пленарном заседании Мирового политического форума. 8 сентября 2011 года, Ярославль // <http://президент.рф>
6. Платон. Государство. Книга 4. М., 1998.
7. Пожилов И. В. Имущественные слои современной России: процесс становления социально-политической рефлексии: Дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04: Н. Новгород, 2004.
8. Спенсер Г. Основания социологии. Соч. Т. 4. СПб., 1898.
9. Спиглазов П. Л. Дифференциация доходов населения в современном российском обществе: социально-территориальный аспект: Автореф. дис. ... канд. соц. наук. Пенза, 2007.
10. http://krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/BEDNOST.html?page=0,4

¹ Медведев Д. А. Выступление на пленарном заседании Мирового политического форума. 8 сентября 2011 года, Ярославль // <http://президент.рф>

*МАРАР Ольга Ивановна,
кандидат исторических наук,
доцент кафедры моделирования
и организации социальных систем,
Воронежский филиал РАНХиГС
при Президенте РФ
omara@bk.ru*

Цивилизационные аспекты экологической культуры / Civilizational issues of ecological culture

Аннотация

В статье, раскрывая содержание понятия экологической культуры, автор прослеживает основополагающие тенденции анализа исследуемого феномена в контексте понятий «культура», «цивилизация» и «экология».

Ключевые слова

Экологическая культура; цивилизация; экологическое сознание; ценности; экологическая деятельность.

Annotation

Analyzing the definition of ecological culture, the author describes the main tendencies of presented phenomenon in the context of «culture», «civilization» and «ecology» definitions.

Keywords

Ecological culture; civilization; ecological consciousness; values; ecological activity.

Экологическая культура — это основа и базис общей культуры, сердцевина новой гуманистически-технологической культуры XXI

века, выражающая характер и качественный уровень отношений между обществом и природой. Она проявляется в системе духовных ценностей, социальных институтов, во всех видах и результатах человеческой деятельности, непосредственно связанных с познанием, преобразованием и освоением природы.

Экологическая культура выступает как норма и идеал, ставящий экономически целесообразные ограничения на пути человеческого эгоизма, а также выполняющая степень комплексной характеристики человеческой деятельности. С методологической точки зрения важнейшим признаком экологической культуры является отказ от непосредственного антропоцентризма и переход на биосфероцентрическую систему взглядов.

В многообразии точек зрения на экологическую культуру выделяют два подхода: экологический и культурологический. В рамках первого экологическая культура понимается как культура экологической (экооптимизирующей), природоохранной деятельности общества и связанной с ней ментальности. Такой подход, однако, изначально предполагает, что для возникновения экологической культуры должны сначала возникнуть опасные природные изменения, требующие сознательной корректировки.

В других работах экологическая культура определяется как часть культуры, которая обуславливает соответствие социальной деятельности требованиям жизнестойкости среды. Здесь экокультура выступает уже как имманентно встроенный элемент общей культуры каждого общества, так как социальная деятельность всегда соотносилась с требованием жизнестойкости среды.

С другой точки зрения экологическая культура — это весь накопленный человечеством опыт природопользования, знание об оптимальных способах взаимодействия с природой, закрепляемые и передаваемые поколениями. По мнению А. Д. Урсула, экологическая культура — это экология всей созданной человеком «второй природы», в которой, в отличие от «первой природы», сохранять, видимо, необходимо далеко не все созданное человеком, а только то, что представляет интерес и ценность с общественных позиций.

По нашему мнению, в этой связи критерием близости экологической культуры любого общества к норме и идеалу может явиться

¹ Урсул А. Д. Становление информационного общества и переход к устойчивому развитию // Проблемы информатизации. — 1997. — Вып. 4. — С. 13–20.

его способность к социально-экономическому господству. То есть способность регулировать свое воздействие на природу и адекватно реагировать на изменения, происходящие в ней, строить свое поведение и действия в экобиополе человека и природы.

Концепция экологической культуры общества и личности — единство экологических знаний, экологического сознания и экологической деятельности. По мнению Е. В. Никаноровой, «...степень озабоченности экологической ситуацией напрямую связана со стремлением к углублению экологических знаний и формированием эколого-познавательных интересов людей, являющихся составной частью экологического образования и элементом экологической образованности человека»¹.

В экологической культуре закрепляется комплекс экологической деятельности, а также общественных отношений, связанных с ее выполнением, и как составной духовный элемент — специфическое экологическое сознание конкретной эпохи.

Отношения между человеком и обществом и человеком и природой имеют образы — модели в сознании человека. В нем отображается окружающий мир. При этом человек, пользуясь имеющимися внутренними моделями — образами, общается с окружающей средой и изменяет ее.

Для выработки концепции выживания человечества необходимо не только накопление конкретных медико-биологических, географических, социально-экономических знаний. Необходимо прежде всего сформулировать, определить методы нравственного и духовного воспитания человека путем перестройки его мышления для осознания себя и своей роли в природе.

Новый, целостный подход к изучению человека позволяет показать переход от экологии человека к экологии сознания. Сознание социума должно выполнять в данном контексте одну из основных экокультурных функций — экорефлексивную. Это означает, что, во-первых, социум должен идентифицировать некую среду, которая его окружает, как имманентную себе, то есть как свою «окружающую среду». Во-вторых, располагать адекватной мерой жизнепригодности окружающей среды, в-третьих, осознавать свое влияние на окружающую среду. Общество, в культуре которого не наблюдается постановки

¹ Никанорова Е. В. Экологическая культура и факторы ее формирования: философско-социологический аспект проблемы : Дис. д-ра филос. наук. М., 1994. 266 с.

экологической социализации личности, особенно подрастающего поколения, изначально обречено на разрушение.

Формирование экологической культуры должно рассматриваться как с позиций общества, так и с позиции личности. Экологическая культура общества более мобильна и более подвержена переменам в зависимости от требований к условиям жизни.

Индивидуальная экологическая культура — это результат воспитывающих воздействий социальной среды. Нравственное отношение именно в единстве с этическим может стать одним из важнейших духовных стимулов гармоничного природопользования. Положения экологической этики уже сейчас позволяют предложить следующие императивы:

- отказываться от любых действий, которые могут подорвать возможности существования будущих поколений;
- мера ответственности перед потомками должна быть приоритетной при принятии решений, касающихся здоровья человека и состояния окружающей природной среды;
- недопустимо в интересах ныне живущих людей наносить ущерб интересам будущих поколений.

Однако эти и другие положения экологической этики призваны обеспечить гармонизацию взаимодействия человека и природы, могут быть реализованы, если они практически пронизывают самые различные сферы человеческой деятельности: материальное производство, науку, образование, воспитание, политику и т. д. Только в этом случае этические регулятивы, насыщенные экологическим содержанием, приблизят становление экологического общества.¹

Сегодня ценности экологической культуры призваны способствовать развитию мировоззренческих установок, формированию творческой, социально ответственной человеческой личности. Это связано с такой характеристикой экологической культуры, как сопряженность в ней личного и общественного. Экологическая культура определяет границы человеческой свободы по отношению к природной необходимости посредством познания экологических законов и перестройки всей человеческой деятельности на их основе. При этом совместимость и соразмерность человеческой дея-

¹ Гусейнов А. А. Золотое правило нравственности // Новый философский словарь / В. С. Степина, А. А. Гусейнова, А. П. Огурцова, Г. Ю. Семигина. М. : Мысль, 2001. Т. 2. С. 54–55.

тельности с законами развития природной целостности способствует раскрытию сущностных черт человека.

Экспертный опрос 2011 г. показывает те личностные качества, которые должны быть присущи экологу и специалисту в природоохранной сфере для успешности экологической деятельности¹:

- образованность и наличие специальных знаний — 83%;
- ответственность, порядочность — 48%;
- целеустремленность — 33%.

Удивительно, что любовь к природе не является основополагающей в ответах экспертов (19%).

По мнению экспертов, видами деятельности, способствующими формированию личностных качеств любого человека и определяющими уровень его экологической культуры, могут являться:

- образование и просвещение в области экологии — 100%;
- общественная деятельность (участие в общественных движениях, акциях и т. д.) — 39%;
- участие в формировании экологической политики — 21%;
- изучение правовых основ в области экологии — всего 12%, что противоречит общемировой практике и свидетельствует о низком уровне самосознания и экологического сознания гражданского общества.

Естественные процессы развития общественной жизни в силу тех же общих свойств, присущих любым процессам самоорганизации, приводят к разнообразию не только общественных структур, но и цивилизаций. Широко распространено мнение о том, что их разумно разделить на два класса: техногенные, стремящиеся с предельной эффективностью использовать любые новации (и собственные ресурсы, и собственный интеллект), и традиционные, которые в отличие от первых стремятся прежде всего к воспроизведению самих себя. Наглядно демонстрируется, что такое разделение применяется еще с античных времен, причем оба типа общества в определенные периоды своей истории могли быть вполне процветающими, то есть быть вполне стабильными, и, следовательно, обеспечивать своим членам необходимую веру благополучия и «внутреннего комфорта», и, что очень важно, они вырабатывают механизмы, позволяющие избегать застоя и деградации.

Такое разделение цивилизаций на два типа, разумеется, очень схематично. Тем не менее оно дает представление о существовании

¹ Экспертный опрос проводился в рамках Международной конференции «Экология, технологии, культура в современном мире: проблемы vs. решения». М., 2010, N=42.

некой внутренней установки, присущей целому народу и даже группе народов, этносам. Благодаря различию в этих установках поведение наций может быть качественно различным в одних и тех же условиях.

Объяснить различия в цивилизационных ориентирах одними экономическими факторами невозможно. Объяснить с позиции этногенеза, которую развивал Л. Н. Гумилев, — тоже весьма не просто.¹ Многообразие цивилизационных установок — факт эмпирический. Он тоже следствие закона дивергенции. Что в процессах формирования этих внутренних установок является врожденным, если угодно, генетически присущим той или иной культуре (цивилизации), а что рождается под давлением обстоятельств? Может ли тип цивилизации менять свою природу, а этнос менять свои внутренние установки? И если «да», то что из этого следует?

Анализ ушедших десятилетий показал, что пренебрежение вопросами духовной культуры и нравственности нанесло колоссальный урон во всех сферах жизни общества. Рост агрессивности, озлобленности, безысходности, потеря смысла жизни — лишь видимая часть «айсберга» духовного неблагополучия. Принято считать, что развитие государства зависит прежде всего от экономики. Однако необходимо учитывать зависимость государства от культуры. От характера господствующей в обществе культуры во многом зависят тип государственного устройства, политические нравы и отношения.

Государство, идеологи, лидеры отвечают за то, какие образцы ценностей они предлагают нации для подражания. Именно ценность, переживаемая человеком как наивысшая, определяющая его жизнь, играет решающую роль в формировании личности. Важную роль в поведении человека играют особенности мотивации людей, которые зависят от ценностей, которыми они руководствуются.

Каким основным жизненным целям служат достижения техногенно-потребительской цивилизации? Не высшие идеалы и ценности (познание, любовь, духовное единение и творческий труд) определяют низшие формы жизнедеятельности человека, а наоборот, низшие страсти и материальные интересы подчиняют себе высшие и в итоге подавляют их. Жизнь сводится к погоне за телесным и психологическим комфортом, удовольствиями и социальным признанием; культура становится «падчерицей» техники и экономики. В современном мире все направлено к тому, чтобы сделать жизнь

¹ Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. М. : АСТ, Астрель, 2005.

удобнее, проще, приятнее. Отсюда культ комфорта, самопотакания, произвола, разрушение института семьи, проповедь идеала безответственного индивидуализма. Современная экономика не столько удовлетворяет естественные потребности человека, сколько диктует ему новые, причем все более искусственные, а то и разрушительные. Сам человек в современной науке рассматривается всего лишь как система среди систем, с набором основных потребностей.

Есть ли альтернатива сложившейся ситуации в России? Этот путь не только возможен, но и неизбежен. Это путь формирования и развития цивилизации, основанной на экологической культуре, опирающейся на духовно-нравственные основы общества. Экологическая культура становится необходимой в аспекте адекватного осмысления научной картины мира и перспектив развития человечества. Научно-технический прогресс, производство товаров и услуг, политические и финансово-экономические интересы должны быть не целью, а средством гармонизации отношений между обществом и природой, способом утверждения высших идеалов человеческого существования: бесконечного познания, всестороннего творческого развития и нравственного совершенства. Только экологическая культура сможет обеспечить воспроизводство человека именно как Человека — как духовно-нравственного существа, и тогда на первый план выходят проблемы экологии сознания, духовности, нравственности, культуры. Необходимо, чтобы при принятии любых политических и экономических решений функционирование государственных институтов базировалось на духовных и экологических императивах. Это подразумевает постепенный поворот во всей системе общественных отношений и представлений. В сфере основных потребностей необходим переход от культа материального потребительства к разумному самоограничению и переориентации на истинно человеческие потребности, то есть на познание, любовь, объединяющий творческий труд, общественное служение. От крайностей роскоши и нищеты к формированию истинной потребительской корзины, основанной на реальных потребностях и экологических стандартах. Технический прогресс дал миру прекрасных искусственных помощников, сделав нашу жизнь комфортной. И не надо звать человечество назад в каменный век. Но тот же технический прогресс привел нас на край пропасти. Нужны нравственные ограничители, которые не позволили бы человеку упасть в эту пропасть. И как отмечал Н. Н. Моисеев, без экологии духа, без воспитания человека, мыслящего широко и предельно ответственно, мы не сможем избежать

печального прогноза.¹ Трансформация человека должна осуществляться по законам любви, красоты и гармонии.

Отрадно осознавать, что пусть даже незначительная часть современного социума уже осознала необходимость качественного изменения духовного начала общества, о чем свидетельствуют симпозиумы, конференции различного уровня, заседания «круглого стола». Многие энтузиасты занимаются просветительством, создаются общественные организации, экологические движения.

Понимание экологических проблем как научно-осмысленных, закрепленных в индивидуальном и массовом сознании должно стать центральным в международно-ориентированной социокультурной системе образования, формирующейся в ходе глобализации современного социума. В итоге экологическая культура сможет выполнить свою главную миссию — донести до всех слоев социума основы духовного развития и тем самым способствовать переориентации человека на планетарные ценности: сохранение ресурсов живой и неживой природы.

Библиография

1. Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. М., 2005.
2. Гусейнов А. А. Золотое правило нравственности // Новый философский словарь / В. С. Степина, А. А. Гусейнова, А. П. Огурцова, Г. Ю. Семигина. М., 2001. Т. 2.
3. Марар О. И. Духовная жизнь общества и проблемы экологической культуры в современной России (историко-социологический анализ). Воронеж : РАГС, 2008. 260 с.
4. Маршак А. Л. Экологическая культура: сущность и пути становления // ПОИСК. — 2003. — № 5. — С. 105–118.
5. Моисеев Н. Н. Экология в современном мире // Наука и жизнь. — 1998. — № 3.
6. Никонорова Е. В. Экологическая культура и факторы ее формирования: философско-социологический аспект проблемы : Дис. д-ра философ. наук. М., 1994.
7. Сосунова И. А. Актуальные проблемы социальной экологии и экосоциологии. М. : НИИ-Природа, 2009. 173 с.
8. Урсул А. Д. Становление информационного общества и переход к устойчивому развитию // Проблемы информатизации. — 1997. — Вып. 4.

¹ Моисеев Н. Н. Экология в современном мире // Наука и жизнь. — 1998. — № 3. — С. 2–11.

*ОСТАХНОВИЧ Всеволод Олегович,
аспирант кафедры культуры,
воспитания и безопасности
социологического факультета,
МГУ им. М. В. Ломоносова
seva_ost@mail.ru*

Сравнительный анализ идеалов прошлого и настоящего: социальные механизмы обновления / Comparative analysis of the past and the present: social mechanisms of renovation

Аннотация

Цель данной работы — показать формирование, трансформацию и передачу идеальных образов, которые функционируют в каждом обществе. Идеал — сложная категория, которая развивается под воздействием множества факторов: политических, экономических, информационных и др. Сравнивая две исторических эпохи, автор ставит перед собой задачу рассмотрения методов адаптации сознания индивида к новым условиям в рыночной экономике и социальных механизмов обновления.

Ключевые слова

Идеал; сравнительный анализ; социальная установка.

Annotation

The main goal of this research is to present the shaping, transformation and transition of ideal forms that function in every society. An ideal is a complex category that develops under the influence of different factors: political, economic, informational, etc. Comparing two different epochs the author examines methods of adaptation of an individual to the new economy and social mechanisms of renovation.

Keywords

An ideal; comparative analysis; social attitude.

Современная российская действительность представляет собой весьма интересный для изучения феномен. И в первую очередь это связано с определенным общественным расколом, который произошел в сознании граждан после распада Советского Союза и провел демаркационную линию, разрушая одни идеалы и создавая другие. До сих пор наше общество является носителем сразу двух наборов установок, что своеобразно влияет на наше поведение, сознание и мировоззрение в целом. Такая особенность не является случайной, и целью нашей работы будет сравнительный анализ идеалов прошлого и настоящего, а также объяснение механизмов создания и трансляции идеальных образов.

Идеал (франц. *idéal*, от греч. *idéa* — идея, первообраз) — идеальный образ, определяющий способ мышления и деятельности человека или общественного класса¹. Идеал — представление высшего совершенства в каком бы ни было отношении; то, что является объектом стремления, независимо от того, близка или очень отдалена возможность осуществления.²

Еще в кантианском и гегельянском смысле идеал — суть абстрактное понятие, присущее всем в равной степени и относящееся к сфере эстетических чувств, но уже у Маркса это понятие переносится в сферу сугубо прикладную, олицетворяя собой вполне реальную или, как минимум, рационально осязаемую вещь. Отныне идеал — сила, которая способна организовывать группы людей в борьбе за власть, за идеологию, которая уже не моральная доминанта, а скорее политическая. Следовательно, в развитии этого понятия наблюдается едва заметный перенос из области умозрительной и чисто нравственной в сферу политически нравственную.

В бытовом представлении идеал — нечто совершенное, что воплощает в себе привлекательные черты и ценности. Идеальный образ человек рисует себе исходя из своих ценностных ориентаций,

¹ Гвоздецкий Н. А. Эльбрус // Большая Советская Энциклопедия. М., 1978. — <http://tinyurl.com/c578a68>.

² Символы, знаки, эмблемы: Энциклопедия / Авт.-сост.: В. Э. Багдасарян, И. Б. Орлов, В. Л. Телицын; под общ. ред. В. Л. Телицына. 2-е изд. М. : ЛОКИД-ПРЕСС, 2005. <http://tinyurl.com/ccvesbc>

прежде всего, и под влиянием социальной среды и исторического времени. Таким образом, каждая эпоха формирует свои идеальные образцы для подражания, но в целом сущность идеала лежит в дефицитных качествах. Именно дефицит рождает уникальность, редкость объекта, что и ценится нами. Основным определением дефицита является «недостаток, нехватка чего-либо»¹. Таким образом, под дефицитом мы подразумеваем недостаток качеств, необходимых для приближенного восприятия образца в качестве эталонного. С другой стороны, резкое физическое уродство или девиантное поведение, являющиеся отклонениями в этом смысле слова, не будут образцами для подражания, потому что идеал, помимо воплощения дефицитных качеств, должен соответствовать официальной позиции той группы, к которой человек испытывает эмпатию, так или иначе принадлежит или которой доверяет. Эта группа создает свой идеальный объект в самом широком смысле этого слова, на который члены этой группы начинают равняться. При этом идеал имеет яркий контагиозный характер: чем больше людей начинают его проповедовать, тем более он начинает довлеть в обществе.

Третьим компонентом для формирования идеала является массовость. Идеал избранных может и становится идеалом многих тем легче, чем активнее он начинает проповедоваться «наверху», чем сильнее им руководствуются. Так, посредством первичной и вторичной социализаций в нашем сознании возникает некий идеальный объект. Как уже говорилось выше, складывается он под руководством наших первых авторитетов — родителей — как определенный эталон дефицитных качеств, который мы либо пассивно созерцаем, либо к которому активно стремимся. По мере погружения в общество мы начинаем проецировать общественные отношения на себя и замечаем, что наиболее успешная часть социума, обладающая рядом определенных монополий (во власти, в науке, в искусстве, в религии и проч.), как раз и является носителем этих самых дефицитных качеств. Ценность этих качеств и отчасти их уникальность укрепляют наши идеалы. А активная пропаганда и приверженность своим идеалам довершают его укрепление в сознании человека. Так, дефицит определенных качеств и характеристик, присущих узкому кругу выдающихся лиц, которые свято чтут свои идеалы, определяет и наш с вами идеал.

¹ Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М. : ЭКСМО, 2008. 944 с. (Библиотека словарей).

Сравнивая разные исторические эпохи и этапы развития общества, мы увидим, что в период родоплеменных отношений идеалом всегда были физические способности человека как защитника очага. Поэтому скорее всего лишь физическое превосходство было в те времена достижимым идеалом. С развитием научной мысли, например, идеалом становились знания. Но не стоит забывать, что речь идет только о тех слоях общества, в которых первичные человеческие потребности удовлетворялись. Вообще строение общества и его деление на страты изначально предполагают различия в ценностных установках и, следовательно, в идеалах. Возвращаясь назад, вспомним, что дефицит создает востребованность и уникальность (пусть зачастую индивидуальную) желаемого. Соответственно, для каждого класса, слоя существует свой дефицит, что и определяет идеал. С другой стороны, при дифференциации общества возникают все новые сферы, к которым человек имеет доступ. И если раньше толкованием воли богов могли заниматься избранные и знания эти передавались в строжайшем секрете, то со временем возник институт науки и образования, посредством которого происходит трансляция знаний. Нельзя забывать о дефиците ресурсов, ибо во все времена именно он вкупе с образами его обладателей создавали идеалы. И лучший тому пример — богатство, тот идеал, к которому стремились всегда в той или иной степени.

Этот краткий обзор развития и укрепления идеала в нашем сознании, а также его зависимость от носителей дефицитных качеств нам нужен был для дальнейшего рассмотрения и анализа прошлого и настоящего. Основным моментом нашей работы является рассмотрение идей разработки и внедрения механизмов распространения идеалов «сверху вниз» в периоды СССР и РФ. Формат работы не позволяет исследовать причины успеха революции 1917 года, социальную, экономическую и политическую обстановку того времени. Важнее понять, на наш взгляд, то, что пропагандистская машина сделала абсолютно верную ставку на рабоче-крестьянский класс. Эта революция поистине стала вехой в нашей истории, тем поворотным пунктом, который практически мгновенно изменил абсолютно весь общественный уклад жизни и даровал быстрое достижение идеалов. И это важный момент. Получив то, за что боролись, о чем мечтали и к чему так или иначе стремились, люди оказались в инфантильном состоянии сознательного восприятия мира. Как любая сбывшаяся мечта требует перестройки всех образов, так и новый строй требо-

вал определенного времени для адаптации. Адаптация — именно тот аспект, которым так успешно воспользовались коммунисты. Пока в сознании людей буйствовал хаос и эйфория, они готовили почву. Одни идеалы достигнуты, а формирование других пока не началось. Это и стало той плодотворной почвой, на которой можно было взрастить все что угодно. Неслучайно ведь Ленин уделял такое огромное внимание СМИ. Эта «четвертая ветвь власти» способна оказать существенное влияние на массы: глас народа, общественное мнение, цензурируемое специальными органами, творили чудеса.

Идеал постепенно заменяется идеологией, которая сознательно навязывалась методами пропаганды. Власть всегда пыталась максимально ограничить себя, создавая вокруг жесткую систему поощрений и наказаний, которая бы не позволяла легко проникать в верхние эшелоны, что и делало ее дефицитным ресурсом, а главное, поддерживало ее авторитет и укрепляло ее консерватизм. Исходя из этого, идеалы общества, конечно, всегда навязывались и регулировались по мере возможности именно для того и прежде всего для того, чтобы сохранить власть. И чем дальше человек находился от власти, чем меньше он имел знаний, тем «ниже» были его идеалы, как мы уже говорили, учитывая его насущные проблемы и потребности. Таким образом, постепенно мы вышли к пониманию того, что помимо идеальных образов, которые человек имел благодаря воспитанию, образованию, личным мотивам и принадлежности к определенной группе или страте, ему искусственно и всегда довольно искусно навязывалась идеология правящей элиты, что означало принятие ее властных решений и непредвзятое отношение к ним. Это необходимо понимать, говоря об идеалах советского человека. Сознание людей после революции стало осколочным, чистым листом, на котором можно было написать все что угодно. Идеалы коммунизма апеллируют прежде всего к рабоче-крестьянской массе, которая в своем большинстве жила поистине в бесчеловечных условиях. И главным лозунгом, который они были способны воспринять, стала идея об обобществлении средств производства. Именно они, находясь в руках небольшой группы людей, которая их монополизировала, и являлись тем камнем преткновения, который мешал всестороннему развитию человека, как индивида и личности. Такая постановка вопроса стала ясна очень многим, и «на обломках» сознания стал постепенно вырисовываться светлый образ будущего, где каждому

будет дано по потребностям, а спрошено по возможностям. И целый класс поднялся. Но поднялся не силой идеала, а силой реальной жизни и реальных человеческих потребностей, о чем уже говорилось выше. Идеал марксизма, коммунизма в отличие от кантианского и гегельянского понимания идеала предполагал как раз реальную осуществимость. Вся идеология того времени была направлена на борьбу, на работу, на самосовершенствование и очищение себя от буржуазного налета ради достижения конкретных целей коммунизма. Именно тогда и произошло смешение идеала как нечто сугубо индивидуального с идеологией правящей элиты. А возможно, это стало благодаря все тем же компонентам идеала: массовости, а точнее, активной пропаганде и уникальности предложения, выражаясь экономическим языком. Жесткие шаги, которые предприняли большевики вначале, в целом явились показательными настолько, чтобы народ поверил им и пошел за ними, преследуя свою цель. При этом маячащий вдалеке идеал позволял власти тонко манипулировать сознанием людей, каждый раз напоминая, за что они борются. А пока коммунизм нам только снился, народу все-таки дали то, что можно ценить: бесплатное образование, финансирование фундаментальной науки, медобслуживание, а главное — равенство. И пусть эта мысль спорная, но основная масса людей удовлетворяла свои главные потребности, а значит, могла жить идеологией государства. Правда, в очень жестких условиях, ведь, как известно, спокойное состояние порождает вольнодумство, чего допускать было нельзя. Поэтому образ оруэллского Большого Брата повсюду следовал за человеком. Но постоянно держать народ в страхе и повиновении без видимых на то «объективных» причин очень тяжело, что постепенно сказывалось на сознании людей. Определенная «зашоренность» присутствовала долгие годы вплоть до распада СССР, но качественный надлом в итоге произошел. Центробежные национальные силы, авторитарный характер советского общества, растущее недовольство населения из-за перебоев с продовольствием и самыми необходимыми товарами, кризис экономической системы в целом и политическая инфантильность, моноцентризм принятия решений в условиях такой громадной страны, рост бюрократического аппарата и неповоротливость государственной машины в итоге сделали свое дело. Были ли это решающие факторы или за этим стояли более могущественные силы — вопрос спорный и неизведанный до конца, но этот катаклизм вновь «обнулil» сознание граждан

и создал плодотворную почву для взращивания новых идеалов. И снова ставка в этой борьбе была сделана на активное молодое поколение, которое уже не было так близко к событиям прошлого и попросту не верило в идеалы коммунизма. Идеология в сознании этой группы снова уступила место своим личным индивидуальным мотивам, в то время еще окончательно не сформировавшимся, но уже требующим чего-то другого. Власть уже не расценивалась как носительница уникальных достойных подражания черт, что, например, хорошо иллюстрируют анекдоты того времени и появившееся резко негативное отношение ко всему советскому, «совковому». Статус-кво нарушен, и власть больше не могла поддерживать идеал-цель. Принадлежность к этой группе больше не чувствовалась, а классовые потребности вновь заговорили. И появилась демократия со свободным рынком и свободной конкуренцией, дарующей свободу, которой так не хватало. Буквально за одно поколение произошли качественные изменения в умах граждан. Люди научились ценить свободу, а вкусив ее однажды, человек никогда не согласится ни на что ее променять. Механизмы управления изменились, но суть осталась прежней. Несмотря ни на какие лозунги, власть всегда обособляется от народа. В период распада СССР и во время первых шагов демократии именно СМИ помогли ей в этом. Если раньше был дефицит информации, то при падении «железного занавеса» ее стало слишком много. Информационный взрыв, как известно, порождает определенные шоки, которыми при желании можно управлять. Нам известно из теории психологии, что при наличии большого объема информации, особенно зачастую противоречивой, человек перестает ориентироваться и становится пассивным наблюдателем, способным воспринимать действительность фрагментарно, теряя целостность картины. При этом сознание реагирует в основном на новизну, активно впитывая в себя новые модели поведения, образы, а соответственно, и идеалы. Теперь достаточно вспомнить то время, чтобы осознать, что мы потребляем во всех смыслах этого слова, чтобы понять современное общество, основными идеалами которого стали консюмеризм, индивидуализм, стремление к богатству, славе, влиянию. Неслучайно в наше время особый смысл обретает понятие «псевдоидеал». Особенно если его накладывать на отголоски прошлого, в котором присутствовал, наверное, главный образ идеала — семья. Именно идеология потребления разрушает наше общество. Посмотрим на это через призму того, о чем писалось ранее.

Идеальный объект формируется, исходя из осознания недостатка чего-либо, будь то товары первой необходимости или определенные качества. Но если стратификационная система прежнего общества строилась таким образом, что обычный человек четко знал свое место в системе, формируя определенные модели поведения и определенный образ идеала, то демократия сняла многие оковы, позволив, таким образом, свободно выбирать, увеличив вертикальную и горизонтальную мобильность в системе. Это с одной стороны. С другой — официально снимая ярлык дефицита со свободы, власть должна быть уверена, что большинство будет ее поддерживать. Мы помним систему поощрений и наказаний. Но теперь этого оказалось мало. Традиционный тип господства канул в Лету, харизматичный — недолговечен. Остается рациональный, основанный на вере людей в легитимность власти. А легальная власть всегда активно занимается мифотворчеством, основными создателями которого являются как раз СМИ.

В современной эпохе на первый план выходят проблемы человека и его качеств, в основе которых лежат базовые ценности и благодаря которым происходит формирование идеалов.¹ По мнению Ф. И. Минюшева, «в жизненной борьбе начинает одерживать верх понимание и принятие людьми “достижительной”, не уравнительной справедливости»². Человек теряет часть «коллективного» и встает на путь «индивидуального», так как новейшее время требует от индивида все большей и большей его вовлеченности в мир индивидуализма, где его будущее зависит прямо пропорционально от его усилий.

Информационные потоки, которые вовлекли нас в глобальные мировые процессы, сильно влияют на наше сознание. Отныне мы снова можем сравнивать и испытывать недостаток в благах и услугах. Заметим, что повсеместное распространение рекламы уже само по себе рождает спрос даже на те продукты, которые, по сути, не нужны. Отчасти это дань моде. Но в глобальном смысле это система, которая устроена таким образом, чтобы люди покупали. Неслучайно последнее время слышатся крики об упадке нравственности, эгоизме и жесточенности. К сожалению, нужно признать, что мы

¹ Мониторинг общественного времени 2007. — № 4. — 101 с.

² Минюшев Ф. И. Социальное отчуждение. Опыт нового прочтения // СоцИс. — 2011. — № 4.

действительно стали «холоднее». Во многом благодаря «холодным» маклюэновским медийным средствам и технологиям «глобальной деревни». Таким образом, мы проанализировали не просто идеалы прошлого и настоящего, а попытались разобраться в механизмах их формирования, трансформации и передачи, что, конечно, намного важнее.

Библиография

1. Гвоздецкий Н. А. Эльбрус // Большая советская энциклопедия. М., 1978. <http://tinyurl.com/c578a68>
2. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М., 2008.
3. Минюшев Ф. И. Социальное отчуждение. Опыт нового прочтения // СоцИс. — 2011. — № 4.
4. Мониторинг общественного времени 2007. — № 4.
5. Символы, знаки, эмблемы: Энциклопедия / Авт.-сост. В. Э. Багдасарян, И. Б. Орлов, В. Л. Телицын; под общ. ред. В. Л. Телицына. 2-е изд. М., 2005. <http://tinyurl.com/ccvesbc>

*СОРОКИН Кирилл Сергеевич,
аспирант кафедры культурологии, факультет
социологии, экономики и права, МПГУ
codsrage@yandex.ru*

Культурные универсалии в рекламном воздействии / Cultural universals in advertising influence

Аннотация

Реклама — одна из форм социального управления. «Рекламное» управление принимает форму влияния рекламиста на рекламную аудиторию, его целью является принятие целевой рекламной аудиторией (управляемой системой) предоставляемых ей в процессе рекламного воздействия информационных моделей рекламируемых благ, изменение за счет этого своего потребительского поведения. Эффективное рекламное сообщение должно базироваться на культурных универсалиях, характеризующих глубинные качества культурной жизни людей. Культурные универсалии обуславливают конечный список апелляций к тем или иным сторонам бытия и сознания человека, используемых рекламистами для воздействия на аудиторию.

Ключевые слова

Реклама; управление; воздействие; влияние; культурные универсалии; миф; игра; культурный герой.

Annotation

Advertising is a form of social control. The «advertising» control occurs through the influence of an advertiser on the audience of advertisement, aimed to induce the audience (the controlled system) to accept the information models of advertised goods that are being conveyed, thus modifying consumer behaviour. An efficient advertising message should be based on cultural universals that characterize deep

qualities of people's cultural life. Cultural universals determine the final list of appeals to specific aspects of everyday life and minds of people that advertisers use to influence the audience.

Keywords

Advertising; control; influence; cultural universals; myth; game; cultural character.

Рекламирование можно квалифицировать как одну из форм социального управления. В рамках так называемой социетальной концепции к социальному управлению относится управление любыми объектами, имеющими социальную природу, т. е. не являющимися объектами техническими или биологическими. Ядром социального управления является социальное воздействие. Мы разделяем точку зрения О. О. Савельевой, что социальное воздействие есть асимметричное социальное отношение, когда один участник социального обмена (управляющий) получает возможность изменять сознание, поведение другого участника (управляемого) за счет своих целенаправленных действий.¹ В случае с рекламой управляющим является рекламист, управляемым — рекламная аудитория.

Изменять сознание и поведение аудитории можно с помощью власти — прямого подчиняющего воздействия. Следствием является «подчинение» одной стороны другой, так называемая вынужденная уступчивость. «Человек подчиняется или ведет себя определенным образом потому, что он либо боится наказания, либо уступает социально узаконенному авторитету, либо «обменивает» свое поведение на вознаграждение»². Но рекламист не располагает властью относительно рекламной аудитории, он не может осуществлять относительно нее прямые подчиняющие действия.

Но в теории управления выделяют еще один вид управленческого воздействия — влияние.³ В процессе воздействия субъект управления предъявляет аудитории некоторые информационные конструкции, которым аудитория придает смыслы и значения и, как следствие, внутренне принимает предлагаемые ей действие, модель

¹ Савельева О. О. Социологические основания рекламного воздействия. Saarbrücken, LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. С. 157.

² Там же, с. 160.

³ Там же, с. 162.

поведения, ценностную ориентацию, установку, норму и т. д. «Рекламное» управление принимает именно форму влияния рекламиста на рекламную аудиторию, его целью является достижение принятия целевой рекламной аудиторией (управляемой системой) предоставляемых ей в процессе рекламного воздействия информационных моделей рекламируемых благ, изменение за счет этого своего потребительского поведения.

Механизм «мягкого» рекламного управления достаточно очевиден. Реклама предоставляет покупателю, во-первых, прагматическую информацию о рыночных предложениях, ориентирует его в возможности приобретения необходимых благ. Это объективное основание рекламного воздействия. Но, во-вторых, рекламист оформляет эти прагматические предложения в знаках и символах, отражающих представления и ожидания целевой аудитории. Неслучайно рекламу неоднократно определяли как «торговлю образами», которая становится особенно значимой в условиях культуры пост-модерна.¹

Эффективное рекламное воздействие предполагает, что рекламируемое предложение, во-первых, будет с прагматической точки зрения желательно и приемлемо для аудитории. Во-вторых, рекламное сообщение содержит, как правило, убеждающий компонент, который склоняет аудиторию удовлетворить потребность с помощью именно данного конкретного товара. Этот убеждающий компонент рекламы базируется в общем случае не на прагматике, а на аксиоматике рекламного сообщения, на знако-символической конструкции, апеллирующей к экзистенциальному индивидуальному или социальному опыту.

Каждое рекламное сообщение (плакат, ролик и пр.) представляет собой, по сути, отдельный артефакт, являющийся интерпретативным воплощением рекламы как общей культурной формы, вариацией того образца решения задачи по удовлетворению потребности, который кристаллизировался в рамках данной культурной формы.² И практиков-рекламистов, и ученых-теоретиков интересовал вопрос, на каких основаниях конструируются отдель-

¹ Экономическая психология (социокультурный подход) / Ред. И. В. Андреевой. СПб. : Питер, 2000. С. 488.

² Флиер А. Я. Артефакт культурный // Культурология XX века. Энциклопедия. Т. 1. СПб. : Университетская книга, 1998. С. 34.

ные рекламные артефакты. Обычно дается ответ, что во внимание принимаются ценности, нормы, мотивы, мнения, интересы, стереотипы аудитории и т. д. Перечень этот может быть практически бесконечным и вполне бессистемным.

Более системный взгляд на проблему можно сформировать, на наш взгляд, в рамках культурологического подхода к рекламе, соотнося рекламу с категорией «культурные универсалии». Именно культурные универсалии, характеризующие глубинные качества жизни людей, задают, по нашему мнению, конечный список апелляций к тем или иным сторонам бытия и сознания человека, который используется рекламистами для воздействия на аудиторию. Апелляция к определенной культурной универсалии (или сразу к нескольким) — фундамент рекламного воздействия как «культурного управления» (концепцию культуры как управления разработала А. П. Николаева-Чинарова¹). Уже на этот фундамент «надстраиваются» культурные проявления, стандарты, образцы, локализованные для той или иной рекламной аудитории.

В философском дискурсе универсалиями называют общие понятия, категории прежде всего, а также формы всеобщности, поскольку они признаются присущими не только мышлению, но и независимой от него реальности.² В культурологии категория универсалий (культурных универсалий) начала формироваться еще И. Г. Гердером³, рассматривавшим различные общечеловеческие репрезентации культурного опыта и деятельности, отраженные в повседневном поведении и различных мировоззренческих конструкциях и являющиеся фундаментальными категориями человеческой картины мира.

Современное словарное определение культурных универсалий — типовые и повторяющиеся аспекты человеческой жизнедеятельности, которые прослеживаются во всех известных обществах. Это своего рода инварианты человеческого развития, «существенно общее»

¹ Николаева-Чинарова А. П. Культура как управление системой социальных потребностей (на материале рекламы): Дис. ... д-ра филос. наук. Тамбов, 2010.

² Ойзерман Т. И. Существуют ли универсалии в сфере культуры? // Вопросы философии. — 1989. — № 2.

³ Гердер И. Г. Идеи к философии истории человечества: пер. с нем. // Хрестоматия по социальной философии. М. : Академический проект, 2001.

или «превалирующая общность» (выражение Т. Ойзермана), характеризующая «род человеческий». Это те состояния, свойства, ситуации, виды деятельности, материальные объекты, правила, которые присущи всем культурам независимо от географического положения, исторического времени и социального устройства общества. «То, что делает универсалию в сфере культуры общим элементом жизни разных народов, есть предпочтение, которое отдает данному взгляду, данному типу поведения большинство людей, независимо от того, соответствует ли их собственное поведение предпочитаемому культурному императиву», — пишет Ойзерман¹.

Перечень культурных универсалий — предмет научных дискуссий. За исходную точку отсчета для таких дискуссий принимают, как правило, «список Мердока». В исследованиях 50–60-х годов выдающийся культуролог XX века Дж. П. Мердок с коллегами из Йельского университета на основе изучения множества конкретных культур выделил более 80 универсалий: семья, празднества, добывание огня, фольклор, возрастная градация, спорт, нательные украшения, календарь, соблюдение чистоты, общинная организация, приготовление пищи, ухаживание, танцы, декоративное искусство, образование, игры, обычай дарить подарки, приветствие, прощание, родственные группы, брак, музыка, мифология, сексуальные ограничения, хождение в гости и др.² Причина существования единых для всего мира поведенческих категорий объяснялась культурологами неоднократно: люди физически устроены одинаково, сталкиваются с общими проблемами, преодолевая свою природную ограниченность и адаптируясь к среде. Культурные универсалии — это выработанные культурой поведенческие паттерны, в рамках которых человек может решать поставленные перед ним проблемы своей жизнедеятельности. Но решает он их, естественно, по-разному, ориентируясь на тот социокультурный контекст, тот хронотоп, в котором живет и действует. Достаточно вспомнить, какое разное содержание вкладывалось в понятие «образование» на протяжении разных исторических эпох, сколь разнятся сексуальные ограничения в разных культурных и социальных группах (но везде они есть).

¹ Ойзерман Т. И. Существуют ли универсалии в сфере культуры? // Вопросы философии. — 1989. — № 2. — С. 56.

² Кравченко А. И. Культурология. М. : Академический проект, Трикста, 2003. С. 31.

Более того, дискутируется вопрос о том, что список культурных универсалий меняется, поскольку в человеческом обществе есть социокультурная динамика, идут цивилизационные процессы. Т. Ойзерман¹ разбирает, в частности, проблему динамики культурных универсалий на примере феномена индивидуальной половой любви. «В отличие, — пишет он, — от простого сексуального предпочтения любовь как исключительный выбор партнера на основе чувства существовала не всегда, возникла и развилась в ходе цивилизации, несмотря на противодействующие ей факторы (социальное и имущественное неравенство, моногамность семьи и пр.). И тем не менее исключительный выбор на основе любви становится в ходе развития общества все более доминирующим фактором в образовании семьи, в поддержании ее существования. Многочисленные исключения, особенно типичные для имущих классов, свидетельствуют о противоречивости становления этой универсалии. Однако весьма показательно, что браки по расчету всегда «маскируются» как основанные на чувстве, на взаимном влечении. Истинная причина таких браков скрывается как теми, кто вступает в брачный союз, так и близким окружением. Это значит, что брак по расчету морально несостоятелен, противоречит традиционному культурному стереотипу, согласно которому первой предпосылкой семьи является исключительное взаимное предпочтение лиц противоположного пола. Поэтому даже убежденные сторонники брака по расчету, выступающие как трезвые, дальновидные ценители этого института культуры, все же не отрицают существенности взаимного влечения, но уверяют, что оно возникнет как раз в процессе супружеского общения (на принципе «стерпится-слюбится» был основан, например, викторианский брак). Ойзерман делает, на наш взгляд, справедливый вывод, что индивидуальная любовь и выбор спутника жизни на ее основе стали абсолютным предпочтением и в этом качестве являются универсалией культуры, вопреки тому, что речь зачастую идет не столько о сущем, сколько о должном. Признание факта изменения перечня культурных универсалий под влиянием социокультурной динамики вызвало к жизни, на наш взгляд, появление в культурологии такой категории, как «универсалии цивилизации»² —

¹ Ойзерман Т. И. Существуют ли универсалии в сфере культуры? // Вопросы философии. — 1989. — № 2. — С. 56.

² Исупов Г. Г. Универсалии цивилизации // Культурология. Энциклопедия. В 2 т. / Ред. Левит С. Я. М. : РОССПЭН, 2007.

выделение общих черт, присущих цивилизации как оппозиции культуре.

Итак, в вопросе о перечне культурных универсалий нет полной ясности, но значимость подобных паттернов для человечества в целом не берется в науке под сколько-нибудь существенное сомнение. Поэтому обращение рекламиста к культурным универсалиям — это фактически выделение того «краеугольного камня» (паттерна, культурной темы), на котором будет строиться вся конструкция рекламного сообщения.

Так, признанной культурной универсалией является мифология. Человеческое сознание ориентировано на мифологизацию действительности, упорядочивание, объяснение мира через образные формулы. Опора рекламы на мифологическое мышление подчеркивалась специалистами неоднократно. В частности, Л. Л. Геращенко так объясняет приверженность рекламистов к поискам мифологического фундамента для рекламы: «Мифы в рекламе не только помогают современному человеку построить знаковую модель действительности, но и нивелируют порожденный ею внутренний конфликт самого человека. Построенная по мифологическим законам реклама становится психотерапией для жителей постиндустриальной эпохи. Миф становится спасением для человека, уставшего от отсутствия стабильной системы духовных координат, живущего в ситуации ускользающих ценностей»¹.

Одной из основных мифологем (мотивом мифа, его системообразующим компонентом) является «культурный герой» — персонаж, который в той или иной форме задает людям основы мироустройства. В древних мифах культурные герои добывают огонь, впервые создают орудия труда, обучают людей важным умениям, передают им знания, навыки, вводят социальные правила, избавляют от всеобъемлющей опасности и т. д. Боги, по сути, самое высокое воплощение культурного героя.

Но герой культуры необязательно представляет собой сакральную фигуру. Вариантами культурного героя могут быть мифологизированные исторические личности (Александр Невский). Тут можно вспомнить, что Р. Барт говорил о мифе как о фальсифицированной и деформированной истории. К культурным героям относятся значи-

¹ Геращенко Л. Л. Реклама как миф: Дис. ... д-ра филос. наук. М., 2006. С. 17.

мые персонажи эпоса (Илья Муромец), иногда они преобразуются в сказочных героев: Иван-дурак (интерпретация Ивана-дурака как особого культурного героя убедительно дана в работе¹), Василиса Премудрая, Баба-Яга и пр. — и даже героев массовых жанров искусства (Джеймс Бонд, Штирлиц). По мнению М. Найдорфа², герой культуры в широком смысле — это персонаж, который напоказ совершает свой жизненный путь в данном культурном пространстве по законам этого хронотопа, воплощая его основные свойства, «дух», и тем самым в какой-то мере символизируя каждого представителя данной культуры, становясь для них в той или иной степени автостереотипом.

Не нуждается в аргументации тот факт, что включение в рекламное сообщение в качестве суггестора героя культуры — привлекательный для рекламистов шаг, и использовался он неоднократно³, правда, не всегда с успехом. Уникальное по коммерческой эффективности и силе культурного воздействия использование подобного подхода имело место в рекламной кампании «МММ». Эти рекламные ролики представляли собой креолизованный рекламный текст, в котором нашли визуальное и вербальное отражение практически все черты русского культурного героя в его сказочной разновидности (Иван-дурак). С одной стороны, «Леня Голубков» служил для массы людей проводником в мир новых социальных и культурных отношений: мир акций, дивидендов, курсовой стоимости, деловой этики и пр., выполняя тем самым прямую функцию культурного героя по «обучению» всех прочих. С другой стороны, он прекрасно воплощал в себе типовой русский автостереотип и мог поэтому выполнять функции культурной репрезентации определенной культурной группы.

Приведем результаты, полученные А. П. Садохиным⁴. Согласно им, в русский автостереотип входит пять основных черт: 1. Ориентация на коллективность (гостеприимство, взаимопомощь, щедрость, терпимость, открытость, доверчивость). 2. Ориентация на духовные ценности (стремление к справедливости, совестливость, альтруизм, широта души, правдивость, долготерпимость, оптимизм, мудрость,

¹ Синявский А. Д. Иван-дурак. Очерк русской народной веры. М. : Аграф, 2001.

² Найдорф М. И. Введение в теорию культуры. Одесса : Друк, 2005. С. 27.

³ Кафтанджиев Х. Герои и красавицы в рекламе. СПб. : Питер, 2008.

⁴ Садохин А. П. Этнология. М. : Гардарики, 2006. С. 180.

талантливость, поиск абсолютной истины). 3. Ориентация на идолопоклонство (сотворение кумиров, чинопочитание, верноподданничество, управляемость, конформизм). 4. Ориентация на лучшее будущее и естественный позитивный ход событий (установка на «авось», неуверенность в себе, необязательность, беспечность, безответственность, бесхозяйственность, неорганизованность, лень, непрактичность, выносливость). 5. Ориентация на быстрое решение жизненно важных проблем (жертвенность, удальство, умение работать в критической ситуации, трудовой героизм, фанатизм, привычка к авралу, трудолюбие). Голубков воплощал в себе практически все эти черты. Неслучайно имя его стало нарицательным, чего не случилось с другими героями рекламной кампании «MMM», которые были построены по всем маркетинговым законам, но не были носителями мифологии.

Практически с самого начала рекламной кампании «MMM» началось его сопоставление с рекламной реинкарнацией другого культурного героя — «ковбоя Мальборо». Эти сигареты выпускались с двадцатых годов XX века, но позиционировались до начала 50-х как товар для женщин. Им принадлежал 1% американского рынка. Попытка рекламировать их как семейные сигареты, которые курит и муж, и жена, не удалась. Реклама, в которой грудной ребенок обращался к родителям с упреком: «Папа, тебе всегда достается самое лучшее, даже Мальборо», не повысила продажи. Затем возникла идея использовать для рекламы «людей мужественных профессий» — моряка, летчика, пожарного, водолаза, шерифа. Она поначалу не принесла успеха, но из всех вариантов наибольший отклик аудитории вызвал именно шериф — как чисто специфический американский образ, связанный с мифологией «фронтира». На смену шерифу пришел ковбой, но только в 1964 г. появилась целостная концепция «Страна Мальборо» и ковбой — последний герой границы между миром профанной повседневности и сакральной свободы. Естественно, что этот образ имел мало общего с реальной жизнью члена пастушеской бригады на Среднем Западе. Но в визуализированном чикагским рекламистом Лео Барнетом образе американцы (и не только они) увидели «настоящего американца» как они себе его представляли.

Помимо культурного героя и, более широко, мифа, реклама нередко в качестве базового элемента включает в себя игру. Игровой компонент — один из широко практикуемых в рекламе. В этом смыс-

ле наиболее целостной и любопытной представляется нам рекламная кампания водки «Абсолют». История известного водочного бренда Absolut началась в маленьком шведском городке Охусе в 1879 г. Возможно, она там же и завершилась бы, если бы через 100 лет эту водку не решили вывести на американский рынок. Рекламная кампания предполагала акцентировать одно качество этой водки — чистоту и «безопасность для здоровья». В соответствии с этой идеей шведский дизайнер Гуннар Броман сконструировал бутылку, напоминающую аптечную склянку. Надпись сделали голубым цветом прямо на бутылке, чтобы подчеркнуть кристальную чистоту содержимого. Автором рекламной концепции стал Джек Хейс, арт-директор рекламного агентства TBWA. Суть идеи — в качестве постоянного элемента в визуальной рекламе использовать не опосредованные образы, а саму бутылку.

В 1980 г. началась рекламная кампания. На каждом рекламном плакате, открытке в центре композиции была бутылка, которую снимали в различном контексте. Постепенно бутылка, по сути, исчезла, остался только «симулякр» бутылки. Ее абрис предлагалось угадывать в силуэте обнявшихся Джона Леннона и Йоко Оно, в пространстве между зубцами кремлевской стены, в бриллиантовой короне «Мисс Мира». Постеров Absolut выпущено несколько тысяч. Изданы открытки. «Абсолютная» реклама — предмет коллекционирования. Некоторые плакаты оформлены в художественные альбомы. Периодически проводятся художественные выставки. В конце концов, эта рекламная кампания заняла 7-е место в списке 100 лучших РК XX века.

Секрет успеха — и потребителей, и самих рекламистов-дизайнеров увлекла «игра в бутылочку». Первый живописный вариант рекламного плаката «Абсолюта» был заказан в 1985 г. Э. Уорхолу. Сегодня по собственной инициативе или по заказу «абсолютную» бутылку обыгрывают в своих плакатах уже сотни художников. Проводятся выставки «абсолютного искусства», конкурсы молодых талантов, спонсорские акции, заказываются тематические серии (например, «Города мира», «Штаты США», «Перестройка») и т. д. Рекламу «Абсолюта» делали Д. Херст, Х. Ньютон, Дж. Гальяно, Л. Буржуа, К. Воннегут, К. Херинг (получивший известность благодаря этой рекламе) и сотни других авторов. Своеобразным «пиком» кампании стал плакат-головоломка «Найди 82 бутылки водки Absolut» агентства

TBWA (Paris, France). На игровом поле, изображавшем фантастический город, нужно было найти 82 силуэта знаменитой бутылки (в проемах зданий, в форме лестниц, окон, мостов и пр.).

Еще одна успешная рекламная кампания, основанная на универсалии «игра», — рекламная кампания водки «Смирнофф» 90-х годов, получившая название «Через бутылку» (агентство Adventa Lowe, Лондон). Бутылка водки выступала в качестве волшебного стекла, взглянув через которое, можно было увидеть совершенно иной мир. Стая ос превращается в эскадрилью боевых вертолетов, статуя Свободы становится похожа на Мэрилин Монро с развевающейся юбкой, пингвин превращается в денди во фраке. Сразу на память приходит такая игрушка, как калейдоскоп или простой кусочек цветного стекла, в который любят смотреть дети. Игра была подхвачена широкой публикой, в Интернете появилась масса «вариантов на тему», иногда серьезных, иногда карикатурных (белый плюшевый мишка превращается в крепко поддавшего плюшевого кролика с красными глазами).

Можно проанализировать примеры использования в рекламе практически всех культурных универсалий: семьи, ухода, соблюдения чистоты и проч., и проч. Лишенная такой основы реклама как бы повисает в воздухе, не имеет опоры в системе базовых поведенческих моделей и базовых представлений людей.

Но в теме «реклама и культурные универсалии» возможен еще один аспект. Мы уже приводили мнение, что состав культурных универсалий хотя и медленно, но меняется, то, что раньше не было критически значимым для общества, с течением времени приобретает такое свойство. Реклама, по сути своей, культурная форма, которая вместила очень важное для человеческого общества свойство — публичную презентацию аудиториям социально значимых свойств какого-то объекта (человека, сообщества, вещи, земельного участка и пр.). Амулеты, татуировки, титулатуры, владельческие знаки и многие другие культурные артефакты, предназначенные для «заявки себя» в социальной среде, существуют в том или ином виде во всех культурах. Реклама в современном ее понимании, повторим, лишь определенная культурная форма, в которой кристаллизовались некоторые наиболее удачные технологии, решающие эту социальную задачу. И в этом смысле реклама может интерпретироваться как цивилизационная универсалия, распространенная сегодня практически повсеместно.

Библиография

1. Герашенко Л. Л. Реклама как миф: Дис. ... д-ра филос. наук. М., 2006.
2. Гердер И. Г. Идеи к философии истории человечества: пер. с нем. // Хрестоматия по социальной философии. М., 2001.
3. Драмалиев Л. Существуют ли культурные универсалии? Пер. с фр. // Ежегодник Философского общества в СССР, 1989–1990: Человек и человечество: духовные традиции и перспективы / Ред. Фролов И. Т. М. : Наука, 1990.
4. Исупов К. Г. Универсалии цивилизации // Культурология. Энциклопедия. В 2 т. / Ред. Левит С. Я. М., 2007.
5. Кафтанджиев Х. Герои и красавицы в рекламе. СПб., 2008.
6. Кравченко А. И. Культурология. М., 2003.
7. Найдорф М. И. Введение в теорию культуры. Одесса, 2005.
8. Николаева-Чинарова А. П. Культура как управление системой социальных потребностей (на материале рекламы): Дис. ... д-ра филос. наук. Тамбов, 2010.
9. Ойзерман Т. И. Существуют ли универсалии в сфере культуры? // Вопросы философии. — 1989. — № 2.
10. Савельева О. О. Социологические основания рекламного воздействия. Saarbrücken, 2011.
11. Садохин А. П. Этнология. М., 2006.
12. Синявский А. Д. Иван-дурак. Очерк русской народной веры. М., 2001.
13. Флиер А. Я. Артефакт культурный // Культурология XX века. Энциклопедия. Т. 1. СПб., 1998.
14. Экономическая психология (социокультурный подход) / Ред. И. В. Андреевой. СПб., 2000.

ИССЛЕДОВАНИЯ МИСКП

*ЛЮТОВА Нина Константиновна,
соискатель кафедры философских
и социально-политических наук,
МГГУ им. М. А. Шолохова;
старший научный сотрудник
Аналитического центра социально-
культурных проблем и культурной политики,
Московский институт
социально-культурных программ
lutovanina@mail.ru*

Музеи Москвы: современное состояние и тенденции развития / Moscow museums: contemporary condition and tendencies of development

Аннотация

В наш рациональный век стремительного развития новых информационных технологий человек становится обладателем значительного количества знаний и средств коммуникации. Музей представляет собой сложный и многоплановый феномен. В культуре музей не только выполняет функции по собиранию и хранению артефактов, но и является отражением определенной социокультурной ситуации во всем многообразии ее научных, эстетических, педагогических, идеологических, рекреационных, экономических аспектов. В данной статье рассматривается современное состояние, а также основные проблемы и перспективы развития музейного дела столицы.

Ключевые слова

Музей; музейная экспозиция; искусство; культура; средства коммуникации.

Annotation

The article is devoted to the analysis of modern condition, problems and perspectives of the development of Russian museums. Museum is seen as complicated and multidimensional phenomenon. In modern culture the functions of museum are not only in collecting and preserving artefacts but also in reflecting the definite sociocultural situation in different aspects.

Keywords

Museum; museum exhibition; art; culture; social communications.

Музей представляет собой сложный и многоплановый феномен. В культуре музей не только выполняет функции по собиранию и хранению артефактов, но и является отражением определенной социокультурной ситуации во всем многообразии ее научных, эстетических, педагогических, идеологических, рекреационных, экономических аспектов. Современные тенденции развития музейного дела характеризуются в первую очередь отказом от представления о музее как научно-исследовательском и образовательном учреждении и стремлением к универсализации, что находит отражение в новых принципах музейной работы, таких как развитие форм «мягкой» музеефикации (так называемые экомuzeи), расширение тематики экспозиций, изменение состава и профиля работающих в музее специалистов, привлечение общественности к проблемам повседневной деятельности музея.

Стоит отметить, что в последнее время музей все чаще подвергается критике как со стороны деятелей культуры (прежде всего авангардной), так и со стороны представителей общественных движений (прежде всего радикальных) за элитарность и отсутствие очевидной пользы для широких слоев населения при высоких затратах на содержание и развитие музейных учреждений. Однако именно сейчас отмечается увеличение числа музеев, а также значительный рост их посещаемости. Очевидно, что причины кризиса традиционных музеев при одновременном росте их популярности нуждаются в осмыслении, невозможном без уяснения роли и места музея в системе культуры. Учитывая вышеизложенное, общество оказывается перед необходимостью анализа феномена музейной экспозиции и музея как такового с точки зрения его существования,

начиная с протомузеев античности и заканчивая современными, оснащенными компьютерными, видео- и аудиосистемами музейно-комплексами.

Сотрудники музеев и различные профильные организации проводили серьезную исследовательскую работу: открывали новые экспозиции, отыскивали в запасниках ранее неизвестные работы художников прошлого, печатали научные труды, монографии, альбомы по искусству.

Так, например, была выявлена определенная динамика развития научно-просветительской и выставочной работы музеев (см. табл.).¹

Динамика научно-просветительской и выставочной работы музеев города Москвы в 2007–2010 гг.

Показатели	2007	2008	2009	2010
Число посетителей (тыс. чел.)	14 591,3	13 350,1	12 105,8	10 008,7
Число экскурсий	125 430	108 019	102 302	106 956
Число выставок	564	643	798	820

В наш рациональный век стремительного развития новых информационных технологий человек становится обладателем значительного количества знаний и средств коммуникации. По подсчетам ученых, за последние 30 лет информационное поле увеличилось так же, как за предыдущие 5000 лет. Объем информации удваивается каждые 5 лет. Новые аудио-, видео-, компьютерные технологии, в тысячи раз увеличивая познавательные возможности человечества, с безжалостной активностью внедряются во внутренний мир человека. Все больше постигая виртуальную реальность, удовлетворяя через нее свои эстетические потребности и потребность в общении, наш современник все дальше уходит от самого себя. Актуальная модель сознания современного человека перестает включать такие понятия, как «созерцание», «погружение», «чувствование». Современный зритель (читатель, посетитель и т. д.) разбалован. И тут у владельцев музеев возникает колоссальная проблема: как привлечь людей в музеи? Как заставить прийти в наши музеи человека, который легко может посмотреть «виртуальную начинку» музея по Интернету?

¹ По данным мониторинга музеев города Москвы, проведенного Московским институтом социально-культурных программ.

Ответ на первый взгляд прост: создание современной экспозиции требует новаторского подхода, отличного от всех ранее используемых, и их критической переоценки и переосмысления, эксперимента, свободы в средствах выражения. Благодаря вовлечению в творческий процесс художественно-выразительных средств, экспозиция приобретает новое качество, становится самостоятельным художественным жанром экспозиционного дизайна. Кроме того, художественная экспозиция (музейная или галерейная, большая или камерная, групповая или персональная, ретроспективная или тематическая и т. д.) — одно из немногих мест, где в наше время возможен непосредственный контакт между художником, его произведением и зрителем. Любые другие средства коммуникации (телевидение, мультимедиа, художественные галереи в системе Интернета, художественные полиграфические издания и т. д.) предназначены одновременно для огромного числа людей и ни к кому не адресованы лично, они показывают произведение опосредованным, пользуясь определенным языком интерпретации, присущим им. Поэтому сотрудники музея, работая над привлечением посетителей, также должны понимать, что своими действиями они воспитывают посетителя музея, «окультуривают» его, дают возможность прикоснуться к произведениями человеческого гения не опосредованно, а в реальности.

Музейное искусство, за последние годы окончательно утвердившееся в статусе самостоятельного и самоценного жанра творчества, обусловлено многими современными эстетическими и общекультурными предпосылками. Оно в значительной мере определилось общекультурной ситуацией, изменением социокультурного заказа общества и прежде всего общими художественными и архитектурными концепциями.

В наше время появляются новые возможности для людей, которые занимаются музейным искусством. Тут на помощь приходит фото-, кино-, аудио-, компьютерная техника. Все, что можно сделать в музее с помощью этих видов техники, общедоступно, общепонятно (так как является языком — интегратором массовой культуры). Эти «языки-интеграторы» меняют и саму суть экспозиции, ведь меняется форма передачи информации. Меняется форма передачи информации, меняется и темп построения визуально-вербального ряда (убыстряется, становится более динамичным), увеличивается не только количество информации, которое интересует зрителя, но и то, что он может воспринять.

Таким образом, современные тенденции выражены в стремлении к синтезу видов и жанров искусства, к соединению всего этого разнообразия, которое предлагает современная культура в экспозицию. Экспозицию, которая будет удовлетворять взыскательный вкус современного посетителя, выросшего на телевидении и Интернете.

Наиболее высокие показатели посещаемости музеев отмечают в нашей столице — Москве. В подтверждение высокого уровня востребованности музеев свидетельствуют и основные показатели их деятельности. По итогам 2010 года проведено 52,5 тыс. экскурсий, создано 304 новых выставки, возросло количество посетителей — более 5 млн человек. А доходы составили 5,36 млн рублей.

За последние годы частные музеи Москвы начали расти как грибы после дождя. Многие делают на этом бизнес, но то, что все коллекционеры влюблены в свое дело — не вызывает сомнений. Больше всего «домашних» музеев там, где бывает много туристов, желающих посмотреть на диковинные экспонаты.

Сейчас же у нас есть технические средства, кроме того, у нас есть очень капризный, очень «развращенный» Интернетом и ТВ зритель. Поэтому, на наш взгляд, сейчас используемый и упоминавшийся выше метод не актуален.

Сделать так, чтобы человек захотел вернуться в музейное пространство, ощутить еще раз эмоции, нам могут помочь не только технические средства, но и «игры» с посетителем, попытка увлечь его темой, а также создание всевозможных клубов по интересам и т. д. Это можно сделать и просто грамотно составленной экспозицией. Например, чрезвычайная насыщенность экспозиции помогает посетителю погрузиться в атмосферу прошлых лет. Да, возможно, ущемляется познавательная сущность. Но сейчас, в данный момент, необходимо предоставлять посетителю максимум развлекательности, а под этим «соусом» предлагать знания и информацию. Скорее всего, очень большие музеи перестанут пользоваться популярностью.

Есть множество свидетельств тому, что в последние годы люди предпочитают маленькие, более специализированные музеи, музеи «с воображением», которые могут быть осмотрены и осознаны за одно посещение. В последнее время музеи вынуждены тратить неоправданно большую часть своих средств на содержание зданий. Это практически не оставляет денег на должное содержание музейных коллекций и достаточное финансирование новых направлений деятельности и исследований. Появилось стремление к тому, чтобы

каждый музей был самостоятельным независимым образованием, законодательно свободным в возможности распоряжаться своими финансами и в формировании внутренней политики, в том числе в сфере научно-практического развития. Правительства последовательно подходят к готовности передать музеям права, которые сделали бы возможным для музеев получение статуса «общественных культурных учреждений».

Каждый год в Москве открываются новые музеи. Москва стремительно меняет имидж. Претендуя на статус одной из мировых культурных столиц, она реально становится чем-то вроде краевого центра — со своими театрами, художниками, с собственной системой эстетических ценностей. Но в Москве существует реальная угроза исчезновения большинства музеев. Многие здания находятся в аварийном состоянии, музейные здания очень маленькие, и зачастую многие экспонаты хранятся в подвалах музеев, т. к. не хватает места, чтобы выставить все. Критическое состояние музейных собраний в Москве недавно озаботило депутатов Мосгордумы. Сейчас в МГД готовится проект закона о музеях. Планируется создать в городе 8 новых музеев. Но это лишь частичное решение проблемы. Крупнейшие государственные музеи по-прежнему будут хранить свои сокровища «в сундуках».

В Москве есть все необходимое для развития музейного дела, просто к этому необходимо приложить усилия, привлечь спонсоров, приложить умение и фантазию, которой зачастую не хватает нынешним работникам музеев.

Библиография

1. Абанкина Т. В. Социальный маркетинг в «цивилизации досуга» // Музеи. Маркетинг. Менеджмент. Сост. В. Ю. Дукельский. М., 2001.
2. Александрова М. М., Тарусина О. В. Музейное дело и охрана памятников. М., 2001.
3. Лорд Б., Лорд Г. Д. Менеджмент в музейном деле: Учебное пособие. М., 2002.
4. Очерки истории музейного дела в СССР (России). Сост. Тарусина О. В., Александрова М. М. М. : Просвещение, 1971.
5. Российская музейная энциклопедия в 2-х т. / Ред. кол. В. Л. Янин и др. М. : Прогресс, 2001.
6. Фролов А. И. Московские музеи. М., 1999.
7. Юренева Т. Ю. Музей в мировой культуре. Ростов-на-Дону : Феникс, 2003.

КОНФЕРЕНЦИИ. СЕМИНАРЫ. СИМПОЗИУМЫ

ФЕВРАЛЬ

22 февраля 2012 г.

IX Международная научно-практическая конференция «Наука в современном мире» — Россия, Таганрог.

Организаторы: Центр научной мысли.

Контакты: Бобырев Аркадий Викторович, тел.: 8-918-500-12-17.

Эл. почта: bobyrev@tagcnm.ru, tagcnm@yandex.ru

28–29 февраля 2012 г.

II Международная научно-практическая конференция «Современная социология и меняющееся общество: изменения и проблемы» — Россия, Москва.

Организаторы: Редакция научного журнала «Общественные науки» (г. Москва).

Контакты: naukaran@gmail.com; on@mii-izdat.com

МАРТ

3–4 марта 2012 г.

II Международная научно-практическая конференция «Культурное наследие и современное общество» — Россия, Москва.

Организаторы: Редакция научного журнала «Общественные науки» (г. Москва).

Контакты: naukaran@gmail.com; on@mii-izdat.com

15 марта 2012 г.

VI Международная научно-практическая конференция «Экономические науки в России и за рубежом» — Россия, Москва.

Организаторы: Научный журнал «Проблемы экономики» и крупнейшее научное издательство «Спутник +» (г. Москва)

Контакты: 109428, г. Москва, Рязанский проспект, д. 8а. Изд-во «Спутник +». Тел.: 8 (495) 730-47-74, 778-45-60.

Эл. почта: sputnikplus2000@mail.ru

АПРЕЛЬ

5–7 апреля 2012 г.

Международная научная конференция «История — история культуры — историческая культурология — cultural history: новые водоразделы и перспективы взаимодействия» — Фестивальный центр Госфильмофонда, Белые Столбы.

Организаторы: Министерство культуры Российской Федерации, Российский институт культурологии, Государственный фонд кинофильмов РФ, Институт всеобщей истории РАН, Научно-образовательное культурологическое общество (НОКО), Российский государственный гуманитарный университет.

Контакты: Алексеенко Ирина Вячеславовна, т. +7 (495) 959-13-98, +7 (495) 959-09-08. Факс: +7 (495) 959-10-17. E-mail: watersheds2012@gmail.com Интернет-ресурс: www.ricur.ru

21–27 апреля 2012 г.

XV Международная конференция «Россия и Запад: диалог культур» — Россия, Москва.

Организаторы: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, факультет иностранных языков и регионоведения МГУ, Центр изучения взаимодействия культур.

Контакты: 119192, Россия, Москва, Ломоносовский просп., д. 31, корп. 1, ком. 228, тел.: (495) 734-00-80, (499) 783-02-64.

Эл. почта: apply@rossia-zapad.com

28–29 апреля 2012 г.

V Международная научная конференция «Московские философские чтения — Философский дом» — Россия, Москва.

Организаторы: Редакция научного журнала «Общественные науки» (г. Москва).

Контакты: naukaran@gmail.com; on@mii-izdat.com

28–30 апреля 2012 г.

II Международная научно-практическая конференция «Психолого-педагогическое проблемное поле: новые вызовы и перспективы» — Россия, Москва.

Организаторы: Редакция научного журнала «Общественные науки» (г. Москва).

Контакты: naukaran@gmail.com; on@mii-izdat.com

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

Направляемые в журнал статьи просим оформлять в соответствии со следующими правилами:

1. **Объём рукописи не должен превышать 10—12 стр.** Формат страницы — А4, шрифт — Times New Roman, размер шрифта — 14, межстрочный интервал — полutorный. Отступ первой строки абзаца — 1,25, поля на странице — 30 мм сверху и слева, 20 мм внизу и справа. Статьи должны быть напечатаны на одной стороне листа. Сноски — постраничные со своей нумерацией на каждой странице.

2. Все **знаки**, которые не могут быть напечатаны, должны быть разборчиво, крупно, чёрными чернилами вписаны в текст от руки.

3. **Формулы** размечаются и поясняются на полях рукописи. Все источники снабжаются библиографическими ссылками.

4. **Таблицы, схемы, графики, рисунки и другие иллюстрации** встраиваются непосредственно в текст статьи. Они должны быть пронумерованы и озаглавлены. При этом таблицы должны иметь заголовок, размещаемый над табличным полем, а рисунки — подрисуночные подписи. При использовании в статье нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна.

5. Пронумерованный **список библиографии не должен превышать 1 стр.** (в алфавитном порядке, с указанием сначала источников на русском языке, далее — на иностранном), он даётся **в конце статьи**.

6. К статье прилагается её **электронная версия**.

По электронной почте статьи принимаются обязательно в заархивированном виде. Материалы по почте просьба присылать исключительно в виде **простых почтовых отправлений** по адресу: 127018, г. Москва, Октябрьский пер., д. 8, стр. 2, МИСКП.

Авторы несут ответственность за подбор и достоверность приведённых фактов, цитат, статистических и социологических данных, имён собственных, географических названий и прочих сведений.

Публикуемые материалы могут не отражать точки зрения учредителя, редколлегии и редакции. Все материалы публикуются в авторской редакции.

Представляя в редакцию рукопись, автор берёт на себя обязательство не публиковать её ни полностью, ни частично в ином издании без согласия редакции. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Редакция принимает к рассмотрению рукописи статей только с рецензией специалиста соответствующей квалификации (кандидата или доктора наук). С порядком рецензирования можно ознакомиться на сайте журнала.

К статье *обязательно* прилагаются:

— **аннотация** (резюме) объёмом 15—20 строк на русском и английском языках;

— **список 3—4 ключевых слов** на русском и английском языках; каждое ключевое слово либо словосочетание отделяется от другого точкой с запятой;

— **авторская справка** на русском и английском языках, где указываются: Ф. И. О. (полностью), официальное наименование места работы, должность, учёная степень, а также **данные для связи с автором** — адрес, номера телефонов (служ., дом., моб.), электронный адрес.

Решение о публикации выносится в течение 2 месяцев со дня регистрации рукописи в редакции. Материалы, не принятые к изданию, не возвращаются, редакция по поводу отклонённых материалов в переписку с авторами не вступает.

С содержанием вышедших номеров и отдельными публикациями можно ознакомиться на сайте журнала в Интернете: <http://www.poisk.miskp.ru>

**П.О.И.С.К.: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология.
Культура**

Научный и социокультурный журнал
Выпуск № 1 (36), январь — февраль 2012 г.

Перевод на англ. яз. О. Н. Мамонова

Лит. редактор Л. Г. Королёва

Оригинал-макет О. И. Комиссарова

Учредитель

Государственное научно-исследовательское учреждение города Москвы
«Московский институт социально-культурных программ»
127018, г. Москва, Октябрьский пер., д. 8, стр. 2.

Издатель

Государственное научно-исследовательское учреждение города Москвы
«Московский институт социально-культурных программ»
127018, г. Москва, Октябрьский пер., д. 8, стр. 2.

Издание зарегистрировано

Управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по Центральному федеральному округу. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС1-01933 от 6 октября 2005 г.

Индекс по каталогу ООО «Агентство «Роспечать»: 36938.

Цена свободная.

Адрес редакции

125009, г. Москва, Большой Кисловский пер., д. 1/12, стр. 2, офис. 326.

Телефон: 8 (495) 691-69-14, 8 (495) 927-01-98 (доб. 124).

Факс: 8 (495) 681-17-53.

Для почтовых отправлений: 127018, г. Москва, Октябрьский пер., д. 8, стр. 2, МИСКП.

E-mail: redactor@miskp.ru

Сайт в Интернете: <http://www.poisk.miskp.ru>

Распространение

Журнал «ПОИСК» направляется членам Правительства Москвы, депутатам Государственной Думы от Москвы, депутатам Московской городской Думы, центральным органам власти Российской Федерации, представительствам субъектов Федерации в Москве, департаментам, комитетам и управлениям Правительства Москвы, руководителям 125 районов Москвы, учреждениям культурно-досуговой сферы Москвы, подписчикам журнала.

Сдано в набор 12.01.12. Подписано в печать 20.01.12.
Дата выхода в свет 13.02.12.

Формат 60x84/16. Гарнитура «Прагматика».

Тираж 1000 экз. Заказ №

Печать офсетная. Усл. печ. л. 14

НИЦ «Академика»

127254, Москва, ул. Гончарова, 15

Отпечатано с готовых диапозитивов

в ГУП МО «Коломенская типография»

140400, Московская обл., Коломна, ул. III Интернационала, 2а