

ФИЛОСОФСКИЕ НАУКИ

УДК 141.78

**Л. М. ДМИТРИЕВА
С. А. ШУШАРИН**Омский государственный
технический университет

БРЕНДИНГ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

В статье рассматриваются теории детерминации общества потребления Т. Веблена, М. Дугласа, К. Кэмпбэлла, З. Баумана и Р. Йенсена, объясняется связь общества потребления с концепцией брендинга, которому дается определение и описываются причины его возникновения как феномена современности; в соответствии с концепцией Дж. ван ден Берга и М. Берера, выделяются три поколения потребителей: X, Y, Z; описываются их характеристики и модель взаимодействия с последним из них.

Ключевые слова: общество потребления, брендинг, поколения X, Y, Z.

Вездесущность средств массовой информации и рекламы в современном мире уже ни у кого не вызывают сомнений. Данные типы массовой коммуникации стали органичной частью современного общества потребления, навязывающего человеку социальную роль потребителя.

В данном контексте хотелось бы сразу обратить внимание на используемое существительное, производным от которого является «потребление», не вызывающее у большинства людей никаких негативных ассоциаций. Между тем, если мы обратимся к толковому словарю Даля и найдем определения глаголу «потреблять», то среди них будут и такие, как «расходовать», «издерживать», «губить» и даже

«уничтожать» [1]. Тогда простая замена слов придаст новый оттенок старому понятию. Мы получаем «общество расходования, издержек, разрушения и уничтожения». Так ли это на самом деле — покажет время.

Ученым, который в 20-е годы прошлого века первым ввел в употребление данный термин для описания современного общества, был немецкий социолог и философ Э. Фромм. Он рассматривал его как «нездоровое», а причину возникновения видел в сопровождающих развитие капитализма социальных процессах: росте доходов, увеличении продолжительности свободного времени, индивидуализации потребления [2]. Вообще, изучению данной

проблемы посвящали свои работы такие учёные, как Ж. Бодрийяр, М. Дуглас, К. Кэмпбэлл, П. Бурдье, П. Соундерс, И. Н. Иванова, В. И. Ильин и др. Далее рассмотрим идеи, в наибольшей степени отвечающие проблематике данной работы.

Одним из теоретиков общества потребления, занимавшихся социальной детерминацией данного процесса, был американский экономист и социолог Т. Веблен, считавший, что люди приобретают те или иные блага с единственной целью — для того, чтобы выделиться в своем окружении. Ученый пришел к заключению, что собственность, выступая символом благосостояния, выполняет функцию подчеркивания статуса ее владельца. По этому поводу он замечает, что «любое демонстративное потребление, ставшее обычаем, не остается без внимания ни в каких слоях общества, даже самых бедных. Люди будут выносить крайнюю нищету и неудобства, прежде чем расстанутся с последней претензией на денежную благопристойность» [3, с. 120]. С данным подходом нельзя не согласиться, ведь и в наши дни многие покупки совершаются с целью показать свою материальную состоятельность.

С частично похожими идеями выступают такие социологи постмодерна, как М. Дуглас и К. Кэмпбэлл, рассматривающие потребление в качестве посредника в ходе социального взаимодействия, целью которого является возможность для потребителя приобщиться к референтной для него группе. Выводы, сделанные ими, актуальны и сейчас. Люди ставят перед собой цель получить атрибуты принадлежности к «высшему обществу»: дорогие автомобили, дизайнерские вещи, новинки в области компьютерной техники.

Несколько иной позиции придерживается английский социолог З. Бауман, считающий, что потребление благ придает каждому статус индивидуальности. В своей работе он пишет: «Именно потребительская установка превращает мою жизнь в мое индивидуальное дело, именно потребительская активность делает из меня индивида. Кажется, что с помощью тщательно подобранных покупок я могу сделать из себя все, что пожелаю» [4, с. 215]. С подобными заявлениями трудно согласиться, поскольку Бауман не принимает во внимание тот факт, что любой производимый товар или предлагаемая на рынке услуга изначально ориентированы на определенного потребителя. У них есть своя заранее определенная целевая аудитория. Поэтому позиция данного ученого, представляется нам в наименьшей степени отвечающей современным реалиям.

Специфической точки зрения относительно общества потребления придерживается датский футуролог Р. Йенсен. Свою концепцию он строит на понятии «общества мечты», заменяющем собой «информационное общество». Йенсен утверждает, что в первую очередь при совершении покупок люди будут руководствоваться исключительно своими эмоциями, а не рациональными доводами. Большое значение будет иметь легенда, связанная с тем или иным товаром [5, с. 15–16]. И на самом деле, нечто подобное происходит сегодня на наших глазах. В мире, в котором уже достаточно сложно придумать какое-либо реальное уникальное торговое предложение, остается только манипулировать человеческими эмоциями и абстрактными категориями качества, сформированными маркетологами.

Последняя концепция напрямую связана с таким феноменом современного общества, как брендинг, возникновение которого пришлось на середину

80-х гг. XX века. Суть брендинга заключается в том, что многие крупные корпорации перестают самостоятельно изготавливать и рекламировать товары, а лишь закупают их у своих поставщиков, находящихся за границей, и затем реализуют полученные таким образом продукты под своим брендом [6, с. 27]. Отсюда следует, что анализ бренда как феномена современного общества является ключевым моментом в осмыслении культуры потребления.

Что касается определения данного понятия, то на сегодняшний день не существует какой-либо устоявшейся формулировки. На наш взгляд, бренд следует рассматривать как «знак, символ или дизайнерское решение, или их комбинацию в целях обозначения товаров и услуг конкретного продавца или группы продавцов для отличия от их конкурентов» [7]. Данное определение в полной мере раскрывает сущность понятия «бренд» с точки зрения маркетинга.

В свете всего этого, брендинг следует рассматривать уже шире — как процесс, в результате которого создается образ продвигаемого продукта. Но при этом объектами брендинга могут выступать не только товары или услуги. В современном мире ими становятся идеи, впечатления, имидж, здоровье, красота и т.д. Но поскольку ничто в этом мире не может оставаться неизменным, то и брендам приходится приспосабливаться к изменяющимся условиям.

Для того, чтобы детально ознакомиться с данной проблемой, обратимся к работе Дж. ван дер Берга и М. Берера. Основываясь на исследованиях последних лет, они выделяют три поколения молодежи: X, Y, Z, утверждая, что каждому из них присущи свои специфические особенности, которые влияют на выбор ими товаров и услуг. С данным подходом нельзя не согласиться, поскольку весь маркетинг строится на учете предпочтений потребителей. А в данном конкретном случае используется еще и исторический метод, позволяющий наглядно проследить происходящие в обществе изменения. Рассмотрим каждое из поколений подробнее.

Представители поколения X — это люди, рожденные в период между 1965 и 1979 годами. Они являются детьми «бэби-бумеров» — тех, кто появился на свет на пике всплеска рождаемости между 1946 и 1964 годами. Поколение X также называют «пост-бумерами», «поколением бездельников», «индифферентными» и др. Для людей данного поколения характерны индивидуализм и пессимизм [8, с. 17–18]. И с этим трудно поспорить, ведь если их родители принимали участие в войне или испытали на себе все ее тягости, имея при этом абсолютные четкие цели, то их детям достался уже свободный мир, за который не надо сражаться.

Поколение Y — это люди, которые родились между 1980 и 1996 годами. Среди других его названий: «поколение почемучек», «поколение некст», «поколение дот.ком» и др. Родители в процессе воспитания предоставляли данному поколению большой выбор, что способствовало познанию мира во всем его многообразии. В результате дети выросли более критично мыслящими, более циничными и мало чему удивляющимися. Таким людям необходим постоянный стимул и новизна. Они очень инициативны и готовы тут же приступить к воплощению любой возникшей у них идеи. По нашему мнению, любознательность действительно характерна для этих людей, и немаловажную роль в ее развитии сыграли быстроразвивающиеся компьютерные технологии. Ведь, имея доступ практически к неограниченному

количеству знаний, все, что остается сделать — это правильно ими воспользоваться.

Поколение Z — рожденные после 1996 года. Это дети, которые сейчас ходят в ясли и детские сады. Для представителей данного поколения характерно стремление к самовыражению и индивидуальности. Современные технологии являются неотъемлемой составляющей их жизни. Ключевым для них будет поиск, синтезирование и интегрирование информации.

Дж. ван дер Берг и М. Берер утверждают, что характеристики поколений не меняются. «Каждое поколение — это продукт своего времени и, естественно, тех технологий, средств информации, социальных признаков и событий, которые сформировали их неповторимым образом» [8, с. 20]. Мы считаем, что хотя какие-то черты могут быть постоянны, все-таки нельзя распространять результат на все поколение. Тем более в наше время, характеризующееся повсеместной эклектичностью, когда за преднамеренно созданным легкомысленным образом может скрываться глубокий внутренний мир.

Также в рамках рассматриваемой проблематики значительный интерес представляют результаты исследования, проведенного каналом MTV с целью выяснения умонастроений, ценностных ориентиров, надежд и мечтаний молодежи, принадлежащей поколению Y. Участники данного исследования должны были переписать десять заповедей и семь смертных грехов, исходя из того, как они их видят на сегодняшний день. Как оказалось, молодые люди сделали акцент в своих заповедях не на запреты, а на том, чему нужно следовать в жизни («верь в себя», «уважай родителей», «будь честен», «выполняй обещания», «создавай, а не уничтожай (себя, других, землю, ценности)», «трудись, дабы преуспеть, но не в ущерб другим», «относись терпимо к тому, что люди разные», «будь счастлив и оптимистичен даже во время невзгод» и др.). Самыми страшными грехами, по мнению молодежи, являются расизм, ложь, насилие, жадность, измена, гнев и зависть. Как мы видим, в большинстве своем молодежь настроена положительно, и прогнозы о том, что общество деградирует, нельзя считать обоснованными. Кроме того, у современного поколения, как и у всех предыдущих, есть внутренние моральные ценности, на которые они ориентируются в своей жизни, и это дает надежду на светлое будущее.

Углубляясь в анализ современной молодежи, Дж. ван дер Берг и М. Берер выделяют еще ряд существенных черт, присущих ее представителям. Во-первых, это большое значение, придаваемое современным компьютерным технологиям. И мы с этим полностью согласны. Именно посредством различных социальных сетей («ВКонтакте», «Facebook» и др.), служб мгновенного обмена сообщениями («ICQ», «QIP», «Skype») и sms-переписки представители поколения Y могут постоянно оставаться на связи, общаясь и заводя новые знакомства в виртуальном пространстве.

Во-вторых, придавая большое значение при выборе одежды сверстникам, «сарафанному радио» и общению онлайн, представителя поколения Y, тем не менее, также способны прислушиваться к мнению сотрудников магазина, которым, в свою очередь, они доверяют больше, чем мнению собственных мам. При этом отцы вообще не рассматриваются как эталоны моды. А самым важным для них является все-таки мнение их лучших друзей. Другая — это люди, которые проводят с нами большее количество

своего свободного времени, разделяя при этом наши увлечения. Именно с ними мы советуемся по самым важным вопросам. Кроме того, многие из нас привыкли полностью перекладывать ответственность на того, кто рядом, придерживаясь мнения, что «со стороны виднее».

В-третьих, поколение Y способно оказывать значительное влияние на покупки, совершаемые в их семьях. Это является следствием возвращения представителей данного поколения домой после самостоятельного проживания. При этом сами, выбирая тот или иной товар, они исходят из текущего момента и потребности, цена бренды, вызывающие чувства стабильности, гармонии и аутентичности. Это также может быть легко объяснено тем, что большинство родителей доверяют вкусу своих детей, считая последних более прогрессивными и сведущими в вопросах, касающихся выбора того или иного товара.

В свою очередь, брендам, которые хотят стать лидирующими на рынке, необходимо постоянно обновлять свою продукцию. Немаловажным должно стать использование социальных сетей и стратегий общения между сверстниками, при которых компании не навязывают свое мнение, а включают молодых людей в управление своим брендом, который помогает им строить свой собственный уникальный стиль. Действительно, вовлекая людей в процесс совместного творчества, можно добиться гораздо большего, чем при прочих подходах. Тем более что сейчас имеются все условия для получения оперативной обратной связи посредством сети Интернет.

На основании всего вышерассмотренного Дж. ван дер Берг и М. Берер предлагают модель брендинга для поколения Y, то есть для большей части потребителей современного общества. Названием модели послужила аббревиатура «КРУТО», состоящая из следующих слов и фраз: «классный», «реальный», «уникальный», «твой, и только твой», «дающий ощущение счастья» [8, с. 56–57]. Каждая из данных характеристик нацелена на то, чтобы сделать из товара по-настоящему известный и лидирующий на рынке бренд. Рассмотрим каждую из них подробнее.

Первой является категория «классный», согласно которой «классные бренды — это привлекательные торговые марки, популярные в непосредственном социальном окружении, приносящие с собой новизну, оригинальность и вызывающие удивление» [8, с. 101]. Классным брендам отдают предпочтение в течение длительного промежутка времени. При этом основными источниками, устанавливающими стандарты классности, являются друзья, телевидение, журналы, реклама и музыкальные фестивали. В свою очередь, способами достижения классности являются эксклюзивная продажа, ограниченный выпуск товара, реклама на популярных каналах, а также инновации в коммуникациях с потребителем, в проводимых мероприятиях, в упаковке товара и в его ассортименте.

Все указанные наблюдения позволили выделить самые востребованные молодежью бренды. Среди мобильных телефонов это «iPhone», «Samsung», «Nokia»; среди безалкогольных напитков — «Coca-Cola», «Fanta», «Ice Tea»; среди энергетических напитков — «Red Bull», «Burn», «Nalu»; среди косметических товаров — «Nivea», «L'Oreal», «Maybelline»; среди обуви — «Nike», «Converse All Stars», «Puma»; среди джинсов — «Diesel», «Replay», «Levi's».

Под категорией «реальный» подразумевается приобретаемая все большее в современном мире

значение аутентичность бренда. Дело в том, что для потребителей поколения Y становится важным не происхождение бренда, не его история или наследие, а лишь тонкий намек на то, что товар существует на рынке уже достаточно долго. В настоящее время аутентичность понимается и как честность по отношению к самому себе, к молодым людям, к обществу. Кроме того, быть честным для бренда означает действительно отличаться от конкурентов. Сами потребители поколения Y выбирают товары, исходя из того, кем они являются на настоящий момент времени и кем хотят стать в будущем.

Исследование категории «уникальный» показало, что представители поколения Y скептически относятся к данному измерению бренда. Однако индивидуальность бренда играет роль соматического маркера или мема. Это означает, что «бренд может быть репрезентирован через определенные качества товара, такие как форма и цвет упаковки, или через логотип, а также через ситуации использования товара, через собственный контакт с брендом или через информацию, исходящую от других, или даже через маркетинговые компании» [8, с. 142]. Все это необходимо принимать во внимание при управлении брендом.

Такое измерение, как «твой, и только твой», необходимо понимать как непосредственное отождествление потребителя с брендом. Представители поколения Y хотят иметь дело только с теми брендами, которые точно знают, как выразить их индивидуальность. Поскольку молодежь очень разнообразна, специалистам по рекламе и маркетологам следует использовать дифференцированный подход к той или иной группе. Также немаловажным является выделение конкретных черт бренда, с которыми происходит отождествление в среде потребителей. С точки зрения экспансии брендов на рынок, привлекательным может быть подход использования не одного, а нескольких брендов с целью охвата всего рынка. Это поспособствует, в свою очередь, использованию различных маркетинговых приемов и стратегий коммуникации, что не останется незамеченным потенциальными потребителями. Так, компания «Nike» использует два бренда — «Nike» и «Converse». Первый из них работает на спортсменов и спортивные достижения, делая акцент на качестве и новых деталях. Второй же стремится к более простому позиционированию. Его основные черты связаны с искусством и музыкой.

Не меньшей по значимости является категория «дающий ощущение счастья». Данное чувство является самым важным при проектировании коммуникаций компаниями, поскольку оно способно удовлетворить потребность молодежи в гедонизме и эскапизме. Представителям поколения Y нравятся различные акции, которые вызывают у них положительные эмоции и снимают стресс. Поэтому бренду необходимо стремиться сделать молодежь счастливой с помощью своей продукции. Существует два пути сделать эмоциональный бренд успешным: либо вызывать позитивные эмоции, либо подавлять отрицательные. Повышать свой эмоциональный коэффициент бренд может, воздействуя на все пять чувств представителей поколения Y. В особенности это относится к обонянию, осязанию и зрению. Удовлетворение при этом выступает ключевым элементом, помогающим молодым людям быть на одной волне с их сверстниками.

Все рассмотренные выше категории, по мнению Дж. ван дер Берга и М. Берера, способны помочь

практически любому бренду приобрести статус «крутого». А если этого удастся добиться, то он автоматически перенесется и на всю продукцию, которой покупатели будут верны на протяжении многих лет. Это, в свою очередь, сделает потребителей счастливыми и их будет тянуть к такому бренду, как к лучшему другу.

Результаты, полученные данными исследователями, по нашему мнению, являются действительно интересным и заслуживающими внимания. И, в первую очередь, сюда относятся маркетологи и специалисты по рекламе. Чтобы проектировать успешные бренды, нужно владеть обширными знаниями о своей целевой аудитории. Только так можно угодить ее вкусам и предпочтениям. С другой стороны, данные исследования могут представлять интерес для социологов и философов, поскольку в них отражается современное состояние общества. И это также дает возможность владеть самой актуальной информацией.

Таким образом, все рассмотренное выше позволяет сделать вывод, что общество потребления не является чем-то неизменным. Оно постоянно развивается и трансформируется. Существует множество точек зрения на причины его возникновения и предположений по поводу его дальнейшего развития. В данном ракурсе значительный интерес для философского осмысления представляет концепция брендинга, который является, по существу, одной из форм рекламной коммуникации. Будучи интегрированными в современный социокультурный контекст, брендинг и связанные с ним новые виды маркетинговых коммуникаций способны оперативно отражать все происходящие изменения как в экономической, так и в социальной сфере.

Библиографический список

1. Толковый словарь Даля [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc2p/330030> (дата обращения: 16.02.2013).
2. Фромм, Э. Здоровое общество / Э. Фромм. — М.: АСТ: Астрель, 2011. — 448 с. — ISBN 978-5-17-071963-1.
3. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. — М.: ЛИБРОКОМ, 2011. — 365 с. — ISBN 978-5-397-01946-0.
4. Бауман, З. Мыслить социологически / З. Бауман; пер. с англ.; под ред. А. Ф. Филиппова. — М.: Аспект-пресс, 1996. — 255 с. — ISBN 5-7567-0058-7.
5. Йенсен, Р. Общество мечты. Как грядущий сдвиг по информации к воображению преобразит ваш бизнес / Р. Йенсен; пер. с англ. — СПб.: Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2004. — 267 с. — ISBN 5-315-00021-4.
6. Кляйн, Н. No Logo. Люди против брендов / Н. Кляйн; пер. с англ. — М.: Добрая книга, 2012. — 624 с. — ISBN 978-5-98124-388-2.
7. Бренд всему голова. Журнал «Босс» [Электронный ресурс] / под ред. А. Петрова. — Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/boss/2001-02/18.shtml> (дата обращения: 15.02.2013).
8. Берг, Дж. «Крутые» всегда остаются «крутыми». Брендинг для поколения Y / Дж. Берг, М. Берер; пер. с англ. — М.: [и др.]: Питер, 2012. — 240 с. — ISBN 978-5-459-00405-2.

ДМИТРИЕВА Лариса Михайловна, доктор философских наук, профессор (Россия), действительный член Академии гуманитарных наук, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, заведующая кафедрой «Дизайн и технологии медиаиндустрии».

УДК 13:316.33

Э. М. ДУМНОВА

Новосибирская государственная
архитектурно-художественная академия

СПЕЦИФИКА РУССКОГО МЕНТАЛИТЕТА В СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ КОНЦЕПЦИЯХ XX ВЕКА

В статье рассматривается проблема поливариативности трактовки русского национального менталитета в социально-философской мысли. Приводится анализ концепций ряда русских религиозных философов: Н. Я. Данилевского, Н. А. Бердяева, И. А. Ильина, Н. О. Лосского. Выявляется общее и особенное в их взглядах относительно факторов-детерминант русского менталитета и их влияния на становление ментальных качеств русского народа.

Ключевые слова: менталитет, факторы-детерминанты, ментальные качества, русский характер, антиномичность.

Современному российскому обществу присущи динамичные социальные процессы, формирующие новые условия жизни, сопряженные с рядом последствий. Одним из них является трансформация менталитета. В современных социально-философских и культурологических исследованиях до сих пор отсутствует единство мнений в оценке этого процесса. Для более глубокого понимания причин изменения менталитета в российском обществе нам представляется необходимым обращение к истокам его формирования. Менталитет является определенным индикатором социального развития, поскольку сквозь него преломляются все преобразования, происходящие в социуме. В этой связи мы считаем обоснованной точку зрения, разделяемую рядом современных авторов о способности менталитета трансформироваться. Вместе с тем, чтобы выявить изменения, происходящие в русском менталитете, и закономерности его развития, необходимо проанализировать его факторы-детерминанты и характеристики в начальный период формирования.

Целью статьи является сравнительный анализ социально-философских концепций становления русского менталитета.

В современных историко-философских трудах, посвященных русской философии, упускается из виду одно из ключевых направлений теоретических изысканий русских философов — проблема своеобразия и сущности русского национального менталитета. В XIX—XX вв. специфика русского менталитета была раскрыта в ряде трудов русских социальных философов. Большой вклад в изучение русского менталитета внесли Н. Я. Данилевский, В. О. Ключевский, И. В. Киреевский, А. И. Герцен, К. Д. Кавелин, Н. А. Бердяев, И. А. Ильин, Н. О. Лосский и др. Сущность русского национального менталитета многогранна, т.е. представляет собой сложное сочетание взаимосвязанных ментальных

качеств. Этим и обусловлена многоаспектность его исследований. Менталитет подвержен трансформации под влиянием ряда факторов, главным образом обусловленных изменением социальной среды. Закономерности трансформации русского (российского) менталитета представляются возможным выявить исходя из анализа исконных ментальных свойств русского народа и истоков их формирования.

Идея о существовании русского народа, как отдельной социально-исторической общности, была выдвинута великим русским ученым Н. Я. Данилевским. В знаменитой работе «Россия и Европа» [1], изданной в 1871 г., философ обосновывает концепцию культурно-исторических типов и, как следствие, цивилизационный путь развития, уникальный у каждого общества. Одним из десяти культурно-исторических типов был обозначен славяно-русский, являющийся целостным духовным пространством и имеющим самобытную историю. Н. Я. Данилевский полагал, что каждый культурно-исторический тип проявляет себя в четырех сферах: религиозной, государственной, в сфере искусства и науки, а также в технической сфере. Последняя из выделенных сфер, достижения человека в которой прямым результатом имели практическую пользу в виде усовершенствования социальной жизнедеятельности, соотносится в современном понимании с цивилизацией. В этой связи Н. Я. Данилевский видит полезным заимствования в сфере технических достижений, которые способствуют развитию любого культурно-исторического типа без ущерба его самобытности и уникальности его культуры. В силу того, что философ позиционирует каждый культурно-исторический тип как самодостаточный, он полагает, что любые заимствования в сфере культуры и традиций по сути своей деструктивны, поскольку ведут исключительно к разрушению и даже уничтожению национальной культуры.

Многообразие форм духовного и материального существования русского народа в рамках славяно-русской цивилизации в совокупности своей определило его национальное самосознание, в основе которого лежит исторический опыт народа, одной из составляющих которого является опыт религиозный. По мнению Н. Я. Данилевского, утрата религии как одной из системообразующих компонент русского сознания и менталитета в целом ведет к разрушению России как социокультурной целостности.

Анализ социально-философских концепций русского менталитета, позволяет выделить несколько факторов-детерминант менталитета русского народа, а вместе с тем и самой русской цивилизации. Н. А. Бердяева, И. А. Ильина, Н. О. Лосского объединяет общность позиции по поводу предпосылок формирования русского менталитета, который, по их мнению, сформировался в результате влияния: 1) природно-географических условий; 2) особенностей организации социальной жизни; 3) специфики духовной жизнедеятельности.

Вместе с тем каждый из них рассматривает влияние данных факторов под определенным углом зрения. В этой связи в качестве предмета исследования в данной статье выступают особенности позиционирования факторов-детерминант русского менталитета и его специфики в концепциях русских религиозных философов.

Первичным из выделенных факторов является природно-географический, который нашел глубинное толкование в русской философии. Н. А. Бердяев в работе «Судьба России» отмечает предопределенность менталитета русского народа территорией его проживания, огромными просторами. Сравнивая западный и русский менталитет, философ акцентирует внимание на объективных внешних факторах, детерминирующих специфику и несопоставимость обоих. Он отмечает, что европейский человек зависим от узости пространства и вынужден направлять максимум своей энергии для организации стабильной жизни в его рамках. Широта же русских просторов породила ряд недостатков в русском характере, среди которых «лень, беспечность, недостаток инициативы, слабо развитое чувство ответственности» [2, с. 61]. В этой связи географические условия проживания играли немалую роль в процессе складывания двух типов культур: экстенсивной (русской) и интенсивной (европейской). Русский человек возлагал надежды на огромное пространство, которое и ограничивало его активность, и давало чувство защищенности, не требуя напряжения сил. Размеры пространства земли сообразны пространству души.

И. А. Ильин в работе «Сущность и своеобразие русской культуры» рассматривает особенности русского менталитета, продолжая идею Н. А. Бердяева о том, что географическое положение и религиозность явились его основными факторами-детерминантами. Философ приходит к убеждению, что на вопрос: «В чем сущность русского народа?» невозможно дать ответ, не рассматривая взаимосвязь души и природы: «Душа народа находится в живой и таинственной взаимосвязи с его природными условиями...» [3].

Взгляд И. А. Ильина на сущность русской души несколько отличен от ее понимания Н. А. Бердяевым. Автор усматривает в русской натуре деятельность и страстность, затаенный заряд напряженности, своеобразную мощь бытия и существования, пламенное сердце, порыв к свободе и независимости. Эти черты, по его мнению, связаны с форми-

рованием русской души на огромных равнинных просторах, взрастивших свободолобие русских, которое проявилось в истории в неспособности к рабскому существованию, русские «не поддаются чужому господству и друг другу подчиняются они неохотно» [3, с. 23]. Сочетание простора с суровыми климатическими условиями потребовало от русского человека выносливости и терпения, закалка стала необходимостью для выживания. При этом стойкость русского характера породила и его житейскую мудрость. И. А. Ильин отмечает: «они добродушны и сердечны, очень гостеприимны и надежны, хорошо обращаются со своими рабами и пленными, но склонны к резкой индивидуализации мнений, объединяются с трудом, с ними непросто договориться» [3, с. 23]. Необходимость к постоянному приспособлению к природным условиям, температурным перепадам, сформировало напряженность как имманентную черту русского характера. Философ видит одну из причин неуравновешенности и порывистости русской души именно в этом.

Активность русского народа, о которой умалчивает Н. А. Бердяев, И. А. Ильин видит в укреплении русского темперамента, которое происходило веками, через стремление к сохранению собственной самобытности, самостоятельности и самоосмыслению. Он отмечает проявление мощи, стихийности и красоты русской природы в русском характере, в его максимализме, выраженном в «русской тяге к полному достижению цели, мечте о последнем и конечном, желании заглянуть в необозримую даль, способность не страшиться смерти» [4, с. 7]. Обусловленность русского менталитета природной стихией закреплена в любви к родине, «русский, где бы он ни жил, всегда тоскует по своей суровой и могучей родине» [4, с. 8].

Суровость и твердость русского характера сочетается со способностью обостренного чувствования. Это способность ощущать приближение весны, внутренне меняться и оживать, возрождаться к жизни вместе со всей природой, которая чужда европейцу, не знающему как «тело и душу изнуряют не столько сами изотермы, сколько крайности в перепадах температуры, требующие от человеческого организма серьезной перестройки» [4, с. 4].

Природно-климатические условия признаны в русской социальной философии весьма значимым фоном для формирования таких ментальных свойств русских как: материальная непритязательность, аритмический характер трудолюбия — перепады трудовой энергии и лени, надежда на «авось», душевная открытость, щедрость, свободолобие в специфически русской безмерной окраске, терпимость к иноплеменникам, отсутствие национального эгоизма, слабовыраженная внутриэтническая солидарность.

Религиозный фактор, проявившийся со временем, дополнил воздействие природно-географического, и в совокупности они обусловили дуализм русского менталитета.

Н. А. Бердяев выделяет черты русской души сквозь призму религиозности. В работе «Истоки и смысл русского коммунизма», вышедшей в свет в 1937 г., философ отмечает некоторые устойчивые свойства, выработанные русской душой, такие как: догматизм, аскетизм, способность нести страдания и жертвы во имя своей веры [4]. При этом особо подчеркнута мистичность, присущая русскому народу, которая в сочетании с мощной религиозной энергией направляет его на целодостижение. Транс-

ценденность русской души выражается не только в достижении религиозных, но также социальных целей.

Религиозность определяет уникальность русской души, ее стремление к целостности и некоторую отрешенность от мирских дел. Вместе с тем религиозность русского человека весьма специфична. По мнению Н. А. Бердяева, русское православие снисходительно, оно не ставило высоких нравственных задач. Главное требование и форма дисциплины личности — это смирение. Добродетель смирения как некий реально достигаемый идеал освобождала русского человека от идеала святости, к которому у него не было смысла стремиться. Он выработал свое отношение к святости: «русский человек не идет путями святости, никогда не задается такими высокими целями, но он поклоняется святым и святости... возлагается на святых, на их заступничество...» [2, с. 70]. Святость трансцендентна для русского народа, она не является его имманентным состоянием, что обуславливает ряд ментальных качеств. Честность для него не есть необходимое качество, формирующее стержень личности, поскольку смиренность освобождает от честности. Н. А. Бердяев отмечает, что в понимании русского человека «...бесчестность — не великое зло, если при этом он смиренен в душе, не гордится, не превозносится» [2, с. 69].

Пассивность православного, которую философ определяет как женственную религиозность и женственную мораль, выражается в стремлении спрятаться, укрыться, найти защиту. Подобные жизненные ориентиры русского народа предопределяют не только судьбы отдельных людей, но и всей России. В этой связи Н. А. Бердяев доводит мысль о том, что русскому человеку пора развивать в себе сознание ответственности, жизненную духовную активность, чего требует историческое время. Парадоксальным является незыблемая константность русского менталитета, независящая от течения исторического времени, от изменения роли религии в обществе и степени религиозности русского народа. Качества русского человека, детерминированные в свое время православной религиозностью, выступают основой русского национального характера и в условиях нерелигиозного общества.

Представляется важной антиномия славянского Востока и Запада, которая раскрывается в творчестве Н. А. Бердяева посредством сравнения русской и польской души. Вражда между русскими и поляками имеет глубокие исторические корни. Философ отмечает, что единая расовая принадлежность, общеславянский корень не способствуют лучшему взаимопониманию двух народов. Он определяет противостояние русской и польской душ, как противостояние православной и католической душ, каждой из которых свойственен свой уклад и свое чувство жизни. Русский православный человек является таковым по своему душевному типу, в котором сконцентрированы качества, не повторяющиеся в душе католического типа, поэтому православной душе так трудно постигнуть и понять католическую. Русская душа, как отмечает Н. А. Бердяев, полна простоты, прямоты и безхитрности. Это душа грешащая, не стремящаяся ввысь, как душа католическая. Автор приходит к осознанию русской души как души народной, в какой-то степени обезличенной через ее смирение во Христе. Индивидуализм, не присущий русскому человеку, выступает остовом католического духовного типа. Философ видит его проявление в жертвенности католической души и неспособности

к смирению, а, напротив, в стремлении к свободе. Русский человек в отличие от поляка находится в состоянии внутреннего рабства, с которым не борется, поскольку и не видит его, оно является его имманентным состоянием.

Отмечая созерцательность и чувственность русской души, И. А. Ильин уточняет, что русская душа основывается на двух видах сил: первичных и вторичных. К первичным, определяющим сущность русской души, он относит чувство и созерцание, свободу совести и свободу молитвы, таким образом, не обходит значимость религиозной составляющей в формировании русской души. Позиционируя созерцательность сердца как основное ментальное качество русского народа, философ при этом не отрицает значения вторичных сил русской души, которые дополняют первичные. «В качестве вторичных сил выступают воля, осознанная мысль, сознание и организаторские функции» [3, с. 49].

И. А. Ильин высоко оценивает русскую созерцательность, понимая ее как исконную стихию русского народа, от которой невозможно отказаться или преодолеть. Более того, философ делает вывод о том, что созерцающее сердце является источником русской православной веры. Дисциплина и рационализм способны только разрушить ее. В отличие от Н. А. Бердяева, который рассматривает формирование русского менталитета через православную веру и религиозность народа, И. А. Ильин полагает, что созерцательность русского сердца породила сущность и своеобразие русско-православного религиозного опыта. Именно это ментальное свойство русского народа приблизило его к Богу. Ильин пишет: «Бог — это само совершенство и сама любовь» [4, с. 29]. Русский человек взирает на Бога с любовью, которая приближает к нему, к совершенству. Философ видит в этой любви любовь духовную, которая и есть путь к совершенству.

И. А. Ильин не отождествляет православную и католическую веру, и, вместе с тем, не отрицает стремления православных к духовному совершенствованию, которое Н. А. Бердяев закрепляет исключительно за католиками, то есть представителями западноевропейского и западного славянского менталитета. И. А. Ильин пишет о том, как «потрясающим образом сумела восточная православная церковь показать человеку огромное расстояние между его земным несовершенством и его высоким святым призванием. Она привила ему искусство любви к совершенству, искусство созерцания его и поклонения ему и наряду с этим <умение> видеть бездну собственных прегрешений» [4, с. 32]. Православный осознает свое несовершенство, отличие от Бога и в этом его грех, который он искупает переживанием жизненных тягот, лишений, болезней, это и есть путь его духовного очищения и выражение стремления к совершенствованию. Смиренность трактуется И. А. Ильиным как колоссальная выносливость и сила жертвенности русского народа, а вовсе не попытка спрятаться, как определял ее Н. А. Бердяев.

И. А. Ильин аргументирует наличие духовного восхождения православных христиан обращением к феномену отшельничества в истории православной церкви и это не подлежит никакому сомнению. Аскет доходит до истинного смирения, самоотречения, преодоления страха и растворение собственного Я в служении Богу. Отличительной чертой русского православия И. А. Ильин считает первичность сердечного созерцания, которое направляет волю. Воля в принципе не отвергается, но она подчинена

созерцанию. Воля без созерцания способна породить «субъективный человеческий произвол». Вслед за волей возникает мысль. Философ приходит к выводу о том, что «сначала любовь, затем созерцание с любовью и из любви, затем действие, соответственное волевой установке. И только затем разумное осмысление любимого, постигнутого, пережитого. Именно так развивалось восточно-православное богословие» [3, с. 30].

Н. О. Лосского, так же как Н. А. Бердяева и И. А. Ильина, интересует религиозность русского народа, его основные ментальные свойства, которые обуславливают самобытность русского характера, его загадку. Он связывает религиозность народа с его основным и первичным свойством — добротой. Вопреки Н. А. Бердяеву, который отмечал женственную сущность русского народа, Н. О. Лосский пишет о сочетании в русском характере «мужественной природы с женственной мягкостью» [5]. Н. О. Лосский подчеркивает распространенность этого качества у представителей всех социальных слоев, особенно у простолюдинов. Он отмечает проявление доброты в русском характере через отсутствие злопамятности, неожиданно сочетающегося с максимализмом, тем неоспоримо присущим русскому народу свойстве, которое не обошли в своих работах и другие русские философы. Н. О. Лосский пишет, что «нередко русский человек <...> испытывает сильное чувство отталкивания от другого человека, однако при встрече с ним <...> сердце у него смягчается, и он как-то невольно начинает проявлять к нему свою душевную мягкость...» [5, с. 6]. Религиозность, как основополагающий компонент русского менталитета, по мнению автора, созидательна и воплощена в доброте, в способности к беззаветной любви. Это чувство философ рассматривает в разных ипостасях: как любовь женщины и мужчины, как любовь к ребенку и, в целом, как любовь к человеку.

Традиционно русскому народу был свойственен христианский идеал добра. Н. О. Лосский полагает, что абсолютное добро осуществимо только в Царстве Божием, где люди могут освободиться от эгоизма посредством любви к Богу, которая становится больше, чем любовь к самому себе. Цель жизни людей в Царстве Божием состоит в творении добра, красоты и познании истины. Идея правдоискательства, по мнению философа, всегда существовала в русском менталитете, хотя меняла свои формы выражения. Н. О. Лосский делает вывод о наличии у русского человека ряда первичных свойств, определяющих его своеобразие. Они получили свое развитие в рамках православной религиозности, которая сделала возможным накопление нравственного и эстетического опыта, сформировавшего способность к сопереживанию и чувствованию чужой боли.

Исходя из проведенного анализа, мы полагаем возможным сделать следующие выводы:

1. Авторы рассмотренных выше концепций сходятся во мнении о влиянии православия на внутреннюю структуру национального менталитета. В определенной степени религиозность русского народа обусловила доминирование в нем чувственно-созерцательного начала над волевой и рациональной составляющей. Русский народ — это народ сердца

и чувства, национальное сознание которого носит ярко выраженную эмоциональную окраску, иррациональное здесь доминирует над рациональным началом. Следовательно, холизм выступает как основная общая характеристика русского менталитета.

2. Комплементарный характер выделенных факторов, обусловил противоречивость русского менталитета, выразившуюся в ряде антиномий, которые, на наш взгляд, следует позиционировать как уникальное ядро русского менталитета. Антиномичность русской души воплощается в сочетании женственной пассивности и мятежной непокорности; в ее внутренней борьбе, внутреннем несогласии, в страдании, в обреченности, поэтому, на вечный поиск правды; в наличии таких ментальных качеств как доброта, сострадание, смиренность — с одной стороны, а с другой — проявление жестокости, свободолюбия. В целом, дуализм русского менталитета сформировался в процессе накопления русским народом специфического социально-исторического опыта.

3. Анализ факторов-детерминант, выявленных в ряде рассмотренных концепций, делает возможным их условную классификацию по критерию относительной константности. К константным факторам, на наш взгляд, следует отнести природно-географические условия. Их устойчивость обеспечивает пролонгированную детерминацию и воспроизводство ряда ментальных качеств русского народа, которые сохраняются в современном российском менталитете. Что касается менее стабильных факторов, то к ним следует отнести особенности организации социальной жизни и специфику духовной жизнедеятельности. Предложенная классификация может служить аргументом для обоснования процесса трансформации русского менталитета, который при этом сочетается с сохранением базовых черт национального характера.

Библиографический список

1. Данилевский, Н. Я. Россия и Европа / Н. Я. Данилевский. — СПб., 1871.
2. Бердяев, Н. А. Судьба России. Опыты по психологии войны и национальности / Н. А. Бердяев. — М.: Мысль, 1990. — 207с.
3. Ильин, И. А. Сущность и своеобразие русской культуры / И. А. Ильин; сост, подгот. текста, вступ. ст., коммент. Ю. Т. Лисицы. — М.: Русская книга — XXI век, 2007. — 467 с.
4. Бердяев, Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма. / Н. А. Бердяев. — Репринтное воспроизводство издания УМСА-PRESS, 1955г. — М.: Наука, 1990. — 224 с.
5. Лосский, Н. О. Характер русского народа / Н. О. Лосский. — М.: Посев, 1957. — Кн. 2. — 98 с.

ДУМНОВА Эльнара Михайловна, кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин.
Адрес для переписки: dumnova79@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 25.02.2013 г.

© Э. М. Думнова

КАТЕГОРИИ СОЦИАЛЬНОГО СЛУЖЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, СВЯЗАННЫЕ С НИМ

В статье определяется понятие «социальное служение» и раскрывается его сущность посредством привлечения категорий «деятельность», «активность», «милосердие», «благотворительность».

Ключевые слова: социальное служение, милосердие, диакония, деятельность, активность, благотворительность.

Социальное служение неразрывно связано с такими понятиями, как благотворительность и милосердие. Часто используется понятие «служение милосердия».

В деятельности религиозных организаций одним из важнейших вопросов всегда была задача «служения миру», поскольку разнообразные формы этого служения позволяют преодолеть разрыв между богословскими поисками и практическим участием религиозных организаций в решении социально значимых проблем.

В толковых словарях В. И. Даля [1] и С. И. Ожегова [2] служение рассматривается как деятельность на пользу кого-нибудь, чего-нибудь. Другими словами, служить — значит делать что-либо на благо другого, быть надобным.

В основе концепции «социального служения» (лат. — *ministerio*, греч. — *diakonia*) лежит идея необходимости участия религиозных организаций и верующих в мирской жизни. Причем предлагается не просто богословское обоснование такого участия, но и наиболее предпочтительные пути реализации активности верующих по отношению к «миру».

В богословском контексте церковное социальное служение обозначается термином «диакония». Под диаконией понимаются организованные формы христианского служения в миру — не только благотворительность, забота о социально неблагополучных группах и отдельных лицах, но и свидетельство о Христе через практическое добродетельное [3].

Основу современного понимания концепции «социальной диаконии» составляют благотворительность и милосердие, миссионерство и подвижничество, религиозное образование и просвещение. В сферу диаконии традиционно включаются каритативность (лат. «благотворительность»), социальная служба, гуманитарная деятельность, солидарность, политика и т.д. Такие понятия, как любовь к ближнему, милосердие, милость, справедливость, являются необходимыми качествами людей, посвятивших себя служению.

Исследование служения в философском контексте представляется методологически возможным посредством привлечения категории «деятельность».

Деятельность является не только социальным феноменом, но и одним из фундаментальных понятий, которое рассматривается в философской традиции. Она выступает в качестве мировоззренческого, объяснительного принципа, а также является методоло-

гическим основанием ряда наук (философия, психология, социология и т.д.)

На сегодня существует множество определений понятия деятельности. Деятельность определяется и как «специфически человеческая форма активного отношения к окружающему миру, содержание которой составляет его целесообразное изменение и преобразование этого мира на основе освоения и развития наличных форм культуры» [4], и как «вид или виды социальной деятельности, которая является не просто результатом биологического рефлекса, а преднамеренного, целенаправленного, включающего в себя разумное целеполагание» [5].

А. В. Маргулис считает, что деятельность характеризует человеческую активность как высший тип активности живых систем, как определенный способ существования социальной действительности [6].

Г. Л. Тульчинский рассматривает деятельность в качестве сознательной, целенаправленной, социальной регламентируемой активности, опосредующей все связи человека с его окружением [7].

Как видно из представленных определений, для выявления сущности понятия «деятельность» используется понятие «активность».

Зачастую даже понятия «активность» и «деятельность» полностью отождествляются, что приводит к методологической неточности. Некоторые исследователи (например, Е. А. Ануфриев, Л. П. Станкевич) рассматривают активность как меру деятельности. Другие (В. Х. Беленький, Е. Г. Комаров, П. Е. Кряжев) определяют ее как внутренне необходимую свободную деятельность, или самодеятельность.

Ю. М. Резник характеризует активность как системообразующий признак, который определяет в одном случае системные качества человека, а в другом — степень его участия в социальной жизни. По его мнению, активность — это деятельное познавательное и практическое отношение личности к условиям жизнедеятельности, делам общества, проявляющееся как в форме общественно полезной, созидательной и творческой деятельности, так и в форме антиобщественной деятельности, отклоняющегося (девиантного) поведения [8].

Утверждение активности как определенной характеристики, как свойства некоторых видов деятельности объединяет эти высказывания.

Когда объектом исследования выступает сознательная активность, тогда фактически речь идет уже о деятельности. Важнейшей характеристикой

деятельности является ее целесообразный характер, направленность на достижение определенного результата и связь с движением к некоторой цели.

Принято выделять такие формы деятельности, как духовная и материальная, индивидуальная и коллективная, трудовая и нетрудовая и т.д. Более общим по отношению к перечисленным формам деятельности является понятие «социальная деятельность», которое нам интересно в русле выяснения категориальной природы социального служения, спектр проявлений которого широк (вспомоществование может быть и духовным, и материальным, и индивидуальным, и коллективным, и трудовым...).

Во Всемирной энциклопедии социальная деятельность трактуется как развивающаяся в процессе влияния человека на социальные процессы и организацию общественной жизни [9].

Социальная деятельность — это целеориентированная активность, содержание которой задано ролью [10], определяемой в свою очередь как «нормативно одобренный, относительно устойчивый образец поведения, воспроизводимый индивидом в зависимости от социального статуса или позиции в обществе» [9].

Различают живую и опредмеченную социальную деятельность. В составе опредмеченной деятельности различаются активный субъект и пассивный объект, а в составе живой — опредмечивание и распредмечивание, которые в совокупности образуют социальную деятельность как субъект-объектное отношение. Социальное служение мы склонны рассматривать как живую социальную деятельность, в которой объект существенным образом влияет на действия субъекта, демонстрируя свое субъективное начало. В зависимости от условий и направленности, служение может соответствовать тому или иному из четырех идеальных типов социальной деятельности, представленных М. Вебером. Безусловно, служение может осуществляться как в материально-практической, так и в духовной сфере.

В контексте нормативно-ценностных систем общества выделяются следующие виды социальной деятельности: служение, благотворительность, социальная работа, спонсорство, гуманитарная помощь (опека над детьми, медицинский уход за больными, престарелыми, материальная помощь нищим, нуждающимся).

Все вышеуказанные виды социальной деятельности определяются мотивами, к которым относятся милосердие, любовь, филантропия, альтруизм. И милосердие, и благотворительность в истории социальных учений выступают как практические и теоретические аспекты гуманизма. Но из-за наличия в русском языке дополняющих друг друга терминов «милосердие», «любовь», «филантропия», «альтруизм», «благотворительность» возникает вопрос о том, каким образом следует размежевать их значения.

В эпоху Просвещения церковный термин *charite* (производное от лат. *caritas*) был заменен новообразованном *bienfaisance* («благоедеяние», в современном французском языке — «благотворительность») и также словом, имеющим греческие корни, *philantropie* («филантропия», буквально «любовь к людям»). Филантропия происходила из порыва сердца, из чувства человеческой солидарности и практиковала такие формы помощи нуждающимся, которые имели зримые очертания.

В западной философской традиции милосердие и благотворительность, как расположение сердца,

сострадание и практическая деятельность, обозначаются одним термином — «charity» (англ.), «charite» (фр.).

Исходной дефиницией в рассуждениях о милосердии и благотворительности, несомненно, является любовь. Термин «любовь» уже входит в состав слов филантропия, человеколюбие. Также слово, означающее любовь в иностранном языке, заимствуется другим языком без перевода, но с привнесением нового смысла («*caritas*» (лат.), «*agape*» (греч.)). Кроме того, смысл милосердия может раскрываться через любовь: милосердие как деятельная любовь, благотворительность как одно из проявлений христианской любви.

В истории философии было немало попыток доказать существование Бога, показать его любовь к человеку, а затем, исходя из этого, обосновать любовь людей друг к другу. Даже если философы отрицали существование бога, любви они приписывали мистическое, сверхъестественное значение (например, Н. Гартман, И. Гете, М. Шелер, Л. Фейербах).

Теоретики социальной работы указывают на то, что альтруизм (который можно рассматривать как своеобразный «индикатор» любви) лежит в основе нравственной практики таких видов деятельности, как благотворительность, и определяет такие личностные качества, как милосердие, бескорыстие [11].

Как правило, под филантропией понимают безвозмездную помощь нуждающимся [12], оказываемую во имя любви.

Любовь становится духовной основой такого личностного качества, как милосердие. В европейской христианской культуре идея милосердия формируется на пересечении ряда традиций. Понятие милосердия восходит к Пятикнижию, где слово «hesed» обозначало «доброту», «любящую доброту». В добиблейской греческой литературе слово *eidos* — это чувство, возникающее при виде незаслуженных страданий. У Аристотеля — это чувство, противоположное гневу: сочувствие, жалость, сострадание. В греческом тексте Нового Завета милосердие обозначается специфически христианским термином «*agape*». В христианской этике милосердная любовь приобретает особое значение как одна из трех богословских добродетелей; в милосердии человек посвящает себя богу и тем самым открывается добру. Уже в Пятикнижии бог выступает как милосердный, многомилостивый, человеколюбивый, снисходительный; в Новом Завете милосердность бога выступает объектом для подражания. В любви к Богу и милосердном отношении к ближнему человек проявляет себя во всей внутренней полноте.

Милосердие — сострадательное, доброжелательное, заботливое, любовное отношение к другому человеку; противоположно равнодушию, жестокосердию, злонамеренности, враждебности, насилию [13].

В новозаветных текстах милосердие выступает в качестве универсального требования, которое содержит и требования заповедей Моисея. У апостола Павла получает развитие идея, что в христианстве от человека требуется не скрупулезное соблюдение нередко формальных правил, а праведность, покоящаяся на непосредственном движении души и зове сердца.

Милосердие опосредовано служением; этим оно возвышается над подаванием, услугой, помощью. В нормативном плане милосердие непосредственно связано с требованиями прощения обид, непротivления злу насилием и любви к врагам.

Этимологическое значение слова «милосердие» показывает, что оно состоит из двух частей: «мил-» (милость) и «серд-» (сердце). Корень «мил-» имеет значение «трогательность, соучастие, жалость, сострадание, сожаление» [14]. «Милость» — «свойство человека любящего, снисходительная любовь, радужное расположение, желание кому добра на деле; прощение, пощада; благодетельство, щедрость, благоволение» [15].

Как этическая категория, милосердие представляет собой сострадательную и деятельную любовь, которая выражается в готовности помогать каждому нуждающемуся и распространяется на всех людей, а в пределе — и на все живое [16]. В милосердии соединяются духовно-эмоциональный (переживание чужой боли как своей) и конкретно-практический (порыв к реальной помощи) аспекты. Без первого милосердие превращается в холодную филантропию, без второго — в пустую сентиментальность.

Проповедь милосердия занимает большое место в христианском богословии. По мнению М. В. Фирсова, со времен средневековья в христианском богословии осмысление милосердия шло по двум направлениям: осмысление милосердия как философской категории и милосердия как пути спасения и средства управления общественными отношениями [17].

Милосердие как средство управления общественными отношениями находит свое выражение, прежде всего, в благотворительной практике. «Подлинное милосердие заключается в разумном вмешательстве социальной политики в жизнь семей, индивидов и социальных групп с целью разрешения возникающих противоречий» [18].

Личностные качества милосердия, филантропии проявляются в благотворительной деятельности.

«Благотворительность — проявление сострадания к ближнему и нравственная обязанность имущего спешить на помощь неимущему» [19].

Христианские богословы разводят значение слов «филантропия» и «благотворительность», основываясь на том, что истинная любовь к человеку появилась только вместе с христианством. В дореволюционной «Настольной книге для священноцерковнослужителя» гуманность и филантропия упоминаются в разделе «Противныя христианству и православию учения»: «Хотя без религии не может быть между людьми ни истинной нравственности, ни истинного человеколюбия, но некоторые, отвергая религию, в основу нравственности полагают так называемую гуманность, т.е. естественное чувство человеколюбия» [20].

Сам термин «благотворительность» впервые встречается у Н. Н. Карамзина. Его активное использование начинается в 70–90-е гг. XIX в., когда развивается общественное призрение как вид не только социальной практики, но и научно — теоретической мысли. Благотворительность как проявление филантропии предполагало проявление сострадания, сердечного участия в жизни больных, немощных, нуждающихся.

В настоящее время по-новому осмысливается значение общечеловеческих нравственных ценностей, в том числе сострадания, и их роль в гуманизации межчеловеческих отношений. Все больше распространяются представления о том, что благотворительность должна стать элементом социальной политики государства, направленной на поддержание минимального уровня жизни и связанной с перераспределением общественного богатства в пользу обделенных судьбой [21].

Не всякая помощь нуждающимся является благотворительностью. Наряду с ней существует спонсорство, социальная работа и гуманитарная помощь. Различие между ними состоит в мотивах, причинах той или иной помощи.

Благотворительность характеризуется, прежде всего, проявлением целенаправленного внимания к людям, неспособным в силу субъективных или объективных причин обеспечить себе условия существования, хотя бы минимально соответствующие общему уровню цивилизованного общества; оказание им посильной помощи в сохранении и организации своей жизнедеятельности, поддержании их материально и духовно [22].

Благотворительность как социальный институт включает в себя устойчивый тип социального поведения, который выражается в определенной системе социального действия, а также социальные установления — комплекс норм (правовых, моральных), которые регулируют поведение человека.

На наш взгляд, понятие «благотворительность» можно сформулировать следующим образом. Благотворительность — это общественные отношения между социальными общностями или индивидами; социальный институт, функционирование которого регламентируется моральными, этическими, религиозными и правовыми нормами; вид деятельности, структура и содержание которого имеют конкретно-исторические типологические характеристики.

Подавляющее большинство исследователей, как дореволюционных, так и современных, истоки благотворительности видят в религиозной традиции. В. Е. Ладоренко утверждает, что «...благотворительность и милосердие — феномен религиозный по своему происхождению, и необходимость, нормативность благотворительности может быть объяснима лишь с этих позиций» [23]. Аналогичной точки зрения придерживаются П. И. Лыкошин, В. М. Архангельский, И. Д. Петропавловский и др.

Таким образом, понятие социального служения можно определить как совокупность организованных форм социальной деятельности религиозных организаций, направленных на осуществление религиозной миссии в общественной практике. Оно целенаправленно, систематично, обусловлено такими мотивами, как любовь (филантропия) и милосердие, имеет в своей основе благотворительность. В церковной лексике понятию «служение» тождествен термин «диакония».

В современном российском контексте термин «диакония» редко используется в гражданском, светском контексте в отличие от термина «служение», который широко используется как в церкви, так и в обществе. В международном контексте чаще всего говорят о гуманитарной деятельности, чтобы подчеркнуть содержание благотворительности, направленной на человека. С течением времени именно служение мирским делам в форме социально-экономической и политической диаконии стало приобретать все большее значение.

Библиографический список

1. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. Т. 4 / В. И. Даль. — Факс. изд. — М.: Рус. яз., 1980. — С. 224.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 8000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: А Темп, 2010. — С. 721. — ISBN: 978-5-9900358-1-2.

3. Человенко, Т. Г. Благотворительность в истории РПЦ : учеб. пособие / Т. Г. Человенко, Е. С. Кононова. — Орел : Картуш, 1997. — С. 136. — ISBN 5-900901-28-9.
4. Новая философская энциклопедия. В 4 т. Т. 1. — М. : Мысль, 2000. — С. 633–634. — ISBN 5-244-00961-3.
5. Джерри, Д. Большой толковый социологический словарь. В 2 т. Т. 1 / Д. Джерри, Дж. Джерри ; пер. с англ. — М. : Вече, АСТ, 1999. — С. 176. — ISBN 5-7838-0427-4.
6. Маргулис, А. В. Диалектика деятельности и потребностей общества / А. В. Маргулис. — Белгород : Изд-во Белгород, пед. ин-та, 1972. — С. 15–16.
7. Тульчинский, Г. Л. Проблема осмысления действительности. Логико-философский анализ [Текст] / Г. Л. Тульчинский. — Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1986. — С. 38.
8. Резник, Ю. М. Введение в социальную теорию: Социальная системология [Текст] / Ю. М. Резник. — М. : Наука, 2003. — С. 220. — ISBN 5-02-006194-8.
9. Всемирная энциклопедия: философия / гл. науч. ред. и сост. А. А. Грицанов. — М. : АСТ, 2001. — С. 290, 988. — ISBN 5-17-007278-3.
10. Марков, А. П. Основы социокультурного проектирования / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. — СПб. : СПбГУП, 1997. — С. 32.
11. Словарь-справочник по социальной работе / под ред. Е. И. Холодовой. — М. : Юристъ, 1997. — С. 13. — ISBN: 5-7975-0029-9.
12. Гудименко, Д. В. Филантропия / Д. В. Гудименко // Политическая энциклопедия. В 2 т. Т. 2. — М. : Мысль, 1999. — С. 555. — ISBN 5-244-00933-8.
13. Новая философская энциклопедия. В 4 т. Т. 2. — М. : Мысль, 2001. — С. 567–568. — ISBN 5-244-00961-3.
14. Дьяченко, Г. Полный церковнославянский словарь / Г. Дьяченко. — М., 1900. — С. 305.
15. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. Т. 2 / В. И. Даль. — Факс. изд. — М. : Рус. яз., 1980. — С. 326.
16. Словарь по этике / под ред. А. А. Гусейнова, И. С. Кона. — М. : Политиздат, 1989. — С. 179. — ISBN 5-250-01027-X.
17. Фирсов, М. В. История социальной работы в России / М. В. Фирсов. — М. : ВЛАДОС, 1999. — С. 48. — ISBN 5-691-00379-8.
18. Словарь-справочник по социальной работе / под ред. Е. И. Холодовой. — М. : Юристъ, 1997. — С. 153. — ISBN 5-7975-0029-9.
19. Энциклопедический словарь Брокгауза и Эфрона. В 86 т. Т. 7. — СПб. : Ф. А. Брокгауз — И. А. Ефрон, 1893. — С. 55.
20. Булгаков, С. В. Настольная книга священно-церковно-служителя / С. В. Булгаков. — М. : Издательский отдел Московского патриархата, 1993. — С. 1723. — ISBN 5-87301-066-8.
21. Теория социальной работы / под ред. Е. И. Холодовой. — М. : Юристъ, 2001. — С. 254. — ISBN 5-7975-0060-4.
22. Зайнышев, И. Г. Теория и методика социальной работы / И. Г. Зайнышев ; Моск. гос. социальный ун-т и др. — М. : Союз, 1994. — С. 49. — ISBN 5-7139-0022-3.
23. Ладоренко, В. Е. Религия и благотворительность / В. Е. Ладоренко // Личность — семья — общество: Социальные проблемы, тенденции, прогнозы; материалы Междунар. науч.-практ. конф. — М., 1994. — С. 141.

КОСТЫЛЕВА Татьяна Александровна, кандидат философских наук, доцент (Россия), директор Института заочного и дополнительного образования. Адрес для переписки: t_kostyleva@ugrasu.ru

Статья поступила в редакцию 25.04.2013 г.
© Т. А. Костылева

УДК 141:304.44

М. Г. ФЕДОТОВА

Омский государственный
технический университет

ОСОБЕННОСТИ И ГРАНИЦЫ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛЕЙ PR В ТРАНЗИТИВНОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье представлен анализ применимости четырех моделей PR в условиях современного транзитивного общества. Обосновывается, что наиболее эффективной моделью, позволяющей обществу выйти из состояния транзита и перейти к состоянию динамической стабилизации, является модель PR «коммуникации как стратегический инструмент».

Ключевые слова: коммуникация, модель PR, транзитивное общество, пропаганда, реклама.

Сегодняшнее состояние общества описывается исследователями как транзитивное или переходное. Переход связан не только с институциональными изменениями последних лет, но и с изменениями в ценностной сфере общества. В частности, с состоянием аномии, которую необходимо преодолеть на пути к состоянию динамической стабилизации. Одна из основных проблем транзитивного общества — проблема управляемости процесса перехода к состоянию динамической стабилизации. Управляемость позволяет избежать длительного периода

хаоса социальной системы, сделать переход наименее травмирующим для общества. В социокультурной сфере решать эту проблему можно при помощи коммуникативных технологий, в частности, при помощи PR-технологий. Под PR-технологиями понимается «система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, предполагающих создание и распространение посланий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях

успешной реализации данного проекта» [1]. Принято выделять четыре модели PR. Данная классификация предложена Дж. Грюнигом и Т. Хантом и доработана Б. ван Рулером [2].

Первая модель, традиционно называемая «пропагандистской», или «ремесленным подходом к управлению коммуникациями» [2, с. 55] предполагает, что ««коммуникации» появлялись на сцене «под занавес», к моменту завершения формирования политики или производственного процесса: когда все решения уже приняты, продукция произведена, и нужно только сообщить об этих решениях или отличительных свойствах готового продукта внешнему миру. ... управление коммуникациями становилось особой формой самовыражения организации, обращавшейся к общественности в целом, как правило, через средства массовой информации» [2, с. 54]. Процесс конструирования сообщения в такой модели происходит на уровне организации, занимающейся PR-деятельностью, никак не затрагивая её внешнюю среду. Задача управления коммуникациями сводится к пропаганде достижений организации, привлечению максимального числа сторонников и, по сути, является пропагандистской коммуникативной технологией.

В режиме пропагандистской коммуникативной технологии строится и вторая модель по Дж. Грюнигу и Т. Ханту, условно называемая «журналистской». Речь идет о распространении посредством СМИ сообщений об общественно полезной деятельности организации. В отличие от «пропагандистской» модели распространяемые сообщения по форме напоминают журналистские. Однако PR-текст, по выражению А. Д. Кривоносова, — «ориентированная журналистика», «поскольку в PR-тексте присутствуют всегда тщательно отобранные (и соответствующим образом подобранные) факты» [3, с. 64]. PR-текст в отличие от журналистского «передает оптимизированное сообщение, не всегда полностью соответствующее информационным запросам аудитории» [3, с. 52]. В процессе коммуникации, таким образом, происходит ориентация на объект, вызывающий интерес массовой аудитории, однако транслируемый смысл заранее известен коммуникатору и задача аудитории состоит лишь в том, чтобы его принять (но не изменить).

Сообщения, создаваемые в рамках первой и второй модели PR, зачастую апеллируют к эмоциональному и иррациональному в человеке. Г. Блумер отмечает, что «пропаганда функционирует с целью формирования мнений и суждений не на основе достоинств данного предмета, а главным образом играя на эмоциональных установках и чувствах. Ее цель — навязать некую установку или ценность, которая начинает восприниматься людьми как нечто естественное, истинное и подлинное» [4, с. 562—563]. С точки зрения знаковой теории, навязывание установки или ценности происходит в двух случаях. Во-первых, при выделении коммуникатором в динамическом объекте таких сторон и качеств, которых нет в непосредственном объекте (откровенная ложь, в которой часто упрекают пропаганду). Во-вторых, в случае добавления к непосредственному объекту дополнительной эмоциональной (образной) коннотации, в результате чего эмоция или образ становится неотъемлемой составляющей семантики слова. В-третьих, в случае отождествления непосредственного объекта с динамическим: например, отождествление рекламируемого продукта с его потребительскими свойствами.

Во всех перечисленных случаях происходит формирование вырожденного знака (Ч. Пирс). Если подлинный знак «основан на полных триадах и не может быть сведён к диадическим связям ... знак, который в качестве репрезентатива есть общий знак, в отношении к объекту — символ, а в отношении к интерпретанте — умозаключение» [5], то вырожденный может быть основан на диадических отношениях: репрезентатив — символ (знак-индекс) или репрезентатив — умозаключение (знак-суждение). Вырожденный знак может быть также основан «на категории первичности (религиозные и иконические знаки)» [5]. Такие пропагандистские приемы, как наполнение слова новой семантикой (например, красный — цвет революции) или переименование (например, милиции в полицию) возможны в связи с отсутствием указания на внутреннюю мотивацию знака (Почему цвет революции — не синий?) или в связи с символизацией (полиция — символ строительства российского государства по западным стандартам). Существуют и пропагандистские знаки, основанные на категории первичности, например, портреты вождей.

Поскольку основной механизм внушения в пропагандистской и журналистской моделях PR основан на манипуляциях со знаками, постольку в сообщениях, сконструированных в рамках этих моделей, нередко присутствует свой, особый язык: «Пропаганда (или коммуникация) имеет иррациональную основу, коллективные убеждения и инструмент — внушение на небольшом расстоянии или отдалении ... поэтому пропаганда, адресованная массам, должна использовать язык аллегорий — энергичный и образный, с простыми и повелительными формулировками» [4, с. 485]. Существенные признаки непосредственного и динамического объекта таким образом оказываются измененными коммуникантом. Следствием манипуляции со знаками становится невозможность формирования адекватного реальности смыслового инварианта, что, в свою очередь, означает проблематичность достижения коммуникативного консенсуса в обществе и его перехода к устойчивой динамической стабилизации.

Основным содержанием пропагандистского сообщения является «идеологически окрашенная информация, содержащая оценку тех или иных социальных явлений» [6]. Это — распространение мыслей и идей господствующего класса, а иначе говоря — распространение и закрепление «господствующих мыслей» [7, с. 169]. Идеологичность пропагандистской и журналистской модели PR означает ориентацию на дальний горизонт жизненного мира, не затрагивающий практику повседневности. Отсюда и относительно большая эффективность в современном обществе пропаганды неполитической — здорового образа жизни, стилей и направлений моды, массовой культуры. В силу слабой укорененности пропаганды в жизненном мире индивида эта коммуникативная технология эффективна лишь на кратком временном отрезке, требует подкрепления «практической деятельностью масс», но тем не менее «процессы отчуждения от власти интенсивная пропаганда, как правило, не преодолевает» [8].

Пропагандистское сообщение — это всегда текст, содержащий только одну точку зрения, внутренне монологичный. Информация в этом случае представляет собой не процесс, а результат выбора, транслируемый в массу в качестве некоего образца для члена общества. В этом своем качестве информация призвана воспроизводить кибернетически

управляемые системы. Неслучайно наиболее адекватной моделью для описания пропаганды считается модель Г. Лассуэлла, основанная на кибернетическом принципе.

Перейдем к анализу следующего элемента коммуникации — адресата коммуникационного сообщения. Коммуникантом в пропагандистской и журналистской моделях PR является масса, причем массовость и гомогенность аудитории является критерием эффективности пропаганды. Отсюда — и выбор наиболее массовых каналов коммуникации: предпочтение отдается СМИ, а не межличностным каналам коммуникации. В транзитивном обществе такие модели коммуникации действуют на ограниченном пространстве гомогенных коммуникационных полей. Это означает принципиальную неэффективность пропагандистской и журналистской моделей PR в транзитивном обществе.

Об их низкой эффективности также свидетельствуют процессы распространения информации в коммуникационном пространстве. Здесь создается своего рода «вторичная диалогичность». Пропагандистское сообщение, попадая в широкое коммуникационное пространство, опосредуется массовым здравым смыслом, практикой повседневности, что, несмотря на видимое отсутствие обратной связи, создает ситуацию диалогичности, отсюда необходимость для пропагандистских сообщений интенсивной и непрерывной коммуникации: «Необходимо постоянное повторение лозунгов, призывов или представляемых образов. Лучше всего вовсе не спорить, а твердить одно и то же вновь и вновь» [4, с. 563].

Необходимостью создавать массовое гомогенное коммуникационное пространство вызваны и «подкрепляющие» собственно коммуникативную технологию административные действия, например, репрессии в отношении «несогласных» в тоталитарном обществе. Противопоставление «мы» — «они» конструирует коммуникативное пространство.

Итак, условиями эффективности пропагандистской и журналистской моделей PR являются формирование сообщения, содержащего вырожденный знак и формирование гомогенного массового коммуникационного поля по принципу «мы — они», административное давление, подкрепляющее собственно коммуникативную технологию. Пропагандистская и журналистская модель PR в качестве ведущей коммуникационной технологии в транзитивном обществе оказывается неэффективной, ведет к снижению ценности информации, генерируемой общественной системой. Для повышения её эффективности в условиях транзита необходимо наличие противостоящих точек зрения, активно обсуждаемых в коммуникативном пространстве. «Когда действуют конфликтующие и противостоящие пропаганды, сцена отдается их логической дуэли, в которой предпочтение отдается фактам, и рациональное обсуждение вступает в свои права. С этой точки зрения можно понять замечание, что пропаганда вредна и опасна только тогда, когда налицо лишь одна пропаганда» [4, с. 564].

Более точно отражают специфику PR как коммуникативной технологии две модели PR, основанные на принципе обратной связи. В результате применения модели, оценивающей коммуникации как «инструмент управления» [2, с. 56] «публик рилейшнз из орнаментального украшения переросли в управленческий инструмент и стали объектом планирования и контроля» [2, с. 56]. Суть третьей модели PR в

контролируемом движении информации «от организации к целевым группам, сегментированным по определенным признакам, с проверками до и после коммуникационной кампании в форме исходных (baseline measurement) и повторных замеров (follow-up measurement) для краткой оценки результатов кампании» [2, с. 57]. Этот маркетинговый подход к PR-сообщениям соотносится с рекламной коммуникацией. Инициатива коммуникации в данной модели PR принадлежит организации (базисному PR-субъекту), который и конструирует определенный имидж (современную форму мифа). Одним из основных условий эффективности коммуникации в этой модели является соответствие ожиданий аудитории и формы мифа. Сконструированный имидж может быть как принят, так и отвергнут аудиторией, может получить дополнительные коннотации в ходе коммуникации с целевой аудиторией.

Рекламная модель PR также стремится к гомогенному коммуникационному пространству, но формирует его не на основе идеологии (как пропаганда), а на основе стиля жизни адресата рекламного сообщения. А. П. Ситников и М. В. Гундарин отмечают: «Покупка желанной вещи для «аутсайдера» есть попытка обозначить себя для социума в соответствующем ранге, принять на свое тело социальную запись, свидетельствующую о его принадлежности к определенному (приемлемому и желанному для него) стилю жизни. <...> Соответственно, через рекламу происходит культурная маркировка стилей жизни в качестве приемлемых и желанных для многих, но доступных только некоторым» [7, с. 174]. Причем данную цитату, в которой речь идет о рекламе товара, вполне можно отнести и к политической рекламе в ходе предвыборных PR-кампаний. Политическая деятельность в рекламе предстает как набор наиболее употребительных (вплоть до мифологизации) образцов общения, поведения, взаимодействия людей. Социальная реклама также опирается на определенный набор ценностей, составляющих стиль жизни, одобряемых обществом. Сам по себе выбор, являющийся следствием рекламного сообщения, опирается не на житейский опыт общения с конкретным политиком (что зачастую невозможно в реальности, а лишь при посредничестве СМИ). «Выбор производится исходя из культурно санкционированного «имиджа» (на который, конечно, накладывается и повседневный опыт)» [7, с. 176].

На основе мифологизации желаемого адресатом рекламного сообщения стиля жизни происходит интеграция рекламы в жизненный мир социальной общности на уровне повседневности. Такой подход даже выдвигается в качестве рецепта создания бренда: «Бренды должны интегрироваться в повседневную жизнь людей всеми возможными способами, став частью новой культуры, ядро которой — идея развлекательности» [9].

Индивидуализация стилей жизни, представляющаяся бесконечно разнообразной, на самом деле ограничена универсальностью сочетаний вещей и политических программ в рамках отдельного стиля жизни. «Важны не конкретные «имена вещей», но принципы их сочетания, а они достаточно ограничены. И поэтому если выбирать в качестве основной характеристики современного мира между «разнообразием» и «единообразием», следует остановиться на втором» [7, с. 177]. То есть, хотя рекламная модель PR и не стремится, как пропагандистская и журналистская, к созданию всеобщего гомогенного коммуникационного пространства, она все же уни-

фицирует стили жизни в рамках некоего конгломерата специализированных и неспециализированных дискурсов коммуникационного пространства (коммуникационных полей). Специализированное коммуникационное поле (например, журналисты и политологи) популяризируют определенную политическую партию, вплоть до стиля политической дискуссии или манеры поведения лидера. При этом стиль жизни, продвигаемый в специализированных коммуникационных полях, выступает для аудитории неспециализированного коммуникационного поля в качестве наиболее желательного, престижно-го в данном обществе.

Таким образом, условиями эффективности рекламной модели PR является наличие достаточно стабильных, мифологизированных стилей жизни, транслируемых в сообщении, формирование ряда гомогенных коммуникационных полей в соответствии со стилями жизни аудитории. В условиях изменения стилей жизни, характерного для транзитивного общества, эффективность рекламной модели PR также представляется проблематичной. Поскольку сообщение в рамках рекламной модели PR формирует вырожденный знак, а единственным субъектом выражения «подлинного смысла» оказывается коммуникатор, возможность достижения коммуникативного консенсуса на базе рекламной модели PR представляется проблематичной.

Четвертая модель PR «коммуникации — стратегический инструмент» [2, с. 57] является «контролируемым двусторонним движением между организацией и внешней средой, сегментированной по интересам, причем контрольная функция перерастает в непрерывный процесс подстройки (formative)» [2, с. 59]. Здесь уже не идет речь только о транслировании при помощи сообщений некоего сконструированного имиджа, но о его создании непосредственно в процессе коммуникации организации с внешней средой. Инициатор сообщения в этой модели PR не обязательно является и автором итогового сообщения. Деятельность организации также становится напрямую зависима от мнения общественности: «организация готова внести изменения не только в манеру, в которой она себя преподносит..., но и в характер своей деятельности в целом» [2, с. 58]. Представления организации и общественности о деятельности организации, изначально не совпадающие, через серию коммуникативных актов, уточняясь и непрерывно подстраиваясь, приходят к некоему финальному имиджу организации, полноценным соавтором которого является аудитория.

«При таком подходе важная роль отводится общественному мнению и его изменениям, которые влияют на представления общественности о легитимности или нелегитимности деятельности» [2, с. 59]. Реализация этой модели требует и особой аудитории, не столько воспринимающей, сколько активно участвующей в процессе коммуникации, иногда являющейся даже инициатором коммуникации (что невозможно в других коммуникативных технологиях). Она «наиболее эффективна при наличии активной общественности и достаточного пространства для модификации политики [организации]» [2, с. 65]. Г. Блумер называет такую аудиторию «общественностью» в противоположность «толпе» и «массе». Речь должна идти об особой разновид-

ности неспециализированного коммуникационного поля, состоящего из «хорошо информированных граждан» (А. Шюц), способных на равный диалог с представителями специализированных коммуникационных полей (власть, идеологи, журналисты и т.д.). В результате взаимодействия этих коммуникационных полей в режиме диалога достигается новый коммуникационный консенсус и тем самым осуществляется переход общества к состоянию динамической стабилизации.

Таким образом, наиболее эффективной в условиях транзитивного общества представляется модель PR «коммуникации как стратегический инструмент». Условиями для её реализации являются организация диалога представителей специализированных и неспециализированных коммуникационных полей как равноправных партнеров, инициирование коммуникации со стороны общественности. Сама по себе социальная активность аудитории в отношении ценностей, маркируемых в PR скорее с позиций «человеческого интереса», чем идеологии, способствует формированию новых коммуникационных полей, в которые входят представители самых разных социальных групп. Причем власть в этих условиях перестает представляться как чужеродный элемент, заслуживающий лишь критики: «Агент власти становится лидером группы со всеми вытекающими из этого положения последствиями, такими как высокий уровень доверия к нему членов сообщества, внутрigrupповая сплоченность и т.п.» [7, с. 180].

Библиографический список

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — М.: Дело, 2003. — С. 18.
2. Рулер, Б. Ван. Коммуникационная сеть: ситуационная модель стратегического управления коммуникациями / Б. ван Рулер // PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. — М.: Имидж-контакт; ИНФРА — М, 2002. — С. 50–68.
3. Кривоносов, А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций / А. Д. Кривоносов. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001. — 254 с.
4. Психология масс / под ред. Д. Я. Райгородского. — Самара: Бахрах, 1998. — 592 с.
5. Нёт, В. Чарлз Сандерс Пирс / В. Нёт // Критика и семиотика. — 2001. — Вып. 3/4. — С. 5–32.
6. Пропаганда // Философия: энцикл. слов. — М.: Гардарики, 2004. — 1072 с.
7. Ситников, А. П. Победа без победителей: Очерки теории прагматических коммуникаций / А. П. Ситников, М. В. Гундариин. — М.: ИМИДЖ-Контакт, 2003. — 256 с.
8. Татаринова, Г. Н. Управление общественными отношениями / Г. Н. Татаринова. — СПб.: Питер, 2004. — С. 266.
9. Надо, Р. Живые бренды. Новый подход к созданию и продвижению брендов / Р. Надо. — М.: Гребенников, 2009. — С. 32.

ФЕДОТОВА Марина Геннадьевна, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социальных коммуникаций.

Адрес для переписки: fmg@bk.ru

Статья поступила в редакцию 06.02.2013 г.

© М. Г. Федотова

ДИЗАЙН СОЦИАЛЬНОГО: К ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО БЫТИЯ В СООТВЕТСТВИИ С АРХАИКО-АНАРХИЧЕСКИМИ ПРИНЦИПАМИ

Дизайн социального, использующий архаико-анархические принципы, — это не буквальный возврат в период архаики, а использование только совместимых с «современностью» принципов. Таких, к примеру, как безгосударственность (или тип государственности, воспринятый не извне и не сверху, а изнутри социального тела); это договор, как основа взаимодействия между людьми; это свобода труда и союзов, община, как основная форма объединения людей; это общность идей и целей; это имущественное равноправие.

Ключевые слова: архаическая размерность социального, дизайн социального, архаико-анархические принципы социального бытия

Исследование выполнено в рамках гранта Министерства образования и науки РФ, программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 годы». Соглашение 14.132.21.1038 от 10.09.2012.

Дизайн — волевое усилие по изменению окружающего мира, в основе которого лежат этические и эстетические установки.

Вопрос о намеренном изменении окружающего мира, а также дискуссия по поводу формирования новых принципов построения социального Космоса, являются в современном мире наиболее актуальными, так как процесс энтропии общества имеет характер интенсификации. Современный цивилизованный человек, обладая определенным набором характеристик, часто не способен почувствовать и испытать всю полноту бытия, поскольку органы чувств указанного человека актуализированы для Медиа. При этом, подобный «уродливый» (неестественный) человек в качестве среды своего существования выбирает виртуальный мир. Что, в свою очередь, способствует тому, что социальные связи приобретают характер рафинированных и стерильных.

В указанной выше ситуации уместно говорить об утрате современным человеком способности чувствования и понимания таких имеющих онтологический характер категорий, как «со-трудничество», «со-вместность», «со-ответствие», «родное», «дом», «близость».

Также важно понять и принять, что бытие современного человека более не обнаруживает себя ответственным. Ответственность в данном случае рассматривается нами как возможность актуально реагировать на воздействие окружающего мира, получать ответ и отвечать самому. То есть быть равно пассивным и активным в отношениях с внешним Миром в целом и с Другим в частности.

Параллельно заявляет о себе следующая проблема: государственные институты способствуют уходу от ответственности. Подобная проблема проявляется при необходимости разрешения конкретной, частной проблемы. Во-первых, индивидуум, обращаясь за её (частной проблемы) разрешением

в госорган, снимает с себя самого ответственность, а во-вторых, госорган, являясь, по сути, коллективным образованием не может и не заинтересован в разрешении указанной выше проблемы. В своей деятельности госорган заинтересован в получении человеческого ресурса-энергии и ему безразличны нужды отдельного человека. Так индивидуум автоматически лишает себя онтологической свободы, которая заключается как раз в возможности самостоятельного взаимодействия с Миром, самостоятельного проживания в Мире. В результате этого в социальном теле появляется ничем не заполняемая онтологическая пустота, продуцируемая излишней ленью и страхом. Однако указанная пустота не обнаруживается в обществах архаических.

Этимология «архаического» напрямую связана с греческим $\alpha\rho\chi\acute{\eta}$ (архэ), и отсылает к необходимости заново, в новых технических условиях озаботить себя вопросом о том первоосновном сегменте, из которого состоит «мир», в плане философии же — в первую очередь о мыслительной первооснове, то есть об основании самой мысли, пульсирующей в социальном пространстве и организующей рельеф его современных форм [1]. Таким образом, акцент на мыслительной стратегии, фокусирующей внимание на бытийственных основаниях социального тела, позволяет восстановить в рефлексивных правах опыт чувствования и проживания Беспредельного, Непознаваемого, Хаоса, по крайней мере, допускает актуализацию сферы «неявного», «неочевидного», генерирует выразительные фигуры для формирования исследовательского контекста, воспроизводящего, в свою очередь, ситуацию столкновения, со-прикасания с необычным и тем самым открывает мыслительную перспективу. Так, установленный рефлексивный акцент наиболее актуален в процессе осмысления социума, пребывающего в ситуации стремительно меняющихся ценностно-оценочных стереотипов, поведенческих стандартов,

программ реагирования на возникающие новые, не всегда предсказуемые стандартными рефлексивными установками, объекты социального и культурного бытия. В ситуации неустойчивости социальных платформ возникает необходимость в фиксации устойчивой точки опоры, и в качестве таковой могут быть взяты архаические модели социального бытия, реанимация которых демонстрирует связь плана именованного и плана действия, тем самым диктует логику ответственного реагирования индивида на конкретный социальный запрос, а самое пространство социального наделяет экзистенциально значимыми смыслами, переводит его в статус жизненно-значимого порядка, Космоса [2].

Одним из возможных способов изменения современной ситуации и включения человека в реальный Мир — переосмысление принципов построения социального, дизайн социального путем рекультивации существовавшей ранее структуры построения социального Космоса, основанной на принципах самоорганизации, равенства, наличия властных отношений, базирующихся на авторитете и соответствии своему положению в социуме [3].

Подобные установки в построении социальной конструкции мы находим в концепции анархизма, то есть в альтернативном способе социального бытия, где на первое место поставлена не иллюзорная организационная структура государственных институций, а человек, его личные заслуги и реальное положение в Мире.

Анархия может быть квалифицирована по следующим принципам: это безгосударственность (или тип государственности, воспринятый не извне и не сверху, а изнутри социального тела); это договор, как основа взаимодействия между людьми; это свобода труда и союзов, община, как основная форма объединения людей; это общность идей и целей; это имущественное равноправие. Некоторые из принципов требуют детализации, дополнительных комментариев.

Безгосударственность понимается в данной работе как отсутствие централизации, поскольку централизация во многом определяет формирование абстрактных отношений в социуме, формализует живые линии социальных жизненных связей. Предлагаемый концепт децентрализации предусматривает непосредственное взаимодействие между человеком и человеком, а также между человеком и окружающим миром (отношение к природе как к

родному). Свобода труда предусматривает возникновение его (труда) по воле индивидов и для решения непосредственных задач, то есть таких, которые не навязаны кем-то извне, но вызваны актуальной необходимостью.

Противники данной концепции справедливо могут отметить, что в истории Нового и Новейшего времени, а возможно, и во всей истории Цивилизованного мира, не было примеров построения подобных обществ. Возразим на это тем, что именно через переосмысление архаических основ построения бытия нами могут быть найдены принципы, которые могут стать фундаментом в переобустройстве современного «больного» общества. При этом некоторые «здоровые» основания архаико-анархических обществ могут быть использованы нами в современности, то есть воплощены в реальном социальном конструировании — социо-дизайне. Следует оговорить также то, что автором под использованием архаико-анархических принципов в социо-дизайне не понимается возврат в период архаики, а использование лишь совместимых с современностью принципов.

Библиографический список

1. Кребель, И. А. Открытость мысли культурным практикам: проблема подлинной рациональности / И. А. Кребель, Ю. Ю. Першин // *Личность. Культура. Общество* : междисциплинарный науч.-практ. журн. соц. и гуманитарных наук. — М., 2006. — Т. 9. — Вып. 2 (36), 2007. — С. 230–239.
2. Кребель, И. А. Язык «живой архаики» в философии Серебряного века / И. А. Кребель // *Философия и социальная динамика XXI века* : материалы II Междунар. науч. конф. В 3 т. — Омск : СИБИТ, 2007. — Т. 3. — С. 178–197.
3. Кребель, И. А. Топологическая рефлексия — стратегия реанимации непредвзятого мышления (опыт понимания мысли Серебряного века) / И. А. Кребель // *Философия и социальная динамика XXI века* : материалы II Междунар. науч. конф. — Омск : СИБИТ, 2008. — С. 156–177.

ГЛАТКО Михаил Сергеевич, аспирант кафедры философии.

Адрес для переписки glatko@rambler.ru

Статья поступила в редакцию 28.12.2012 г.

© М. С. Глатко

Книжная полка

Салеев, В. А. *Основы эстетики* / В. А. Салеев. — Минск : Вышэйшая школа, 2012. — 208 с. — ISBN 978-985-06-2073-6.

Рассматриваются эстетика как философская наука, история эстетических учений, сущность эстетического отношения и эстетической ценности, категории эстетики, аксиологическая (неоаксиологическая), интерпретация природы искусства, введены понятия эстетического и художественного как метакатегории эстетики. Имеется краткий терминологический словарь. Подготовлено в соответствии с типовой программой дисциплины. Студентам вузов, всем интересующимся проблемами современной эстетики.

ФИЛОСОФСКО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

В статье рассматривается одна из важнейших проблем современности — становление информационного общества в России. Выдвигаются различные варианты философско-антропологического осмысления процесса формирования общества со статусом «информационный»; показывается особый путь, предстоящий современной России, главной вершиной которого является создание идеально функционирующей медиасистемы с самоорганизующимися информационными механизмами.

Ключевые слова: философская антропология, спасение, информация, информационное общество.

Одной из главных задач философии является самопознание человека, поэтому философское знание по своей сути антропологично, а проблема человека в ее различных аспектах составляет непрерывную часть философии.

В XX столетии в человеческом обществе возникла уникальная ситуация, когда вместе с огромным ростом материальных богатств произошла девальвация самого человека, его обесценение. Человеческая жизнь, во многом низведенная до уровня простых, примитивных инстинктов и рефлексов, заставила социальных философов и представителей философской антропологии заговорить о будущем человека, о бесперспективности его судьбы и даже о всеобщей антропологической катастрофе. В результате данной катастрофы человек мыслящий и чувствующий, человек деятельный и производящий, homo moralis и homo ludens, уступает место человеку — протее, зомбированному индивиду, стайному человеку, — живущему на основе команд и приказов. Человек-творец бесповоротно ушел в прошлое, а широкое распространение получил обмассовленный, одномерный человек (Г. Маркузе), действующий на основе однополюсного мышления [1].

В связи с этой трактовкой проблемы возникает ряд вопросов, носящих далеко не праздный характер. В чем спасение человека? Какое общество должно сформироваться в современном мире, чтобы избежать антропологической катастрофы? Возможно ли формирование информационного общества, учитывая то, что человек буквально «тонет» в океане информации? Какова значимость информации в информационном обществе, ведь избыточность зачастую снижает ценность, стирает смыслы? Отрицая риторичность подобных вопросов, необходимо искать на них четкие ответы и оптимистично смотреть в будущее человечества.

Философско-антропологическое осмысление современного общества отражается во многих научных трудах, что свидетельствует о возрастающем интересе к становлению личности в обществе. Стратегемы спасения человечества видятся философами по-разному. Отмечается, что «наиболее эффективный путь спасения должен опираться как на чувственную, так и на духовную природу человека», то есть человек, «прежде чем конструировать пути спасения, должен не только знать параметры не-

подлинной жизни, но и чувствовать ее» [2]. Такого рода чувствование можно определить как «экзистенциальность человеческой природы». Суть ее в том, что человеку необходимо искать спасение и в окружающей его действительности, и внутри себя. Гармонизация бытия и мировоззрения порождает вывод о высокой степени важности философского понимания природы человека, его сущностного нахождения в обществе.

Важная, практически главенствующая роль в процессе спасения человечества отводится философам, которые должны возродить в человеке космоцентрический взгляд на природный и социальный мир, вновь научить его подчиняться вселенской необходимости. Установка на коэволюцию человека и биосферы, социальное соразвитие и диалог культур должны стать интеллектуальной и нравственной доминантой современного человека [3]. Следовательно, именно философско-антропологическое рассмотрение современного информационного общества позволяет сформировать один из путей спасения человека.

В связи с этим целесообразно соединить понимание общества информационного типа как открытой системы, функционирующей на основе преобразования и распределения информации в области единого информационного поля, с новым подходом к развитию общества на основе процессов самоорганизации [4]. В данном случае общество как метасистема, являющаяся порождением человеческой деятельности, благодаря целенаправленному движению устанавливает и развивает взаимоотношения между формирующими ее субъектами, инициируя самоподобные, самоорганизующиеся процессы. В результате этого информационное общество, выступая единой самоорганизующейся системой, формируется вследствие циклического обращения информационных потоков среди разного типа коммуникативных механизмов.

Определяя понятие «информационное общество», отметим, что терминологический анализ существующих взглядов показал наличие больших смысловых расхождений во мнениях и подходах к данному термину. Возникла необходимость в отсеивании трактовок из других областей знания и концентрации внимания на конкретном понятийном аппарате философской антропологии. В результате

выяснилось, что информационное общество с точки зрения философии представляет собой некий этап истории человечества, когда Коллективный разум становится не только опорой развития вида homo sapiens, но и объектом целенаправленных усилий по его совершенствованию. Полноценное информационное общество не сможет утвердиться само по себе, без целенаправленного действия людей, без утверждения новых информационных парадигм [5].

Оценивая уровень формирования современного информационного общества, философы отмечают как положительную динамику в его развитии, так и тенденцию к отставанию в процессе становления российского информационного общества. Первое утверждение встречается значительно реже и носит оптимистический характер прогнозов: повышение роли информационного сектора как в сфере услуг, так и в народном хозяйстве в целом; интеграция телекоммуникационных и информационных структур, приводящая к появлению новых отраслей экономики, новых продуктов и услуг, удовлетворяющих новые потребности; глобализация информационных и телекоммуникационных секторов, способствующая созданию и развитию Глобальной информационной инфраструктуры (ГИИ), в рамках которой образуется Российская информационная структура (РИИ), создающая единое информационное пространство без границ; появление новой информационной культуры, под которой понимается умение целенаправленно работать с информацией, использовать ее, обрабатывать, хранить и передавать [6].

Негативный окрас при оценке уровня развития современного российского общества встречается в большинстве научных работ. Анализируя рейтинги развития информационного общества по показателям электронной готовности (один из механизмов самоорганизующейся системы информационного общества), философы отмечают следующее: сопоставление показателей России и двадцати ведущих стран мира свидетельствует о наличии отставания по интегральному показателю электронной готовности примерно на 15 лет, а по доступности информационной инфраструктуры, оснащенной сетью Интернет и широкополосному доступу — на 10–11 лет; все российские показатели, по прогнозам, в 2015 году хотя и сократят существующий разрыв, но будут отставать от нижней границы соответствующих показателей — лей двадцати ведущих стран в 1,5–1,6 раза [7].

Исходя из вышесказанного вырисовываются определенные контуры российского информационного пространства и его политические корреляты в трансграничной перспективе. Во-первых, это появление новой системы контроля — киберконтроля, который позволяет исследовать и проводить мониторинг частной жизни человека и формировать пристальный демографический взгляд, способный пересекать практически любые границы. Во-вторых, возникает новая иерархия критериев социального неравенства, важнейшим из которых становится доступ к информационным ресурсам и компьютерным технологиям. В-третьих, появляются новые типы сообществ: имагинарные сообщества (в реальной жизни люди, принадлежащие одному сообществу, редко имеют возможность повстречаться со всеми его членами; в той или иной степени любое сообщество является «имагинарным» — сконцентрированным в умах его членов, следовательно, такие сообщества могут появляться или укрепляться в киберпространстве); логические государства

(коммуникационная революция подрывает государственную власть, помогая ее «перемещению», делая возможным новые локусы социальных сетей и власти); кибернация (возникает благодаря определенным трансформациям в информационной технологии — появлению глобальных телекоммуникаций, в частности Интернета). В-четвертых, возникают своеобразные виртуальные места — виртуальные агоры. Р. Ольденбург полагает, что есть три главных места, населенных людьми и территориально оформляющих сообщества: место, чтобы жить; место для работы и место для общения и веселья. К последним относится агора (площадь) Древней Греции. Массовый рынок глобализации подрывает или заменяет традиционную «агору» во всем мире. Онлайн-общины обеспечивают пространство для этих третьих мест — виртуальных агор, где люди могут участвовать в публичных дискуссиях и входить во многие другие взаимодействия [8].

Реалии информационного общества предъявляют человеку новые требования, и прежде всего это наличие способности и готовности к перемене деятельности, мобильности, переобучению, овладению новой профессией. Перед современным человеком встает широкая свобода выбора, благодаря которой проявляется его индивидуальность. В то же время актуализируется проблема личностной идентичности: человек не испытывает особую потребность в идентичности в условиях информационного общества, где важнее уметь пользоваться средствами технологизации и информатизации, чем четко осознавать свою идентичность, причастность к какому-либо сообществу людей. Человек информационной культуры — это космополит, в любой момент способный проявить свою индивидуальность [9].

Таким образом, формирование информационного общества в современной России видится как одно из условий, необходимых для выживания человека, но недостаточным в стратегии спасения человека. Подобное становление общества происходит по характерному только для российского общества пути и носит достаточно негативную окраску в научных кругах. Это свидетельствует о больших сбоях в такой самоорганизующейся медиасистеме, как общество, и позволяет говорить о приближающейся «антропологической катастрофе», которую возможно избежать с помощью обязательного рассмотрения проблемы с философско-антропологической точки зрения и «экзистенциальности человеческой природы».

Библиографический список

1. Третьяков, Н. Ф. Философия человека и общества. Пятнадцать очерков по социальной философии и философской антропологии / Н. Ф. Третьяков. — Омск : Наследие, 1997. — С. 96.
2. Денисов, С. Ф. Основной вопрос философской антропологии / С. Ф. Денисов // Наука. Философия. Общество : материалы 5-го Рос. философ. конгресса. Т. 2 / Российское философское об-во, администрация Новосиб. обл., Новосибирск. гос. ун-т, Ин-т философии и права Сибир. отделения РАН. — Новосибирск : Параллель, 2009. — С. 371–372.
3. Бессонов, Б. Н. Человек, его предназначение — коренная проблема философии / Б. Н. Бессонов // Философия человека : сб. науч. тр. / Ин-т философии Рос. акад. наук ; ОмГУ им. Ф. М. Достоевского. — Омск, 2004. — С. 70.
4. Круковский, Я. В. Информационная сущность человека и эволюция ноосферы: тенденции изменений в направлении самоорганизации / Я. В. Круковский // Философия че-

ловека : сб. науч. тр. / Ин-т философии Рос. акад. наук, ОмГУ им. Ф. М. Достоевского. — Омск, 2004. — С. 398.

5. Моисеев, Н. Н. Информационное общество как этап новейшей истории / Н. Н. Моисеев // Свободная мысль. — 1996. — № 1. — С. 82.

6. Рейман, Л. Д. Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении / Л. Д. Рейман // Вопросы философии. — 2001. — № 3. — С. 8–9.

7. Штрик, А. А. Анализ и прогнозирование показателей развития информационного общества / А. А. Штрик // Информационные технологии. — 2010. — № 6. — С. 32.

8. Макаров, В. П. Формирование глобального информационного пространства / В. П. Макаров // Вестник МГУ. — Сер. 18. Социология и политология. — 2005. — № 3. — С. 3–18.

9. Сощенко, И. Г. Образ человека в социокультурном пространстве информационного общества : дис. ... канд. философ. наук : 09.00.13 / И. Г. Сощенко. — Ставрополь, 2007. — 157 с.

ПЕСТРОЖУКОВА Татьяна Анатольевна, соискатель по кафедре философии ученой степени кандидата философских наук, библиограф научной медицинской библиотеки.

Адрес для переписки: eghik.86@mail.ru

Статья поступила в редакцию 15.01.2013 г.

© Т. А. Пестрожукова

УДК 101.1:316

Д. С. ЩЕГЛОВ

Омский государственный педагогический университет

ТРАНСФОРМАЦИЯ БЫТИЯ ЧЕЛОВЕКА В МЕДИАКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Медиакультура создала глобальное информационное пространство. Бытие перестает мыслиться границами, данными природой, и переходит в плоскость социально-коммуникативного пространства. С помощью технических средств происходит воспроизводство этого пространства. Техника постепенно превращается из вспомогательного средства, призванного упростить труд, в посредника, подменяющего смыслы средствами.

Ключевые слова: техника, технология, медиакультура, социально-коммуникативное пространство.

Культурное пространство воздействует на человека, происходит воздействие не только на создание внешних знаковых форм, будто одежда, но также и на изменение бытия человека. Современная культура также принимает участие в формировании современного человека. Прежде всего, в медиакультуре это происходит посредством коммуникации, которая является неотъемлемым процессом в жизни каждого человека. Благодаря медиа-источникам процесс коммуникации между людьми осуществляется в масштабах всей планеты. В процессе общения пространственные границы расширяются до такой степени, что человек даже не может осознать их наличие. Человечество приобретает единое социальное пространство. В свое время Карл Ясперс, размышляя над будущим мировой истории, отмечал, что единое историческое пространство должно привести к глобальному единству. «Мотивы на пути к глобальному единству — это, с одной стороны, свойственная нашему времени, как и всякому другому, воля к власти, не знающей покоя, пока ей не подчинится все; с другой — нависшее над всей планетой бедствие, требующее немедленной договоренности великих держав, которые перед огромной грозящей всем опасностью не решаются в отдельности применить силу, а над обоими этими мотивами возвышается идея солидарного в своих стремлениях человечества» [1, с. 79]. Как ни парадоксально, но в данной идее Ясперс предвидит феномен медиакультуры, ее основные функции, способности воздействия на людей.

Глобальное единство произошло благодаря процессу коммуникации в масштабах всей планеты. А далее К. Ясперс считает, что из этого глобального единства может возникнуть либо мировая империя, либо мировой порядок. Перед нами «мировая империя», в которой установлена деспотическая власть, базирующаяся только на насилии и подчиняющая себе всех из единого центра, которым являются медиа-источники. Такая власть формирует «конформистское сознание и будет подавлять всякую свободную духовную деятельность» [1, с. 88].

Несмотря на это, в таком пространстве человек не только общается, но и переживает свои чувства, мыслит, обретает собственное «я». В таком пространстве формируется бытие человека, которое претерпевает своеобразную трансформацию. Перед человеком ускользают подлинное пространственные границы, те, которые изначально даны природой. Подлинные границы реальности начинают терять смыслы. Бытие человека переходит в плоскость социально-коммуникативного пространства, которое поддерживается различными технологиями и техническим оборудованием.

В условиях медиакультуры человек неотделим от техники. Происходит слияние человека с техникой, иначе своеобразный вариант со-бытия человека с техникой. М. Хайдеггер видел в технике способ конструирования мира. По мнению Хайдеггера, техника несет с собой и выражает в себе новое отношение человека к миру, новый способ раскрытия

бытия. Техника у М. Хайдеггера — важнейший способ обнаружения глубинных свойств бытия. Она позволяет выявить то, что сокрыто в нем, должно быть угадано и представлено в подлинном, неискаженном лике. Через сущность техники человек говорит с бытием, слышит его.

М. Хайдеггер отмечал, что греческое слово «техне» обозначало не только деятельность ремесленника, умение, мастерство, но также искусство вообще. Техника родственна искусству и сопряжена с истинным познанием. Подобно искусству техника — творчество, отлагающееся в произведении, а поскольку всякое произведение выводит из потаенности в открытость, техника относится к той же области, где сбывается истина. Техника уходит корнями вглубь, в сферу истины. Существенным в технике является не делание, не манипулирование, а обнаружение, раскрытие истин.

То есть Хайдеггер считал, что в основе технической деятельности людям присущее стремление к познанию, к обнаружению истины через обнаружение «сокрытого».

Немецкий философ отвергает тезис о том, что техника есть средство в руках человека. Напротив, он заявляет о том, что именно человек «выдан» технике, «затребован» ею. Но начиная с нового времени, давшего импульс количественному, исчисляющему освоению мира и отсюда — экспериментальной физике, это направленное на бытие обнаружение впервые обретает совсем иной характер. Из поиска истины техника превращается в агрессивно-принуждающее отношение к природе, «затребование» ее со всеми ресурсами, с заключенной в ней энергией, с учетом наперед всей основанной на ней перерабатывающей индустрии и готового продукта. Таково нынешнее отношение человечества к миру, такова, в определенном смысле, истина сегодняшнего дня. Именно подобное мировоззрение неизбежно стало причиной того, что человек, не замечая этого, оказался сам «затребован» в это всеобъемлющее состояние, он в порочном кругу: полагая, что вся природа, мир в виде запасов «наличного состояния» полностью находится в его распоряжении, человек, его сущность оказались сейчас в ситуации крайней опасности. «В конечном счете, по убеждению Хайдеггера, техника на современном этапе гораздо более непосредственно угрожает сущности человека, — все усилия которого направлены на то, чтобы извлекать, добывать насильственно, управлять и т.д., — чем его существованию» [2, с. 36].

Сегодня человек изучает реальность, при этом непосредственно обращаясь к технике. Техника имеет огромные возможности, но при этом берет в рабство человека. Созерцание мира природы воочию уже не так интересует человека, как круглосуточное созерцание экрана. «Техника есть последняя любовь человека, и он готов изменить свой образ под влиянием предмета своей любви» [3, с. 14].

Одним из определений человека является «*homo faber*» — существо, изготовляющее орудие, которое непосредственно будет облегчать труд и жизнедеятельность человека. То есть техника является средством, которое позволит достигать наибольшего результата при наименьшей трате сил.

Проблема современного человека заключается в том, что средства жизни очень часто подменяют цели жизни, они могут так много занимать места в человеческой жизни, что цели жизни окончательно и даже совсем исчезают из сознания человека. Не может быть технических целей жизни, могут быть

лишь технические средства, цели же жизни всегда лежат в другой области, в области духа. В нашу техническую эпоху подобная подмена происходит в грандиозных размерах. Конечно, техника для ученого, делающего научные открытия, для инженера, делающего изобретения, может стать главным содержанием и целью жизни. В этом случае техника, как познание и изобретение, получает духовный смысл и относится к жизни духа. Но подмена целей жизни техническими средствами может означать умаление и угасание духа, и так это и происходит. «Техническое орудие по природе своей гетерогенно как тому, кто им пользуется, так и тому, для чего им пользуются, гетерогенно человеку, духу и смыслу. С этим связана роковая роль господства техники в человеческой жизни. Техника обладает такой силой в нашем мире совсем не потому, что она является верховной ценностью» [3, с. 15].

Техника участвует в процессе формирования сознания современного общества, именно посредством техники складываются стереотипы мышления, поведения, принципы «простой» жизни, а также потеря индивидуальности, которые навязываются рекламой, дешевыми сериалами, идущими по центральному телевизионным каналам.

Человечество стоит перед основным парадоксом: без техники невозможна культура, с нею связано само возникновение культуры, и окончательная победа техники в культуре, вступление в техническую эпоху влечет культуру к гибели, происходит переход на путь цивилизации. Но человек принимает непосредственное участие в изобретении новой техники для расширения собственных возможностей и для расширения границ цепей, которые его оковывают посредством масс-медиа.

На протяжении всей истории человеческого общества техника постоянно развивалась и совершенствовалась. Это развитие стало теперь настолько очевидным, что не вызывает ни у кого сомнения. Вопрос о его причинах занимает теперь многих исследователей. Например, немецкий философ К. Ясперс считает, что «...было бы нелепо вообще отвергать практическую пользу науки, не пользуясь ее достижениями» [1, с. 91]. Но практические потребности, по его мнению, не могут длительное время поддерживать научно-технический прогресс. Наука развивается самостоятельно, в результате внутреннего стремления людей к знанию, их извечной пытливости, любознательности. Он пишет: «В противовес принижению науки посредством ее подчинения целям техники и жизненной практики, наука утверждается как самоцель, как право изначальности стремления к знанию» [1, с. 520]. Но с такой точки зрения развитие науки замыкается самой же наукой. Возникает круговорот сознания. Техника направлена на то, чтобы в ходе преобразования всей трудовой деятельности человека, преобразовать и самого человека. Человек уже не может освободиться от воздействия созданной им техники. И совершенно очевидно, что в технике заключены не только безграничные возможности, но и безграничные опасности. В качестве аналогии Ясперс приводит пример с открытием первобытными людьми огня: оно так же таит в себе огромные возможности и огромную опасность. «Теперь, как и тогда, человечество вступает на совершенно новый путь — быть может, его ждет власть разрушительных сил и мрак небытия» [1, с. 521].

Техника, а с ее помощью и коммуникация смогли увеличить пространственные границы, в которых

человек имеет возможность существовать, но при этом постоянно блуждает в этом пространстве.

Существование человека в таком пространстве позволяют ему функционировать в масштабах, не имеющих границ. Бытие человека расширяется в пространственной плоскости. Но то, чем наполняется бытие человека, носит временный характер. В медиакультуре человек достигает полноты бытия, но полноты в количественном значении. Человек начинает представлять собой организм, с беспорядочным наличием количественных фактов. Человек медиакультуры в процессе своей жизни старается присоединить себе множество статусов: студент, специалист, футбольный фанат, любовник, муж и т.д. Жизнь человека представляет собой некое «ассорти», в котором бесчисленное множество аналогичных событий в короткие сроки переплетаются между собой — быть несколько раз в браке сегодня вполне приемлемо, высших образований человек пытается получить как можно больше и т.д. Происходит количественное развитие человека, развитие вширь. Человек старается ухватить временные явления, фрагменты и чем больше их, тем для человека это интересней и важнее. «Одноразовое искусство, быстро снятые комедии положений, снимки, сделанные «Полароидом», ксероксы, образчики изобразительного искусства, которые прищипливают, а затем выбрасывают. Идеи, верования и отношения, как ракеты, врываются в наше сознание и внезапно исчезают в никуда. Повседневное опровергаются и ниспровергаются научные и психологические теории. Идеологии трещат по швам. Знаменитости порхают, делают пируэты, атакуя наше сознание противоречивыми политическими и моральными лозунгами» [4, с. 45].

Бытие человека фрагментарно, это происходит потому, что на его конструирование воздействует медиакультура. Медийные сообщения повторяют в себе принцип фонетического алфавита, о котором писал Маклюэн. Строение фонетического алфавита таково, что в нем значение отделено как от звука, так и от буквы. Значение разбивается на незначущие звуки, которые передаются незначущими буквами, то есть единицами одного порядка, а изображаются унифицированными шрифтами, которые выкладываются в линейной последовательности и повторяются. То есть целостное значение слова, фразы расщепляется до мелких, незначущих единиц, а смысл вновь обретается впоследствии — в их объединении. Расщепление и пересобирание по определенным, заданным правилам — принцип работы фонетического алфавита, письма и сообщения, которое передается посредством медиа. Такой принцип основан на фрагментации, гомогенизации, то есть однородности, формировании последовательной линии и механического повторения, — это передается на человека, воздействует на него и формирует его. Так происходит со всем обществом, которое находится во власти медиакультуры.

Коммуникационное воздействие современно-го общества принципиально отличается от всех видов предшествующих. Революционизирующим фактором современности является не столько объем информации, сколько способы трансляции информации. Человек информационного общества может обладать малым объемом знаний, но, тем не менее, быть активным участником коммуникации. Характер активности в информационном обществе определяется не содержанием информации, а ее операциональностью. При этом не рассматривается

характер транслируемой информации, то есть информация не фильтруется по степени истинности или ценности сведений. Медиакультура распространяет стереотипы поведения и общения, приобщает человека к следованию модных тенденций, начиная от одежды и кончая искусством, выставляет своеобразные регламенты соответствия современности. Трансляция таких жизненно важных факторов сопровождается яркой рекламой, громкой музыкой, кричащими лозунгами и т.д., масс-медиа пытается привлечь внимание своего слушателя, зрителя, затем «завоевать» человека, заставить верить в эти «истины» и применять их в жизни. То есть человек должен стать активным участником в процессах медиакультуры, реагировать на все происходящие процессы, и давать на них свою реакцию. В этом процессе человек теряет свою уникальную природу, происходит потеря идентичности. При этом нет никакого насилия со стороны медиакультуры, человек сам обращается к тому, что ему предлагает медиакультура. А главное во всем этом, что человек получает от этого удовольствие. Нахождение в медиакультурном пространстве позволяет человеку отойти от жизненных проблем. Человек наслаждается потреблением медиакультурных продуктов, они ему приносят сиюминутное удовольствие. Человек пытается не упустить ни одного из таких продуктов, при этом, когда приобретает новый, старый теряет для него значение. Срабатывает количественный принцип в формате быстрого времени. Вся жизнь человека протекает по такому принципу. Человека не волнуют вечные вопросы. Человек не интересуется естественным миром природы, его не интересуют правды бытия.

Медиареальность выступает в качестве субстанциональной основы мира, что, в свою очередь, порождает негативные последствия социокультурного плана: например, рассмотрение информации в качестве субстанции; разрушение целостности человека и утрату им собственной идентичности; денатурализацию реальности и восприятие искусственного мира как единственно приемлемого в условиях технического прогресса.

Сегодня медиа продлили социальное пространство в том числе за счет еще вчера недоступных уголков разума. Сфера публичности перевела в символические формы многое, что было потаенным. Жизненный мир, отпустивший человека в глобальную сеть, получил назад ее агента, которому стали недоступны основополагающие экзистенциальные переживания. Жизнь и смерть в медиа-пространстве лишаются тайны, которой они наделены в иерархическом бытии, где есть место сакральному и профанному, вечному и случайному. Для человека медиакультуры это перестает иметь значения. Необходимым источником для размышления являются сообщения, которые транслируются в медиапространстве. Человек не фильтрует через свое сознание полученную таким образом информацию, а впитывает ее как губка. Человек живет по стереотипным принципам, которые приводят его к потере уникальности, к потере свободы.

Сегодня для философии очень важно понять, почему бытие человека таково. Почему развитие человека, его возможностей имеет смысл лишь в количественном значении? Качественное развитие человека остановилось. Человек перестает мыслить самостоятельно, процесс мышления не нужен для того, чтобы потреблять продукты данной культуры, которые сопровождают всю его жизнь. У человека

пропадает интерес к изучению вечных истин, сближающих его с природой собственного «я». Человека не волнует искусство в его вечном смысле. Телевидение и Интернет вытесняют из культурных потребностей современного человека посещение театров, библиотек, музеев. Человек не видит собственных границ бытия, границ своих возможностей, которые ему предоставляет медиакultura.

Медиакultura предоставляет человеку широчайшие возможности для реализации себя, творческих замыслов. Безграничное пространство, открытое для человека посредством коммуникационных технологий, техники, позволяет упрощать процесс передачи и получения информации. Этот процесс упрощения передачи и получения информации происходит не только в пространственной плоскости, но и упрощает ее качество, доводит до банальности содержание сообщения. Проблема этого скрыта в самом человеке, в неправильном применении медиатехнологий, как в качестве создателя, так и потребителя. Те же источники передачи информации в режиме «здесь и сейчас» несут в себе полезные свойства, облегчают жизнь человека, освобождают человека от траты времени, которое человек может посвятить творчеству, оставить после себя в произведении творчества вечное, духовное, и зафиксировать в нем свою уникальность. Человек не умеет этим пользоваться, происходит трата времени на развлечения, удовольствия, на развитие своего тела, технологии медиакультуры для человека имеют свойство значимости лишь для увлечения.

Изученные нами в первой главе философские концепции XX века отражают лишь негативную специфику медиакультуры, видят в ней только отрицательные стороны, и под ее воздействием предвидят печальный финал истории человечества. Но мы хотим отметить, что медиакultura — не такой уж и монстр, который формирует современного человека. Истоки этой проблемы коренятся в самом человеке, точнее, в использовании собственных возможностей, возможностей сознания. Человек должен прийти к осознанию собственных границ, границ существования вне рамок манипуляций, посредством стандартов, которые не несут в себе смыслов. Осознание смыслов, которые переданы в сообщениях медиакультуры, освобождение от них, позволят

человеку обрести свободу в бытии. Человек должен понять, как правильно он должен пользоваться медиакультурными возможностями. Лишь когда произойдет осознание бессмысленности времяпрепровождения в медиакulture, принцип ее действия, и это произойдет в пространственных масштабах ее распространения, т. е. на уровне всей планеты, тогда произойдут качественные изменения, то есть расширение границ для человека на уровне гносеологии, эстетики, этики, логики.

Ю.М. Лотман писал о динамике культуры: «Ни одна культура не может обойтись одним языком. Минимальную систему образует набор из двух параллельных языков — например, словесного и изобразительного. В дальнейшем динамика культуры включает в себя умножение набора семиотических коммуникаций...» [5, с. 34]. Переосмысляя эту фразу в контексте масс-медиа, можно сказать, что появление медиакультуры, её структура и особый язык — вероятно, закономерный этап в развитии человека, но необходима рефлексия над ее смыслами, иначе человек не сможет перейти от стадии экстенсивного развития к стадии интенсивного, к углублению своей сущности.

Библиографический список

1. Ясперс, К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс. — М.: Республика, 1994. — 527 с.
2. Твердислова, Е. Философия Мартина Хайдеггера и современность / Е. Твердислова. — М.: Наука, 1999. — 424 с.
3. Бердяев, Н.А. Человек и машина / Н.А. Бердяев // Путь. — 1933. — № 38. — С. 3—38.
4. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — М.: Изд-во АСТ, 2004. — 783 с.
5. Лотман, Ю. Н. Беседы о русской культуре / Ю. Н. Лотман. — СПб.: Искусство, 1994. — 337 с.

ЩЕГЛОВ Дмитрий Сергеевич, аспирант кафедры философии, факультет истории, философии и права. Адрес для переписки: Shcheglovdmityr@mail.ru

Статья поступила в редакцию 13.12.2012 г.

© Д. С. Щеглов

Книжная полка

Урманцев, Ю. А. Симметрия природы и природа симметрии. Философские и естественнонаучные аспекты / Ю. А. Урманцев. — М.: Либроком, 2013. — 323 с. — ISBN 978-5-397-03448-7.

В данной книге, автор которой философ и биолог, детально проанализированы на основе метода материалистической диалектики не только симметрии кристаллографических, геометрических и других систем, но и системы самой симметрии, не только симметрия пространства и времени, но и пространство-время в явлениях симметрии и т.д. Книга написана на основе оригинальных работ философов, математиков, химиков, кристаллографов, физиков, биологов; она содержит также оригинальные результаты исследований автора. Издание адресовано как специалистам в области философии и методологии науки, так и широкому кругу заинтересованных читателей — научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов.

МОДЕЛИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ ЯЗЫКА В КОНСТРУИРОВАНИИ ТРАНЗИТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Автором раскрыта роль языка в конструировании транзитивной социальной реальности. Язык отражает проект трансформаций, разделяемых членами данного общества, является средой социальных трансформаций и механизмом конструирования нового, посттранзитивного, общества. Язык транзитивного общества характеризуется множественностью вариантов представлений о новом обществе, являющемся идеалом для социальных субъектов.

Ключевые слова: язык, транзитивное общество, социальное конструирование, официальный язык, «возможный мир».

Одним из основных положений феноменологической социологии является представление о перманентном конструировании общества путем оперирования «само собой разумеющимися» знаниями в виде субъективных значений или коллективных представлений. Однако в переломные моменты истории, когда начинает стремительно меняться наличная социальная реальность, знание перестает быть обыденным, «само собой разумеющимся», и перед индивидами встает задача конструирования новой, транзитивной, реальности, позволяющей создать некий обобщенный образ, своеобразный «проект» будущего общества, разделяемый большинством его членов. Какова роль языка в этом процессе? Как и кем (какими социальными группами) представлен этот «проект» в языке? Попытаемся ответить на эти вопросы.

Язык — деятельность в сфере духа, область духовной практики. Знаки языка не просто социальные, а по выражению В. Н. Володиной (М. М. Бахтина) являются средой, *medium*'ом общения индивидов: «Знак может возникнуть лишь на *межиндивидуальной территории*, причем эта территория не «природная» в непосредственном смысле этого слова: между двумя *homo sapiens* знак тоже не возникнет. Необходимо, чтобы два индивида были социально-организованы, составляли коллектив; лишь тогда между ними может образоваться знаковая среда» [1, с. 19]. Такое понимание языка позволяет рассматривать трансформацию общества как трансформацию взаимоотношений между индивидами в обществе, получающую свое отражение в языке. Тогда каждая трансформация общества означает не только перемену в экономической и институциональной сфере, но и новый способ видения социальной реальности.

Язык создает особую символическую среду, структурирующую социальные трансформации. Он является посредником в актуализации потенциально возможных идей преобразования общества, создает тезаурус для актуализации потенциальных возможностей понимания смысла происходящих трансформаций. Но вместе с тем язык фиксирует и происходящие социальные изменения, является их индикатором: «Слово — та среда, в которой происходят медленные количественные накопления тех изменений, которые еще не успели перейти в новое идеологическое качество, не успели породить но-

вой и законченной идеологической формы. Слово способно фиксировать все переходные, тончайшие и мимолетные фазисы социальных изменений» [1, с. 26].

Социальность языка и становления смысла в языке позволяют рассматривать язык как среду социальных трансформаций, а становление смысла (означивание) как механизм конструирования общества. М. М. Бахтин (В. Н. Володиной) в полемике с В. Дильтеем утверждал социальную природу становления смысла: «*Законы языкового становления отнюдь не являются индивидуально-психологическими законами, но они не могут быть и отрешены от деятельности говорящих индивидов. Законы языкового становления суть социологические законы*» [1, с. 117]. Более того, любая ситуация, в контексте которой происходит восприятие конкретного высказывания «всегда — социальная ситуация. ... Знак не может быть отделен от социальной ситуации, не утрачивая своей знаковой природы» [1, с. 48]. Невозможно понять становление смысла в языке вне анализа социальной ситуации и деятельности социальной группы, конструирующей соответствующий смысл, поскольку «каждая индивидуальная голова есть орган общественной мысли» [2, с. 229].

Поэтому неслучайно становление смысла связывается М. М. Бахтиным (В. Н. Володиной) со становлением ценностного кругозора социальной группы, то есть по сути с конструированием социальной группы на почве общего представления о мире, выраженного в языке. Язык воспринимается использующими его индивидами как объективная система знаков, транслирующая установленный конвенционально (само собой разумеющийся) порядок вещей: «язык в отношении к индивидуальному сознанию является системой неизменных норм» [1, с. 80]. Он «противостоит индивиду как ненарушимая, непрекращаемая норма, которую с точки зрения индивида можно только принять. ... Индивид получает систему языка от говорящего коллектива совершенно готовой, и всякое изменение внутри этой системы лежит за пределами его индивидуального сознания» [1, с. 65].

Это объективированное существование системы языка приводит к «принудительному» осмыслению мира в категориях мышления, отраженных в языке. Впервые корреляция между логикой осмыс-

ления окружающего мира и языком была показана в работах Б. Уорфа и Э. Сепира. В ходе анализа языка ими было показано, что поскольку языковые нормы определенным образом отражают действительность, они тем самым «моделируют» её [3]. Это касается не только логики видения окружающего природного мира, но и социальной действительности. Социальное признание в качестве реальности должны получить и представления индивидов о личной общественной ситуации и о том, в каком обществе им хотелось бы жить. П. Бергер и Т. Лукман показали, что система легитимации логики видения социального мира строится на языке и «использует язык как свой главный инструмент» [4, с. 108]. Успешно проведенная легитимация символического универсума означает высокую степень контроля за поведением индивидов в обществе: «Чем более само собой разумеющимся является поведение на уровне значений, <...> тем более предсказуемым и контролируемым будет поведение» [4, с. 104–105].

На существовании социально признанной и объективированной по отношению к индивиду языковой нормы основано использование так называемого официального языка, который поддерживает дискурс власти в обществе и «представление о власти как о господстве ментальных структур» [5, с. 179], когда индивид оказывается вынужденным принять семантику власти: «Признание легитимности официального языка не имеет ничего общего ни с открытым исповеданием веры, которая принята по зрелом размышлении и от которой можно отказаться, ни с сознательным принятием некоей «нормы»; оно заложено в практических навыках, прививаемых нечувствительно, в ходе долгого и медленного приучения, посредством санкций языкового рынка; речь не идет ни о циническом расчете, ни об осознанной покорности, однако связь между овладением официальным языком и возможностями материального и символического преуспевания становится внятна всем без исключения: законы формирования цен в определенном секторе рынка объективно суют это преуспевание только тем, кто владеет определенным языковым капиталом» [6, с. 156].

«Непререкаемость языковой нормы» перестает быть абсолютной в нестабильной социальной системе. Появляется альтернативный символический универсум (в виде «проекта» нового общества) и по мере повышения ценности этой информации между символическими системами начинается борьба за сохранение семантики каждого из альтернативных универсумов в качестве ведущей, конструирующей общество. Появляется необходимость в действиях по поддержанию/повышению ценности информации каждого из альтернативных универсумов.

Неслучайно лингвисты фиксируют наиболее мощные перемены в лексике и синтаксисе языка в период глубоких общественных изменений. Потеря общего смыслового поля, ослабление нормативной базы общества связывается с наличием аномии: «Социально признанные значения могут рассредоточиться по разным слоям общества, формируя различные реальности» [7, с. 20]. Дальнейшая трансформация системы связана с повышением конкуренции между семантикой информации и, соответственно, повышением ее ценности и закреплением некоторой семантики в качестве ведущей, разделяемой большинством.

При этом кризисное, травматичное (П. Штомпка) состояние социума не только коренится в реальных событиях, но может быть основано на субъективном

факторе, а именно — интерпретации происходящих перемен: «потенциально травматические события (ситуации), вызванные внезапным, быстрым и фундаментальным социальным изменением, перерастают в травматическое состояние лишь благодаря интерпретативным действиям людей-агентов. Формой таких действий может быть сокрытие, оправдание, объяснение, иными словами, адаптация или нейтрализация явлений, объективно обладающих травмирующим потенциалом» [8, с. 14].

Желание закрепить произошедшие перемены в обществе также нередко бывает связано с языком: «навязать новому обществу ... новый, очищенный язык — значит в то же самое время навязать обществу очищенные, усовершенствованные мысли» [6, с. 152]. «Принудительное введение легитимного языка и вытеснение местных наречий и говоров» [6, с. 152] даже может являться частью политической стратегии, «цель которой — закрепить завоевания революции с помощью производства и воспроизводства нового человека» [6, с. 152].

В период упорядочивания общественной системы язык выполняет стабилизирующую функцию: «идеологический знак в сложившейся господствующей идеологии всегда несколько реакционен и как бы старается стабилизировать предшествующий момент диалектического потока социального становления, акцентировать правду вчерашнего дня как сегодняшнюю правду» [1, с. 32]. В состоянии нестабильности социальной системы, как язык, так и каналы трансляции смысла в обществе, приобретают хаотичный характер, новые смыслы, организующие общество, рождаются в процессе выбора вариантов из некоего множества приемлемых для данного общества. В соответствии с законами развития систем, находящихся в нестабильном состоянии, новые смыслы не только транслируются властью, но и часто рождаются на периферии системы, нередко при своем появлении имеют налет маргинальности. Симптоматична в этом смысле позиция Ю. Кристевой [9], считающей что литература способна организовать «позитивный подрыв старого мира» благодаря «опыту литературного авангарда», «который по самой своей природе предназначен не только для того, чтобы стать «лабораторией нового дискурса (и субъекта)», но и также, — здесь она ссылается на Р. Барта, — чтобы осуществить «возможно, столь же важные изменения, которыми был отмечен ... переход от Средневековья к Возрождению» [5, с. 143].

Язык, таким образом, может рассматриваться в качестве символической системы, структурирующей общество. О конструирующей роли символа рассуждает С. В. Лещев. Опираясь на работы П. Сорокина и сравнивая «символическую составляющую» тирании, аристократии и демократии, он видит их соответственно как практику одного символа (символа тирана), множественной символичности и тотальной символичности. Тирания предполагает, что «все дискурсивные практики социума, будь то история, власть или иерархия, стягиваются как к некоей вершине или цели к тирану. Тиран ... является тем трансцендентальным означившим, которое содержит в себе доступ (как в цензуре) ко всем элементам культуры. ... Тиранию можно назвать **суммирующей практикой**» [10, с. 142–143]. Эта социальная система квазистабильна, ценность информации определяется степенью приближенности к идее тирана.

«Аристократия является ... практикой множественной символичности» [10, с. 144]. «Здесь воз-

никает по крайней мере несколько интерпретаций, рассматриваемых как равноправные (в меру равноправия правителей), между которыми возможны игры» [10, с. 143]. В такой общественной системе информация имеет относительную ценность, существует несколько взаимозаменяемых символических кодов.

«Демократия, как форма социального управления противоположная тирании... может рассматриваться как игровая практика тотальной символическости. Если при тирании подразумевается некая семиотическая концепция мира, в которой знак есть тождество означающего и означаемого, а при аристократии такая, в которой знак являет собой слияние разделенных означающего и означаемого, то демократическая семиотика подразумевает не простое, статическое их различие, но их динамическое различие» [10, с. 148]. Такая система приобретает перманентно неустойчивый, динамический характер, кодов становится бесчисленное множество. Идеологические коды в условиях конкуренции между равноценной информацией являются конвенциональными. Особую ценность приобретает конвенция кодов на уровне жизненного мира индивидуумов, которая в условиях «горизонтального символического насилия» [11, с. 118] способна самоорганизовать общество, придать ему целостный характер.

По-особому отразилась взаимосвязь языка (языкового знака) и общества в философии постмодернизма. Концепция знака Э. Гуссерля, «плавающее означаемое» Ж. Лакана, «означивание» Ю. Кристевой, показывающие релятивность отношений между языком и окружающим миром, отразили, на наш взгляд, наступающий кризис стабильности и устойчивости в обществе XX – XXI века, переход к транзитивному обществу.

Постмодернистский тезис «весь мир — текст» получает воплощение в описании социальных реалий. Исследователь нестабильных социальных состояний Л. Бляхер описывает организацию общества, исходя из законов семиотики: «В нормальном (в смысле Т. Куна) состоянии социальное пространство — «общество» — организовано по законам семиотически упорядоченного текста: любая реальность — вещь, действие, функция, свойство, слово — «все», что демонстрируется интерпретирующему сознанию, получает смыслозначение посредством сопоставления с некоторым образцом, эталоном, наличествующим в социальной коммуникативной сети. ... Социальная реальность складывается как событие, развернутая рядоположенность множества эквивалентных (Я. Хинтиikka) вариантов, каждый из которых образует свой собственный возможный мир» [12, с. 124].

Понятие «возможный мир», введенное Лейбницем, оказывается важным для описания семиотики транзитивного общества, поскольку дает возможность рассмотреть возможные варианты названия как целостный «проект» становящегося общества, стремящегося к динамической стабилизации. Возможный мир описывает всю совокупность вариантов развития и строится на базе тезауруса. «Будущее предстает как пространство возможных состояний. ... Настоящее — это вспышка еще не развернувшегося смыслового пространства. Оно содержит в себе потенциально все возможности будущих путей развития» [13, с. 28].

В языке «проекты» транзитивного общества имеют возможность самораскрытия, потенциального

осуществления. В семантике современного общества возможные миры становятся мирами множественных «самоописаний» и в этом смысле современное общество является «поликонтекстуальной системой» (Н. Луман) [14, с. 54].

Семантика возможных миров раскрывается в «конечных областях значения, которым мы придаем характер реальности. ... именно значение наших переживаний, а не онтологическая структура объектов, конституирует реальность. Каждая область значения — верховный мир реальных объектов и событий, в который мы можем встраиваться своими действиями...» [15, с. 511].

Для транзитивного общества множественность вариантов представлений о «хорошем обществе», являющемся идеалом для социальных субъектов является принципиально значимой. Таковы были «свобода», «равенство», «братство» для Великой французской буржуазной революции. Таковы «перестройка», «рынок» для изменений в России конца 1980 — начала 1990-х годов. Актуальный смысл этих слов определяется только после называния в ходе повседневной практики. В обществе должен быть выработан консенсус относительно нового смысла таких слов. Эту роль и берет на себя называние, как механизм, координирующий подсистемы в рамках полиструктурного целого всего общества.

Итак, прояснить моделирующую функцию языка в конструировании транзитивной социальной реальности позволяют феноменологические и постмодернистские концепции взаимосвязи языка и общества и конструирования социальной реальности. В основных чертах моделирующая функция языка в конструировании транзитивной социальной реальности сводится к следующему:

- язык является средой социальных трансформаций, а наименование социальных реалий — механизмом конструирования общества;
- язык наряду с политическими и экономическими предпосылками может являться фактором дестабилизации общества в случае «травматичной» (П. Штомпка) интерпретации происходящих перемен;
- язык обеспечивает функционирование форм правления (тирании, аристократии, демократии) в качестве символических систем;
- язык транзитивного общества характеризуется множественностью вариантов представлений о новом обществе, являющемся идеалом для социальных субъектов.

Библиографический список

1. Волошинов, В. Н. Марксизм и философия языка / В. Н. Волошинов. — Л. : Прибой, 1929. — 188 с.
2. Леонтьев, А. А. Язык как социальное явление (к определению объекта языкознания) / А. А. Леонтьев // Известия АН СССР. Отделение литературы и языка. — Т. 35. Вып. 4. — М., 1976. — С. 299 — 307.
3. Сепир, Э. Язык и среда / Э. Сепир // Избранные труды по языкознанию и культурологии. — М. : Прогресс, Универс, 1993. — С. 270 — 284.
4. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. — М. : Московский философский фонд «Academia-Центр» «МЕДИУМ», 1995 — 302 с.
5. Ильин, И. П. Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм / И. П. Ильин. — М. : Интрада, 1996. — 256 с.
6. Бурдые, П. О производстве и воспроизводстве легитимного языка / П. Бурдые // Отечественные записки. — 2005. — № 2. — С. 146 — 174.

7. «Хорошее общество»: Социальное конструирование приемлемого для жизни общества / РАН. Ин-т философии ; науч. ред. Н. Н. Лебедева. — М. : ИФ РАН, 2003. — 182 с.

8. Штомпка, П. Социальное изменение как травма / П. Штомпка // Социологические исследования. — 2001. — № 1. — С. 6–16.

9. Kristeva, J. Polylogue / J. Kristeva. — P., 1977. — 541 p.

10. Лещев, С. В. Коммуникативное, следовательно, коммуникационное / С. В. Лещев. — М. : Эдиториал УРСС, 2002. — 172 с.

11. Мальковская, И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы / И. А. Мальковская. — М. : КомКнига, 2005. — 240 с.

12. Бляхер, Л. Е. Нестабильные социальные состояния / Л. Е. Бляхер. — М. : «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2005. — 208 с.

13. Лотман, Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман // Семиосфера. — СПб. : Искусство — СПб, 2000. — С. 12–149.

14. Луман, Н. Почему необходима «системная теория»? / Н. Луман // Проблемы теоретической социологии. — СПб. : Петрополис, 1994. — С. 43–54.

15. Шюц, А. Символ, реальность и общество / А. Шюц // Избранное: Мир, светящийся смыслом. — М. : Рос. полит. энциклопедия, 2004. — С. 456–530.

ФЕДОТОВА Марина Геннадьевна, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социальных коммуникаций.

Адрес для переписки: fmg@bk.ru

Статья поступила в редакцию 29.05.2013 г.

© М. Г. Федотова

УДК 125

А. С. СКАЧКОВ

Омский государственный
технический университет

ЕДИНОЕ НООСФЕРНОЕ ЧЕЛОВЕЧЕСТВО

Существует проблема единого человечества. Эта проблема имеет гуманистическую суть и ноосферное решение. Для единого ноосферного человечества не требуется планетарного государства.

Ключевые слова: будущее, глобализация, единое ноосферное человечество, ноосфера, общество, человечность.

Видя и мысля себя в рамках человечества в отношении и к «нравственному закону внутри нас», и к «звёздному небу над головой», видя и мысля себя в универсальном отношении, в отношении ко всему, мы полагаем, что в настоящее время на Земле существует не актуально, но потенциально единое человечество. Существует человечество, ещё не ставшее действительно единым, но при определённых условиях могущее стать таковым. Мы считаем, что такое видение и осмысление позволяет непротиворечиво, адекватно и эвристически значимо оперировать неоднозначными утверждениями ряда классиков отечественной и зарубежной мысли о том, что «человечество едино» [1, с. 27], что есть «реальное единство» человечества, «людей на Земле», что «началась история единого человечества» [2, с. 141, 153, 205, 257, 259, 274], оперировать всем классом разнообразных аналогов таких утверждений.

Единство человечества, действительно, возможно в будущем, в разном возможном будущем. В таком будущем, когда «останется одно-единственное общество — планетарно интегрированное человечество, а ранее существовавшие самостоятельные группы постепенно утратят свой суверенитет и в итоге получат статус этнокультурных образований (типа итальянской или китайской общин в современных США) (в силу некой прогнозируемой К. Х. Момджяном принципиальной деактуализации имеющейся на настоящее время возможности сохранить. — А. С.) потенциальную самостоятельность» [3, с. 84], или в таком будущем, зачатки которого отвечают динамике максимально-

го развёртывания потенциала глубинной родовой сути людей, их человечности. Суть, как раз и отвечающей за «реальное единство людей на Земле». Равно как и отвечающей, с нашей точки зрения, за коренную «самодостаточность» обществ, имевшую и совершенствующуюся с момента появления самих людей и — в случае нашей единственности в мире в целом (Универсуме) в качестве общественных существ — в принципе неутрачиваемую, но модифицируемую.

С нашей точки зрения, зачатки будущего единства человечества, коренящиеся в человечности, общественны и извечны нам, проявляясь в разной степени актуализации различными субъектами, и в этом смысле присутствуют в самом далёком прошлом человечества, изначально. Присутствие самого отдалённого будущего в самом отдалённом настоящем особо подчёркивается в синергетическом миропонимании. До возникновения синергетики оно в принципе понималось некоторыми мыслителями и многообразно выражалось ими в случае глубокого проникновения в реальность, когда, пользуясь удачным выражением М. Хайдеггера, проявляет себя «трезвая готовность удивляться будущему характеру раннего» [4, с. 57].

Итак, в силу человечности, в силу волн её нарастаний и спадов в различных и всегда существовавших в более чем единичном множестве обществах, единство человечества действительно возможно в будущем. Оно в зачатке присутствовало в самом отдалённом прошлом, равно как есть и нарастает в настоящем в виде тенденций актуализации данной

возможности некоторыми реальными и коллективными субъектами. И, как писал В. И. Вернадский, зачастую «проявляется формами жизни, которые фактически его (единство человечества. — А. С.) углубляют и укрепляют незаметно для человека, стихийно, [в результате] бессознательного к нему устремления» [1, с. 27]. Вместе с тем следует осознавать: можно мыслить и такое будущее, в котором единство человечества не реализуется. Это, как показал В. А. Лефевр, зависит от субъектных установок, согласно одной из которых «существует лишь одна финальная точка», в противоположность чему мыслима и альтернатива: «Человечество должно расколоться и стремиться к нескольким различным финальным состояниям» [5, с. 17].

Также следует осознавать и то, что будущему единству человечества «в силу актуализации человечности» есть альтернатива в виде разновариантного бесчеловечного будущего единства человечества. Следовательно, есть борьба субъектов за осуществление альтернатив. Так, например, ряд субъектов исторически ответствен за активно проявившиеся в XX в. «государственные идеологии, открыто основанные на *идее неравенства людей* (курсив В. И. Вернадского. — А. С.), неравенства глубокого, биологического», за идеологии, принявшие «форму своеобразной государственной религии или философии, не прикрывающейся идеалом ... *равенства всех людей* (курсив В. И. Вернадского. — А. С.) [1, с. 42]». Это те субъекты, что, говоря словами А. Эйнштейна, отнюдь не являются «хранителями и обновителями совести человечества», но суть их антиподы.

Особо акцентируем тот факт, что и идея глубокого, сущностного неравенства людей, являясь в принципе противоестественной человечности, тем не менее, в общем-то, логически совместима с идеей «единого человечества», что иногда не принимается во внимание или ускользает от анализа. Например, идеал насильственного «ариософского» (что суть форма оккультного гнозиса) государственного объединения человечества отнюдь не отрицал, но утверждал «национал-социалистический план, согласно которому сначала необходимо подчинить себе Европу, а затем объединёнными силами Европы завоевать весь мир и таким образом европеизировать его» [2, с. 222]. Причём его автор демагогически утверждал, что в случае неосуществления такого плана, якобы, «земля легко может стать свободной от человечества», а альтернатива со всеми её вариантами будет, якобы, ничем иным, как «венцом на могиле всего человечества». Утверждал он это в русле объективно идущего процесса глобализации, имеющего множество возможных вариантов осуществления. Суть обсуждаемого и неосуществившегося «плана», как одного из вариантов глобализации: «Третий Германский тысячелетний райх должен был захватить всю планету, часть человечества уничтожив, а другую превратив в рабов... Таков был гитлеровский замысел глобализации» [6, с. 27].

Подобного рода планы явно или тайно, но актуализуют античеловечные идеи, «основанные на презрении к людям и требующие на своей завершающей стадии применения террористической власти» [2, с. 222]. В отечественной философии в качестве примера типичного субъекта подобного рода плана мы находим примечательный образ «негласного члена ордена — «грядущего человека», «великого человека XXI века», «сверхчеловека», даровавшего «мир и благоденствие» завоеванному и европеи-

зированной человечеству, ставшего «императором-сверхчеловеком» для «единого человечества» [7, с. 745, 746, 751, 760]. Примечательна элитарная «негласная орденская» суть «сверхчеловека», проявляющая себя, например, в «оккультном» техногенно ориентированном («некрофильном» в терминологии Э. Фромма) и технологически совершенствующемся умелом использовании «возможностей воздействия мозга на иммунную систему человека» и другими поработочающими следствиями суггестии [8, с. 97]. Использовании, составляющем угрозу движению человечества «в сторону ноосферы», использовании, угрожающем росту человеческой разумности, которая, впрочем, «очень редко касается самого высшего слоя общества» [8, с. 97]. Данная акцентуация и примеры призваны свидетельствовать: возможное будущее единство человечества весьма вариативно как в замысле, так и в его стихийной или сознательной реализации. Это может быть, например, единство как увеличивающее, так и уменьшающее вероятность неопределённо долгого существования человечества, единство полиобщественное или монообщественное, полигосударственное или моногосударственное, что свидетельствует об альтернативах и сложности выбора в аттрактивированности одной из них, выбора, накладывающего вето на одновременную реализацию противоположного.

Яркий пример подобного выбора — содержание утверждения В. И. Вернадского, носящее дискуссионный характер, особенно во второй его части, начинающейся словесным оборотом «ясно»: «Идея об едином государственном объединении всего человечества становится реальностью только в наше время, и то, очевидно, становится пока только реальным идеалом, в возможности которого нельзя сомневаться. Ясно, что создание такого единства есть необходимое условие организованности ноосферы, и к нему человечество неизбежно придёт» [1, с. 76].

Другими словами. В. И. Вернадский ратовал за «жизненно необходимое» единство человечества, понимая последнее как «единство человечества в форме единой государственной организации» [1, с. 63]. Его увлекала «новая идея, неизбежно, рано ли, поздно ли, но в государственно-реальное время побеждающая — идея о *государственном объединении усилий человечества* (курсив В. И. Вернадского. — А. С.)» [1, с. 84]. Он пропагандировал или, точнее, что следует из его же дневниковой записи от 13 января 1937 или 1938 года, именно «*проповедовал*» [9, с. 188] «идею государственно-объединения всего человечества для создания и осуществления ноосферы — употребление всех государственных средств и всей мощи науки на благо всего человечества» [1, с. 91]. Но «государственное объединение всего человечества» отнюдь не означает, что оно абсолютно необходимо и ему нет альтернативы в реализации возможного единства человечества. Значит, чаемое в его ходе «глобальное государство» либо в виде государства-«империи», либо государства, как некоего «глобального правительства соединённых государств», возникшего «на основе взаимопонимания и договорённости» [2, с. 208], может оказаться таким же миражом, какой оказалась формула «Печать Владыки Человечества», вырезанная на государственной яшмовой печати Темучжина (Чингизхана). Печати, что (согласно легендарному утверждению — от имени самого «государя государей» — в монгольской летописи XVII в. «Алтан Тобчи») «очутилась в руке Темучжина «при рождении по повелению Будды» [10, с. 99].

Крайний пример противоположного выбора мы находим в дискуссионном содержании 80 джана «Дао Дэ Цзин». Содержанию, которое в прямолинейном следовании из предыдущего утверждения В. И. Вернадского о государстве и ноосфере вроде бы следует вывести за рамки возможности «организованности ноосферы», что ещё более спорно, чем полагаемое Лао-цзы само по себе: «Нужно сделать государства малыми, а население редким. Даже если имеется много орудий, не надо их употреблять. <...> Тогда соседние государства будут смотреть друг на друга издали, слушать друг у друга пение петухов и лай собак и люди до самой старости и смерти не будут тревожить друг друга» [11, с. 188]. Разве в цитируемом нами древнем и по-разному переводимом тексте не сквозит понимание ноосферы, хоть и склонное к парадоксам и трудно выражаемое, но всё же одно из возможных? Разве мировой порядок подобного (не тождественного, но подобного) типа — без «глобального государства» — в принципе нельзя полагать ноосферным? Полисубъектное (как на уровне социальных, так и на уровне реальных субъектов) человечество, следующее в лице этих субъектов именно императиву «Дао Неба» и «Дао совершенномудрого человека»: «Дао Неба — приносить пользу и не вредить. Дао совершенномудрого человека — действовать, но не соперничать» [12, с. 206], — это, разумеется, не моносубъектное общество-человечество и не общепланетарное государство, но следует ли считать такое полисубъектное человечество принципиально неноосферным или неглобальным? Следует ли его считать в принципе «не единым человечеством»? Как считал, корректно ли считал В. И. Вернадский?

Ответы на вопросы такого рода, что поставлены нами выше, требуют вдумчивого решения, и оно может быть разным. В том числе и таким, которое было заявлено В. В. Путиным 15 ноября 2000 г. в Брунее на деловом саммите АТЭС «Бизнес и глобализация»: «Идеям о глобальной взаимосвязи событий и явлений — не одно столетие. Великий восточный философ Лао-цзы писал: «Чем больше человек делает для других, тем больше у него остаётся для себя». Философию взаимосвязи всего в этом мире особенно глубоко чувствуешь на Востоке с его древними традициями, где торговля строилась на основе строгих этических принципов. И рассматривалась как общение уважающих друг друга партнёров. Наш соотечественник Владимир Вернадский ещё в начале XX века создал учение об объединяющем человечество пространстве — ноосфере. В нём сочетаются интересы стран и народов, природа и общество, научное знание и государственная политика. Именно на фундаменте этого учения фактически строится сегодня концепция устойчивого развития» [13].

Говоря о обсуждаемом выше несколько иначе и пользуясь при этом выражением А. Л. и Ф. Т. Яншиных из «Предисловия» к впервые изданному без купюр тексту В. И. Вернадского «Научная мысль как планетное явление», а также терминологией Л. Н. Гумилёва, получим утверждение следующего рода: в настоящее время на Земле существует человечество, не являющееся «объединённым» [1, с. 8] на текущем этапе своего существования, хотя издревле, например, с «эпохи осевого времени», как именованная для «совпадения акматических фаз ... пассионарных толчков» [14, с. 475], равно как и сейчас некоторыми мыслителями мировоззренчески, в том числе теоретико-мировоззренчески, философски допустима и желательна по-разному

понимаемая возможность единого человечества. В связи с чем, специально отметим ускользающий от внимания и анализа других исследователей примечательный факт. Суть его в том, что смыслу термина «осевое время», использованного К. Ясперсом в опубликованной в 1949 г. работе «Истоки истории и её цель», созвучно записанное в конце 1930-х гг. утверждение В. И. Вернадского: «Примерно за две с половиной тысячи лет назад «одновременно» (в рядке веков) произошло глубокое движение мысли в области религиозной, художественной и философской в разных культурных центрах: в Иране, в Китае, в арийской Индии, в эллинском Средиземноморье (теперешней Италии), появились великие творцы религиозных систем — Зороастр, Пифагор, Конфуций, Будда, Лао-цзы, Махавира, которые охватили своим влиянием, живым до сих пор, миллионы людей. Впервые идея единства всего человечества (курсив В. И. Вернадского. — А. С.), людей как братьев, вышла за пределы отдельных личностей, к ней подходивших в своих интуициях или вдохновениях, и стала двигателем жизни и быта народных масс или задачей государственных образований. Она не сошла с тех пор с исторического поля человечества, но до сих пор далека от своего осуществления. Медленно, с многостолетними остановками, создаются условия, дающие возможность её осуществления, реального проведения в жизнь. Важно и характерно, что эти идеи вошли в рамки тех бытовых реальных явлений, которые создались в быту бессознательно, вне воли человека. В них проявилось влияние личности, влияние, благодаря которому, организуя массы, она может сказываться в окружающей биосфере и стихийно в ней проявляться. Раньше она проявлялась в поэтическом вдохновенном творчестве, из которого вышла и религия, и философия, и наука, которые все являются социальным его выражением. Религиозные ведущие идеи, по-видимому, на многие столетия, если не тысячелетия предшествовали философским интуициям и обобщениям. Биосфера XX столетия превращается в ноосферу, создаваемую прежде всего ростом науки, научного понимания и основанного на ней социального труда человечества. <...> ...Необходимо подчеркнуть неразрывную связь её (ноосферы — А. С.) создания с ростом научной мысли, являющейся первой необходимой предпосылкой этого создания. Ноосфера может создаваться только при этом условии» [1, с. 37].

Кроме того. Полагая, как и некоторые представители мировоззренческой (как философской, так и внефилософской) мысли со времён «эпохи осевого времени», что абстрактная или же конкретная возможность общечеловеческого объединения есть, мы отдаём себе строгий отчёт в том, что это предполагает существование некоей основы перевода такой возможности в действительность. Об этом переводе, «стихийно» устремляющем людей через общечеловеческое объединение к ноосфере в большей мере эксплицитно и об его основе в большей мере неэксплицитно как раз и мыслил В. И. Вернадский, утверждая, что «с ходом времени, рано или поздно» произойдёт «создание ноосферы из биосферы», которое «требует проявления человечества, как единого целого», хотя некоторыми «идейными противниками», в том числе «государственными образованиями», ведётся борьба с «основным историческим течением» [1, с. 28]. И, с нашей точки зрения, сложившейся и развиваемой в ходе продуцирования проблемы «единого человечества», суть реальной, действенной основы формирования тако-

вого максимально эвристично выражаема посредством мировоззренческо-философской, социально-философской и гуманистически насыщенной идеи общественной автотрофности [15]. Идеи, имеющей глубинные общечеловеческие и национально-культурные, в том числе и отечественные мировоззренческие универсалистско-космистские истоки, идеи философски значимой, продуктивной, актуальной, активно становящейся в современном общественном сознании. Идеи, несущей и раскрывающей понимание сути полиобщественности и аттрактивности человечностью действительности нашего рода в её предельном, универсальном (все-ленском) масштабе.

Библиографический список

1. Вернадский, В. И. Научная мысль как планетное явление / В. И. Вернадский. — М.: Наука, 1991. — 271 с.
2. Ясперс, К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс. — М.: Политиздат, 1991. — 527 с.
3. Момджян, К. Х. К характеристике объекта рефлексивной социальной философии / К. Х. Момджян // Личность. Культура. Общество. — 2010. — Т. XII. Вып. 1. (№ 53–54). — С. 79–93.
4. Хайдеггер, М. Вопрос о технике / М. Хайдеггер // Новая технократическая волна на Западе. — М.: Прогресс, 1986. — С. 45–66.
5. Лефевр, В. А. Космический субъект / В. А. Лефевр. — М.: Институт психологии РАН, Ин-квартиро, 1996. — 184 с.
6. Кантор, К. М. Глобализация? — Да! Но какая? / К. М. Кантор // Вопросы философии. — 2006. — № 1. — С. 25–37.

7. Соловьёв, В. С. Сочинения. В 2 т. Т. 2 / В. С. Соловьёв. — М.: Мысль, 1988. — 822 с.
8. Иванов, В. В. Наука о человеке: Введение в современную антропологию: Курс лекций / В. В. Иванов. — М.: РГГУ, 2004. — 195 с.
9. Вернадский, В. И. Дневники, 1935–1941. В 2 кн. Кн. 1. 1935–1938 / В. И. Вернадский. — М.: Наука, 2008. — 443 с.
10. Хара-Даван, Э. Чингисхан. Великий завоеватель / Э. Хара-Даван. — М.: Вече, 2008. — 384 с.
11. Антология мировой философии. В 4 т. Т. 1. Философия древности и средневековья. Ч. 1. — М.: Мысль, 1969. — 576 с.
12. Лукьянов, А. Е. Лао-цзы и Конфуций: Философия Дао / А. Е. Лукьянов. — М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 2001. — 384 с.
13. Выступление В. В. Путина на саммите АТЭС «Бизнес и глобализация» // Дипломатический вестник. — № 12. — 2000. — С. 32.
14. Гумилёв, Л. Н. Этногенез и биосфера Земли / Л. Н. Гумилёв. — М.: АСТ, 2001. — 560 с.
15. Скачков, А. С. Автотрофность человечества как социально-философская проблема / А. С. Скачков // Социально-гуманитарные знания. — 2007. — № 5. — С. 342–347.

СКАЧКОВ Алексей Сергеевич, кандидат философских наук, доцент (Россия), доцент кафедры философии и социальных коммуникаций.
Адрес для переписки: welirta@gmail.com

Статья поступила в редакцию 03.06.2013 г.
© А. С. Скачков

УДК 111.8:37.025

Д. М. ФЕДЯЕВ

Омский государственный педагогический университет

ОБРАЗОВАНИЕ И ЗНАНИЕ В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ

Способность к освоению различных видов научного знания является одним из условий профессиональной мобильности. Задача изучения и понимания нового вида знания может быть облегчена, если в процессе профессионального образования изучаемые отрасли науки «вписываются» в единое культурное поле. Приобщению к культурному контексту знания способствует основательное изучение философии и математики.

Ключевые слова: знание, культура, идеал, образование, единство, стиль мышления.

Обсуждение культурного контекста образования и, соответственно, знания имеет значение применительно к проблеме профессиональной мобильности. Достаточно часто случается, что человек работает совсем не в той области, которая обозначена в вузовском дипломе, причем его «винь» в этом нет. Приходится так или иначе переучиваться — самостоятельно или в системе переподготовки. Работая по «родной» специальности, тоже приходится время от времени осваивать нечто новое. Собственно, в этом нет ничего чрезвычайного: тезис, согласен которому образование — процесс, протекающий

через всю жизнь, является общепринятым. Сеем утверждать, что при сколь угодно высокоразвитой системе подготовки и повышения квалификации основы будущей профессиональной мобильности должны закладываться в школе и вузе и что способность к переучиванию в какой-то степени обеспечивается гуманитаризацией образования.

Тема гуманитаризации «немодна» в настоящее время, поэтому стоит вспомнить, что об этом писали десятком лет назад. Согласно Российской педагогической энциклопедии, под гуманитаризацией понимается «система мер, направленных на при-

оритетное развитие общекультурных компонентов в содержании образования и т.о. на формирование личностной зрелости обучающихся». Далее автор статьи В. П. Зинченко отмечает, что исторически сложившееся общее и профессиональное образование обычно подчинено предметно-содержательному принципу и воспроизводит лишь один из процессов развития науки — усиливающуюся дифференциацию научных направлений. «Система образования как бы повторяет путь развития науки, где интеллект в его технократической разновидности опередил развитие сознания науки как целого... В результате обучение приобретает формальный, абстрактный характер, преодолеть который можно только реализуя принципы «предметности» и «содержательности» в широком культурном контексте». Утверждается, что в наиболее острой форме проблема гуманитаризации встает в отраслях образования, связанных с естествознанием и техникой, что отображает реально существующие сложности взаимоотношений между естественнонаучным и техническим знанием, с одной стороны, и гуманитарным знанием — с другой. Научно-технический прогресс и развитие техники оказывают на культуру двоякое влияние — формирующее и деформирующее. Следствием технического прогресса является дегуманитаризация и дегуманизация образования, которые в принципе противостоят стратегическим потребностям общества. Формируются поколения технократов. В плане гуманитаризации в учебной литературе «необходимо в доступной форме ... изложить содержание философских и этических концепций. Учебная литература по этим предметам призвана оказывать существенную помощь учащимся в осмыслении истории и современности, мирового культурного наследия. В подобной переориентации нуждаются и учебники по естественнонаучным и техническим дисциплинам. Они могут стимулировать естественный интерес учащихся, если их содержанием станет история науки: борьба личностей и интеллектов, психологические портреты ученых, описания стилей исследовательского поиска и т.п.

Однако общая культура и культура научного поиска не усваиваются с помощью учебников; гораздо более важную роль играет личностное общение ученика с учителем. Поэтому коренная проблема гуманитаризации образования — личность учителя и воспитателя» [1, с. 239 — 240].

Попытаемся резюмировать основные идеи статьи В. П. Зинченко по поводу того, что происходит в современном образовании.

1. Учебные курсы дифференцируются, что повторяет дифференциацию научных направлений.

2. В рамках дифференциации особенно резко противопоставляются друг другу гуманитарное и естественнонаучное (плюс техническое) образование.

3. В результате этих процессов теряется общекультурное содержание образования.

4. «Культурное» тесно связано с этическим.

Меры, которые автор предлагает принять к естественнонаучным и техническим дисциплинам, требуют обсуждения: вопросы борьбы личностей и интеллектов, психологические портреты ученых интересны, но как реально включить их в учебные курсы? Сократить специальное содержание курсов или же добавить к имеющемуся содержанию новое? Если добавить, то за счет каких других курсов? Чисто гуманитарных? Что именно понимается под стилями исследовательского поиска?

Если гуманитаризация предполагает приоритетное развитие общекультурного содержания образования, то вполне естественно определиться с тем, что мы будем понимать под общей культурой. Как не раз отмечалось, желающие подсчитать количество имеющихся в литературе дефиниций культуры давно сбились со счета. Поэтому стоит, наверное, вспомнить первоначальные значения термина. Они известны: соответствующее латинское слово означало а) возделывание; б) воспитание; в) образование; г) почитание. При их сопоставлении легко обнаруживается общее содержание. Возделывая участок земли, мы представляем, каким он должен стать, что будет отличать, к примеру, наш сад от фрагмента «дикой» природы. Занимаясь воспитанием, мы представляем себе «воспитанного» человека, каким он должен быть. Образование, как не раз говорилось, предполагает стремление к некоему образу, или хотя бы образцу. Таким образом, первые три значения связывают культуру с некоторым идеалом. Наконец, четвертое значение (культура — культ, почитание чего-либо) указывает на идеал прямо.

Раскрывая этот первичный смысл, Д. В. Пивоваров определяет культуру как идеалообразующую сторону жизни людей. Соответственно история культуры включает культивирование, «возделывание» общественно значимых идеалов, а также расставание с идеалами, которые перестают соответствовать духу времени. Основу любой локальной (то есть ограниченной в пространстве и времени) культуры образует система идеалов — система в точном смысле этого слова, так что все элементы взаимосвязаны и «работают» на целое, будь то идеалы трудовой деятельности, духовного творчества или же так называемые «светлые» идеалы. Культура всегда едина, хотя это единство не всегда и не всеми осознается [2, с. 5 — 7].

Единство культуры определяет сущностное единство научного знания. Науки многочисленны и разнообразны, нередко разительно не похожи одна на другую, но принадлежность к определенной культуре задает им общую доминанту, общий пафос. Для человека, который его понял и «прочувствовал», незнакомая ранее отрасль знания уже не является совершенно чужой, что облегчает ее освоение.

Если гуманитаризация образования предполагает включение знания в контекст культуры, то дифференциация научного знания и образования, на которую указывает В. П. Зинченко, не является проявлением «бескультурия». Расчленение целого на элементы и последующее их комбинирование — идеал деятельности индустриальной культуры, перешедший затем в культуру постиндустриальной эпохи. Возможно, с ним уже пора расставаться, но пока этого не произошло.

Приведем один типичный сюжет, подобные которому легко вспомнит каждый, учившийся в негуманитарном вузе... В аудиторию входит преподаватель математики и начинает излагать основы дифференциального исчисления. Он выводит формулы, знакомит студентов с общепринятыми обозначениями, учит их пользоваться формулами, решая задачи. Студент, зная, что ему предстоит экзамен, усваивает последовательность математического вывода, учится решать задачи. Но к чему бы все это? Ответа на этот вопрос он обычно не получает. Можно рассказать много интересного про творцов дифференциального исчисления — Ньютона и Лейбница. В результате студенты узнают, к примеру, что Ньютон некоторое время руководил работой монетного

двора; что в нижней части входной двери его дома было пропилено специальное отверстие для кошки, сквозь которое она могла входить и выходить, когда ей захочется; когда же у кошки родились котята, Ньютон, нимало не задумываясь, пропилил несколько маленьких отверстий соответственно числу котят. Они узнают, каким образом Лейбниц узнал о работах Ньютона и какие это имело последствия для развития математического анализа, узнают об энциклопедическом образовании Лейбница, о том, как он раздавал идеи направо и налево, нисколько не забываясь об авторстве, и пр.

Все это очень интересно, но иной раз более интересно преподавателю, интересующемуся историей науки, чем студенту, который воспринимает все эти рассказы как рассказы о людях с другой планеты или о жителях Среднеземья, Нарнии и т.п. Главное же в том, что подобные рассказы не раскрывают общекультурного смысла дифференциального исчисления, или, если угодно, его пафоса. Культурный же контекст этого открытия заключался в том, что это был один из первых шагов новой по тому времени культуры, которая распрощалась с идеалом действия по образцу и решилась на прорыв в бесконечное. Еще более существенно то, что идеал стремления в бесконечность (фаустовский, согласно О. Шпенглеру) обнаруживается в целом ряде других научных открытий, сделанных в тот же период и перешедших впоследствии в учебные программы. Общность идеала объединяет их в целое, причем более существенно и основательно, чем многие исторические и биографические факты.

Любое научное знание является продуктом культуры и через общность идеала связано с другими знаниями. Поэтому наука всегда едина в многообразии, но в ряду наук есть такие, которым как будто самой природой предназначено объединять вокруг себя другие, демонстрируя целостность и культурное содержание знания. Рассуждая о преподавании гуманитарных дисциплин, П. А. Кропоткин писал, что «каждый преподаватель имеет свой предмет, и между различными предметами нет связи. Один только преподаватель литературы, который руководствуется лишь в общих чертах программой и которому предоставлена свобода выполнять ее по своему усмотрению, имеет возможность связать в одно все гуманитарные науки, обобщить их широким философским мировоззрением...». Далее речь идет о естественных науках: «Мало обучать физике и химии, астрономии и метеорологии, зоологии и ботанике. Как бы ни было поставлено преподавание естественных наук в школе, ученикам следует сказать о философии естествознания, внушить им общие идеи о природе... *Философия и поэзия природы, изложение метода точных наук и широкое понимание жизни природы* — вот что необходимо сообщать в школе ученикам, чтобы развить в них реальное естественнонаучное мировоззрение. Мне думается, что преподаватель географии мог бы всего лучше выполнить эту задачу, но тогда нужны, конечно, совсем другие преподаватели этого предмета в средних школах и совсем другие профессора на кафедрах географии в университетах» [3, с. 112–113].

Следует отметить, что цитируемый автор, имя которого обычно не связывается с педагогической наукой, имел моральное право говорить об образовании: он был не только идеологом анархизма, но и выдающимся географом, обладающим широчайшим общенаучным кругозором.

В вузах литература и география преподаются на специальных факультетах, но почти любой вариант высшего образования предполагает изучение двух дисциплин, обладающих очевидными системообразующими характеристиками, — философии и математики.

Известно, правда, что в философии имеется множество направлений, течений, школ, причем в настоящее время нет течения, которое безусловно предпочиталось бы всем прочим российским философским сообществом или хотя бы властью. Тем не менее, отсутствие безусловных предпочтений не разрушает целостности философского знания и систематичности мировоззрения, которое дает философия. Философские течения различаются, как различаются, например, зрительные образы объекта, наблюдаемого с разных точек. Поскольку же объект один и тот же — мир, в многообразных философских учениях имеется инвариантное содержание. Кроме того, в каждом из них имеется и свое, особенное содержание, определяемое тем, что с разных «точек зрения» те или иные фрагменты единого мира видны лучше, чем с других. Поэтому после изложения основ преподавание курса философии в каждом его разделе преподаватель может опираться на работы авторов, добившихся наиболее впечатляющих результатов в той или иной области философского познания, на те направления, течения и школы, в которых наиболее явно представлены стили мышления разнообразных учебных дисциплин, входящих в тот или иной образовательный стандарт.

Так, например, логика развертывания метафизических систем (в данном случае неважно, идет ли речь о западной или восточной философии), а также философский *рационализм*, демонстрируют суть математического стиля мышления в его классической форме движения от строгой лаконичности аксиом к многообразию теорем. *Эмпирико-сенсуалистическое* направление и *философия природы* наилучшим образом демонстрируют особенности естественнонаучного стиля мышления и деятельности, представленного в таких учебных дисциплинах, как физика, химия, биология и география. *Философская антропология* и *философия культуры* соответствуют гуманитарному стилю, представленному в литературе, истории, в культурологических дисциплинах. *Философия науки* дает общую характеристику научного познания, а *философия техники* проясняет сущностные характеристики деятельностно-технологического мироотношения и мышления. Наиболее существенно то, что все это многообразие воспринимается в рамках единства философского мировоззрения. Курс философии задает «оси координат», соответственно которым может быть «размещено» предметное знание.

Математика справедливо оценивается как язык науки. Нередко даже считают, что какое-либо знание научно настолько, насколько оно математизировано. С 1994 года математика в педагогических вузах стала «общепрофессиональной» учебной дисциплиной, что вызвало вполне естественные вопросы: а как, собственно, преподавать ее историкам, филологам, педагогам и др.? Иной раз они перерастают в драматические коллизии на тему: а кто должен преподавать ее, к примеру, историкам? Историк, освоивший в силу стечения обстоятельств математические методы исторической науки, или маститый алгебраист, «съевший собаку» на группах, полугруппах, полных радикалах и псевдомногообразиях? Очевидно, что при всей общности

стандарта математика будет преподаваться по-разному.

Вполне возможно, как нам представляется, преподавать ее как феномен (а в значительной мере и «локомотив») культуры, делая акцент на тех ее разделах, разработка которых имела наиболее глубокие общекультурные последствия, а значит, и наиболее существенно повлияла на метод науки. В этом случае курс математики оказывается органично связанным с курсом философии, даже если преподаватели математики и философии не указывают на эту связь специально, а «оси координат», намеченные философией, приобретают должную строгость и определенность. На них можно разместить любое знание — будь то биологическое или историческое, не только как специальное, но и как культурно мотивированное. Тогда культурный контекст научного знания обретет ясность и конкретность. Но для этого преподаванию философии и математики следует уделять большее внимание, чем обычно делается на основе современных стандартов.

Библиографический список

1. Российская педагогическая энциклопедия: В 2 т. Т. 1 / Гл. ред. В. В. Давыдов. — М. : Большая российская энциклопедия, 1993. — С. 239–240.
2. Пивоваров, Д. В. Синтетическая парадигма в философии : избр. статьи / Д. В. Пивоваров. — Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2011. — С. 5–7.
3. Кропоткин, П. А. Записки революционера / П. А. Кропоткин. — М. : Мысль, 1966. — С. 112–113.

ФЕДЯЕВ Дмитрий Михайлович, доктор философских наук, профессор (Россия), профессор кафедры философии, проректор по научной работе. Адрес для переписки: 644099, г. Омск, наб. Тухачевского, 14, каб. 237.

Статья поступила в редакцию 06.06.2013 г.

© Д. М. Федяев

Книжная полка

Гриненко, Г. В. История философии : учебник для бакалавров / Г. В. Гриненко. — М. : Юрайт , 2012. — 687 с. — Гриф МО РФ. — ISBN 978-5-9916-2089-5.

Настоящий учебник по дисциплине «Философия» (часть первая — «История философии») охватывает всю историю мировой философии от ее возникновения до наших дней, включая восточную и русскую философию. В учебнике дано краткое изложение основных идей всех важнейших философских учений, определены используемых философских терминов, а также приведены графические схемы и таблицы, облегчающие понимание и запоминание материала. Для студентов и аспирантов высших учебных заведений.

Мотрошилова, Н. В. — История и философии. Запад – Россия – Восток : учеб. для вузов. Кн. 2. Философия XV–XIX веков / Н. В. Мотрошилова. — М. : Академический проект, 2012. — 485 с. — ISBN 978-5-8291-1373-5.

Учебник посвящен комплексному изложению наиболее значительных достижений западной, восточной, русской философии от древности до наших дней в их специфике и единстве. Философия различных регионов и эпох рассмотрена как важнейшая интегральная часть цивилизационного развития, духовной жизни, культуры человечества. Подчеркивается единство истории философии, как процесса развития духа, с историей цивилизации, как процессом развития общества и культуры. Западная и восточная цивилизации — эти особые целостные исторические формообразования, объединявшие способы практической жизнедеятельности, нормы и принципы духа, — уже в отдаленные времена, когда они совсем или почти не взаимодействовали друг с другом, породили наделенные неповторимыми чертами типы культуры и как их сторону и часть формы философствования. В учебнике демонстрируется неснимаемая антиномия историко-философского процесса — напряженное противоречие между неповторимым своеобразием продуктов этого процесса, его конкретно-исторических, региональных, национальных, лично-индивидуальных форм и его неуклонным превращением в преемственный процесс взаимодействия различных традиций, вместе представляющих единство мировой философии. Именно такую задачу ставили перед собой авторы данного учебника. Вторая книга учебника посвящена истории становления и развития философии XV–XIX вв. в западном и российском регионах. Книга подготовлена группой известных специалистов в области истории философии Запада и России. Учебник адресован студентам и аспирантам высших учебных заведений и научных центров, а также тем, кто самостоятельно осваивает философию.