

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

ПОИСК

Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура

Выпуск № 4 (39)

Июль — август

**Москва
2012**

УДК 008
ББК 71
П71

Редколлегия журнала:

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

Редакция журнала:

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

ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура: научный и социокультурный журнал // М. : НИЦ «Академика», 2012. — Вып. № 4 (39). — 136 с.

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

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

ISSN 2072-6015

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

ОБЩЕСТВЕННЫЙ РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Сопредседатели Совета

- Иванов В. Н.** Член-корреспондент Российской Академии наук, советник РАН, главный редактор журнала «Наука. Культура. Общество», доктор философских наук, профессор
- Сергеев В. К.** Действительный член Российской академии социальных наук, доктор социологических наук, заслуженный работник культуры Российской Федерации

Члены Совета

- Андреев Э. М.** Главный научный сотрудник ИСПИ РАН, профессор кафедры социологии и политологии ИППК МГУ имени М. В. Ломоносова, действительный член Российской академии социальных наук, доктор философских наук
- Вдовиченко Л. Н.** Доктор социологических наук, профессор кафедры политической социологии РГГУ
- Викторов А. Ш.** Доктор социологических наук, профессор МГУ имени М. В. Ломоносова, член Творческого союза художников России
- Дмитриев А. В.** Член-корреспондент Российской Академии наук, доктор философских наук, профессор
- Запесоцкий А. С.** Член-корреспондент РАН, доктор культурологии, профессор, ректор Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов
- Капто А. С.** Доктор философских наук, заведующий кафедрой ЮНЕСКО по социальным и гуманитарным наукам при ИСПИ РАН
- Кузнецов В. Н.** Член-корреспондент Российской Академии наук, профессор, доктор социологических наук
- Кулашик Петер** Доктор политологии, профессор, декан факультета международных отношений Университета имени Матея Бела, главный редактор журнала «Политика и наука», Баньска-Быстрица, Словакия
- Маркович Данило** Академик, действительный член Сербской академии образования, иностранный член Российской академии образования, Белград, Сербия

-
- Маршак А. Л.** Главный научный сотрудник Института социологии РАН, доктор философских наук, профессор, почётный работник высшей школы Российской Федерации, член Союза писателей России
- Миронов А. В.** Главный редактор журнала «Социально-гуманитарные знания», доктор социологических наук, профессор, почётный работник высшей школы Российской Федерации
- Нарбут Н. П.** Заведующий кафедрой социологии РУДН, действительный член Российской академии социальных наук, доктор социологических наук, профессор, член Союза писателей России
- Петрусек Милослав** Доктор философии, профессор кафедры социологии факультета социальных наук Карлова университета, почётный проректор и декан факультета социальных наук Карлова университета, вице-президент Чешского социологического общества, иностранный член Российской академии социальных наук, Прага, Чехия
- Попов А. В.** Доктор социологических наук, профессор Южного Федерального Университета
- Сосунова И. А.** Проректор Академии МНЭПУ, действительный член Международной академии наук, Академии политической науки, доктор социологических наук, профессор
- Федоряк Н. А.** Кандидат социологических наук, член Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации
- Чупров В. И.** Доктор социологических наук, профессор, главный научный сотрудник ИСПИ РАН, заслуженный деятель науки Российской Федерации

СОДЕРЖАНИЕ

<i>НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ</i>		7
<i>ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ</i>		
ЛИМОНОВА М. А., ЮДИНА Е. Н.	Латентное саморегулирование информационного пространства телевидения / Latent self-regulation of TV informational dimension	8
<i>ГОД ИСТОРИИ В РОССИИ</i>		
КСЕНОФОНТОВ В. Н., КСЕНОФОНТОВ В. В.	Бородинское сражение в Отечественной войне 1812 года: историзм познания и социокультурное отражение / The battle of Borodino in the Patriotic war 1812: the study of history and sociocultural reflection	20
РАКАЧЕВ В. Н.	Динамика грамотности и уровня образования населения Кубани и Ставрополя в 1930–1950-е годы / Dynamics of literacy and educational level of population of Kuban and Stavropol territory in the 1930–1950s.	32
<i>КУЛЬТУРНЫЕ СМЫСЛЫ</i>		
ЛАГУТЕНКОВА В. А.	Трансформация жанра «большого натюрморта» в отечественном натюрморте 2000-х / The transformation of the «big still-life» genre in Russian still-life of 2000s.	41
ЧЕРНЯХОВСКАЯ Ю. С.	Концепция социального прогресса А. и Б. Стругацких / Theory of social progress by A. and B. Strugatsky	49
<i>АСПЕКТЫ</i>		
БАРАНОВА В. И., ЛУЦЬКАЯ Е. Е.	Механизмы социального контроля в самообучающейся организации / Social control mechanisms in self-learning organization	62
ВЛАСЮК Г. В.	Совместимость взаимодействия как средство повышения конкурентоспособности / The compatibility of interaction as a means of increasing the competitiveness	72
ЕРЕМИНА Е. В.	Исследование особенностей формирования региональной идентичности / Study of the peculiarities of the formation of regional identity	83
ЕФРЕМОВА Е. Н.	Художественность современного рекламного образа / Expressiveness of modern advertising image	92

ПЕТРАШКОВА Н. С.	Феномен правого радикализма на президентских выборах 2012 года во Франции / The ultra right radicalism phenomenon at the presidential elections 2012 in France	104
СИТНОВА И. В.	Социологический взгляд на проблему институциональных изменений / Issues of institutional changes: sociological view	114
<i>ИССЛЕДОВАНИЯ МИСКП</i>		
ЛЮТОВА Н. К.	Образ московской культуры в сознании жителей мегаполиса / The image of Moscow culture in perception of Muscovites	125
<i>КОНФЕРЕНЦИИ. СЕМИНАРЫ. СИМПОЗИУМЫ</i>		131

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

С ЮБИЛЕЕМ!

Общественный совет и редколлегия сердечно поздравляют главного редактора журнала «ПОИСК» Аркадия Львовича МАРШАКА с юбилеем, желают ему новых успехов и творческого долголетия в его многогранной деятельности. Аркадий Львович — главный научный сотрудник Института социологии РАН, доктор философских наук, профессор, почетный работник высшей школы Российской Федерации, член Союза писателей России.

Уважаемый Аркадий Львович!

От души поздравляем Вас с днем рождения! Желаем Вам крепкого здоровья, счастья, благополучия! Оставайтесь таким же жизнерадостным, энергичным, молодым душой! Ваши глубокие знания, ораторское мастерство, творческий подход к делу, энтузиазм вдохновляют коллег.

Пусть Ваши знания и опыт продолжают служить на благо российской науки!

С НАГРАДОЙ!

Редакция журнала поздравляет члена-корреспондента В. Н. Иванова, доктора социологических наук В. К. Сергеева — сопредседателей Общественного редакционного совета и С. Н. Лебедева — автора нашего журнала с почетными наградами Академии литературы — «Золотой медалью Владимира Сергеевича Соловьева».

ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ

*ЛИМОНОВА Мария Александровна,
доктор исторических наук, профессор,
Московский педагогический
государственный университет,
кафедра теории и истории социологии
budanovama@mail.ru*

*ЮДИНА Елена Николаевна,
доктор социологических наук, профессор,
Московский педагогический
государственный университет,
кафедра теории и истории социологии
elena_nikolaevna@inbox.ru*

Латентное саморегулирование информационного пространства телевидения / Latent self-regulation of TV informational dimension

Аннотация

Предлагаемая статья посвящена скрытым механизмам отбора новостей в информационных программах телевидения. В работе показано, что конкурентная борьба телеканалов за рейтинг исключает из эфира социально значимую и аналитическую информацию, понижает уровень представления новостей. Теоретические положения статьи проиллюстрированы авторским социологическим исследованием, выполненным методом контент-анализа.

Ключевые слова

Информационное пространство; отбор новостей; контент-анализ.

Annotation

The present article is devoted to the covert mechanisms of selection of news in television news programs. It is shown that competition for TV

ratings in the air eliminates significant social and analytical information, reduces the level of presentation of news. Theoretical article illustrates the author's sociological research, performed by the method of content-analysis.

Keywords

Information space; the selection of news; content analysis.

Понятие «информационное пространство» достаточно часто можно встретить в социологической литературе. Как пишет В. Д. Попов, информационное пространство — это «сфера отношений субъектов и объектов, формирующаяся по поводу производства, распространения и потребления информации»¹. В нашем случае мы будем использовать более узкую трактовку этого понятия. Под информационным пространством телевидения мы будем понимать сферу отношений по поводу производства, распространения и потребления новостных и информационно-аналитических программ различных телеканалов.

Современное телевидение вызывает острую критику многих авторов. Но поскольку основные недостатки российского телевидения обычно видят в избыточном количестве рекламы, недостатке детских и учебных передач, культе насилия и т. п., мы остановимся на тех проблемах, которые не лежат на поверхности, — на латентных механизмах саморегулирования информационного пространства.

Новостные сообщения являются довольно сложным социальным феноменом. Модальность новостей, по мнению исследователей, практически совпадает с модальностью повседневной реальности. Способность телевидения конструировать реальность за пределами личного опыта индивида особенно отчетливо проявляется в информационных программах. Ричард Харрис пишет по этому поводу: «Новости — это, пожалуй, та область, где люди склонны более всего верить, что массмедиа всего лишь отражают и описывают окружающий нас мир. Однако это не так. Программы новостей ни в коем случае не являются передачей реальности, а всегда представляют собой некую сконструированную интерпретацию реальности, больше

¹ Попов В. Д. Концептуальные принципы формирования информационной политики // Информационная политика. — М., 2003. — С. 48.

основывающуюся на том, что достойно попасть в разряд новостей, чем на реальном ходе событий»¹.

Отношение общественного мнения к новостям является весьма амбивалентным. С одной стороны, производство и распространение новостей признается важнейшим элементом современного демократического общества, а с другой — постоянно высказываются опасения, что существующие его формы подрывают самые основания этого общества и дискредитируют его идеалы. Другими словами, признается, что именно информационное вещание оказывает наиболее сильное влияние на общество.

Осознание сложности процессов отражения реальности в массовой коммуникации началось прежде всего в англо-американской литературе. Первой работой, в которой была сделана попытка профессиональной рефлексии, была работа журналиста У. Липпмана «Общественное мнение» (1922). Затем этой проблеме были посвящены работы П. Лазарсфельда и Р. Мертон, К. и Г. Лэнгов, Дж. Эпштейна, Маккомбса и Д. Шоу, Дж. Гербнера и многих других авторов.² Все они в той или иной степени придерживались позитивистской парадигмы, в рамках которой сформировалось представление о том, что новостные сообщения массмедиа порождают новую реальность, отличную от реальности подлинной. Формируя повестку дня, СМИ, как правило, искажают действительную реальность. Был выявлен достаточно широкий список нарушений производителей новостей (особенно телевизионных) самых основ гражданского общества и демократической традиции. Он включает обвинения в том, что массмедиа сообщают своей аудитории не те новости, которые следует, делают это не в той форме, которая необходима. Все это ведет, по мнению исследователей, к снижению политической активности граждан, утрате их интереса к важным социальным проблемам и т. п. Однако в рамках позитивистского подхода нельзя было вразумительно

¹ Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. — СПб., 2002. — С. 33.

² Lippman W. Public Opinion. — N. Y., 1997; Lazarsfeld P., Merton R. Mass Communication, popular taste and organized social action. — N. Y., 1948; Lang K. & Lang G. Politics & TV. — Chicago, 1968; Epstein E. J. News from nowhere: television and the news, Vintage Books, N.-Y. : Random House, 1973; McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass-Media // Public Opinion Quarterly, 1972. V. 36. № 3; Gerbner George. Mass-Media and Human Communication Theory // McQuail D. Sociology of Mass Communication. — N. Y., 1976.

ответить на вопрос, как выработать объективные и точные критерии, которые свидетельствовали бы о верном отражении реальности.

Принципиальная ограниченность позитивизма породила попытку исследовать отражение реальности в СМИ на основе феноменологической парадигмы. В рамках этой парадигмы изучали информационные сообщения СМИ И. Гофман, Р. Харрис, Дж. Элгейд и П. Сноу¹ и другие авторы. На основе взглядов Гуссерля делался вывод о том, что можно говорить о множественности «жизненных миров» и их принципиальной несводимости друг к другу. Е. Г. Дьякова и А. Д. Трахтенберг отмечают: «Если в рамках позитивистской парадигмы описание процессов массовой коммуникации как процессов конструирования реальности порождает ряд методологических проблем, связанных с различием “правильной” и “неправильной” ее версий, то в рамках феноменологического подхода такого рода трудности не существуют, поскольку социальная феноменология исходит из тезиса о множественности реальностей, каждая из которых конструируется в соответствии со своим особым когнитивным стилем»².

В классической социальной феноменологии есть особая, системообразующая категория, обладающая большими эвристическими возможностями. Такой привилегированный статус в феноменологической парадигме имеет повседневность с ее специфическими возможностями гармонизации содержания, обеспечивающими совместимость всех его элементов и, следовательно, абсолютную достоверность определенной области значений. Как отмечают Т. Лукман и А. Шюц, повседневность «выступает в качестве естественной реальности, и мы готовы отказаться от отношения, которое характерно для нее, только если особый шоковый опыт прорывается через структуру значений повседневности и заставляет нас переносить предикат реальности на другую конечную область значений»³.

¹ Goffman Erving. Behavior in public places; notes on the social organization of gatherings. New York: Free Press of Glencoe; Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002; Altheide D. Media Power. Beverly Hills : Sage Publications, 1985.

² Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. — Екатеринбург : УрО РАН, 1999. — С. 86.

³ Luckmann Th., Shutz A. The Structures of Life-World. — L., 1974. — P. 35.

Все остальные конечные области значений, подчеркивают авторы, когнитивно соотносятся с повседневностью по принципу дополненности. Они описывают то, что никогда не проблематизируется в повседневности и тем самым снимается ряд ее онтологических ограничений. Повседневность может рассматриваться как порождающее пространство и для новостных программ телевидения.

Типичный пример феноменологического анализа новостей дает И. Гофман: «На мой взгляд, наиболее характерный пример сомнительности документированных источников — освещение событий в вечерних теленовостях. Разумно предположить, что задача телепрограммы — транслировать сообщения съемочной бригады, находящейся на месте события, тогда сам видеоряд расскажет о происходящем. ... Однако можно показать, что зрители вовлечены не столько в событие, сколько в особый вид развлечения, материалом для которого служат видеозапись и звуковое сопровождение. ... Если операторская работа соответствует нашим культурным и вкусовым предпочтениям относительно изображаемой ситуации, видеоматериал может нести в себе впечатление объективности: такого рода эффект обеспечивается крупными планами, наездами камеры, дистанцией, примерно соответствующей дистанции незаинтересованного разговора»¹.

В работе «Логика медиа» Д. Элтейд и П. Сноу предприняли попытку развить эту точку зрения. С этой целью они вводят новую категорию «формат» — это «рамка или перспектива, которая используется для того, чтобы подать и истолковать те или иные феномены»². Формат предшествует событию: событие конструируется в соответствии с форматом, а неформат — в соответствии со спецификой события. Иными словами, в медиареальности формат выполняет те же функции, какие в повседневности — естественная установка. Именно поэтому формат не вербализируется и всегда пребывает на грани сознательного и бессознательного как производителей новостей, так и зрителей информационных программ.

Формат задает логику представления новостей. Это прежде всего касается способа, каким в информационных программах структурируется время, соблюдение пропорций диалога и действия, пере-

¹ Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. — М. : Институт социологии РАН, 2003. — С. 555–556.

² Altheide D., Snow P. Media Logic. — L., 1979. — P. 10.

дачи специфических особенностей вербальной и невербальной коммуникации. Так, для телевизионных новостей характерен феномен сжатия реального времени, поскольку из телевизионных трансляций удаляются все паузы и затяжки, которые неизбежно присутствуют в процессах повседневного общения. В целом для новостей телевидения характерна тенденция ускорения темпа реальных событий. С точки зрения подачи реальных событий для телевидения характерен перенос акцента с диалогов на действия.

Именно в силу специфики телевизионного формата новости выступают как развлекательный жанр, как «переполненная действиями драма, которую рассказывают журналисты-телезвезды». С определенной точки зрения телевизионные новости могут рассматриваться как симбиоз нескольких специфических форматов, характерных для развлекательных телевизионных жанров: драмы, новостных сенсаций и ток-шоу. Однако близость новостей к развлекательным жанрам не является очевидной и способствует укрупнению медиареальности, что не осознается ни их производителями, ни зрителями¹.

Но феноменологическая парадигма, описывающая информационные программы, также имеет принципиальные ограничения, которые состоят в том, что основные положения этой парадигмы плохо переводятся на язык других концепций и профессиональной рефлексии журналистов. Сравнивая позитивистский и феноменологический подходы, авторы Е. Г. Дьякова и А. Д. Трахтенберг делают вывод: «В целом феноменологический подход имеет перед позитивистским то несомненное преимущество, что исходит из принципа множественности реальностей и поэтому исследует медиареальность как специфическое целое, подчиняющееся особой внутренней логике»².

О сложности поиска объективного критерия для отбора информации для новостных программ говорит также Н. Луман. Он утверждает, что истинное интересует массмедиа в очень ограниченных пределах. «Проблема поэтому состоит не в истине, а в неизбежной, но вместе с тем желанной и управляемой селективности»³.

¹ Altheide D., Snow P. *Media Logic*. — L., 1979. — P. 10.

² Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. *Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов*. — Екатеринбург, 1999. — С. 122.

³ Луман Н. *Реальность массмедиа*. — М.: Праксис, 2005. — С. 47.

Подозрение в манипуляции, отмечает Н. Луман, всегда сопутствует сообщениям массмедиа: «В самих массмедиа нет манипуляций и нет фальсификаций, а есть лишь правила селекции событий. Фальсификация и манипуляция — значения, которые приписывает наблюдатель для организации своих собственных (например, научных или политических) коммуникаций. Вся беда в том, что обвинитель и обвиняемый здесь равноправны»¹.

Противоречие между позитивистским и феноменологическим подходами пытается преодолеть П. Бурдье, который анализирует информационное пространство в рамках структурного конструктивизма. По его мнению, у журналистов, и особенно у тележурналистов, существует особый подход к освещению реальности. В их деятельности просматривается стремление не отступать от «невидимых принципов», подчинение не власти государства, а власти «невидимой структуры». Социальные отношения, складывающиеся в телепространстве, оказывают решающее воздействие на содержание информации в новостных программах. П. Бурдье предлагает иной критерий оценки новостных программ. Важно не то, насколько они «правильно» или «неправильно» отражают реальность. *Важно то, насколько переданная информация полезна обществу, насколько она является общественно значимой.* Выдвинув этот принцип, ученый тщательно анализирует причины, почему он нарушается.

Процессы саморегулирования информационного пространства телевидения невозможно понять без рассмотрения сути концепции коммерческого вещания. Характеризуя процесс коммерциализации телевидения, П. Бурдье отмечал, что «через подсчет аудитории экономическое принуждение все сильнее давит на производство, поскольку рекламодатели соизмеряют свои кредиты — финансирование, без которого не может жить телевидение, — в соответствии с объемом аудитории, подсчитанной по определенным правилам»².

Концепция коммерческого вещания, используя стремление человека к наименьшим затратам усилий, пропагандирует в основном развлекательные передачи, стремясь навязать зрителям некоторое число материальных ценностей, которые должны служить источником его повседневной потребительской активности. Вещание как бы

¹ Луман Н. Реальность массмедиа. — М. : Праксис, 2005. — С. 229.

² Бурдье П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики // Социоанализ П. Бурдье. — М., 2001. — С. 130.

помещает человека в поле направленного действия рекламы, в котором телезритель должен пребывать как можно дольше.

Не общественный интерес, а рейтинг программы, от которого зависит стоимость рекламы, становится основным показателем ее ценности для информационного вещания. Подобный эффект поля коммерческого телевидения порождает механизм цензуры, действующий гораздо жестче, чем все политические, религиозные, моральные и прочие запреты.

Борьба за привлечение как можно большего количества зрителей становится главным содержанием работы журналиста. Это довлеет над его сознанием и заставляет постоянно делать выбор в пользу той информации, которая понравится большему числу людей. Механизм отбора событий для освещения их в новостных программах становится предельно простым, но внутренне противоречивым. С одной стороны, чем сложнее информация, тем меньше людей ее понимают и принимают. Такая информация понижает рейтинг программ. Поэтому все сложные материалы автоматически исключаются из эфира. С другой стороны, людей привлекают сенсации, но так же вполне понятные, не требующие аналитического осмысления. В информационных программах начинают преобладать, по мнению Бурдые, с одной стороны, сенсационность, с другой — «событие омнибус» (факты, которые никого не шокируют, за которыми ничего не стоит, которые не разделяют на враждующие стороны и вызывают всеобщий консенсус)¹.

Внешнее манипулятивное, принудительное влияние на характер теленовостей является социально обусловленным и заложено в самом механизме конкурентной борьбы, происходящей в коммерческом пространстве телевидения. В результате производство информации приобретает замкнутый, самореферентный характер. Один источник говорит нечто потому, что это уже сказал другой. П. Бурдые подчеркивает, что это явление представляет совершенно типичный эффект поля. То, что на самом деле делается по причине оглядки на конкурентов, выдается за желание угодить телезрителям. «Телевидение, — отмечает автор, — показывает и заставляет поверить в то, что оно показывает... Мало-помалу телевидение, которое по идее является инструментом отображения реальности, превращается в

¹ Бурдые П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики // Социоанализ П. Бурдые. — М., 2001. — С. 30.

инструмент создания реальности»¹. Бурдые рассматривает телеэфир как особое национальное достояние, и заполнение его «пустотой» является непростительной растратой этого достояния. Этот тезис вполне применим для современного российского информационного вещания.

Отбор новостей, регулируемый стремлением достичь максимального рейтинга, выхолащивает из новостных программ аналитическую составляющую, сложную и неопределенную информацию, а также социально значимые темы. В результате происходит «банализация» информационного потока. В российском эфире такими «темами-изгоями» являются, по мнению К. В. Ветрова, темы науки, труда, бедности, молодежи, местного самоуправления². Сложность и высокая социальная значимость этих тем является сильным раздражителем для общества, они требуют для своего освещения высокого профессионализма и продуманной аналитики, что заведомо ведет к понижению рейтинга новостных программ.

О том, как влияет коммерциализация телевидения на информационное пространство, можно судить по социологическим исследованиям. Нами было изучено по одной и той же методике контент-анализа содержание информационных выпусков двух телеканалов в декабре 1992 года и в декабре 2010 года.

В исследовании было подвергнуто анализу содержание основных новостных программ двух федеральных телеканалов: ОРТ — «Время» (21.00), РТР — «Вести» (20.00). Это дало уникальную возможность проследить характер изменений информационного вещания, произошедших за последние 18 лет.

Анализ проводился путем изучения программ в течение «совокупной недели». Этот метод выборочного отбора предполагает запись информационных выпусков на протяжении семи недель. На первой неделе записывались и анализировались материалы информационного выпуска в понедельник, на второй — во вторник, на третьей — в среду и т. д. Такой способ формирования выборки как нельзя лучше отражает характер программных решений в теле- и радиовещании, поскольку некоторые рубрики закреплены за определенными днями

¹ Бурдые П. О телевидении и журналистике. — М., 2002. — С. 34–35.

² Ветров К. В. Средства массовой информации постсоветской России: особый путь вдоль проторенной дороги. — М.: Книга и бизнес, 2004. — С. 142.

недели. Он позволяет набрать статистически значимое количество сообщений и репрезентативно отразить информационный поток.

Полученные результаты показали, что информационная насыщенность вещания характеризуется следующими данными. Ежедневно «Время» (21.00) и «Вести» (20.00) содержат от 10 до 15 сообщений. В среднем на минуту вещания приходится около 0,5 сообщения, а исследование 1992 показывало, что на минуту вещания приходилось около 6 сообщений. Это позволяет сделать вывод, что информационные программы стали гораздо менее насыщенными. Такой результат является вполне предсказуемым, поскольку информация в коммерческом телепространстве стала товаром, который дорого обходится производителям информации.

Кроме того, заметные расхождения наблюдаются также в соотношении фактической и комментированной информации.

Таблица 1

**Соотношение фактической и комментированной информации
в новостных программах**
(количество сообщений в %)

	1992 г.		2010 г.	
	«Новости» 21.00	«Вести» 20.00	«Время» 21.00	«Вести» 20.00
Факты	31	35	5	4
Комментированное отображение действительности	69	65	95	96

Исследование зафиксировало неуклонный рост комментированной информации в программах современного информационного вещания. Надо отметить, что это полностью противоречит западным традициям журналистики, в которой отдается приоритет изложению реальных фактов, но вполне отвечает устойчивой ориентации населения России на комментированные, понятные сообщения, влияющие на рейтинг передач.

Аналитический уровень программ также был в зоне внимания исследования. В ходе контент-анализа была предложена типология всех сообщений в зависимости от глубины анализа действительности в том или ином материале. Были выделены четыре уровня анализа:

- 1) первый уровень — сообщается только факт без комментария;
- 2) второй уровень — информационно-описательное отображение действительности в материале;
- 3) третий уровень — анализ трудностей, попытка обнаружить взаимосвязи, причинно-следственные отношения, постановка проблемы;
- 4) четвертый уровень — глубокий анализ проблем, выявление конструктивных сил, предложения, прогноз развития событий.

По предложенной шкале все сообщения в выпусках программ довольно легко классифицировались, и в результате были получены следующие данные.

Таблица 2

Аналитический уровень программ
(количество сообщений в %)

Уровень анализа	1992 г.		2010 г.	
	«Новости»	«Вести»	«Время»	«Вести»
Первый (факты)	31	35	5	4
Второй (информ.-описат.)	35	21	85	84
Третий (попытка анализа)	32	34	7	12
Четвертый (проблемно-аналит.)	2	10	3	–

Легко заметить, что ранее выпуски «Новостей» отличались от «Вестей» тем, что они содержали меньше «чистых фактов», сообщений без комментариев, но больше информации не очень глубокой — описательного плана и несколько меньше материалов аналитического плана. «Новости» также содержали меньше глубоких проблемно-аналитических материалов, чем выпуски «Вестей». В целом «Новости» по глубине анализа, осмысления фактов, событий несколько уступали выпускам Российского телевидения 1992.

На сегодняшний день уровень анализа информации существенно снизился в обеих новостных программах. Преобладает информационно-описательное изложение событий. Это говорит об общем снижении внимания телевидения к анализу социальной действительности, о «банализации» информационного потока. Таким образом, конкурентная борьба телеканалов за рейтинг активизирует латентные механизмы саморегуляции информационного пространства. Она приводит к исключению из эфира острых, болезненных тем,

сложной аналитической информации, понижает уровень представления новостей.

Библиография

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике. М., 2002.
2. Бурдые П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики // Социоанализ П. Бурдые. М., 2001.
3. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М., 2003.
4. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999.
5. Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.
6. Попов В. Д. Концептуальные принципы формирования информационной политики // Информационная политика. М., 2003.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., 2002.
8. Altheide D., Snow P. Media Logic. L., 1979.
9. Altheide D. Media Power. Beverly Hills, 1985.
10. Epstein E. J. News from nowhere: television and the news. Vintage Books. N. Y., 1973.
11. Gerbner George. Mass-Media and Human Communication Theory // McQuail D. Sociology of Mass Communication. N. Y., 1976.
12. Goffman Erving. Behavior in public places; notes on the social organization of gatherings. New York.
13. Lang K. & Lang G. Politics & TV. Chicago, 1968.
14. Lazarsfeld P., Merton R. Mass Communication, popular taste and organized social action. N. Y., 1948.
15. Lippman W. Public Opinion. N. Y., 1997.
16. Luckmann Th., Shutz A. The Structures of Life-World. L., 1974.
17. McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass-Media // Public Opinion Quarterly, 1972. V. 36. № 3.

ГОД ИСТОРИИ В РОССИИ

*КСЕНОФОНТОВ Владимир Николаевич,
доктор философских наук, профессор,
кафедра философии, Российская академия
народного хозяйства и государственной
службы при Президенте РФ;
КСЕНОФОНТОВ Владимир Владимирович,
кандидат философских наук
vnksenofontov@mail.ru*

Бородинское сражение в Отечественной войне 1812 года: историзм познания и социокультурное отражение / The battle of Borodino in the Patriotic war 1812: the study of history and sociocultural reflection

Аннотация

В статье дается анализ боевым действиям Русской армии и партизан, обеспечившим разгром французской армии в годы Отечественной войны 1812 г. В статье дается также понимание места и роли культуры в Отечественной войне.

Ключевые слова

Отечественная война; Русская армия; Бородино; партизаны; оборона; наступление; М. И. Кутузов; факторы победы; мужество; культура; искусство; театр; литература.

Annotation

The article analyses the activities of Russian Army and partisans, ensured the defeat of French armed forces during the Patriotic war 1812. The article presents the understanding of place and role of culture in Patriotic war.

Keywords

Patriotic war; Russian army; Borodino; partisan; a defense; an offensive; M. Kutuzov; factors of the victory; courage; culture; art theatre; literature.

В героической летописи истории нашей страны, связанной с борьбой русского народа за свободу и независимость Родины, есть немало ярких и богатых славой страниц. Несомненно, что в благодарной памяти потомков особые, волнующие и возвышенные чувства вызывают три поля воинской славы народа и армии России.

Это — Куликовское, Бородинское и Прохоровское поля. Несмотря на различные временные рамки происходящих на них битв и сражений с врагами России, их объединяет общее: мужество и героизм воинов, сплоченность народа, уверенность в окончательной победе.

Бородинское сражение представляет собой важнейший этап Отечественной войны 1812 г.¹ Битва, начавшаяся рано утром 26 августа (7 сентября) канонадой с обеих сторон, означала атаку корпуса французского генерала Э. Богарне на село Бородино, которое прикрывали гвардейские егеря. С этого времени началась невиданная схватка, в перспективе доказавшая в ходе сражения провал стратегии Наполеона, делавшего ставку на одно генеральное сражение.

Русское командование во главе с М. И. Кутузовым исходило из учета более долговременных факторов, опиралось на гармоничное сочетание всех элементов боевого порядка, умелое использование конницы, артиллерии и резервов, тесное взаимодействие между частями.

Необходимо отметить такой важный фактор со стороны полководца М. И. Кутузова и русских генералов, как выбор места для сражения: фланги наших войск были прикрыты лесом и крутыми оврагами; курганы и холмы представляли удобные места для артиллерийских позиций; были хорошими подходы резервов на нужные направления. Фельдмаршал вынудил Наполеона вести фронтальные наступления на участке 8 км и до 7 км в глубину, тем самым не дал ему свободы маневра.

¹ См. подробнее: Жилин П. А., Смирнов А. А. Бородинское сражение 1812 // Военная энциклопедия. В 8 т. Т. 1. — М. : Воениздат, 1997. — С. 551–554.

В ходе Бородинского сражения проявилось высокое мастерство отечественных военачальников, успешно руководивших русскими войсками на всех этапах этой ожесточенной битвы. Их имена как верных патриотов и умелых военачальников навсегда остались в памяти народов России: М. И. Кутузов, П. И. Багратион, М. Б. Барклай де Толли, Д. С. Дохтуров, Н. Н. Раевский, Ф. П. Уваров, Н. А. Тучков, М. И. Платов, П. П. Коновницын.

Между тем нельзя также забывать решающего вклада в успех сражения, до основания потрясшего армию Наполеона, русского солдата, его стойкости и мужества в защите Отечества. Именно благодаря ему в ходе Бородинского сражения французские войска потеряли убитыми и ранеными свыше 50 тыс. чел., в т. ч. 49 генералов. Между тем как потери русских войск составили соответственно — свыше 44 тыс. чел., в том числе 29 генералов.¹

Имена русских солдат не стерлись в памяти народной: Павел Тихонов, Иван Кондратов, Никита Федоров, Леонид Шитиков, Герасим Антонов, Ефим Говоров, Артамон Лукин, Яков Бородин, Иван Золотов, Иван Морозко, тысячи других крестьян в солдатской шинели. Неувядаемой славой покрыли себя ратники Московского ополчения, которыми командовал И. Марков.

В рапорте М. И. Кутузова Александру I об отступлении к Москве и о потерях противника в сражении при Бородине написано: «Баталия, 26-го числа бывшая, самая кровопролитная из всех тех, которые в новейших временах известны. Место баталии нами одержано совершенно, и неприятель ретировался тогда и в ту позицию, в которую пришел нас атаковать».²

Наряду с этими слагаемыми успешного исхода сражения под Бородиным был также и такой важный фактор, как духовный. Он рельефно реализовался в безмерном мужестве, отваге и стойкости русских солдат и офицеров, всех, кто сражался на Шевардинском редуте, Багратионовых флешах, Утицком кургане, в батарее Раевского, у деревни Семеновское, на берегах реки Колочи.

Характеризуя духовные качества защитников Отечества, М.И. Кутузов в донесении о Бородинском сражении царю Александру I писал: «Сей день пребудет вечным памятником мужества и отличной

¹ См. подр.: Жилин П. А., Смирнов А. А. Бородинское сражение 1812 // Военная энциклопедия. В 8 т. Т. 1. — М., 1997. — С. 551–554.

² Цит. по: Кутузов М. И. Письма, записки. — М.: Воениздат, 1989. — С. 338.

храбрости российских воинов, где вся пехота, кавалерия и артиллерия дрались отчаянно. Желание всякого было умереть на месте и не уступить неприятелю. Французская армия под предводительством самого Наполеона, будучи в превосходящих силах, не превозмогла твердость духа российского солдата, жертвовавшего с бодростью жизнью за свое Отечество».¹

Бородинское сражение означало собой начало катастрофы наполеоновской армии, кризис стратегии генерального сражения. Оно надломило моральный дух и уверенность французских войск в победе. Наполеон добился в Бородинском сражении некоторого успеха, однако свою главную задачу — разгромить русские войска в одном генеральном сражении — не решил.

После Бородинского сражения М. И. Кутузов оставил Москву ради сохранения армии. «Я баталию выиграл, — писал он, — прежде Москвы, но надобно сберегать армию, и она целехонька. Скоро все наши армии, то есть Торماسов, Чичагов, Витгенштейн и еще другие, станут действовать к одной цели, и Наполеон долго в Москве не пробудет».²

Так оно и случилось. Прошло всего около полутора месяцев, когда Русская армия во главе с М. И. Кутузовым смогла начать изгнание вражеских войск из России.

Примечательно, что спустя почти 130 лет на этой же русской земле ее солдаты вели жесточайшие бои с новыми захватчиками, защищая Москву. Командиры, политработники и бойцы 32-й стрелковой дивизии полковника В. И. Золотухина, сражавшиеся на Бородинском поле осенью 1941 г. с немецко-фашистскими войсками, сумели вписать яркие строки в военную летопись. Знаменитое Бородинское поле, видевшее и Кутузова, и Наполеона, вновь стало свидетелем мужества и отваги советских воинов, проявленных ими в битве за нашу столицу против отборных частей фашистской Германии.

Народный характер войны 1812 г. проявился в масштабных боевых действиях против французской армии со стороны партизан. Причем они включали в себя сочетание действий армейских партизан с борьбой крестьянских партизанских отрядов. Всего в составе армейских партизанских отрядов в сентябре 1812 г. находилось 36 казачьих полков, 7 кавалерийских, 6 пехотных полков, 5 эскадронов, 22 полковых орудия и одна команда конной артиллерии.

¹ Цит. по: Кутузов М. И. Письма, записки. — М. : Воениздат, 1989. — С. 336.

² Там же. — С. 345.

Выполняя приказ Главного командующего, войсковые отряды партизан наносили ощутимые удары по коммуникациям врага, уничтожали его небольшие гарнизоны, фуражиров и обозы, вели активную разведку. Армейские партизаны вносили организованность в действия стихийно возникавших крестьянских отрядов, снабжали их оружием и боеприпасами. Командиры-офицеры давали советы крестьянам как успешнее вести борьбу с французской армией, распространяли среди партизан листовки походной типографии Главного штаба.

Эффективно действовал отряд Д. В. Давыдова. Так, 12 сентября 1812 г. его отряд внезапно напал на крупный транспорт врага, захватил в плен 370 французских солдат и двух офицеров, освободив при этом 200 русских военнопленных.

Дерзко и полезно против французских войск действовали и крестьянские партизанские отряды. Самым крупным не только в Московской губернии, но и на всей территории, занятой врагом, был партизанский отряд, организованный крестьянином Г. М. Куриным. Отряд насчитывал 5300 пеших и 500 конных воинов. Только с 23 сентября по 2 октября отряд имел семь столкновений с наполеоновскими войсками и не допустил их на территорию своей волости.

В районе Гжатска и Можайска действовал двухтысячный партизанский отряд, возглавляемый гусаром Ф. Потаповым. Партизаны, руководимые им, уничтожили и взяли в плен около 3 тысяч вражеских солдат и офицеров.

Всего за 5 недель после Бородинского сражения противник потерял в результате ударов партизан более 30 тысяч человек. Так, лондонская газета, подчеркивая характер размаха борьбы русского народа с французскими полчищами, писала: «В России воюет вся нация... Таким образом Россия даст Наполеону почувствовать, что значит воевать с народом мужественным и единокдушным!»¹

В помощь регулярным войскам создавалось народное ополчение. Общая численность народного ополчения в действующей армии превышала 320 тысяч человек. Вместе с внутренним (окраинным) ополчением она составляла около 400 тысяч человек. Важно иметь в виду, что вооружение, обмундирование, а также продовольственное снаб-

¹ Цит. по: Бородино, 1812 // Отв. ред. П. А. Жилин. — М. : Мысль, 1987. — С. 271.

жение ратников осуществлялось за счет фонда добровольных пожертвований. Так, всего только денежных средств поступило 83 млн руб. Для сравнения отметим, что государственные расходы на армию в 1812–1814 гг. составили 157,5 млн руб.

По мере готовности ополчения части поступали в распоряжение командования Русской армии. Следует подчеркнуть, что именно по указанию Кутузова М. И. из ополчений была создана единая оборона центральных и южных губерний России.

Находившаяся в Москве французская армия оказалась блокированной. При этом армейские и крестьянские партизанские отряды составляли первое кольцо окружения, а ополчение — второе. Все устремления войск противника расширить занятую территорию потерпели крах. Важно отметить, что ежедневно они теряли десятки подвод с боеприпасами и продовольствием и до 500 солдат и офицеров. Общие потери наполеоновской армии от действий партизанских отрядов и народных ополчений достигали более 30 тысяч человек.

По приказу Кутузова Владимирское ополчение вступило в Москву и несло в ней гарнизонную службу. А отряд калужских и черниговских ратников, выступивших из Ельни 14 (28) октября, атаковали 1200 французов и обратили их в бегство. В результате этой операции было сорвано задуманное Наполеоном наступление из Ельни на Калугу с целью помочь главным силам французской армии.

Формирования народного ополчения в период борьбы с противником координировали свои боевые действия с регулярными частями Русской армии. Так, в боях за Малоярославец участвовали ратники Московского, Тульского и Донского ополчений. Воины 1-го конного полка Тульского ополчения, а вместе с ними пешие ратники бесстрашно шли в атаку, вызывая панику в рядах врага.

Храбрость и самоотверженность ополченцев в боях вынужден был признать французский маршал Бессьер, отступая из Малоярославца. Он говорил на военном совете: «Разве не видели мы поля последней битвы, не заметили того неистовства, с которым русские ополченцы, едва вооруженные и обмундированные, шли на верную смерть?»¹

Отечественная война 1812 г. и ее важнейший этап — Бородинское сражение оказали большое влияние на развитие национальной

¹ Цит. по: Бородино, 1812. — М., 1987. — С. 267–268.

культуры, ее видов и жанров. Подвиг народа, тема Родины вдохновляли и вдохновляют писателей, поэтов, музыкантов и художников. При этом многие писатели были не только свидетелями, но и непосредственными участниками военных событий. Среди них В. А. Жуковский, Ф. Н. Глинка, П. А. Вяземский, В. Ф. Раевский, К. Н. Батюшков, К. Ф. Рылеев, Д. В. Давыдов.

Так, В. А. Жуковский накануне боя у Тарутина, уверенный в близкой победе над врагом, написал свое знаменитое стихотворение «Певец во стане русских воинов». В нем ярко и образно он раскрыл подвиги героев войны: Багратиона, Раевского, Платова, Ермолова, Кульнева, Кутузова. Стихотворение Жуковского произвело тогда огромное впечатление на общественное сознание, оно расходилось в тысячах списков.

В рядах Русской армии сражался Ф. Н. Глинка, известный в то время поэт и публицист. Созданные им «Письма русского офицера о войне Отечественной и заграничной» представляли собой короткие, волнующие рассказы о героизме и патриотизме русского народа. Он первым в литературе назвал войну 1812 г. Отечественной, глубоко осознав ее характер и цели. Позже, уже в 1839 г., Ф. Н. Глинка создает знаменитые «Очерки Бородинского сражения», раскрыв подвиги российских воинов на знаменитом поле.

Событиям войны посвятил ряд своих стихотворений известный баснописец И. А. Крылов. В баснях «Волк на псарне», «Обоз», «Щука и кот», «Ворона и курица» он верно отразил многие события войны, подчеркнул патриотизм русского народа и полководческий талант Кутузова. Басни И. А. Крылова приобрели широкий успех в армии и в обществе.

Показ всенародного характера борьбы с армией Наполеона ярко отразился в творчестве поэта-партизана Д. Давыдова. Он с большой исторической правдой и поэтическим вдохновением нарисовал образы участников в стихотворении «Партизан». А в цикле художественных новелл «Дневник партизанских действий» он повествует о своих боевых походах вместе с крестьянами против французских войск.

Тема Отечественной войны 1812 г. была отражена во многих произведениях А. С. Пушкина. Непосредственно ей посвящены ода «Наполеон», стихотворения «Бородинская годовщина», «Клеветникам России», «Перед гробницею святой», «Полководец». Он с гордостью вспоминает о славных победах 1812 г., о героизме русских солдат, о полководцах — Кутузове и Барклае де Толли.

Особое место в художественной литературе, раскрывающей героическую страницу войны, занимает стихотворение «Бородино» М. Ю. Лермонтова. Это первое значительное по масштабу и глубине отражения событий произведение, где исторически достоверное описание боевых действий сочетается с высоким поэтическим мастерством. В стихотворении Лермонтов повествует от лица простого солдата-артиллериста, участника сражения, о реалистической картине жестокого боя, мужестве и отваге русских воинов.

Полное и глубокое художественное отражение борьбы России с наполеоновским нашествием нашло воплощение в грандиозной эпопее Л. Н. Толстого «Война и мир». Писатель, стремясь понять, какая сила поднимала на героические подвиги тысячи русских солдат в сражении при Бородино, приходит к выводу, что сила эта воплощена в патриотизме русского народа и армии. Он писал: «Не та победа, которая определяется подхваченными... знаменами и тем пространством, на котором стояли и стоят войска, — а победа нравственная, та, которая убеждает противника в нравственном превосходстве своего врага и в своей бессилии, была одержана русскими под Бородиным».¹

Героическая тема 1812 г. в новых исторических условиях нашла отражение в годы Великой Отечественной войны. Так, в 1943 г. вышел в свет роман С. Голубева «Багратион», в котором был великолепно раскрыт образ прославленного полководца, героя Бородина. В том же году Вс. Иванов пишет рассказы, повествующие о событиях на Бородинском поле в 1812 и 1941 гг. — «При Бородине», «На Бородинском поле», «Близ старой Смоленской дороги». В них воплощена идея преемственности героических традиций русского воинства.

Роман Л. Раковского «Кутузов» воссоздает замечательный образ русского полководца, любимого воинами и народом. Следует также отметить историческую хронику Н. Задонского «Денис Давыдов», роман «Сыны степей донских» Д. Петрова-Бирюка, произведение Н. Рыленкова «На старой Смоленской дороге» — повествование о верности русского народа своему Отечеству, о его стремлении к свободе и независимости.

Тема Отечественной войны 1812 г. нашла в этот период отражение в театральном искусстве. На сценах многих театров страны с

¹ Цит. по: Бородино, 1812. — М., 1987. — С. 310.

большим успехом шли пьесы В. Соловьева («Фельдмаршал Кутузов»), К. Тренева («Полководец»), Г. Мдивани («Петр Багратион»), А. Гладкова («Давным-давно»).

Эпоха 1812 г. оставила особый след и в музыкальной культуре России. Необходимо подчеркнуть, что народный характер Отечественной войны проявился в русской народной песне. Так, московский композитор Д. Н. Кашин написал музыку к одному из популярных стихотворений Ф. Н. Глинки — «Авангардной песне». Кроме того, известны его «Песнь Донскому воинству», посвященные атаману М. И. Платову, «Военная песня на баталию при Кульме у Теплица, сочиненная в честь императорской российской гвардии». Этими сочинениями Д. Н. Квашин, глубоко знавший мелодическую специфику русского песенного фольклора, обогатил массовый жанр мотивами народных солдатских песен.

Народное песенное творчество было источником вдохновения композитора А. А. Алябьева, участника Отечественной войны. В его сочинениях звучат вариации различных солдатских, казачьих, крестьянских, бытовых песен и маршей военных лет: «Прощание гусара», «Совет», «Застольная гусарская», «Песня старца» и др.

В жанре патриотической песни выступил композитор Д. С. Бортнянский. Патриотическими мотивами были наполнены его песни: «Певец во стане русских воинов», «Песнь ратников», а также «Марш всеобщего ополчения в России».

Тема Отечественной войны 1812 г. нашла отражение в деятельности композиторов второй половины XIX века. Композитор П. И. Чайковский в 1880 г. создал симфоническую увертюру «1812 год». Главная тема сочинения — идея героической борьбы русского народа против иностранного порабощения, за национальную независимость России.

Позже, к 100-летию Отечественной войны 1812 г., к ней обращал свое творчество ряд российских композиторов. В октябре 1912 г. в Тифлисе была осуществлена постановка оперы «В 1812 году» Б. Яновским по либретто С. Мамонтова. Вместе с тем было также несколько гимнов и маршей, торжественных хоров. Это «Бородино» А. Астафьева, «Песнь про Москву 1812 года» А. Чертковой, «К тени полководца» Ф. Цабеля и др.

В советское время к теме, связанной с Отечественной войной 1812 г., обратился гениальный композитор С. С. Прокофьев. Он создал оперу «Война и мир» по одноименному роману Л. Н. Толстого.

Наряду с прозой русского писателя в либретто были использованы стихотворения поэтов первой четверти XIX века, тексты народных песен периода Отечественной войны, письма и воззвание М. И. Кутузова. Опера С. С. Прокофьева «Война и мир» имела огромный успех у зрителей как в период Великой Отечественной войны, так и в последующие годы.

Другой известный отечественный композитор Т. Н. Хренников также обратил свое творчество к Отечественной войне 1812 г. Им была создана музыка к спектаклю-комедии Центрального театра Красной армии «Давным-давно» по пьесе А. К. Гладкова. Спектакль был поставлен в 1942 г. и имел большой успех. Композитор и в последующем продолжил свою деятельность над темой Отечественной войны 1812 г. В 1980 г. в Большом театре был поставлен его балет «Гусарская баллада» по сюжету той же пьесы А. К. Гладкова.

Таким образом, тема Отечественной войны 1812 г., и Бородинского сражения в особенности, нашла глубокое и яркое отражение в патриотической идее, замечательных образах ее участников, в многообразных видах русской культуры того времени и последующих исторических периодах России.

Война в защиту Родины привела к разрушению стратегии планов французских захватчиков и их руководителя; она еще раз убедительно подтвердила истинность вывода о том, что уроками истории пренебрегать не следует.

В этой связи важно помнить, что народ и армия России вели самоотверженную справедливую войну, отстаивали свою честь и независимость. Русские воины показали высокие боевые качества, мужество и героизм в борьбе с вражеским нашествием. Результатом всей русской кампании 1812 г. была катастрофа императора Франции.

Отечественная война 1812 г. имела большое международное значение. Победа русского народа нанесла сокрушительный удар не только военной силе наполеоновской Франции, но и всей политической системе, которую она создавала в Европе в результате завоевания ее. Разгром наполеоновской армии в России, а затем последующие боевые действия русских войск на территории европейских стран сыграли решительную роль в освобождении западноевропейских государств от французских завоевателей.

В XX столетии в ходе Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. нашему народу и армии вновь пришлось отстаивать не только свою

независимость, но и возвращать свободу народам Европы в борьбе с фашистской Германией.

Отечественная война 1812 г. убедительно свидетельствует о том, что в трудные, судьбоносные периоды нашего государства, когда решался вопрос: быть или не быть России, наш многонациональный народ находил в себе духовные силы для того, чтобы сплотиться и нанести сокрушительный удар врагу. Эти силы довольно четко проявились в патриотизме народа и армии России. Патриотическая идея в войне 1812 г. сплотила различные социальные слои населения: дворян и крепостных крестьян, рядовых воинов и офицеров Русской армии и реализовалась на поле боя в высоких моральных качествах защитников Отечества.

В этой связи нельзя забывать, что преемственность духовного фактора Победы убедительно проявилась советским народом и армией в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг. Призыв «Все для фронта, все для Победы!» был важным спланивающим слагаемым духовных сил народа и армии.

В годы Отечественной войны 1812 г. проявились высокое мастерство и военное искусство полководцев и военачальников. Несмотря на тяжелый начальный период и горечь отступления в первые месяцы войны, Русская армия и ее руководители сумели остановить, а затем и разгромить армию Наполеона, покорившую до этого многие государства Европы.

И в период Великой Отечественной войны высокий уровень военного искусства показали такие полководцы Советской Армии, как Г. К. Жуков, К. К. Рокоссовский, И. С. Конев, А. М. Василевский и др. Следует отметить, что под руководством советских полководцев наша армия прошла боевой путь героев Бородина от Москвы через Можайск, Смоленск, Минск, Восточную Европу до логова фашизма — Берлина. Поэтому рядом с памятниками боевой славы русским солдатам стоят памятники советским воинам, павшим на Бородинском поле при защите западных рубежей нашей столицы.

200 лет прошло со времени Отечественной войны и сражения на поле Бородинском. Историзм мышления объективно требует взвешенного, аналитического подхода к исследованию этого важнейшего исторического события в жизни России и ее народа. При этом следует заметить, что самоотверженность, мужество и героизм, проявленные народами нашей страны и ее воинами в борьбе с наполео-

новскими захватчиками, и сегодня вызывают у россиян восхищение и благородное чувство национальной гордости.

О светлой памяти героических подвигов старшего поколения и верности Родине ярко и образно сказал в свое время фельдмаршал, герой войны 1812 г. М. И. Кутузов. Он писал: «Если Россы всегда будут сражаться за веру своих прародителей и честь народную, то Слава будет вечным их спутником и горе злодею, покусившемуся на... святую Русь».¹

Библиография

1. Бородино, 1812 // Отв. ред. П. А. Жилин. М., 1987.
2. Жилин П. А., Смирнов А. А. Бородинское сражение 1812 // Военная энциклопедия. В 8 т. Т. 1. М., 1997.
3. Кутузов М. И. Письма, записки. М., 1989.

¹ Кутузов М. И. Письма, записки. М., 1989. С. 352.

*РАКАЧЕВ Вадим Николаевич,
кандидат исторических наук,
доцент, кафедра социологии,
Кубанский государственный университет
midav.sf@rambler.ru*

**Динамика грамотности и уровня
образования населения Кубани и
Ставрополья в 1930–1950-е годы /
Dynamics of literacy and educational level
of population of Kuban and Stavropol territory
in the 1930–1950s.**

Аннотация

В статье на основе архивных источников, многие из которых введены в научный оборот впервые, данных Всесоюзных переписей населения 1939 г. и 1959 г. рассматривается ситуация в области грамотности и образования на Кубани и Ставрополье в 1930–1950-е гг.

Ключевые слова

Грамотность; уровень образования; переписи населения; Кубань; Ставрополье; государственная политика.

Annotation

The situation in the sphere of literacy and education in Kuban and Stavropol territory in 1930–1950s is presented in the article. The data of the national population censuses of 1939 and 1959 was used as well as the archival sources, many of which have been introduced into the scientific circulation for the first time.

Keywords

Literacy; educational level; population censuses; Kuban; Stavropol territory; state policy.

К концу 1930-х гг. политика ликбеза принесла немалые успехи в распространении грамотности. По данным переписи 1939 г., общий показатель грамотности в стране вырос с 40,7% в 1926 г. до 87,4%¹. При этом стоит отметить, что сам критерий грамотности в переписи 1939 г. был весьма низким. Достаточно было уметь читать по слогам и написать свою фамилию. Если при проведении переписи 1937 г. этот критерий не всегда четко выдерживался, то в 1939 г. его строго придерживались, в результате чего данные переписи достаточно точно отразили уровень грамотности населения страны. В результате перепись 1939 г. не подтвердила широко распространенной в пропагандистской печати версии о сплошной грамотности населения, вследствие чего материалы переписи по грамотности не были опубликованы.

Характеризуя показатели грамотности среди населения Кубани по материалам переписи 1939 г., можно отметить, что доля неграмотных среди сельского населения значительно сократилась. Однако в зависимости от возрастных и других социокультурных критериев этот показатель имел существенные различия.

Так, в сельском населении Кубани в молодых возрастных группах (от 7 до 19 лет) доля неграмотных колебалась от 1,1 до 2,9% у русских и адыгейцев. В городе уровень грамотности был на порядок выше, а процент неграмотных в данной возрастной группе варьировался у русских и украинцев от 0,2 до 2,2%, у адыгейцев — от 0,4 до 11,8%. В возрастной группе от 20 до 24 лет этот показатель увеличился более чем вдвое и составлял у русских в сельской местности 6,3%, в городе — 1,6%, у адыгейцев — соответственно 8,2 и 4,5%. В возрастных группах старше 50 лет на селе доля неграмотных превышала 50% населения. А у некоторых этнических групп, таких, например, как адыгейцы, доля неграмотных в возрасте 50–59 лет и 60 лет и старше достигала 74,5 и 86,5%².

¹ Жиромская В. Б. Демографическая история России в 1930-е гг. Взгляд в неизвестное. М., 2001. С. 179.

² Рассчитано по: Итоги переписи населения 1939 г. Распределение населения Краснодарского края по отраслям народного хозяйства, по возрасту, грамотности, образованию, числу учащих по отдельным национальностям. М., 1940.

Таким образом, повышение доли грамотных имело существенную дифференциацию в зависимости от этнической принадлежности, поселенческой структуры, возраста, пола и т. п. Причиной тому, вероятно, были сложности в подборе и подготовке педагогических кадров для сферы образования на национальном языке, слабый уровень владения русским языком автохтонного населения, сохранение традиционных установок в отношении обучения женщин и т. д.

Доля грамотных в населении Кубани в 1939 г. составила 86,3%, что несколько ниже общероссийских показателей (89,7%). Распределение показателей грамотности тесным образом связано с особенностями половой структуры населения. Традиционно у мужчин уровень грамотности был выше. Так, разница в показателях грамотности между мужчинами и женщинами в целом по Краснодарскому краю в 1939 г. составляла 6,3% (97,0% грамотных среди мужчин и 90,7% — среди женщин). Среди горожан эта разница составляла 3,8%, в селе — 9,8%. Постепенно с введением всеобщего образования эта разница стиралась. Однако определенные отличия все еще сохранялись¹.

Показатели грамотности населения Ставропольского края также свидетельствуют о том, что процесс ликвидации неграмотности здесь был далек от завершения. Значительно отставало в этом сельское население. В целом по Старополю доля неграмотных среди мужчин в возрасте 9 лет и старше составляла 8,7%, среди женщин этот показатель был втрое выше — 28,1%. Более благоприятная ситуация складывалась в городе, где доля неграмотных среди мужчин в возрасте старше 9 лет составляла 3,8%, среди женщин — 15,9%. В возрастной группе 9–49 лет эти показатели соответственно составляли 3,0 и 8,7%. В селе доля неграмотных среди мужчин старше 9 лет составляла 10,1%, а среди женщин — почти треть (31,4%).

Таким образом, максимальная доля неграмотных наблюдается в возрастных группах старше 50 лет. В целом по Ставропольскому краю среди мужчин старше 50 лет доля неграмотных составляла 30,7%, среди женщин была выше более чем в два раза — 74,2%. В городе доля неграмотных среди лиц старше 50 лет у мужчин составляла 13,8%, у женщин — 52,1%. В сельской местности эти показатели выглядели следующим образом: 36,3% неграмотных было среди муж-

¹ Рассчитано по тем же источникам.

ского населения старше 50 лет и 80,3% неграмотных среди женщин того же возраста¹.

Сложность ситуации в сфере образования на Ставрополье объясняется большей по сравнению с Кубанью долей в составе населения края автохтонных народов, в среде которых процессы ликвидации неграмотности, так же как и на Кубани, затруднялись наличием национальных педагогических кадров, традиционными устоями, ограничивавшими доступ к образованию женщин, и пр.

В условиях проводившейся в СССР экономической модернизации повышению образовательного и профессионального уровня населения уделялось особое внимание. В начале 1930-х гг. ЦК партии и Совнарком приняли ряд постановлений о школе. В 1930/31 учебном году в стране начался, а к 1934 г. был завершен переход к всеобщему обязательному начальному обучению в объеме 4 классов. К 1937 г. обязательным стало семилетнее образование. В школу были возвращены старые, осужденные после революции методы обучения и воспитания: уроки, предметы, твердое расписание, отметки, строгая дисциплина и наказания. Были переработаны школьные программы и созданы новые стабильные учебники. Кроме того, широко развернулось школьное строительство. Только в течение 1933–1937 гг. в СССР открылось более 20 тыс. новых школ, примерно столько же, сколько в дореволюционной России за 200 лет. К концу 1930-х гг. за школьными партами обучалось свыше 35 млн учащихся².

Все это нашло отражение в материалах переписи 1939 г., которая зафиксировала увеличение числа лиц, имеющих среднее образование. Так, среди мужчин на Ставрополье доля лиц, имеющих среднее образование, составляла в 1939 г. 6,5%, высшее — 0,7%. В городе эти показатели были следующими: 15,7 и 1,0%, в селе — 4,2 и 0,1%. Среди женщин процент лиц, имеющих среднее образование, был немногим меньше, чем у мужчин, и составлял 5,0% по краю в целом, тогда как доля женщин с высшим образованием была в два с лишним раза ниже, чем у мужчин, — 0,3%. В городе женщин со средним образованием было 15,0%, в селе — 2,5%. Процент женщин с высшим образованием составлял в городе 1,1%, в селе — 0,1%.³

¹ Рассчитано по: Российский государственный архив экономики (РГАЭ). Ф. 1562. Оп. 336. Д. 650. Л. 17–24.

² Население России в XX веке : Исторические очерки. В 3-х т. Т. 2. 1940–1959. М., 2001. С. 317–318.

³ Рассчитано по: РГАЭ. Ф. 1562. Оп. 336. Д. 274. Л. 49–51.

В отдельных возрастных группах уровень среднего образования, согласно данным переписи, был несколько выше. Больше всего лиц со средним образованием в возрастной группе от 20 до 24 лет и 25–29 лет. В городе их доля составляла у русских 36,6 и 20,6%, у адыгейцев — 40,4 и 24,8%, у украинцев — 38,7 и 23,4% соответственно¹.

Таким образом, к концу 1930-х гг. развитие системы образования дало некоторые результаты, однако в целом образовательный уровень населения был все еще низким. Наиболее значимые различия наблюдались в уровне образования у городского и сельского населения, мужчин и женщин, а также у отдельных этнических групп. Выявленный переписью 1939 г. уровень грамотности и образования свидетельствовал о том, что для решения проблем народного образования еще предстояла огромная работа.

Проблема ликвидации неграмотности и повышения уровня образования населения продолжала оставаться актуальной и в 1940–1950-е гг. В городах и деревнях увеличивалось число общеобразовательных школ. Практически каждый ребенок с 8 лет (а затем с 7 лет) учился в школе. Таким образом, решался вопрос о сплошной грамотности подраставшей молодежи. Для старшего поколения расширялась сеть специальных школ рабочей и сельской молодежи, а также школ для взрослых. Кроме того, продолжали действовать кружки и курсы грамотности при клубах и красных уголках. Особое внимание уделялось тем категориям населения, среди которых уровень грамотности был низким (женщины, коренные народы Северного Кавказа и т. п.).

О двадцатилетних результатах в области ликвидации неграмотности можно судить по данным переписи 1959 г.

Доля грамотных в возрасте 9–49 лет повысилась у населения Кубани до 98,8% и до 98,6% на Ставрополье. Таким образом, практически был достигнут уровень сплошной грамотности. Почти полная грамотность населения была достигнута в городах. В сельской местности также выявились значительные результаты. Данные табл. 1 свидетельствуют о существенном сокращении разницы уровня грамотности между мужчинами и женщинами, что позволяет говорить о том, что задача ликвидации неграмотности среди женщин фактически была выполнена.

¹ Рассчитано по тем же источникам.

Таблица 1

**Грамотность населения Кубани и Ставрополя в возрасте 9–49 лет,
по данным переписей 1939 и 1959 гг., %¹**

Год	Краснодарский край	Ставропольский край	Краснодарский край	Ставропольский край	Краснодарский край	Ставропольский край
	Оба пола		Мужчины		Женщины	
<i>Городское и сельское население</i>						
1939	93,6	87,5	97,0	94,4	90,7	81,0
1959	98,8	98,6	99,4	99,4	98,2	98,0
<i>Городское население</i>						
1939	97,1	94,5	99,1	97,0	95,3	91,3
1959	98,9	98,9	99,6	99,6	98,5	98,5
<i>Сельское население</i>						
1939	92,5	87,6	97,7	93,5	87,9	78,2
1959	98,6	98,5	99,4	99,2	97,9	97,8

Общий показатель грамотности населения в возрасте 9–49 лет в Краснодарском крае с учетом Адыгейской автономной области вырос за межпереписной период на 5,2%. Среди городского населения рост грамотных был менее заметным и составил 1,8%, среди сельских жителей доля грамотных увеличилась на 6,1%. У городских мужчин прирост числа грамотных составил 1,5%, у женщин — 3,2%, в селе — соответственно 4,6 и 10%.

Однако более заметным был прогресс в ликвидации неграмотности среди жителей Ставрополя. В целом по краю доля грамотных выросла на 11,1%. Среди мужчин доля грамотных выросла на 5%, среди женщин на 17%. Наиболее заметная динамика наблюдается среди сельских женщин, у которых уровень грамотности вырос на 19,6%.

¹ Рассчитано по: Итоги Всесоюзной переписи населения 1959 года: РСФСР. М., 1963. С. 143; Всесоюзная перепись населения 1959 года. Пересчитанные итоги наличного населения по административно-территориальному делению на 1 января 1960 года. Т. IX. Табл. 7 // Государственный архив Краснодарского края (ГАКК). Ф. Р-1246. Оп. 1. Д. 67. Л. 11–22.

Таким образом, данные переписи показывают, что при неуклонном подъеме грамотности в городах ликвидация неграмотности среди женщин проходила более интенсивно. Эта особенно заметно у женщин в сельской местности. И хотя среди женщин еще сохранялся определенный процент неграмотных, можно говорить, что процесс ликвидации неграмотности близился к завершению.

С решением проблемы неграмотности на повестку дня встал вопрос о подъеме уровня образования населения. В связи с развитием индустрии, внедрением машин, механизацией сельского хозяйства возникла необходимость в повышении не только общеобразовательного уровня трудящихся, но и их технических знаний.

Еще в 1930-х гг. наряду с введением всеобщего обязательного обучения детей в начальной школе был поставлен вопрос об обязательном семилетнем обучении, т. е. получении всеми неполного среднего образования. Задача эта решалась в ходе строительства, ремонта и оборудования школ, улучшения материального положения учителей, учащимся стали выдавать бесплатные учебники и письменные принадлежности. В послевоенный период выделяются значительные средства для строительства новых школ, ремонт старых, подготовку учителей и преподавателей в техникумах.

В конце 1920-х гг. на Кубани насчитывалось 2106 сельских школ. В сельских районах края были наиболее распространены начальные школы, которые в 1927–1928 гг. составляли 94% всех сельских школ. Вместе с тем стали открываться специальные школы крестьянской молодежи (ШКМ) с сельскохозяйственным уклоном, в которых обучались дети из бедных семей различного возраста¹.

После введения обязательного начального обучения в 1930 г. многие школы крестьянской молодежи были преобразованы в средние школы. В 1940/41 учебном году насчитывалось 248 средних школ, и в них обучалось 157,2 тыс. учащихся. Постоянно росло число семилетних школ².

В послевоенные годы в крае остро стояла задача восстановления школ и организации их нормальной работы. Особое значение приобрели школы сельской молодежи, в которых молодые люди, вынужденные прервать учебу в годы войны, могли завершить ее без

¹ Кубанские станицы: этнические и культурно-бытовые процессы на Кубани. М., 1967. С. 267.

² Народное хозяйство Краснодарского края. Краснодар, 1958. С. 179.

отрыва от работы. Уже в 1945/46 учебном году 4200 колхозников сели за парты вечерних школ. В 1957/58 учебном году в них занималось 10 900 человек. В том же году на долю начальных школ приходилось 57% от общей численности, тогда как семилетние и средние школы составляли 43%.

Постепенно решалась проблема недостатка учителей в школах, повышения уровня подготовки педагогических кадров. Если в 1932/33 учебном году в сельских школах Кубани насчитывалось 10,2 тыс. учителей, то в 1955/56 учебном году их было уже 22,3 тыс., причем более половины учителей уже имели законченное высшее образование. В 1957/58 учебном году на Кубани насчитывалось 2506 сельских школ, 347 700 учащихся и 22 800 учителей¹.

Большинство школ в городах были семилетние или десятилетние. В сельской местности проходило в основном укрупнение школьных заведений, чем и объяснялся их незначительный рост. Здесь многие начальные школы переходили на семиклассное обучение².

Вместе с тем вопрос повышения уровня образования оставался еще до конца не решенным. Если в 1924 г. в кубанских школах обучалось 37% детей школьного возраста, в 1926–1927 гг. этот показатель вырос уже до 63%. К 1959 г. процент населения, имевшего среднее (включая неполное) образование, увеличился в 3,5 раза³.

По переписи 1959 г. на каждую тысячу сельского населения Кубани теперь приходилось 8 мужчин и 6 женщин с высшим образованием и 218 мужчин и 184 женщины с незаконченным высшим и средним образованием. Таким образом, в сравнении с 1939 г. число имеющих высшее образование выросло почти в 3,5 раза, а среди женщин — в 6 раз⁴.

Подводя итоги, можно констатировать, что к концу 1950-х гг. грамотность и уровень образования населения Кубани и Ставрополя значительно повысились. Особенно существенные изменения произошли в грамотности сельских жителей. Они почти догнали в этой

¹ Кубанские станицы... С. 177–178.

² Население России в XX веке... С. 339.

³ Рассчитано по: Всесоюзная перепись населения 1959 года. Пересчитанные итоги наличного населения по административно-территориальному делению на 1 января 1960 года. Т. IX. Табл. 7 // ГАКК. Ф. Р-1246. Оп. 1. Д. 67. Л. 11–22.

⁴ Народное хозяйство Краснодарского края. Краснодар, 1965. С. 338–339; Итоги Всесоюзной переписи населения 1959 г. ... С. 128–129, 136–137.

области горожан. Достаточно заметными были достижения у женщин. Политика государства, обеспечивавшая им широкую возможность ликвидации неграмотности, привела к тому, что в городе женщины почти догнали мужчин по грамотности, а в селе отставание хотя и сохранялось, но было уже не столь значительным. К концу 1950-х гг. проблема сплошной грамотности практически была решена. Нерешенным пока оставался вопрос повышения уровня образования. Но и в этой области наметился определенный прогресс.

Библиография

1. Всесоюзная перепись населения 1959 года. Пересчитанные итоги наличного населения по административно-территориальному делению на 1 января 1960 года. Т. IX. Табл. 7 // Государственный архив Краснодарского края (ГАКК). Ф. Р-1246. Оп. 1. Д. 67. Л. 11–22.
2. Жиромская В. Б. Демографическая история России в 1930-е гг. Взгляд в неизвестное. М., 2001.
3. Итоги Всесоюзной переписи населения 1959 года: РСФСР. М., 1963.
4. Итоги переписи населения 1939 г. Распределение населения Краснодарского края по отраслям народного хозяйства, по возрасту, грамотности, образованию, числу учащихся по отдельным национальностям. М., 1940.
5. Кубанские станицы: этнические и культурно-бытовые процессы на Кубани. М., 1967.
6. Народное хозяйство Краснодарского края. Краснодар, 1958.
7. Народное хозяйство Краснодарского края. Краснодар, 1965.
8. Население России в XX веке : исторические очерки. В 3-х т. Т. 2. 1940–1959. М., 2001.
9. Российский государственный архив экономики (РГАЭ). Ф. 1562. Оп. 336. Д. 650.

КУЛЬТУРНЫЕ СМЫСЛЫ

*ЛАГУТЕНКОВА Вера Анатольевна,
аспирантка, кафедра теории и истории
искусства, Московский государственный
академический художественный институт
имени В. И. Сурикова
mgahi-surikov@yandex.ru*

Трансформация жанра «большого натюрморта» в отечественном натюрморте 2000-х / The transformation of the «big still-life» genre in Russian still-life of 2000s.

Аннотация

Статья посвящена изучению линии современного «большого натюрморта» в отечественной традиции с точки зрения отражения эпохи. Опираясь на исторические и социокультурные данные, а также на анализ конкретных произведений живописи, автор прослеживает особенности заявленной функции, раскрывая специфику и актуальность современного жанра натюрморта.

Ключевые слова

«Большой натюрморт»; репрезентация личности; адресные элементы; тематический натюрморт.

Annotation

This article deals with the line of the modern «big still-life» in the national tradition as a reflection of the period. Basing on historical and sociocultural data as well as on the analysis of certain paintings, the author traces the peculiarities of the declared function revealing the specificity and topicality of modern still-life genre.

Keywords

«Big still-life»; personality representation; addressed elements; thematic still-life.

Современный натюрморт в контексте сегодняшнего дня все более ориентируется не на свою привычную, непосредственно декоративную функцию, а на решение определенных концепционных задач, включающих исторический и социокультурный аспекты человеческой деятельности. Речь идет о тематическом натюрморте, ориентированном на выявление какой-то конкретной идеи. Тематический натюрморт несет в себе неприменную принадлежность человеку, некую зависимость от него. В этом случае информационный аспект жанра превалирует над повествовательно-изобразительным. В этом ключе, с одной стороны, речь идет о бытовой функции жанра натюрморта — исследовании различных сторон быта, изучении истории материальной культуры, с другой — о понимании той роли, которую вещи могут раскрыть в контексте тематического натюрморта. Современная живописная практика иллюстрирует возможности жанра, являющегося по отбору материальной базы натюрмортом, но решающего крупные исторические, политические и социокультурные задачи, выявляя через натюрморт своеобразный собирательный образ эпохи с целью лучше понять себя и свое время. Это натюрморты-картины, являющиеся отражением своей эпохи, которые ставят своей задачей отразить присутствие в них определенной персоны сегодняшнего дня, но репрезентируемой не через портрет, а посредством жанра натюрморта.

Наряду с другими жанрами живописи современный натюрморт как один из способов пластического освоения действительности отражает сегодняшний день, причем как с точки зрения демонстрации предметов адресного бытового контекста, так и как показатель мировоззрения в целом. Современная урбанистическая культура делает привычной глазу массмедийную презентацию объектов потребления. Рекламные плакаты и ролики транслируют эффективность предлагаемого товара, вычлняя единицу товара из множества, подчеркивая его уникальность. Фактор уникальности, непохожести объекта является залогом повышенного к нему интереса. Выполненные согласно привычному, высокому глянцево-полиграфическому уровню предметы роскоши, аксессуары и продукты питания задают общие каноны изобразительного ряда, вычлняя один предмет из

прочих других, приближая его к зрителю, замыкая презентуемый предмет нейтрально дополняющим его фоном. Урбанизация нивелирует индивидуальность, унифицирует быт, задает вектор движения, заранее продумывая направления общественного запроса. В этих условиях определяющим фактором, характеризующим общественное мнение о той или иной персоне с точки зрения ее статуса, становится некая деталь, аксессуар, дорогой объект, которым та обладает. Повышенное внимание к этому объекту обладания, таким образом, компенсирует понятие индивидуальности у современного человека толпы. В том числе, поскольку формирующим перцептивным инструментом являются экран телевизора и монитор компьютера, а большая часть демонстрируемых файлов диктует гиперболизацию детали, этот же принцип находит свое отражение и в классической практике — в жанре живописного натюрморта. Так, одним из показателей, отражающих нашу эпоху, является такая своеобразная линия жанра, как «большой натюрморт», т. е. натюрморт, перечеркивающий бытующее о нем мнение как о «малом жанре» с точки зрения как масштабности поставленных в нем задач, так и непосредственно размера произведения.

Понятие «большой натюрморт» в первую очередь ассоциируется с голландскими «роскошными» натюрмортами XVII века. Однако, в отличие от голландских и фламандских натюрморта, провозглашавших процветание бюргерского экономического взлета, преподносящих на тот момент в изображении даров моря, цветов и плодов свое отношение к миру, современный «большой натюрморт» тяготеет к лаконичности, ассоциативной работе со зрителем. Как и в голландских «больших натюрмортах» разных мастеров, на сегодняшний день есть стремление отразить исторические реалии и современное видение мира, однако, в отличие от художников XVII века, современный «большой натюрморт» отличается простотой композиционного решения, малым набором адресных элементов, иным, более условным, пониманием пространства. Необходимо оговориться, что разница в подаче предметов натюрморта зрителю напрямую зависит от непосредственного отношения к вещи, которое в разное время было разным. Для человека XVII века каждый предмет имел не просто материальную ценность, но и имел свой бытовой опыт, поскольку предметы быта, выполненные ремесленниками высокого уровня, предназначались служить человеку веками. Поэтому то любование каждым предметом натюрморта, та наполненность формы, та маэстрия трактовки фактуры предметов голландских натюрморта была

продиктована пониманием того места, которое каждый из этих предметов имел в быту человека. Современный быт показывает, что ценность предмета утрачена, ввиду того что банальный пластиковый стаканчик может быть разрушен разовым потреблением. Таким образом в какой-то степени современный натюрморт пытается вернуть утраченную ценность предмета, преподнося обыденные предметы быта (кастрюли, пластиковую посуду, чайники и прочее) в укрупненном размере, как бы заново раскрывая на них наши глаза.

Нельзя не учитывать того фактора, что каждая работа ставит перед собой задачу взаимодействия со зрителем. Трактовка предметов в пространстве предполагает присущий конкретной работе способ считывания информации. Голландский натюрморт изобилует деталями, он предполагает длительное разглядывание. В отличие от него, современный темп жизни уже давно утвердил не рассматривание, а просматривание основным способом восприятия. В условиях быстрого просмотра меняется и пластический язык, требующий даже при просмотре работы в течение нескольких секунд внятной трансляции идеи, заложенной в картине.

Концепционная составляющая голландского натюрморта предполагала диалог со зрителем посредством предметов-символов, раскрывавших дополнительный, кроме декоративного, смысл произведения, притом на языке, понятном зрителю, потому что за каждым из представленных предметов было закреплено конкретное символическое значение (как за песочными часами и черепом в натюрмортах «vanitas»). На сегодняшний день культура оперирует поливариантным ассоциативным рядом, зависящим от интеллектуального багажа реципиента. И при считывании визуальной информации учитывается знание исторического контекста и исторических коннотаций, связанных с тем или иным объектом натюрморта, и все это вызывает к личному опыту зрителя. Поэтому современным авторам нет необходимости в столь тщательной проработке формы и поверхности предметов с целью естествоиспытательского интереса утвердить предмет в пространстве холста в попытке поспорить с реальным яблоком или стеклом. Художники XXI века все чаще не показывают нам предмет в его самости, а они лишь «называют» его, т. е. пишут не конкретный предмет, а дают нам схематичное указание на этот предмет — не сам чайник, но обозначение чайника. Иллюстрацией тому можно назвать работы Ивана Лубенникова и Павла Бабенко. Лаконичные крупные натюрморты Ивана Лубенникова поданы фризово, параллельно

плоскости холста. Предметы, составляющие натюрморты, поданы плакатно, силуэтно. В них не ставится задача буквальной передачи видимых объектов, а составные части натюрморта даны условно, с точки зрения узнавания иероглифически считываемого знака. «Огонь, вода и медные трубы» (2010), «Ностальгия по красному, или постсоциалистический натюрморт» (2010), «Достаток» (2010) представляют собой крупные холсты, наполненные адресными элементами, т. е. такими конкретными бытовыми реалиями, как банка из-под тушенки с хранящимися в ней кривыми ржавыми гвоздями «на всякий случай», старый смеситель, бутылка портвейна, относящая нас к конкретике времени, и заботливо приготовленный бутерброд с килькой, — понятными только в контексте знания отечественной истории и быта соотечественника. Предметы разнятся по фактуре, дополнены надписями, замедляющими восприятие картин. Объекты натюрморта крупны по модулю, тем самым словно приближаясь вплотную к зрителю, будто вводя в пространство конкретного человека, воссоздавая неповторимую атмосферу той персоны, что осталась за кадром, но столь узнаваема. Крупный модуль предметов позволяет зрителю рассмотреть знакомые каждому «простые маленькие радости жизни», которые столь созвучны моноспектаклям «Город» и «Одновременно» Евгения Гришковца или музыкальному творчеству Петра Мамонова. Каждый в своей области, авторы пытаются укрупнить маленькие и, казалось бы, невзрачные детали быта до крупной, важной пластической модели. Эффект подглядывания в замочную скважину, таким образом, заставляет эту интимную деталь вырасти до значимого самостоятельного адресного объекта.

Необходимо отметить работу с крупноформатными проявлениями жанра в творчестве самопровозглашенного «короля современного натюрморта» Павла Бабенко. Его работы, поданные широко, флейцем, состоят из простых предметов быта. Работа «Первое блюдо» (100x200, 2004) показывает стоящие в ряд тарелки и алюминиевую кастрюлю в среднестатистической столовой с надписью «Первое блюдо» на боку, вызывая живые воспоминания о характерном общепите детских садов, школ и общественных столовых, знакомых каждому в нашей стране. Через ритмическую организацию тарелок Бабенко опосредованно, средствами жанра натюрморта ставит вопрос беспросветной рутины серых будней среднестатистического обывателя, вынужденного выживать на прожиточный минимум. «Первое блюдо» — крупная работа, относящаяся к так называемой социалке, и размеренная организация тарелок на столе предполагает,

что за каждой из этих пустых тарелок стоит такая же пустая, ежедневным конвейерным движением отмеченная жизнь, наполненная жидким столовским супом, приготовленным не на заказ, а разлитым из общего котла для «комплексного обеда». В работе прослеживается ироничная переключка с устойчивым выражением «пипл хавает». Продолжает ту же тему работа «Русское счастье» (120x190, 2006), в которой центральное место занимают нехитрая закуска и выпивка. Плотный, коричнево-охристый колорит с красными всплесками вкупе с агрессивной, нарочито грубой эскизной манерой письма оставляет гнетущее впечатление, далекое от «завтраков» малых голландцев.

Одной из причин, влияющих на увеличение размера натюрморта, можно назвать фактор выставочной площадки, на которой экспонируются произведения. Практика экспонирования в одном выставочном зале многих авторов дает крупноформатной картине неизбежный приоритет внимания. А маленькие работы выглядят менее эффектно, теряясь рядом с крупным форматом.

Вторым фактором, влияющим на тенденцию к увеличению форматов в жанре натюрморта, можно назвать особенность мышления современного человека, привыкшего к определенным визуальным стандартам. В данном случае нельзя исключать ставшую привычной плакатную подачу материала, словно бы многократно увеличенного «зумом» объектива. Иллюстрацией подобного «большого натюрморта» является совместный проект «Still History» Дмитрия Зудова и Дмитрия Грачева, представляющий собой натюрморты, адресованные тому или иному событию отечественной истории XX — начала XXI века. Проект был начат художниками в 2009 году и впервые представлен в рамках проекта «Ночь музеев» в ГТГ на Крымском Валу в 2011 году.

Название проекта специально представлено именно в английской транскрипции, поскольку, с одной стороны, представляет собой игру слов — от англ. «still-life» (натюрморт) и «history» (история), а с другой — учитывает фактор глобализации: при переводе на английский язык как на современный носитель универсальной кодировки информации его значение не изменится. Совместное прочтение этих двух понятий — «Still History» — формирует в нашем сознании представление о «застывшей истории», т. е. о фрагменте временного потока, как бы выхваченного пытливым взглядом художника.

Цикл работ представляет собой живописные натюрморты, каждый из которых посвящен конкретному историческому периоду на-

шей страны. Необходимо оговориться, что формат и размер работ заданы общей концепцией проекта. Высота каждого натюрморта составляет 3 метра. Вследствие такого крупноформатного решения человек в экспозиционном пространстве оказывается соразмерным масштабу тех предметов, что составляют натюрморт. Таким образом, зритель находится в своеобразном пространстве «Алисы в Стране чудес», где, будто под объективом своеобразной оптической машины, предметы из других эпох вырастают на наших глазах как крупные информационные элементы, декларирующие, благодаря своей фактурной обработке, собственную самобытность, свою контекстную значимость.

По словам самих авторов, «проект “Still History” предлагает зрителю воспользоваться безграничными возможностями искусства и отправиться в путешествие во времени по новейшей истории»¹. Посредством этих крупных натюрмортов-картин у зрителя появляется возможность быть вовлеченным в события, оставившие след в отечественной истории.

«Still History» включает в себя серию монументальных живописных полотен. Посредством натюрмортов проект иллюстрирует ретроспективу жизни и быта, окружение и повседневные занятия советского, а впоследствии и российского гражданина в среде различных исторических событий последних ста лет. Огромную роль играет национальный характер вещей, окружающих события, происходившие в новейшей истории. Печатное издание как один из объектов, представленных в натюрмортах, является основным источником информации, получаемой каждым жителем государства на протяжении прошлого века. Средства массовой информации служат главной связующей между бытовой и политической жизнью человека»².

Проект «Still History» является продолжением ипостаси жанра «большого натюрморта», несущего в себе определенные тенденции в организации пространства с целью выявления непосредственных концепционных задач. С определенной долей обобщения этот проект можно поставить в один ряд с такими произведениями, как «1945. Армянам-бойцам, участникам Великой Отечественной войны, цветы» М. Сарьяна (1945, 196x250, ГКГА, Ереван), который, являясь, по сути, натюрмортом, демонстрирует зрителю тем не менее гораздо больший материал для восприятия его не только как декоративного

¹ <http://stillhistory.ru/>

² Там же.

панно, говорящего нам об изобилии края, сколько о том пиетете, которого достойны воины, защищавшие Родину. Банки с цветами стоят практически в ряд, цветы и плоды в них стоят не парадными букетами, а веточками, будто принесенными из домашнего сада. Отсутствие парадных ваз и словно выстроенные в ряд банки с водой говорят о равенстве и достоинстве воинов-защитников, вызывая ассоциации организацией пространства холста рядом стоящих безымянных могил, в равной степени достойных этих цветов, как и вернувшиеся с фронта.

К тематическому «большому натюрморту» также можно отнести «Хлебы советские» Ильи Машкова (1936), а также «Советские консервы» Б. Яковлева (1939) из собрания ГТГ. «Хлебы» И. Машкова транслируют явную политическую направленность, прославляющую пафос пути «в светлое будущее». Работа же «Советские консервы» является прямым свидетельством пропаганды, когда во время голода и неурожая руководством партии поддерживалась идея, симулирующая благополучие и изобилие в стране.

Обзор линии «большого натюрморта» в рамках отечественной живописной традиции показывает современную тенденцию к увеличению размера работ жанра, оправданную историческими и социокультурными изменениями, ставящую перед собой в крупноформатных работах так называемого малого жанра актуальные проблемы как прошлого, так и сегодняшнего дня.

Библиография

1. Кондратьев Е. А. Художественная деталь и целое: структурные и исторические вариации. М. : Индрик, 2010. 320 с., илл.
2. Лубенников Иван: в 2-х книгах. Книга 1. М. : Артагентство, 2011.
3. Официальный сайт музея и галерей «Эрарта», Санкт-Петербург. <http://artist8.erarta.com/>
4. Подорога В. Что такое nature morte? // Синий диван. — 2006. — Вып. 9. <http://sinjidivan.narod.ru/naturemorte.htm>
5. Ступин С. С. Феномен открытой формы в искусстве XX века. М. : Индрик, 2012. 312 с., илл.
6. Сайт проекта «Still History» <http://stillhistory.ru/>
7. http://artcyclopedia.ru/1945_armyanam-bojcam_uchastnikam_velikoj_otchestvennoj_vojny_cvety_h_m_196h250_gkga_erevan-saryan_martiros_sergeevich.htm
8. <http://www.art-in-exile.com/forums/photopost/showphoto.php?photo=9622&nojs=1>

*ЧЕРНЯХОВСКАЯ Юлия Сергеевна,
преподаватель-стажер,
кафедра общей политологии,
политологии и глобалистики,
Международный независимый
эколого-политологический университет,
Москва
serfecher@mail.ru*

Концепция социального прогресса А. и Б. Стругацких / Theory of social progress by A. and B. Strugatsky

Аннотация

Автор рассматривает теорию социального прогресса, сформулированную в ряде статей А. и Б. Стругацкими, анализирует взаимосвязь научно-технического, социального и исторического прогресса в политической философии А. и Б. Стругацких, его критерии и движущие силы, а также специфическое соотношение конечной точки исторического прогресса и его пути в творчестве А. и Б. Стругацких.

Ключевые слова

Прогресс; А. и Б. Стругацкие; познание; педагогика; коммунизм.

Annotation

The author examines the theory of social progress, formulated in a series of articles by A. and B. Strugatsky, analyzes the relationship of scientific and technological, social and historical progress in the political philosophy of A. and B. Strugatsky, its criteria and the driving forces, as well as the ratio of the specific endpoint historical progress and its way to the work of A. and B. Strugatsky.

Keywords

Progress; A. and B. Strugatsky; knowledge; education; communism.

Прогресс (от лат. *progressus* — движение вперед) есть такое направление развития, которое характеризуется переходом от низшего к высшему, от менее совершенного к более совершенному. Заслуга выдвижения идеи и разработки теории общественного прогресса принадлежит прежде всего философам второй половины XVIII в., а социально-экономической базой для самого возникновения идеи прогресса послужило становление капитализма. В качестве критериев прогресса выступали уровень материального благосостояния членов общества, степень социальной справедливости и равенства, индивидуальной свободы и нравственности, развития науки и техники, солидарности членов общества и др. Классические представления о прогрессе рассматривают его как движение человечества к более развитому состоянию, причем движение неуклонное, которое продолжается, несмотря на отклонения и случайности.

Представления о прогрессе долго основывались на понимании необратимости линейного времени, линейного типа развития, когда прогресс определяется логикой предшествующего развития и оценивается как положительная разница между прошлым и настоящим или настоящим и будущим.

После Первой мировой войны на Западе появились сомнения в прогрессивности развития и особенно сомнения в нравственном прогрессе. Стало наглядным и бесспорным, что прогресс в одной области может приводить к регрессу в другой. Оптимистическая идея линейно-поступательного развития человечества стала подвергаться критике.

Это веяние не коснулось политической мысли СССР. Заметное место в концепции «идеального общества» Аркадия и Бориса Стругацких занимает идея прогресса и законов его развития. Прогресс у А. и Б. Стругацких универсален, все его составляющие неразрывно связаны. Если выделить в глобальном историческом прогрессе три составляющих — прогресс социальный, материальный и научный, то у А. и Б. Стругацких в основе всего прогресса лежит научно-технический. Такова особенность всех утопий, созданных в ключе научно-технического романтизма. Научный прогресс призван решить проблему недостаточности материальных благ, таким образом дав толчок и материальному прогрессу и обеспечив возможность про-

гресса социального. При этом научный прогресс является достаточным условием для материального прогресса, но не для социального. Если научно-технический прогресс и материальный прогресс у А. и Б. Стругацких инвариантны (такая инвариантность объективно достаточно спорна, но она является неотъемлемой чертой концепции А. и Б. Стругацких и других политических теорий научно-технического романтизма), то пути социального прогресса обусловлены многими факторами, о которых речь пойдет далее.

Марксистское воспитание А. и Б. Стругацких находит отражение в основных положениях системы их политических идей. Первым законом прогресса для Стругацких становится закон развития производственных сил. Прогресс, по теории Аркадия и Бориса Стругацких, начался с появления частной собственности. С момента ее появления началась борьба за материальные ценности, которая и стала двигателем прогресса.

С точки зрения Аркадия и Бориса Стругацких определить социум — значит определить силы, движущие этим социумом. На протяжении всей истории человечества по сегодняшний день такой движущей силой была борьба за удовлетворение материальных (и именно материальных) потребностей. Это было и есть справедливо и для первобытного строя, и для времен рабовладения, и при феодализме, и в странах с капиталистическим строем, и в СССР, который, как отмечают Аркадий и Борис Стругацкие, переживает период первой ступени коммунизма. В свою предысторию человек боролся за материальные блага против природы, затем эта борьба против природы усугубилась борьбой между самими людьми за тот или иной способ распределения материальных благ, вырванных у природы, но это всегда была борьба и остается сейчас прежде всего борьбой за материальные блага. Под материальными благами Аркадий и Борис Стругацкие понимают все то, без чего социум не может жить и развиваться, все то, что первично необходимо для жизни человека.

Специфика этой фундаментальной движущей силы, по мнению Аркадия и Бориса Стругацких, целиком и полностью определила самые фундаментальные черты человеческого характера, строя мысли и морали. В течение многих и многих тысячелетий над массами людей довлела идея получить как можно больше материальных благ. Эта идея проявлялась в умах разных людей по-разному: то ли в виде простого стремления к куску хлеба, то ли в виде стремления к власти над другими людьми, то ли в виде стремления накормить всех поровну и справедливо.

Конечной точкой прогресса, как пишут Аркадий и Борис Стругацкие в статье «От бесконечности тайн к бесконечности знаний», является коммунизм. Причем характерно, что «стотысячелетний виток спирали», на котором над человеком довлело стремление к удовлетворению материальных потребностей, подходит к концу. На следующем этапе человечеству предстоит решать проблемы духовного и культурного развития.

Под коммунизмом же на этом этапе Аркадий и Борис Стругацкие понимают «могучее объединение человечества, человечества богатого и свободного. Богатого знанием и свободного от забот о хлебе насущном, от гнетущей эксплуатации, не зависящего от природы и диктующего природе свои законы».

Таким образом, Аркадий и Борис Стругацкие уже на раннем этапе приходят к выводу, что закон о развитии производительных сил — лишь одно из необходимых условий прогресса. Его действие, по мнению Аркадия и Бориса Стругацких, безусловно, распространялось на всю предшествующую историю, но в XX веке человечество наконец достигло того уровня материального благосостояния, когда в действие вступают другие силы.

Связано это с тем, что человечество (под которым Аркадий и Борис Стругацкие понимают прежде всего Советский Союз и реалии советской действительности) уже способно вполне удовлетворить материально каждого из своих членов. И если это не имеет места, то только благодаря укоренившемуся способу несправедливого распределения (т. е. имеет место только в странах, где еще не построен социализм). Аркадий и Борис Стругацкие исходят из того, что эта несправедливость не вечна. Придет час — и в начале 60-х гг. они надеются, что он недалек, — когда материальные блага перестанут быть объектом борьбы. Уровень науки этого периода и темпы ее развития позволяют писателям предполагать, что это состояние будет необходимо достигнуто при условии, что человеческую историю не прервет военная катастрофа. В этом они видят единственную угрозу развитию наметившихся политических тенденций.¹

¹ «Вообще все наши рассуждения, как, впрочем, и настоящая конференция и многое другое, более важное для человечества, имеют хоть какой-нибудь смысл и значение только в том случае, если темным силам на нашей планете не удастся развязать атомно-водородную бойню. И если войны не будет, то рано или поздно человечество вступит в новый этап своего развития,

Проектируя политические модели будущего, они имеют в виду именно такой социум, в котором материальное изобилие уже не проблема и материальные блага распределяются справедливо, т. е. таким образом, что это распределение не может служить источником неприязни у одних членов социума по отношению к другим.

Возможность создания такого изобилия, и особенно возможность введения такого способа распределения, пока, как признают Аркадий и Борис Стругацкие, очевидна далеко не для всего населения Земли. И нельзя винить сомневающихся. Во-первых, такого изобилия еще нет и никогда не было. Во-вторых, что еще важнее, тысячами человек воспитывался в духе зависти и приобретательства, в человеке глубоко укоренилась идея, что целью существования является накопление. Но это означает только то, что для создания общества будущего недостаточно одного изобилия материальных благ. Необходима еще и огромная воспитательная работа, чтобы помочь человеку подняться наконец с четверенек, освободить его духовные силы и умственную энергию, помочь ему осознать тот факт, что он по определению является существом, живущим для того, чтобы мыслить и познавать. А когда эта гигантская работа будет закончена, когда «умрут от несварения желудка и невыносимой скуки последние мещане на Земле», тогда и наступит то великолепное сияющее завтра человечества, которое Аркадий и Борис Стругацкие называют второй фазой коммунизма.

Таким образом, в работах писателей появляется одна из идей, которые сыграют важнейшую роль для разработки их концепции в 60-е гг. — проблема «мещанства» в своем особом смысле, характерном только для А. и Б. Стругацких, и идея ключевого значения педагогики в строительстве политической утопии.

По мнению А. и Б. Стругацких, пришло время от решения материальных проблем обратиться к решению проблем культурных, а от удовлетворения физиологического голода к удовлетворению голода духовного. Такая ориентация всегда была характерна для интеллектуальной элиты, представителями которой являются А. и Б. Стругацкие. Кроме того, распространение такого нового типа человека, как «массовый научный работник», говорит о том, что из стремлений

когда материальное изобилие перестанет быть проблемой, как никогда не был проблемой, скажем, воздух» // Стругацкий А. Стругацкий Б. От бесконечности тайн к бесконечности знаний. Стругацкий А., Стругацкий Б. Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. — М., 2007. — С. 502.

меньшинства стремление к удовлетворению духовного голода превращается в массовое стремление.

Преимущество «духовного голода» перед материальным Аркадий и Борис Стругацкие видят в двух аспектах. Во-первых, объекты духовного голода гораздо более разнообразны, чем материальные устремления. Во-вторых, духовному голоду никогда не будет грозить пресыщение, ибо в отличие от хода удовлетворения материальных потребностей, удовлетворение духовных лишь еще более разжигает и углубляет аппетит. И это служит верным залогом того, что новому обществу не будет грозить никакой застой и что оно будет развиваться прогрессивно и с ускорением¹.

Помимо моделирования социальной структуры и политической системы коммунистического строя, в творчестве советских утопистов 50-60-х гг. важное место занимает проблема «нового человека» как единицы общества будущего.

Ось полемики по этому вопросу проходит между И. Ефремовым и его последователями, в утопической модели которого новый человек выглядит абсолютно непохожим на людей современности, его поступками движут мотивации, неестественные для современного человека.

На другом полюсе полемики оказываются А. и Б. Стругацкие, которые, проектируя человечество будущего, отталкиваются от психологии лучшей части человечества (советской его части) начала 60-х гг.

В будущем медиана колоколообразной кривой распределения человеческих способностей, в представлении Аркадия и Бориса Стругацких, должна сдвинуться в сторону улучшения человеческих качеств, т. е. то, что сейчас является полюсом гениальности, со временем должно стать нормой, как сейчас является нормой то, что находилось на полюсе гениальности 200 лет назад. Этот процесс происходит постоянно, и результаты его, изменение человека в будущем — неизбежны.

¹ Стругацкий А., Стругацкий Б. Человек и общество будущего. Доклад прочитан Стругацким Б. на Международном совещании при редакции «Техника — молодежи», посвященном обсуждению темы «Человек и будущее» в творчестве писателей-фантастов // Бондаренко С. Курильский В. Известные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1942–1962 гг. — М, 2008. — С. 579.

Эту позицию Аркадий и Борис Стругацкие высказывают в докладе на тему «Человек нашей мечты» на встрече писателей-фантастов в 1964 г.¹

«Полюс талантливости, полюс гениальности переместится гораздо выше. И если взять отрезок времени порядка двухсот-трехсот лет, то масса людей будет состоять из тех, которые сегодня рисуются как исключение из правила. Вот основная исходная мысль, которой мы руководствуемся в нашей работе».

Аркадий и Борис Стругацкие выделяют две характерные черты будущего человека: во-первых, любовь к труду, во-вторых, активная жизненная позиция и интерес ко всему, что происходит вокруг. Соответственно идеи об ограниченном рабочем дне в идеальном обществе Аркадий и Борис Стругацкие решительно отвергают: «Поэтому мне странно было слышать разговор о четырехчасовом рабочем дне. Уже сейчас есть люди, которым не хватает суток для творчества».

Решающую роль в этом должна сыграть Великая Теория Воспитания. Хотя теория воспитания — в первую очередь именно педагогическая концепция, связанная с воспитанием детей, определенное содействие развитию нравственности должна оказывать и литература. Причем Аркадий и Борис Стругацкие ставят своей задачей не столько передачу каких-либо нравственных ценностей, сколько обучение людей анализу: «Мы должны заставить людей думать глубже, мыслить шире, воспитывать отвращение к грязи и невежеству».²

Аркадий Стругацкий публично повторяет мысль о преобладающей роли искусства в воспитании в рецензии на повесть Н. Разговорова «Четыре четверки»³.

¹ Стругацкий А., Стругацкий Б. Человек нашей мечты: встреча писателей-фантастов. Отчет опубликован в журнале «Нева», № 4.

² Стругацкий А. Письмо матери от 8 апреля 1962, М. — Л. // Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1963–1966 гг. — М., 2009. — С. 539.

³ «К сожалению, мало кто из них отдаёт себе отчет в том, что искусство, являясь наряду с наукой основным методом познания действительности, призвано совершать поистине титаническую работу в области перевоспитания людей в коммунистическом духе, что без искусства никогда не будет коммунистического человека, а выйдет в лучшем случае добросовестный ограниченный инженер американского типа, не желающий от жизни ничего, кроме развития по своей узкой специальности, и на все остальное взирающий лишь с точки зрения потребительской, самодовольный мещанин без вкуса, без

По мнению Аркадия и Бориса Стругацких, педагогика должна научить людей контролировать слепые инстинкты, привить убеждение в том, что другой человек — его товарищ и друг, а цель его жизни — познавать на благо людей, дать как можно больше пищи для утоления духовного голода человечества¹.

Аркадий и Борис Стругацкие критикуют советскую систему образования за то, что она ориентирована на создание квалифицированного работника, участника производственного процесса, необходимого для создания материального благосостояния в стране. По мнению Аркадия и Бориса Стругацких, обучить человека профессиональным навыкам проще, чем воспитать, эти методики советской педагогикой уже освоены в достаточной мере, но основная ее задача в другом. И создать Великую Теорию Воспитания, которая позволит подготавливать всесторонне развитых людей с высокими моральными качествами, еще только предстоит.

Кроме того, математик, физик, рабочий нужны позарез сейчас, нужны для выполнения гигантской, исторически сложившейся задачи, а со всем прочим можно, как считают многие, и подождать. Так возникает философия практицизма. Так из школ и институтов выходят деловые, практичные, несколько грубоватые и простоватые люди. Они нужны и отлично сознают это. Они видят гигантский темп развития естествознания и справедливо гордятся своим участием в великом деле покорения природы. Гуманитарные же специальности необходимы лишь абстрактно и потому менее привлекают молодежь.²

Именно развитие педагогики, по мнению Аркадия и Бориса Стругацких, должно стать причиной изменений в политическом устройстве.

Еще одна ключевая идея Аркадия и Бориса Стругацких заключается в том, что прогресс сопровождается познанием, и если у истоков его стоит «бесконечность тайн», то в конце человечество ждет «бесконечность знаний»³.

способности к тонкому чувству, без творческого воображения» // Стругацкий А. Рецензия на повесть Н. Разговорова «Четыре четырки» // Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1963–1966 гг. — М., 2009. — С. 12.

¹ Стругацкий А. Стругацкий Б. Человек и общество будущего. Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. — М., 2007. — С. 579.

² Стругацкий А. Стругацкий Б. Что вы думаете о жизни, времени, счастье? Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. — М., 2007. — С. 439.

³ Стругацкий А. Стругацкий Б. От бесконечности тайн к бесконечности знаний. Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. — М., 2007. — С. 502.

Человеку, в представлении Стругацких, вообще свойственно стремление к познанию. До сих пор это стремление подавлялось животными инстинктами в связи с недостатком материальных благ, но на новом витке прогресса именно это стремление к познанию станет движущей силой прогресса: «Человек способен по самой природе своей (если это обусловлено известным минимумом социальных условий) стремиться совершенно бескорыстно к познанию. В широких массах общества до сих пор эта способность подавлялась тяжелыми условиями существования, затем — разного рода социальными неустройствами, а в наше время она явилась причиной даже появления возможности к самоуничтожению. Но освобожденное человечество будет культивировать и лелеять эту способность, и она станет основой для движущих сил будущего общества¹».

Хотя на первый взгляд потребность в познании не выглядит достаточным стимулом для современного человека, Аркадий и Борис Стругацкие, с одной стороны, приводят ряд исторических примеров, когда масштабные политические изменения становились следствием борьбы за духовные ценности: кровопролитные религиозные войны, Джордано Бруно, Галилея, Ньютона, Ломоносова, посвятивших всю свою жизнь (и смерть) бескорыстному служению духу.²

С другой стороны, Аркадий и Борис Стругацкие уточняют, что для того чтобы стремление к познанию стало достаточной мотивацией для действий, человек должен измениться, а он меняется и прогрессирует вместе с социумом.

Для А. и Б. Стругацких как для последователей марксизма прогресс инвариантен и безусловен.

К 2000 г. Аркадий и Борис Стругацкие предполагают прекращение войн и создание «Великой Теории Воспитания»: «...Во-первых, все международные конфликты будут решены. Во-вторых, во всем мире начнется наступление за человека в человеке. Разные страны и государства будут использовать в этом отношении опыт, накопленный в СССР. А у нас работа по воспитанию людей нового общества

¹ Стругацкий А., Стругацкий Б. Человек и общество будущего. Доклад прочитан Стругацким Б. на Международном совещании при редакции «Техника — молодежи», посвященном обсуждению темы «Человек и будущее» в творчестве писателей-фантастов // Бондаренко С. Курильский В. Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1942–1962 гг. — М., 2008. — С. 579.

² Там же. С. 579.

уже завершится. Исчезнут из жизни явления, которым соответствуют ныне понятия мещанства, обывательщины, мракобесия».¹

К 2200 г. осуществится формирование критической утопии «общества Полдня» (которое в данном исследовании обозначается термином «идеальное общество»).

К 3000 г. закончится формирование идеального общества И. Ефремова, где моральные качества людей будут уже настолько отличны от наших, что мотивы их поведения вообще будут современному человеку непонятны. Изначально планировалось обозначить контуры этой политической модели в конце сборника «Полдень, XXII век», но издательство высказалось против этого фрагмента. Насколько известно автору работы, в рукописях он также не сохранился. Таким образом, можно лишь предполагать его сходство с политической утопией И. Ефремова, основываясь на фрагментах публицистики и писем Аркадия и Бориса Стругацких.

Таким образом, будущее, с его новой системой, новой моралью, не обязательно должно выглядеть привлекательно для современного человека, после определенного этапа («идеального общества», а для кого-то и еще раньше) оно может стать непонятным и чуждым.

Неизбежно будут люди, которые для этого будущего не годятся и которые не впишутся в идеальное общество. Так не вписалось дворянское сословие в формацию социализма. Аркадий и Борис Стругацкие ставят вопрос о том, что является в большей степени морально приемлемым: способствовать наступлению такого будущего или противостоять ему, но в любом случае противостояние это считают безнадежным. История инвариантна, и прогресс остановить нельзя.

Одновременно прогресс у А. и Б. Стругацких вариативен, так как в период построения идеального общества существует возможность усиления различных опасных тенденций, присущих современности. Рассматривая результаты усиления этих тенденций, А. и Б. Стругацкие моделируют общества-препятствия на пути к миру «Полдня».

А. и Б. Стругацкие разрабатывают меры, которые позволяют выйти из этих «формационных тупиков», однако в ряде случаев пути преодоления препятствия остаются ненайденными.

Начиная с 1963 г. Аркадий и Борис Стругацкие занимаются разработкой проблемы вмешательства-невмешательства в историчес-

¹ Стругацкий А., Стругацкий Б. Год 2000-й... что говорят о нем фантасты // Стругацкий А., Стругацкий Б. Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. — М., 2007. — С. 279.

кую судьбу отстающих народов. Эта проблема имеет два аспекта, в разной степени связанных с темой прогресса.

В первую очередь проблема вмешательства ставит вопрос о том, возможно ли изменить исторический путь общества. Стругацкие отвечают скорее отрицательно. Для них прогресс инвариантен и конечной точкой его является «идеальное общество». Ускорение прогресса невозможно, пока не сформируется новый человек, т. е. это дело как минимум одного поколения. Но и это слишком короткий срок, потому что для формирования нового человека необходимо реформировать систему образования, создать новую систему воспитания, а это уже дело не одного десятка лет.

По этому вопросу Аркадий и Борис Стругацкие вступают в полемику с К. Андреевым, когда выходит их роман «Попытка к бегству». К. Андреев утверждает, что прогресс, хотя он в целом обусловлен политическим строем, может быть ускорен и даже перескакивать через какие-то этапы. Так, среднеазиатские республики вступили в период строительства социализма, минуя капиталистический период развития. Молодые африканские государства уже не повторяют пути, пройденного народами Европы.

К. Андреева в данном случае можно считать выразителем общепринятой позиции, но герой Аркадия и Бориса Стругацких действует по собственной логике, потому что авторы стоят на позиции ограниченной возможности форсирования прогресса, а в период написания «Попытки к бегству», возможно, и вовсе на позиции невозможности такого форсирования¹.

Следующий вопрос, который встает перед Аркадием и Борисом Стругацкими, — что же в этих условиях возможно сделать, чтобы способствовать ускорению развития общества. В «Трудно быть Богом» они предлагают метод «бескровного воздействия». Этот метод заключается во всяческом содействии развитию культуры, спасении мыслителей от преследований, т. е. в сохранении и развитии интеллектуального фонда человечества, его достижений. В то же время метод «бескровного воздействия» исключает силовые воздействия и попытки уничтожения реакционных сил, действующих в обществе. Человека, использующего метод «бескровного воздействия», они

¹ Андреев К. Рецензия на «Возлюби дальнего». Бондаренко С., Курильский В. // Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1963–1966 гг. — М., 2009. — С. 540.

называют «прогрессором». В широком смысле это понятие подразумевает любого человека, стремящегося внести в общество позитивные изменения и приблизить его к стадии «идеального общества». В середине 60-х гг. в переписке с Генрихом Альтовым относительно сущности фантастики и методов борьбы с художественной халтурой Аркадий и Борис Стругацкие высказывают, по сути, адаптированную версию этого метода — необходимо писать хорошие книги и читать хорошие книги, а халтура должна изжить себя сама.

Политические идеи Аркадия и Бориса Стругацких этого периода базируются на социальном оптимизме. Но, сформулировав метод «бескровного воздействия», они тут же ставят его под вопрос. Придерживаясь этого метода, «прогрессор» вынужден наблюдать, как реакционные силы уничтожают людей как средних, так и лучших, потому что спасти каждого невозможно, не применив насилия.

Если ускорение прогресса возможно в очень ограниченной степени, то возможности отката позитивных изменений Аркадий и Борис Стругацкие не исключают, особенно в поздних своих работах. Так, в период «перестройки» Аркадий Стругацкий несколько раз говорит о том, что возврат к прошлому возможен, но так или иначе, не в этом поколении, так в следующем, реформы возьмут свое.

Второй, менее значимый аспект «проблемы вмешательства» — это вопрос о возможности и допустимости экспорта революции. Этот вопрос был практически значим в среде советской интеллектуальной и политической элиты, хотя и проистекал из проблемы отстраненной, вопроса об инвариантности прогресса и возможности его ускорения.

В рамках общей инвариантности прогресса путь России к идеальному обществу имеет свои особенности.

Так, для начала Аркадий и Борис Стругацкие признают, что прогресс в СССР (России) XX века был достаточно продуктивен: «За какие-то шестьдесят лет мы достигли феерически многого, а сколь многое нам мешало? Войны, те или иные перегибы...»¹

В качестве первой особенности социального развития Аркадий и Борис Стругацкие выделяют особое положение СССР на пути прогресса, связанное с попыткой ускорить прогресс, которая легла в основу советской государственности:² «Наше государство — не искусственное порождение. Это общество, находящееся в аномальном

¹ О настоящем — ради будущего // Вечерний Свердловск. — 1981. — 6 июня.

² Стругацкий А. Стругацкий Б. Прогноз // Огонек. — 1989. — № 52.

состоянии. Вот мое мнение: Россия, или, вернее, СССР, как правильнее говорить, свернула с торной дороги цивилизации...»

Тем не менее это не нарушает инвариантности прогресса: «Но я вас уверяю, что мы непременно опять выйдем на ту самую торную дорогу — потому что она одна. Это единственная дорога».

Таким образом, прогресс у Аркадия и Бориса Стругацких одновременно инвариантен и вариативен. Инвариантен, потому что ключевые точки его развития, такие как «общество Полдня», неизбежно должны воплотиться в жизнь, но вариативен, потому что пути достижения этих точек могут сильно различаться для различных цивилизаций.

Парадокс позиции Аркадия и Бориса Стругацких заключается и в том, что, не отказываясь от идеи коммунизма как конечной точки развития человечества, Стругацкие критически осмысливали практику построения социалистического государства, каким оно было в СССР, и искали пути и возможности в будущем оптимизировать этот процесс.

Библиография

1. Андреев К. Рецензия на «Возлюби дальнего», Бондаренко С., Курильский В. // Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1963–1966 гг. М., 2009.
2. Бондаренко С., Курильский В. Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1942–1962 гг. М, 2008.
3. О настоящем — ради будущего // Вечерний Свердловск. — 1981. — 6 июня.
4. От бесконечности тайн к бесконечности знаний. Стругацкий А., Стругацкий Б. Собр. соч. в 11-ти т. Т. 11. М., 2007.
5. Стругацкий А., Стругацкий Б. Год 2000-й... что говорят о нем фантасты // Стругацкий А., Стругацкий Б. Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. М., 2007.
6. Стругацкий А., Стругацкий Б. Прогноз // Огонек. — 1989. — № 52.
7. Стругацкий А., Стругацкий Б. Человек нашей мечты: встреча писателей-фантастов // Нева. — 1962. — № 4.
8. Стругацкий А., Стругацкий Б. Человек и общество будущего. Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. — М., 2007.
9. Стругацкий А., Стругацкий Б. Что вы думаете о жизни, времени, счастье? Собр. соч. в 11-ти т. — Т. 11. — М., 2007.
10. Стругацкий А. Письмо матери от 8 апреля 1962. М. — Л. // Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1963–1966 гг. М., 2009.
11. Стругацкий А. Рецензия на повесть Н. Разговорова «Четыре четверки» // Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1963–1966 гг. М., 2009.
12. Стругацкий Б. Письмо брату 26 июня 1965, М. — Л. // Неизвестные Стругацкие. Письма. Рабочие дневники. 1963–1966 гг. М., 2009.

АСПЕКТЫ

*БАРАНОВА Вера Ивановна,
профессор, кафедра теории и истории
социологии, Московский педагогический
государственный университет
vib-23@mail.ru*

*ЛУЦЬКАЯ Екатерина Евгеньевна,
доцент, кафедра теории и истории
социологии, Московский педагогический
государственный университет
katerina-el@nm.ru*

Механизмы социального контроля в самообучающейся организации / Social control mechanisms in self-learning organization

Аннотация

Авторы разрабатывают социологическое понятие социального контроля применительно к самообучающейся организации. Они определяют его как механизм, с помощью которого общество и его подсистемы (социальные организации, социальные группы) обеспечивают соблюдение важной для существования системы ограничений. Определяется действие механизмов (принуждение, групповое давление и социализация) и средств социального контроля применительно к самообучающейся организации.

Ключевые слова

Социальный контроль; механизмы социального контроля; бюрократический контроль; самообучающаяся организация.

Annotation

The authors develop a sociological concept of social control in relation to self-learning organization. They define it as a mechanism

through which the company and its subsystems (social organizations, social groups) ensure the observance, important to the existence of a system of constraints. The action of mechanisms is determined (compulsion, group pressure and socialization) and the means of social control in relation to self-learning organization is given.

Keywords

Social control; social control mechanisms; bureaucratic control; self-learning organization.

Категория «*социальный контроль*» как вид контроля представляет собой механизм, с помощью которого общество и его подсистемы (социальные организации, социальные группы) обеспечивают соблюдение системы ограничений (условий), нарушение которых наносит ущерб функционированию социальной системы. Задача социального контроля состоит не столько в том, чтобы зафиксировать отклонение от установленного стандарта, сколько в том, чтобы не допустить такого отклонения¹.

Социальный контроль осуществляется прежде всего обществом, а также любой социальной организацией или группой с помощью санкций (моральное осуждение, отказ от контактов и др.). Система социального контроля гарантирует такое поведение членов общества, которое соответствует ролевым требованиям и ожиданиям. Механизмы и средства социального контроля многообразны (обычно к механизмам относят принуждение, групповое давление и социализацию).

Через социализацию социальный контроль осуществляется как *внутренний* контроль личности за своим поведением. В ходе социализации индивиды усваивают социальные роли, интернализуют социальные нормы и требования, благодаря чему у них формируется самоконтроль, или *внутренний* контроль. В обществе, члены которого в массе обладают высокоразвитым самоконтролем, гораздо меньше необходимости прибегать к внешнему контролю.

Внешний контроль осуществляется прежде всего через механизмы группового давления, поскольку каждый индивид включен в группу (и не в одну), в которой существуют собственные культурные нормы,

¹ Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М. : ИД Вильямс, 2008. С. 17.

свой кодекс поведения, и через механизмы принуждения, которые включают в себя насилие или угрозы насилия, экономическое давление и формальное правовое принуждение. В современном обществе единственным легитимным институтом насилия признается государство, а право представляет собой наиболее действенный и одновременно наиболее формализованный способ социального контроля. Таким образом, индивид включен в различные общественные отношения, которые обладают собственными системами социального контроля, определяющими область его возможного поведения практически во всех жизненных ситуациях.

В ходе функционирования каждой организации возникает культурно одобряемая система управленческого и социального контроля, потенциально сочетающая в себе формальный и неформальный, жесткий и мягкий, прямой и косвенный или же простой, структурный, технический или бюрократический виды контроля.¹ Очевидно, что управленческий контроль, если он касается поведения сотрудников в организации, может быть рассмотрен нами как социальный контроль.

Положения о социальном контроле, приведенные выше, справедливы для социальных организаций вообще. Но в рамках заявленной темы нас интересуют самообучающиеся организации. Данная концепция начала формироваться в начале 90-х годов XX века, однако проблема организационного обучения исследовалась еще в 1950-х годах такими специалистами, как Г. Липпит (теория организационного обновления), Д. Шон (концепция обучающихся систем), К. Арджирис (теория организационного обучения). Но самый большой вклад в разработку концепции самообучающейся организации внес голландский исследователь Питер Сенге, положивший в основу данной концепции такие принципы, как совершенствование личности, расширение восприятия себя и своего окружения, общее представление о будущем компании, командное обучение и наличие системного мышления.²

А теперь отследим, через какие механизмы происходят изменения в понимании и осуществлении социального контроля в самообучающейся организации. Начнем с того, что организация этого типа

¹ Фролов С. С. Социология организаций. М. : Гардарики, 2001. 384 с.

² Сенге П. Пятая дисциплина. Искусство и практика самообучающейся организации. М. : Олимп-Бизнес, 2009. С. 29.

дает своим сотрудникам возможность реализовывать высшую потребность человека — потребность в самореализации. Вместе с тем компании, добившиеся выдающихся результатов в развитии своих сотрудников, создали последовательные системы контроля с четкими ограничениями, но они также предоставили людям свободу и ответственность в рамках этих систем. Такие компании стараются принимать на работу дисциплинированных людей, которые не нуждаются в постоянном непосредственном руководстве, и направляют все свое внимание на управление организацией как системой, а не конкретными исполнителями. П. Сенге делает акцент на том, что сотрудники, сформировав свою позицию, находят свой смысл в организации как в сообществе личностей и что смыслом жизни сотрудника становится познание нового, развитие своей личностной позиции, совершенствование социального взаимодействия. Но чтобы достичь баланса интересов, от человека требуется определенный уровень зрелости, ответственности и самодисциплины. Что с нашей точки зрения говорит о развитии прежде всего самоконтроля или механизма контроля через социализацию.¹

Если бюрократическая организационная система возникает как компенсация некомпетентности и недостатка дисциплины, то в основе самообучающихся организаций лежит идея сотрудничества с людьми, обладающими дисциплинированным мышлением, не нуждающимися в постоянном контроле. Однако не стоит путать этот культ дисциплины с тиранией, которая добивается верности системе силой, опираясь на авторитарную власть. Такой путь крайне неэффективен. П. Сенге отмечает, что самообучающаяся организация должна брать на работу к себе дисциплинированных людей с дисциплинированным мышлением, которые затем дисциплинированно действуют, что позволяет обойтись без бюрократии.²

Контроль через групповое давление во многом зависит от позиций лидеров социальных групп в организации. Особое значение приобретает формирование в организации так называемой лидерской культуры, поскольку авторитаризм и связанные с ним методы контроля через принуждение и самообучающаяся организация несовместимы. В современной науке об управлении четко отличается роль

¹ Коллинз Дж. От хорошего к великому: почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2011. С. 89.

² Сенге П. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций. М. : Олимп-Бизнес, 2004.

менеджера в традиционном смысле слова и лидера. Традиционный менеджмент имеет дело со сложностью больших иерархических организаций, поэтому действия менеджера направлены на стабилизацию организационных взаимосвязей и операциональную эффективность. Лидерство имеет дело с изменениями и направлено на запуск инноваций в организации, поэтому действия лидера не связаны с функциональным местом в организационной структуре, а направлены на инициирование и проведение изменений в организации. В самообучающихся организациях лидеры являются конструкторами, наставниками, которые мыслят глобальными категориями, предвидят потенциальные возможности, способствуют развитию способностей людей, делегируют им полномочия.

Соотношение таких понятий, как власть и лидерство, имеет в самообучающейся организации иной, отличный от бюрократической организации, характер. Правомерно утверждать, что в самообучающейся организации лидерство порождает власть и в значительной степени обеспечивает ее, но ни в коем случае не наоборот. Выгодное отличие лидерства от простой административной власти состоит в том, что это власть, которая не нуждается в применении силы, хотя и имеет ее. Сила становится ненужной, когда на помощь лидерству приходит идеология. Именно лидер призван сформулировать такую идею или систему идей, в которую готовы поверить те, кто нуждается в вере, и которую готовы принять те, кто ищет объяснений. Руководство, построенное на страхе, больше не работает.¹

Отличительной чертой лидера самообучающейся организации является то, что он стремится не к личному успеху, а к достижению общей цели — созданию успешного предприятия. Руководители организуют работу таким образом, чтобы лучшие сотрудники работали в перспективных областях организации, а не занимались решением проблем самого лидера. Люди обучаются быстрее, когда есть чувство общей ответственности за свои действия. Уверенность в том, что кто-то управляет нашими действиями, а значит и отвечает за них, снижает эффективность взаимодействия на пути к достижению результата. Поэтому самообучающиеся организации характеризуются максимальной передачей власти и полномочий сверху вниз. Это, безусловно, важно для понимания того, каким образом и

¹ Нордстрем К. А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2011. С. 42.

по каким каналам осуществляется контроль в таких организациях. Контроль рассматривается как метод совершенствования управления на всех его уровнях, предполагающий локализацию управления — делегирование власти на места, что предполагает отказ от традиционных форм контроля. Локализация полномочий означает, что решения принимаются на нижних этажах управленческой иерархии, и структура управления организации управления такова, что именно на местах принимают максимально возможное число необходимых решений. Локализация полномочий означает рост ответственности, поскольку люди получают свободу действовать, проверять собственные идеи и отвечать за полученные результаты. Это особенно важно в условиях быстро меняющихся факторов внешней, а соответственно, и внутренней среды.

Но локализация полномочий влечет за собой и некоторые проблемы. Прежде всего это конфликты, с которыми сталкиваются высшие административные чины при отказе от контроля, при передаче права принятия решений на места. Вторая проблема в том, как сделать местное самоуправление эффективным. Кроме того, необходимо обеспечить координацию и слаженность действий различных подразделений в ситуации смягчения контроля. Движение к локализации управления осуществляют такие уважаемые корпорации, как Royal Dutch Shell, Johnson & Johnson, используя следующие приемы уравнивания централизованного контроля и локализации полномочий: оставляют за центром выработку стратегии, которую подразделения самостоятельно реализуют на местах, или определение финансовых критериев деятельности, по которым подразделения могут самостоятельно выбирать стратегию и политику достижения, третьи используют смесь этих двух подходов. Все стремятся получить выгоду от децентрализации, не отказываясь при этом от централизованного контроля.

Тогда как традиционные организации нуждаются в системах управления, способных контролировать поведение людей, обучающиеся организации инвестируют в повышение качества мышления, в способности размышлять и вырабатывать совместное понимание сложных деловых вопросов. Именно это позволяет самообучающимся организациям быть лучше управляемыми, чем их иерархические предшественники.

Практика деловых и личных взаимоотношений доказывает значимость такого элемента, как доверие в коллективе, особенно в

период значительных изменений. В контексте данного исследования интерес представляют ряд проблем, связанных с доверием.

Взаимосвязь между доверием и сознательностью поведения проявляется на многих организационных уровнях. Последовательное, ясное, вызывающее доверие поведение руководителей рабочих групп и подразделений способствует созданию атмосферы безопасности в руководимых ими коллективах. Точно так же поведение высших управляющих воздействует на организацию в целом. Искренняя работа руководства над совершенствованием своих ценностей, целей и над своим поведением способствует укреплению атмосферы взаимного доверия в коллективе. Можно предполагать, что в самообучающихся организациях групповое доверие способствует реализации механизма группового давления через сотрудничество.¹

Итак, контроль в самообучающихся организациях принимает иной вид, нежели в традиционных организациях. Частично это происходит оттого, что в этих организациях признается важная роль личностных отношений. В этих организациях контролируются в основном производительность и ее роль в достижении конечных целей, а не бесконечное число операционных процессов. Поэтому управленческий контроль переходит из области человеческих ресурсов в категории, действительно отражающие эффективность компании: инвестиции, затраты, прибыль, положение на конкурентном рынке, что дает право утверждать факт минимального присутствия прямого контроля в процессе управления: «Контроль не исчезнет. Он просто станет косвенным... Информационные системы будут использоваться в первую очередь для того, чтобы усилить контроль с помощью проверки определенных показателей, новых показателей, показателей на различных уровнях. В какой-то степени это — замещение утраченного в результате развития новых организационных структур иерархического контроля»,² т. е. прямой личный контроль со стороны субъекта управления может заменяться обезличенным косвенным контролем со стороны информационной системы. Еще один момент — бюрократический контроль заменяется структурным или техническим контролем. Подобный подход к управлению позволяет

¹ Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М., 2004.

² Нордстрем К. А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. М., 2011. С. 151.

руководителю освободиться от необходимости мелочного надзорного контроля и посвятить освободившиеся время и внимание управлению организацией как системой. Создание самообучающейся организации и изменение подхода к социальному контролю — это взаимообратные и взаимовлияющие процессы, характеризующиеся следующими моментами: необходимо создание культуры дисциплины, предполагающее наличие дисциплинированного мышления у сотрудников, позволяющего им проявлять свободу и ответственность, подчиняясь при этом правилам системы; создание лидерской культуры, основанной на личном авторитете, а не на власти; переход от бюрократического контроля к открытости и прозрачности управления; осуществление локализации управления и создание динамических центров принятия решений; создание атмосферы доверия как необходимого элемента эффективного функционирования команды. Несмотря на ряд проблем, с которыми сталкивается руководство компаний и их сотрудники, практика подтверждает несомненную эффективность выбранного курса.

Итак, появление модели самообучающихся организаций стало ответом на динамично меняющиеся рыночные условия и все усиливающуюся конкуренцию, что требует от компаний и руководителей постоянного поиска пути, ведущего к стабильному и устойчивому положению. Данное высказывание наиболее красочно характеризует сегодняшнюю бизнес-действенность, когда основным капиталом компании является человеческий мозг, значительно превосходящий традиционные средства производства.

Безусловно, такие фундаментальные изменения происходят не сразу и сопровождаются трансформацией большого числа процессов, среди которых изменение подхода к управленческому контролю. Эту тенденцию можно охарактеризовать становлением лидерской культуры в коллективе, стремлением привлекать в команду дисциплинированных людей, способных к самоконтролю и к тому, чтобы, проявляя инициативу и свободу в принятии решений, нести за них ответственность. Такой подход позволяет установить атмосферу доверия в коллективе, которая позволяет сократить контроль над операционными процессами. Также смягчение контроля нашло отражение в таких тенденциях, как локализация полномочий, сущность которой в предоставлении не только передачи власти, но и ответственности, а также в создании динамических центров принятия решений.

Преимущества концепции самообучающейся организации были признаны большим числом западных компаний, среди которых General Motors, Dell, Toyota, IBM, Xerox, однако в отечественных компаниях этот подход пока практически не реализуется. Отчасти это может быть связано с особенностями организационных культур российских предприятий. Большинство деловых организаций в нашей стране функционирует на основе системы правил, процедур и стандартов, соблюдение которых должно гарантировать их эффективность, соответственно, их организационная культура является бюрократически-ролевой. Между сотрудниками выстроена строгая административная иерархия, каждый работник выполняет определенные трудовые обязанности. Основным источником власти являются не личные качества сотрудника, а положение, занимаемое им в иерархической структуре, решения принимаются руководителем. Другой тип организационной культуры в России — силовой, который формируется чаще всего в частных компаниях, где руководитель является менеджером и хозяином. Помимо административной власти, он также наделен явно выраженными лидерскими качествами. Вокруг такого лидера сформирован особый круг приближенных сотрудников, с помощью которых он осуществляет руководство, но последнее слово всегда остается за ним. Сотрудники в компании с такой культурой могут быть менее ограничены в своих действиях, чем в бюрократически-ролевой организации, проявлять инициативу и даже принимать участие в решениях. Но за ними осуществляется более жесткий контроль. Помимо формального исполнения обязанностей, от людей требуется проявление личной лояльности к своему шефу, и именно этот факт является решающим.¹

Лишь некоторые российские предприятия успехом своей деятельности обязаны лично-ориентированной организационной культуре, которая свойственна самообучающимся организациям. В таких коллективах работают специалисты с высоким уровнем профессионализма и личной ответственности, которые не зависят друг от друга и могут договариваться между собой. Как правило, деятельность работников не контролируется «сверху», а только координируется. Подчиненные обладают большой самостоятельностью

¹ Теория коммуникаций и прикладная коммуникация. Вестник Российской коммуникативной ассоциации, вып. 1 // Под общ. ред. И. Н. Розиной. Ростов н/Д : ИУБиП, 2002. С. 6.

тью, а критерием эффективности является профессиональное и четкое исполнение взятых на себя обязательств, руководитель занимает положение первого среди равных, а все решения принимаются коллегиально. В России к модели самообучающейся организации приближаются лишь отдельные компании — преимущественно из сферы информационных технологий, обладающие высокоинтеллектуальным кадровым составом и активно работающие на экспорт, в частности АБВУУ, «Лаборатория Касперского», «1С» и др. Эти компании достаточно успешно реализуют стратегии отбора дисциплинированного квалифицированного персонала, способного к самоконтролю, и работы в самообучающихся группах¹.

Библиография

1. Коллинз Дж. От хорошего к великому: почему одни компании совершают прорыв, а другие нет. М., 2011.
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М, 2008.
3. Нордстрем К. А., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. М., 2011.
4. Сенге П. Пятая дисциплина. Искусство и практика обучающейся организации. М., 2009.
5. Сенге П. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций. М., 2004.
6. Теория коммуникаций и прикладная коммуникация. Вестник Российской коммуникативной ассоциации, вып. 1 // Под общ. ред. И. Н. Розиной. Ростов н/Д, 2002.
7. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М., 2004.
8. Фролов С. С. Социология организаций. М., 2001.
9. Материалы с корпоративных сайтов: <http://www.abbyu.ru>, <http://www.kasperskyacademy.com/ru/>, <http://www.1c.ru>

¹ Материалы с корпоративных сайтов: <http://www.abbyu.ru>, <http://www.kasperskyacademy.com/ru/>, <http://www.1c.ru>

*ВЛАСЮК Галина Викторовна,
кандидат социологических наук,
доцент, кафедра менеджмента,
Московский государственный
университет путей сообщения
vlasjukgv@yandex.ru*

Совместимость взаимодействия как средство повышения конкурентоспособности / The compatibility of interaction as a means of increasing the competitiveness

Аннотация

В статье в аспекте ресурсного подхода рассматриваются механизмы и особенности достижения совместимости при взаимодействии, усиления и ослабления коммуникационной позиции сторон, обосновывается возможность повышения конкурентоспособности за счет создания ресурсных асимметрий.

Ключевые слова

Социальная организация; ресурсы; компетенции; совместимость взаимодействия; симметрия ресурсов; асимметрия ресурсов; адаптер.

Annotation

In the article on the base of resource approach the mechanisms and peculiarities of achieving compatibility during the interaction, intensifying and weakening of a communication position of the parties are considered. The possibility of rising competitiveness due to creation of resource asymmetries is proved.

Keywords

Social organization; resources; competencies; compatibility during the interaction; symmetry of resources; asymmetry of resources; the adapter.

Современная социальная организация не является обособленной единицей. Ее конкурентоспособность во многом определяет успешность взаимодействий во внешней среде. При этом грамотно управляя отношением к себе со стороны окружающей среды, социальная организация в состоянии увеличить продуктивность своих взаимодействий.

По мнению Зиммеля, общество состоит из неравных элементов,¹ в то время как комфортное взаимодействие предполагает ресурсную симметрию партнеров. Ресурсы, используемые в процессе взаимодействия, бывают различных типов:²

1. *Фиксированные (постоянные) ресурсы*, вложенные в разработку и предложение рынку продукта путем трансформации внутренних ресурсов или стержневых компетенций.

2. *Невозвратные (избыточные) ресурсы* — произвольно расходуемые при каждом взаимодействии.

Рассматривая *совместимость взаимодействия* как соответствие спроса и предложения ресурсопотоков, можно утверждать, что успешность взаимодействия достигается в *точке совместимости*.³ Если фиксированные ресурсы неизменны в объеме предложения, следовательно, достижение совместимости в конкретной точке контакта возможно за счет использования соответствующих ситуации невозвратных ресурсов. Тогда вслед за Кацем и Шапиро можно утверждать, что именно невозвратные ресурсы занимают часто главенствующее положение по отношению к постоянным,⁴ т. е. в основе эффективного взаимодействия между социальными организациями лежит понимание инструментов влияния на партнера, его поведение и действия.⁵

¹ Зиммель Георг. Как возможно общество? // Г. Зиммель. Избранное. — М. : Юрист, 1996. Т. 2. С. 509–528.

² Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. — М. : Изд-во АСВ, 2010. С. 239–240.

³ Там же . С. 242.

⁴ Michael L. Katz. Karl Shapiro. Network externalities, competition and compatibility // American Economic Review, vol 75, 1985, № 3, June. Pp. 424–440.

⁵ Аакер Д. Стратегическое рыночное управление // Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. 7-е изд. — СПб. : Питер, 2007.

При этом в каждой отрасли наиболее успешными становятся те социальные организации, которые владеют приемами достижения совместимости и умеют их использовать применительно к ситуации. Это заставляет социальную организацию, заинтересованную в эффективности взаимодействия, вырабатывать конкретные стратегии поведения в каждой точке контакта. При этом выбор правильной линии поведения с конкретными фигурантами внешней среды определяется многими факторами: востребованностью компетенций социальной организации, требуемым для осуществления взаимодействия количеством ресурсов, отдачей, которую социальная организация рассчитывает получить от партнеров по взаимодействию. Кроме того, в каждой конкретной ситуации для выработки нужной стратегии необходимо учитывать и более сложные факторы, такие как убеждения и верования партнеров по взаимодействию, а также используемые технологии обмена информацией, важность, темп передачи информации и т. п. Все это позволяет социальной организации сформировать то предложение, которое соответствует запросам партнера.¹

В любом взаимодействии участвуют моноструктуры как индивиды или представители многоструктурной социальной организации. Они, с одной стороны, выступают как персоналии, с определенным набором личных ресурсов, а с другой — как носители избыточных ресурсов многоструктурной социальной организации. Следовательно, предлагаемый ими поток ресурсов основывается на личных невозвратных ресурсах, которые могут быть определены как *дополнительные*, построенные с использованием *социальных*. Так как социальные ресурсы способны принимать отрицательное значение², можно утверждать, что избыточные ресурсы могут быть как положительными, так и отрицательными.

В таком случае *несовместимость взаимодействия* характерна для ситуаций, когда не происходит создания *симметрии потоков ресурсов во взаимодействии* из-за нежелания обеих или одной из сторон взаимодействовать и достигать результатов, т. е. это ситуации, когда избыточные ресурсы для обеспечения, достижения точки совместимости не реализуются по различным причинам.

Можно предположить, что существует *точка полной совместимости*, наличие *симметричного равновесия*, возникающего при совпаде-

¹ Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. М., 2010. С. 242.

² Там же. С. 179–180.

нии предложения фиксированных ресурсов со стороны социальной организации и спроса на них со стороны партнера, т. е. существующем равенстве сил ($r=r$). Если же партнер готов откликнуться на предлагаемые социальной организацией ресурсы с определенной силой r , а в ее распоряжении существует некая избыточная сила v , возникает суммарная сила воздействия ($r+v$), где r — базовая сила, а v — теоретически основанная на невозвратных ресурсах, внешнем эффекте, производимой социальной организацией. При этом точка симметричного равновесия одна ($r=r$), и в выражении ($r+v$) = r это возможно только при $v=0$. Следовательно, существует только одна точка полной совместимости, в этой точке $r=r$, т. е. спрос и предложение симметричны и стороны знают, что их усилия сбалансированы по ресурсам. Уровень успешности взаимодействия в такой точке максимален.¹

Кроме симметричного равновесия, возможно множество *асимметричных*, когда для достижения совместимости, помимо фиксированного ресурса, одна или обе стороны используют избыточные.

Логично, что при асимметричности вкладываемых во взаимодействие ресурсов ($r+v$) $\neq r$ социальная организация будет успешна только при использовании положительного избыточного ресурса ($v>0$). Асимметрии, в основе которых отрицательный избыточный ресурс ($v<0$), ведут к нарушению процесса взаимодействия, несовместимости. Соответственно при использовании потока ресурсов ($k+c$) $\neq r$ сумма предлагаемых ресурсов должна превышать ожидания партнера.

Уровень успешности взаимодействия в точке полной совместимости всегда выше, чем при любом асимметричном равновесии. «При постоянных затратах на достижение совместимости (от взаимодействия к взаимодействию) любое изменение, направленное на достижение полной совместимости, увеличивает выгоду обоих партнеров по взаимодействию». ² Стороны в основном стремятся к ее достижению.

Существуют ситуации, когда партнер по взаимодействию воспринимает определенный объем избыточных ресурсов как единое целое с фиксированным ресурсом, т. е. $(m+n)=r$. В этом случае можно говорить о введении *общественных стандартов*, которые облегчают достижение полной совместимости. Выработанные с течением определенного периода времени, общественные стандарты

¹ Michael L. Katz. Karl Shapiro. Network externalities, competition and compatibility // American Economic Review, vol 75, 1985, № 3, June. Pp. 424–440.

² Ibidem.

индивидуальны и относительно стабильны в каждой из точек контакта, они делают взаимодействие более предсказуемым и, следовательно, снижают ресурсопотери. Существуют ситуации, когда общественный стандарт принимается в *одностороннем порядке* и когда его введение предполагает определенные *ресурсные затраты каждой из сторон*.¹

Очевидно, владея определенными технологиями взаимодействия, используя их применительно к ситуации, социальная организация может попытаться создать поток ресурсов, соответствующий запросам партнера, способный обеспечить совместимость взаимодействия. В этом случае речь идет о *случайной подстройке*. Однако такой метод может оказаться и неэффективным. Это позволяет говорить о том, что гарантированное достижение совместимости возможно только при планомерной работе над ней заинтересованной стороны.

При этом существуют ситуации, когда достижение совместимости путем случайной подстройки под партнера выгодно для сторон, а достигаемое таким образом асимметричное равновесие общественно оптимально. Тогда стороны могут не пытаться достигнуть точки полной совместимости.² По сути, это характерно для ситуаций эпизодических, нерегулярных контактов, незаинтересованности в партнере. В других случаях стороны, как правило, стремятся к полной совместимости и, следовательно, ими приветствуется создание общественных стандартов.

Совместимость при взаимодействии может быть достигнута посредством:

1. *Взаимувязки*, определения партнерами объемов ресурсов, требуемых для достижения совместимости $(k+v)=(m+n)=r$.

2. *Создания «адаптера»*, когда социальная организация формирует потоки ресурсов, в соответствии запросам партнера по взаимодействию в одностороннем порядке $(k+v)=r$. Достижение точки совместимости посредством адаптера возможно в случае, если одна из сторон посчитает это выгодным или нужным для себя.

При взаимном интересе сторон, когда обе стороны готовы принять меры для достижения совместимости взаимодействия за счет вложения определенного количества ресурсов, совместимость чаще

¹ Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. М., 2010. С. 240.

² Carl Shapiro, Hal R. Varian. Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. — Harvard Business School Press, 1998.

всего достигается посредством взаимоувязки. В этом случае используемые объемы ресурсов произвольны и возможны ситуации, когда одна из сторон вкладывает их излишнее количество $(k+c) > r$, т. е., по сути, расходуя часть ресурсов впустую. В то же время взаимоувязка предполагает возможность разделения объемов ресурсов, необходимых для осуществления взаимодействия партнерами, что увеличивает вероятность выработки и введения общественных стандартов при длительном взаимодействии. Это выгодно сторонам, так как делает контакты более предсказуемыми и, следовательно, менее ресурсозатратными. Если же такое разделение невозможно или хотя бы одна из сторон предпочитает случайные подстройки, достижение общественного стандарта осложняется.

При асимметричных равновесиях взаимодействия имеет большое значение *сила партнеров*, т. е. объемы их фиксированных ресурсов.

Партнеры, обладающие *незначительной асимметрией в фиксированных ресурсах*, более склонны к достижению полной совместимости, введению общественного стандарта. В то же время частые стимулы, произвольные введения избыточных ресурсов одной из равновесных сторон, могут показаться партнеру чрезмерными, могут быть прочитаны как сигнал угрозы или слабости и иметь негативные последствия.

В случае *асимметричного равновесия* при значительном расхождении в фиксированных ресурсах социальная организация, обладающая меньшими запасами, вкладывающая значительное количество избыточных ресурсов, заинтересована в стандартизации ситуации, выработке общественного стандарта, в то время как сильная, имеющая достаточно большой фиксированный ресурс, может даже препятствовать этому. В основном «любой общественный стандарт выгоден слабому».¹

В ситуации *симметричной несовместимости*, когда интересы социальных организаций расходятся, отсутствуют *частные стимулы* к взаимодействию (побочные интересы), ни одной из них не выгодно за собственный счет проводить действия для достижения совместимости. Если у одной из сторон появляются побочные интересы, то достижение совместимости возможно в одностороннем порядке посредством создания адаптера. При этом частный выигрыш инициатора может быть как положительным, так и отрицательным. Это

¹ Carl Shapiro, Hal R. Varian. Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. — Harvard Business School Press, 1998.

во многом зависит от того, насколько стимулы к производству адаптера являются «слишком слабыми» или «слишком сильными» с точки зрения социума.¹

При незначительных ресурсных асимметриях минимальное использование социальных ресурсов слабой из сторон ведет к установлению симметрии во взаимодействии. В то же время, при желании обеих сторон произвести положительное *впечатление* друг на друга, возможно использование взаимоувязки, ведение каждым из партнеров излишних положительных ресурсов и достижение совместимости (вплоть до полной). При этом возможно появление эффекта *желания выработки общественного стандарта*.²

Если достижение взаимоувязки интересов невозможно, при ресурсных асимметриях одна из сторон может пойти на создание *адаптера* как целенаправленного совмещения предлагаемых при взаимодействии ресурсов с потребностями партнера путем продуманного введения избыточного ресурса. Причем ключевым вопросом при таком решении является ресурсозатратность, т. к. создание адаптера, по сути, разрешение партнеру пользоваться всеми благами совместимости взаимодействия.

Следует отметить, что выигрыш слабой стороны особенно велик, если в глазах социума она имеет предпосылки для создания адаптера. Сильная сторона, создавая адаптер, может даже проиграть, уступить некоторые свои позиции в глазах социума. При этом очевидно, что *общественного выигрыша* не происходит.

При существенной *ресурсной асимметрии* силы сторон не равны, и достижение совместимости и создание *адаптера*, как правило, выгодно слабой стороне. Приспособившись, подстроившись к запросам сильной стороны и соответствуя им ($m < r$, где $m+k=r$), слабая использует в основном избыточные ресурсы. При этом ее реальное предложение по-прежнему не соответствует спросу сильной стороны. Установившееся равновесие в этом случае не является устойчивым. Согласно Дэкерсу, слабая стороны будет вынуждена постоянно увеличивать уровень «поглаживаний», наращивая избыточные ресурсы,³ чтобы удерживать заинтересованность сильной. В том случае, если

¹ Carl Shapiro, Hal R. Varian. Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. — Harvard Business School Press, 1998.

² Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. М., 2010. С. 243.

³ Ламберт Дэкерс. Мотивация: теория и практика. — М. : ГроссМедиа, 2007. С. 380–451.

слабая стороны накопит постоянные ресурсы и тем самым приблизится к позиции сильной, она может сама выступить инициатором изменения ситуации: снятия адаптера и перехода к взаимоувязке.

Если слабая сторона не может или не хочет приспособливаться к запросам сильной стороны ($m < r$, где $r - m = z$), взаимодействие будет успешно только в случае, если существуют частные стимулы, побочные интересы, делающие его выгодным сильной стороне. В этом случае сильная сторона может намеренно оказать давление (*антиадаптер*), т. е. $m = r - z$. Такое положение — своего рода достижение совместимости, инициируемое желанием сильной стороны. При этом достижение равновесия происходит за счет *остаточного впечатления* (z), т. е. $m + z = r$, где z — уровень остаточного впечатления о сильной стороне.¹

Целесообразность создания антиадаптера определяется ситуацией и может принести выигрыш любой из сторон, т. е. итоговый выигрыш может оказаться не в пользу сильной стороны. Учитывая, что в случае применения антиадаптера сильной стороной социум чаще всего встает на сторону слабого, это может иметь серьезные косвенные последствия.

Следует подчеркнуть, что при высоких параметрах внутреннего принуждения происходит дезрегуляция поведения.² Возникновение чувства обиды связано с амотивацией, ведущей к низкой производительности.³ Логично предположить, что остаточные впечатления, связанные с применением сильной стороной антиадаптера, имеют характер негативных эмоций, которые отрицательно влияют на дальнейшие контакты сторон.

При необходимости сильная сторона может применить технологии, связанные с использованием социальных ресурсов для достижения соответствия, которые способны несколько изменить

¹ Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. М., 2010. С. 244.

² Christopher P. Niemiec, Richard M. Ryan, & Edward L. Deci. The Emotional and Academic Consequences of Parental Conditional Regard: Comparing Conditional Positive Regard, Conditional Negative Regard, and Autonomy Support as Parenting Practices // *Developmental Psychology*, 2009, vol. 45, № 4. Pp. 1119–1142.

³ Assor A., Kaplan, H., Kanat-Maymon, Y., & Roth, G. Directly controlling teacher behaviors as predictors of poor motivation and engagement in girls and boys: The role of anger and anxiety. *Learning and Instruction*, 15, 2005. Pp. 397–413.

соотношение сил в восприятии слабой стороны (*синхроадаптер*), т. е. представить $m < r$, односторонним введением избыточных ресурсов, где $m = r + (-y - x)$ для создания впечатления равновесия ($m + x = r - y$). Таким образом, создается *иллюзия равновесия*, т. е. целенаправленная синхронизация сил сильной стороной с целью управлять слабой.¹ Создаются условно-положительные связи, которые «предполагают неявное обещание любви в обмен на обязательство действовать в соответствии с ожиданиями партнера».²

При желании сильной стороны возможно использование синхроадаптера для стимулирования слабой стороны на взаимоувязку ресурсов. В этом случае сильная сторона должна позаботиться об эмоциональной интеграции слабой. Эмоциональная интеграция связана с осознанием своего эмоционального состояния и является потенциалом для регулирования поведения (*choicefully*). «Интеграция позволяет вести исследования и накапливать опыт, а не подавлять эмоции».³

Таким образом, используя технологии подстройки избыточных ресурсов под запросы партнера, одна из сторон может добиться большого личного успеха. Причем такой успех не всегда взаимно выгоден, т. е. приносит *общественный выигрыш*. В то же время при расхождении в силе партнеров возможно использование таких технологий, что позволяет максимально приблизиться к точке совместности и тем самым добиться эффективного взаимодействия.

Нахождение соответствия и его поддержания целесообразно для слабой стороны с точки зрения ее развития, происходящей по мере достижения оперативных целей.⁴ Если оперативной целью слабой

¹ Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. М., 2010. С. 244.

² Christopher P. Niemiiec, Richard M. Ryan, & Edward L. Deci. The Emotional and Academic Consequences of Parental Conditional Regard: Comparing Conditional Positive Regard, Conditional Negative Regard, and Autonomy Support as Parenting Practices // *Developmental Psychology*, 2009, vol. 45, № 4. Pp. 1119–1142.

³ Edward L. Deci & Richard M. Ryan & Maarten Vansteenkiste & Jessey Bernstein & Christopher P. Niemiiec. 2006. The antecedents and consequences of autonomous self-regulation for college: A self-determination theory perspective on socialization // *Journal of Adolescence*, 29, 2006. Pp. 761–775.

⁴ Edwin A. Locke & Gary P. Latham. Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation. The authors summarize 35 years of empirical research on goal-setting theory. University of Maryland, *American Psychologist*, 2002, September. P. 708.

социальной организации является создание адаптера, то при развитии стремлении к познанию, осуществляя взаимодействие, она может развиваться и тем самым усилить свои постоянные ресурсы, т. е. сделать шаг к усилению своих позиций на рынке.

Создание любого вида адаптера социальной организацией имеет определенные последствия, причем основными аспектами такого шага являются: существующая репутация социальной организации во внешней среде, восприятие усилий по достижению совместимости в глазах социума и его влияние на будущую репутацию, т. е. создание адаптера неизбежно вызывает искажение существующего восприятия социальной организации во внешней среде, имеющее как одномоментный, так и длительный во времени характер. Если такие искажения могут оказаться не в пользу социальной организации, ей следует заранее предусмотреть меры по нейтрализации искажений, которые требуют определенных ресурсных затрат. Это делает создание адаптера часто не оправданным с ресурсной точки зрения.

В то же время существует факт того, что социальная организация, использующая адаптер и вводящая в одностороннем порядке ресурсы, склонна к *частной стандартизации* (установление незыблемости собственных стандартов), резко усиливающей ограничения по достижению общественного стандарта, выгодного двум сторонам.¹

При прочих равных партнер всегда будет взаимодействовать с той социальной организацией, взаимодействие с которой осуществлялось при полной совместимости, оставило о себе положительные впечатления, так как человек выбирает ту альтернативу, которая ему больше всего нравится.² Поэтому при заинтересованности в долгосрочности контактов социальная организация будет стараться найти точку полной совместимости посредством взаимоувязки и даже идти на значительные вложения ресурсов в одностороннем порядке. Незаинтересованность в повторных взаимодействиях существенно снижает стимулы к достижению совместимости.

«Люди всегда больше получают, если состоят в условиях успешной кооперативной организации, нежели от работы в качестве изолированных индивидов».³ Таким образом, уровень конкурентоспо-

¹ Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. М., 2010. С. 241.

² Ламберт Дэкерс. Мотивация: теория и практика. М., 2007. С. 387.

³ Рэндалл Коллинз. Социологическая интуиция // Личностно-ориентированная социология. — М. : Академический проект, 2004. С. 412–413.

способности социальной организации напрямую связан с ее умением достигать совместимости во взаимодействии.

Библиография

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление // Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. 7-е изд. СПб., 2007.
2. Власюк Г. В. Ресурсы социальной организации. М., 2010.
3. Зиммель Георг. Как возможно общество? // Г. Зиммель. Избранное. Т. 2. М., 1996.
4. Ламберт Дэкерс. Мотивация: теория и практика. М., 2007.
5. Рэндалл Коллинз. Социологическая интуиция // Личностно-ориентированная социология. М., 2004.
6. Assor A., Kaplan, H., Kanat-Maymon, Y., & Roth, G. Directly controlling teacher behaviors as predictors of poor motivation and engagement in girls and boys: The role of anger and anxiety. *Learning and Instruction*, 15, 2005.
7. Carl Shapiro, Hal R. Varian. *Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy*. — Harvard Business School Press, 1998.
8. Christopher P. Niemiec, Richard M. Ryan & Edward L. Deci. The Emotional and Academic Consequences of Parental Conditional Regard: Comparing Conditional Positive Regard, Conditional Negative Regard, and Autonomy Support as Parenting Practices // *Developmental Psychology*, 2009, vol. 45, № 4.
9. Edwin A. Locke & Gary P. Latham. Building a Practically Useful Theory of Goal Setting and Task Motivation. The authors summarize 35 years of empirical research on goal-setting theory. *University of Maryland, American Psychologist*, 2002, September.
10. Edward L. Deci & Richard M. Ryan & Maarten Vansteenkiste & Jessey Bernstein & Christopher P. Niemiec. The antecedents and consequences of autonomous self-regulation for college: A self-determination theory perspective on socialization // *Journal of Adolescence*, 29, 2006.
11. Michael L. Katz. Karl Shapiro. Network externalities, competition and compatibility // *American Economic Review*, 1985, vol. 75, № 3, June.

*ЕРЕМИНА Екатерина Витальевна,
кандидат социологических наук, доцент,
кафедра государственного управления
и социологии региона, Пензенский
государственный университет
hope77@yandex.ru*

Исследование особенностей формирования региональной идентичности / Study of the peculiarities of the formation of regional identity

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы региональной идентификации в современных российских регионах, дается анализ факторов формирования и структурных элементов региональной идентичности, а также приводятся данные исследования взаимосвязи статуса субъекта Федерации и характера региональной идентичности на примере Республики Мордовия и Пензенской области.

Ключевые слова

Регион; региональная идентичность; региональная идентификация.

Annotation

The article considers the problems of regional identity in the modern Russian regions, the factors of formation and structural elements of regional identity are analysed. The research data devoted to the correlation of Federation subject's status and the nature of regional identity on the example of the Republic of Mordovia, the Penza region are presented.

Keywords

Region; regional identity; regional identification.

В современной России складываются разнообразные варианты проявления региональной уникальности, теоретическое осмысление и изучение которых имеют огромное значение для понимания динамики регионализации и функционирования региона как сложной социальной системы. Вопросы регионального позиционирования и брендинга территории, оценки и повышения инвестиционного потенциала региона, повышение удовлетворенности регионального общества проживанием в данном регионе в настоящий момент могут рассматриваться уже как законодательно оформленные приоритеты.

Неоднозначность содержания и характера региональной идентичности определяется значительными различиями в культурной, социально-экономической, политической системах субъектов РФ, в целях и в ресурсах регионального развития. Это создает различные условия протекания социальных процессов в регионах, определяющих особенности формирования региональной идентичности.

Социальные противоречия и вариативность современного российского общества, неоднозначность социальных ситуаций, многообразие принципов организации социальных общностей, видов деятельности, социальных ролей и групповых норм получают свое отражение в самосознании различных групп населения. Происходит стирание устоявшихся ценностей социальных категорий, посредством которых человек определяет себя и свое место в обществе, — кризис идентичности наблюдается не только на уровне самосознания отдельной личности, но и в рамках определенного социального пространства. Новизна явления региональной идентичности, своеобразие ее субъектов и механизмов требуют адекватного их отражения в социологическом дискурсе.

Прежде всего необходимо четко разграничивать понятия внешней и внутренней идентичности: если речь идет о внешней идентичности региона, то ее можно обозначить как результат распознавания и атрибутирования образа региона извне, в более широком социальном пространстве (объективная региональная идентичность); в то время как региональная самоидентичность представляет собой набор собственных социальных свойств и особенностей региона (исторических, политических, экономических, культурных и т. д.), установленных самостоятельно рефлексивно и присвоенных субъектом (жителями региона).

Особый интерес представляет именно самоидентичность как результат отождествления индивида с общностью. Поэтому региональная самоидентичность есть субъективная равнодействующая, основанная на объективно существующих признаках данной региональной общности (т. е. субъективная региональная идентичность).

Региональная самоидентичность обнаруживается не только в способности субъекта поддерживать и сохранять свою цельность, несмотря на изменение отдельных ее компонентов, но и в его поведении и деятельности. Понимание региональной идентичности в некотором смысле помогает определить жизненные цели и задачи индивида, оформить свой жизненный путь либо в пределах данного социально-территориального пространства, либо за его пределами.

В структуре региональной идентичности с точки зрения социологического анализа сильны когнитивные, а также эмоциональные оценочные моменты, которые могут иметь как позитивный, так и негативный оттенок и соответственно реализовываться в конкретных чувствах и действиях регионального сообщества, что подтверждают данные социологических исследований.¹

Проведенный анализ разных теоретических подходов к исследованию региональной идентичности дает основания выделить в ее структуре следующие основные компоненты:

— когнитивный — представляет собой знание об определенном региональном сообществе, формируемое на основе представлений об его идентифицирующих признаках. К этому компоненту можно отнести территориальные и географические, а также исторические, культурные, политические и другие знания об особенностях взаимодействий жителей региона между собой и с государством;

— ценностный — включает в себя позитивное или негативное отношение к своей региональной принадлежности; понимание индивидом смысла вышеназванных элементов, признание их значимости и включенности в собственную систему ценностей;

— эмоциональный — признание или непризнание регионального сообщества в виде группы членства как результат действия когнитивного и ценностного компонентов. Проявлением эмоциональной составляющей выступает чувство гордости или стыда, вызванное принадлежностью к региональному сообществу, региональный патриотизм;

¹ Горшков М. К., Тихонова Н. Е. Богатство и бедность в представлениях россиян // Социологические исследования. — 2004. — № 3. — С. 16–22.

— деятельностный — определенный тип поведения субъекта регионального сообщества, опирающийся на знания о регионе и эмоционально-ценностное его восприятие. Данный компонент проявляется либо в созидательной деятельности на благо своего региона, содействии укреплению его позиций в системе социально-территориальных общностей, либо в безразличии к региональным проблемам, желании изменить место своего проживания.

К основным факторам формирования региональной идентичности можно отнести следующие: основания образования региона (исторические, политико-управленческие, социально-экономические, национально-этнические, культурные; физико-географические и др.); качество жизни; ментальность регионального социума; человеческий потенциал региона; вектор развития (включая направление и динамику развития): инновационное, модернизационное, стагнирующее, деградационное.

В рамках исследования процесса региональной идентичности и влияющих на нее факторов интерес представляет сравнение формирования региональной идентичности в двух похожих регионах европейской части России, отличающихся статусом субъекта Федерации (область — республика). Мы считаем данное сравнение полезным с целью выявления влияния на региональную идентичность именно республиканского статуса. Дело в том, что в последнее время активизировались дискуссии по вопросу о превосходстве идентичности: этническая или региональная? Очень часто возникает вопрос об ограниченных возможностях «мультикультурного» развития, о снижении роли региональной идентичности в условиях глобализации и роста мобильности ресурсов, в частности населения¹.

Для целей настоящего исследования взяты соседние регионы Поволжского федерального округа — Пензенская область и Республика Мордовия. Эти регионы можно считать очень близкими по территориально-географическому расположению, природно-климатическим условиям и по историческому прошлому, так как ранее это была территория проживания одного народа — мордвы².

¹ Жердева О. В. Роль маркетинга в идентификации территорий // Маркетинг в России и за рубежом. — № 2. — 2006 [Электронный ресурс] : URL: <http://www.dis.ru/library/market/archive/2006/2/4071.html>

² Федеральный интернет-портал Protown.ru: URL: http://protown.ru/russia/obl/spravka/spravka_118.html

В целях исследования процессов региональной идентификации рассматриваемые регионы можно, на наш взгляд, было бы отнести к одной модели регионального развития, но, возможно, к двум ее различным проявлениям. Однако эти проявления, по сути, не имеют принципиальных существенных различий, за исключением статусной позиции субъектов РФ (области и республики).

В рамках исследования региональной идентификации в 2010 г. кафедрой «Государственное управление и социология региона» Пензенского государственного университета при непосредственном участии автора данной работы был проведен экспертный опрос представителей двух субъектов РФ в составе ПФО — Республики Мордовия и Пензенской области. Они представляют собой объективно среднересурсные, но достаточно социально освоенные регионы, каких большинство в РФ, что позволяет нам говорить о них как о типичных модельных российских регионах.

В качестве экспертов по каждому региону были привлечены представители органов власти (законодательной и исполнительной), бизнеса, институтов гражданского общества, СМИ, научного сообщества — по 20 человек от каждого региона (в совокупности — 40 экспертов). Это дает основания считать экспертную группу достаточно представительной и в количественном и в качественном отношении.

Для проверки гипотезы о влиянии статуса субъекта на характер региональной идентичности эксперты оценили общий уровень социально-экономического развития своих регионов. Рассмотрим результаты распределения ответов экспертов на вопрос «К какому типу Вы можете отнести Ваш регион?» (см табл. 1).

Таблица 1

**Распределение ответов экспертов на вопрос
«К какому типу Вы можете отнести Ваш регион?» (N=40)**

Типы регионов	Республика Мордовия (N=20), чел.	Пензенская область (N=20), чел.
высокоресурсный и освоенный		
высокоресурсный, но слабо обустроенный	2	
среднересурсный и освоенный	12	14
среднересурсный, но слабо освоенный	6	4
низкоресурсный и освоенный		2
низкоресурсный и слабо освоенный		

Как мы уже отмечали, исследуемые регионы очень близки по своим объективным социально-экономическим показателям, но все же не одинаковы. По одним позициям немного уступает один регион, а по другим позициям — другой.

В оценках экспертов Республики Мордовия и Пензенской области преобладают средние позитивные оценки: большинство опрошенных Республики Мордовия (12 человек) и 14 экспертов Пензенской области отнесли свой регион к регионам среднересурсным и освоенным, однако при этом 2 эксперта Мордовии считают свой регион высокоресурсным, но слабо обустроенным, а 6 — среднересурсным, но слабо освоенным.

В Пензенской области оценки экспертов чуть ниже: к среднересурсным, но слабо освоенным свой регион отнесли 4 эксперта, а 2 — к низкоресурсным и освоенным.

Таким образом, на наш взгляд, эксперты Республики Мордовия фиксируют свое внимание на объективно более высоких показателях региона (например, доступность рабочих мест, инвестиционная привлекательность, индекс человеческого потенциала и др.). В оценках экспертов Пензенской области, по нашему мнению, большее внимание обращают на объективно более низкие показатели региона.

Полученные оценки отражают внешние и внутренние аспекты региональной идентификации. Когнитивная составляющая региональной идентичности — это не только само знание объективных региональных особенностей и параметров, сколько отношение к этому знанию, формируемое в конкретных социально-культурных условиях, которое находит выражение в эмоционально-ценностных установках индивидов в отношении своего региона.

Особого внимания в ракурсе изучаемой нами проблемы заслуживает оценка качества жизни региона (см. табл. 2).

Как показывают результаты опроса экспертов Республики Мордовия и Пензенской области, в оценках качества жизни различных групп населения региона преобладают средние и низкие показатели: самыми незащищенными группами выступают пенсионеры и нетрудоспособное население (80 и 70% экспертов соответственно дали низкую оценку качества их жизни).

Вместе с тем важно отметить, что для большинства российских регионов качество жизни выступает приоритетным фактором формирования деятельности составляющей региональной идентич-

ности, т. к. создает необходимые условия для самореализации индивидов в социальном, экономическом, политическом, культурном пространстве регионального социума. Таким образом, на наш взгляд, не просто формируется жизненная стратегия человека, но и задается ее вектор.

Таблица 2

**Оценка экспертами качества жизни основных групп населения
Республики Мордовия и Пензенской области (N=40)**

Группы населения региона	Качество жизни					
	Высокое		Среднее		Низкое	
	Республика Мордовия (N=20)	Пензенская область (N=20)	Республика Мордовия (N=20)	Пензенская область (N=20)	Республика Мордовия (N=20)	Пензенская область (N=20)
Дети и молодежь	10%	10%	70%	60%	20%	30%
Работающее население	10%	10%	80%	70%	10%	20%
Пенсионеры и нетрудоспособное население			20%	30%	80%	70%

Для исследования особенностей формирования различных структурных элементов региональной идентичности (в частности, когнитивного ее аспекта) интерес представляет и ранжирование экспертами оснований регионообразования. Экспертам было предложено оценить значение различных оснований образования региона по 10-балльной шкале.

Ответы экспертов Республики Мордовия на вопрос «Какие основания можно считать наиболее значимыми в образовании Вашего региона в современных границах?» показывают, что наиболее значимыми факторами образования Республики Мордовия являются исторические и географические (эксперты оценили их в 9 баллов). На втором месте — национально-этнические и политико-управленческие (эксперты оценили их в 8 баллов). На третьем месте по значимости стоят экономические, культурно-духовные основания образования региона (7 баллов).

На аналогичный вопрос экспертами Пензенской области были даны следующие ответы. На первое место по приоритетности экс-

пертами были определены политико-управленческие факторы — опрошенные эксперты присвоили им оценку в 9 баллов. На втором месте — исторические и географические основания регионообразования (8 баллов), а за ними идут экономические и культурно-духовные (7 баллов). Национально-этнические факторы регионообразования в оценках пензенских экспертов не получили высокой позиции (4 балла).

Важно отметить, что экспертное мнение объективно отражает факторы образования исследуемых территорий. Исторический анализ показывает, что территория нынешней Пензенской области и Республики Мордовия — это территория расселения мордвы-мокши и мордвы-эрзи, одного народа с общей культурой, традициями, образом жизни и однородной территорией расселения. Социальная дифференциация начала проявляться с присоединением Среднего Поволжья в состав Русского государства и началом татаро-монгольского ига, когда мордва ассимилировалась с русскими, буртасами, татарами. Уже в первые десятилетия советской власти статус двух регионов резко изменился¹.

Именно в 30 гг. XX века произошло территориальное разделение между Пензенской областью и Республикой Мордовия, когда во всех частях нового государства СССР происходило формирование и развитие нового общественного строя. Пензенская область в современных границах образована 4 февраля 1939 г. Что же касается Мордовии, то ее историческая судьба в XX веке складывалась следующим образом. В 1928-м был образован Мордовский округ, 1930-м — Мордовская автономная область, в 1934-м — Мордовская Автономная Советская Социалистическая Республика. Именно с этого времени, когда советские власти приняли решение о создании Мордовской АССР, и целесообразно, по нашему мнению, считать начало различия в идентификации жителей Республики Мордовия и Пензенской области.²

И различия эти касаются прежде всего национально-этнических и политико-управленческих аспектов образования регионов. Таким

¹ Официальный портал Правительства Пензенской области: URL: http://www.penza.ru/exhibitions/7_wonder/

² Официальный сайт органов государственной власти Республики Мордовия: URL: <http://e-mordovia.ru/combo/view/2>

образом, наше предположение об отражении в региональном самосознании политико-правового статуса территории (области или республики) находит свое подтверждение в анализе полученных данных.

Национально-этнический фактор образования региона получил в оценках экспертов Пензенской области более низкие оценки (4 балла по 10-балльной шкале) по сравнению с данными экспертного опроса в Мордовии (8 баллов по 10-балльной шкале).

Таким образом, это дает основание сделать вывод об отражении в региональной идентичности населения политико-правового статуса территории. Жители республики (Республики Мордовия) склонны более положительно воспринимать свой регион, чем жители области (Пензенской области), несмотря на объективно близкие характеристики регионов с точки зрения социально-экономического положения территорий.

Библиография

1. Галактионова Н. А. Особенности современных процессов регионализации и формирования региональной идентичности // Регионоведение. — 2010. — № 2.
2. Горшков М. К., Тихонова Н. Е. Богатство и бедность в представлениях россиян // Социологические исследования. — 2004. — № 3.
3. Жердева О. В. Роль маркетинга в идентификации территорий // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — № 2 [Электронный ресурс] : URL: <http://www.dis.ru/library/market/archive/2006/2/4071.html>
4. Манаков А. Г. Культурные границы и идентичность (на примере Северо-Запада Европейской России) // Идентичность и география в постсоветском пространстве. Сб. научных статей / Под ред. М. Бассина, К. Э. Аксенова. СПб. : Геликон Плюс, 2003.
5. Ноженко Н. М. В поисках нового регионального сообщества: возможная перспектива рассмотрения федеральных округов // Политическая наука: идентичность как фактор политики и предмет политической науки / Н. М. Ноженко, Н. Б. Яргомянская. М. : ИНИОН РАН, 2005.
6. Официальный портал Правительства Пензенской области: URL: http://www.penza.ru/exhibitions/7_wonder/
7. Официальный сайт органов государственной власти Республики Мордовия: URL: <http://e-mordovia.ru/combo/view/2>
8. Федеральный интернет-портал Protown.ru: URL: http://protown.ru/russia/obl/spravka/spravka_118.html

*ЕФРЕМОВА Елена Николаевна,
аспирантка, кафедра искусствоведения,
Санкт-Петербургский гуманитарный
университет профсоюзов
lenakaigorodova@mail.ru*

Художественность современного рекламного образа / Expressiveness of modern advertising image

Аннотация

В статье анализируются художественные решения, лежащие в основе современного рекламного образа. Раскрываются его специфические особенности, касающиеся визуальной и смысловой выразительности. Автор также затрагивает вопросы, связанные с психологическим воздействием рекламных образов за счет их художественности и эмоциональности.

Ключевые слова

Реклама; рекламный образ; современное искусство.

Annotation

In article the art decisions underlying in the basis of modern advertising image are analyzed. Its specific features, concerning visual and semantic expressiveness reveal. The author also mentions the questions connected with psychological influence of images at the expense of their artistry and an emotionality.

Keywords

Advertising; advertising images; modern art.

Реклама — сложный феномен, изучением которого занимаются специалисты различных областей знаний, таких как экономика,

психология, философия, социология, культурология, искусство и др., что подтверждает ее многогранный характер. Современная реклама — часть культурного пространства, поэтому она заимствует идеи из происходящих в нем событий и преобразовывает их согласно своим целям. Между рекламой и культурной средой происходит постоянный обмен сюжетами: новые фильмы, музыка, кино, спортивные события находят отражение в рекламе. Пространство рекламы — это постоянно расширяющаяся медийная среда (печатные издания, электронные СМИ, Интернет, наружные рекламоносители, почтовая рассылка), осуществляющая коммуникацию между производителем товара и потенциальным покупателем. Помимо эксплуатации впер- вые появляющихся рекламных тем, она сама базируется на сложившихся культурных традициях, использует имеющиеся культурные клише.

Стремление рекламы привлекать потребителя в условиях постоянно расширяющегося круга конкурентных товаров и услуг заставляет ее прибегать к поиску новых вариантов художественности решений. Художественность предполагает образность, которая достигается за счет применения как традиционных средств искусства (фотографии, орнамента, шрифтов, приемов живописи и рисунка и др.), так и инновационных (мультимедиа) методов.

Творческий язык рекламы — изобразительный, музыкальный, текстовый — находится в формате используемого рекламоносителя и технологических возможностей изготовления. Неважно, какое используется средство массовой информации — радио, телевидение или журнал, необходимо донести самую главную информацию максимально быстро, иначе внимание потребителя будет потеряно. Как отмечает Е. Сальникова, российский исследователь в сфере рекламы, сейчас наблюдается тенденция универсальности рекламы, рекламы всех форматов¹. Поскольку средства медиа постоянно множатся, то складывается ощущение стихийного характера распространения рекламы. Выделиться на фоне конкурентов помогают художественные средства выразительности.

¹ Философия и социология рекламы. Стенограмма «круглого стола» (РГУ, социологический факультет, 25.03.04) [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://sociologist.nm.ru/articles/round_02.htm, свободный. — Загл. с экрана.

Замысел создателей рекламы воплощается в определенное средство отражения действительности — художественный образ. Существует большое количество его определений. В обобщенной форме художественный образ — проявление художественной системы эпохи, связанной с отражением времени и определенной культурной идеей (также и метафорическое отражение действительности). Основная культурная идея эпохи, идеология и пропаганда определяют художественный стиль времени¹, т. е. образы современной рекламы очередного рубежа веков являются своеобразным ответом на условия стремительно меняющейся жизни: экономической, социальной, культурной и являются естественным проявлением времени.

Художественный образ как сложное явление зависит от условий своего проявления, субъективной оценки зрителя и прочих факторов. Художественный образ обладает качествами индивидуальности и абстрактности восприятия. В рекламе, как ни в какой другой сфере, особенно проявляются именно эти характеристики художественного образа. Так, благодаря этим свойствам создатели рекламы предлагают не сам товар, но «образ образа», суть которого можно было бы пояснить следующими действиями. Сначала дизайнер-проектировщик создает реальный продукт, например кофеварку, обладающую образностью старинной «вещицы», и уже потом дизайнер-рекламист придумывает рекламный образ этого продукта. Рекламист наделяет образ рекламы своим авторским видением, которое может отличаться от взглядов создателя этого продукта. Заложенная изначально образность продукта несколько трансформируется в процессе проектирования рекламы, создается образ, больше похожий на образ-мечту, которым желает обладать потребитель. При этом сам товар, объективные данные о нем оказываются в тени созданного рекламного образа. Образная реклама отличается сверхгибкостью: она скрывает за иллюзорностью образа сущность рекламируемой вещи.

Функции художественного образа — осмысление бытия, личностного развития и эстетизация мира. В последние десятилетия художественный образ трансформировался, заключает А. В. Овруцкий в «Анатомии рекламного образа»². Это может объясняться сменой

¹ Лосев А. Ф. Проблема художественного стиля. — Киев : Collegium, Киевская академия евробизнеса, 1994. — 286 с.

² Анатомия рекламного образа // Под общ. ред. А. В. Овруцкого. — СПб. : Питер, 2004. — 224 с.

ценностных приоритетов, ростом бездуховности и потерей жизненных ориентиров, но проблема не сводится только к этому. Происходит и так называемое клипирование личности со стороны СМИ и рекламы; человек начинает воспринимать себя в нескольких социальных ролях, олицетворяя себя с героями из виртуального мира. Автор разделяет эту точку зрения, но стоит отметить, что данная трансформация художественных образов произошла постепенно, аудитория была подготовлена к появлению в рекламе новых идеальных героев и более агрессивному характеру рекламы.

Художественный образ в рекламе прежде всего предназначен для привлечения внимания. Существуют рекламные стандарты, являющиеся факторами психологического воздействия¹. Под рекламным стандартом понимается предлагаемый определенной аудитории образ, который ей наиболее близок и понятен. Примеры двух стандартов в рекламе: идеальная ухоженная бизнес-леди без недостатков и простая, одетая в домашнюю одежду домохозяйка. Потребитель может соотнести себя с любым из них, не чувствуя себя ущемленным. Несмотря на то что рекламных стандартов множество, можно выделить некоторые из них:

- люди, животные в рекламе товара, используемые в силу высокой степени привлекательного эффекта;
- парадоксальная ситуация, юмор, вызывающие положительные эмоции, добрые чувства, но только в той стране, где этот юмор уместен и понятен;
- личное обращение, носящее персональный характер побуждения к действию (рекламные образы, выстроенные по принципу широко известного плаката «Ты записался добровольцем?»);
- шокирующая ситуация, удивляющая зрителя неожиданностью жестокого сюжета (поражает зрителя, но не несет положительных эмоций из-за присутствующих сцен насилия и пр.);
- необычность сюжета, привлекающая в силу оригинальности;
- гипертрофированность качества (чрезвычайное усиление качеств объекта, привлечение образов звезд, медийных лиц);
- использование символов, понятных и доступных всем.

¹ Зазыркин В. Психология рекламы // Психология и психоанализ рекламы : учеб. пособие для факультетов психологии, социологии, экономики, рекламы и журналистики / Ред. Райгородский Д. Я. — Самара : Издательский дом «Бахрах-М», 2007. — С. 448–470.

Размышляя о степени художественности рекламы, стоит отметить два противоположных мнения. Некоторые исследователи полагают, что применяемый в рекламе инструментарий искусства, а именно: средства живописи и рисунка, музыка, кино и т. д., не является достаточным основанием считать рекламу искусством, что она существует исключительно для продажи товара или услуги, при этом совершенно не обязана представлять художественной ценности. Другие, напротив, считают, что реклама — это искусство XX века и современности. Марк Фенске, копирайтер компании Nike, заключал, что «реклама — самое могущественное из всех искусств»¹. Предположим, что реклама и искусство имеют общие точки соприкосновения, и продукт рекламы подобно произведению искусства, возможно оценивать категориями искусства.

Часть исследователей, например А. Репьев², заключают, что реклама должна быть эстетически выразительной, но может и не быть художественным явлением. Под эстетической выразительностью в данном случае понимается одна из основополагающих сущностей эстетического. Итак, эстетическая выразительность в рекламе — воплощение замыслов путем адресной организованности средств воздействия с целью вызвать эмоциональные переживания. Достижение эстетической выразительности возможно за счет осознанного применения художественных решений, основанных на ритмичности, симметрии и асимметрии, цветовых контрастах, особенностях пространственного положения предмета, свойств линии и пятна и других приемов. Выразительность может быть достигнута и за счет отступления от общепринятых правил построения композиции, за счет необычных, новаторских приемов, а также приемов «на грани» социальных норм (шокирующая реклама). Новаторские приемы сопутствуют зарождению новых направлений как в искусстве, так и в рекламе. Невыразительная реклама не может быть эстетичной. Но реклама, обладающая эстетической выразительностью, может и не быть художественным явлением.

¹ Роль креатива в эффективности рекламы [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.redkvadrat.ru/mnuCompany/publik/publik_52.html, свободный. — Загл. с экрана.

² Репьев А. П. Рекламодателю о рекламе [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.repiev.ru/>, свободный. — Загл. с экрана.

Определение понятия «художественное явление» имеет несколько значений. Это может быть отдельно взятая работа, представляющая собой произведение искусства. Это также может быть и целое направление творчества как отдельного автора, так и группы мастеров или целое течение в искусстве. При этом в истории рекламы имеются примеры рекламы, ставшей художественным явлением, например рекламные плакаты Тулуз-Лотрека, который поднял жанр рекламного плаката до уровня высокого искусства. Однако соотношение просто эстетически выразительной рекламы и рекламы как художественного явления склоняется в пользу первого. Существует также реклама с нейтральной выразительностью или безликая, оставляющая потенциального потребителя равнодушным.

Специалисты, полагающие, что реклама — в меньшей степени искусство, приходят к выводу, что в рекламе недостаточно создавать работы высокого уровня с художественной точки зрения: нужно преследовать конечную цель — привлечение внимания к товару и увеличение продаж.

Вторая точка зрения заключается в том, что современная реклама находится в тесной взаимосвязи с искусством, отчасти является катализатором его развития. Известно о влиянии искусства на рекламу и использование рекламой художественных образов, созданных искусством. Но и реклама столь же активно участвует во внутренних процессах искусства, воздействуя на развитие его выразительного языка. Происходит обоюдное взаимодействие рекламы и искусства, когда реклама не только заимствует приемы искусства, но и подталкивает искусство к развитию новых направлений, впервые появившихся в рекламе.

Реклама заимствует приемы, применимые в живописи, скульптуре, архитектуре, не только тиражируя их, но адаптируя содержащуюся в них образность к собственным особенностям и расширяя сферу функционирования произведений «высокого искусства». Так, в рекламе можно встретить звучащие в новой смысловой «тональности» и адаптированные к конкретному рекламному сюжету образы «Джоконды» Леонардо да Винчи, «Неизвестной» Крамского, «Дискобола» Мирона, персонажи полотен Сурикова («Боярыня Морозова»), Репина («Бурлаки на Волге»), Васнецова («Богатыри») и др. Желание обратиться к шедеврам обосновано их широкой узнаваемостью, за счет которой возможно формирование лояльности к рекламируемому товару, а также заведомо высоко заданный уровень.

Более того, открываются широкие возможности интерпретации заимствованных образов произведений искусства в определенном контексте. Это могут быть комическая, шокирующая ситуация, необычный сюжет, когда содержащаяся в произведении образность значительно видоизменена. Применение в рекламе образов произведений искусства имеет две стороны — положительную и отрицательную. Плюсом служит то, что реклама в данном случае, пусть даже в нетрадиционной форме, способствует популяризации искусства, и в качественном исполнении она не оставляет на оригиналах негативного отпечатка. Отрицательным моментом является паразитирование рекламы на образах искусства в случае, когда реклама искажает общечеловеческие принципы и ценности.

Таким образом, реклама, тесно взаимодействуя с искусством, сохраняет собственную специфику, которая определяется ее основным назначением — выступать в качестве средства продвижения товаров и услуг на рынке массовой продукции. В тех же случаях, когда в рекламе преобладает не рациональное, а эмоциональное начало, художественная информация, рекламное произведение по своему характеру и средствам выразительности тяготеет к художественному.

Особенно сильно взаимодействие рекламы и современного искусства. Постепенно исчезает грань между «чистым» искусством и прикладной рекламной деятельностью. Так, произведения Дж. Розенквиста (например, «F-111») и др. художников-постмодернистов используют эстетику рекламы и намеренно неотличимы от рекламного продукта. Например, серия коммерческих рисунков Э. Уорхола для консервированных супов фирмы «Кэмпбелл», запущенных впоследствии в массовое производство. Наружная реклама некоторых витрин имеет черты таких направлений современного искусства, как поп-арт, энвайронмент и др.¹ Взаимосвязь дизайна витрин и этих видов искусства подтверждается композициями из консервных банок Дж. Джонса, Э. Уорхола, из глыб сливочного масла И. Бойса, словно демонстрирующих магазинное изобилие.

Обратимся к рекламному образу как ключевому качеству оценки рекламы с художественной точки зрения. Итак, рекламный образ —

¹ Трушина Л. Е. Российская массовая культура конца XX века. Материалы «круглого стола». 4 декабря 2001 г. Санкт-Петербург. — СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2001.

это продукт рекламы, результат интеллектуальной и творческой работы, воплощение в конкретной форме ощущений, переживаний, эмоционального настроения ее создателей. Это материальная форма, представляющая собой синтез визуальных, звуковых и текстовых форм (постер, ролик, статья и др.). Рекламный образ — это сложное синтетическое явление, использующее арсенал как интуитивных, так и научных решений. Рекламный образ отвечает за увеличение потребления товаров и услуг, а художественный образ рекламы выступает как эстетическое измерение представляемого продукта.

Рекламные образы манипулируют сознанием, что можно рассматривать как негативное влияние на общество. Массовое воспроизводство рекламных образов с успехом стимулирует бесконечное потребление товаров и услуг. В то же время рекламные образы обращаются к духовным потребностям личности, заставляя задуматься о серьезных жизненных вопросах, в виде интеллектуальной и социальной рекламы.

Сложным аспектом, с которым сталкиваются маркетологи, культурологи, искусствоведы и другие специалисты, остается качество рекламного образа. Таковым может быть образ, соответствующий целевой аудитории по художественному и деловому наполнению, причем это наполнение должно предвосхищать ожидания потребителей¹.

Между художественным и рекламным образами существует принципиальная разница. Как отмечает А. В. Овруцкий, героем художественного образа является человек, а не товар. И в этом заключается принципиальное отличие художественного и рекламного образов. За художественным образом возможно проследить авторство, в то время как рекламный образ анонимен. «В связи с тем что люди потребляют не товары, а в первую очередь соответствующие им образы, рекламный образ абстрагируется от товара, предлагая потребителю виртуальную жизнь в рамках рекламных брендов и созданных рекламой норм потребления»².

¹ Зоткин А. Ю. Бренд как основа успешного современного бизнеса [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m58/>, свободный. — Загл. с экрана.

² Анатомия рекламного образа // Под общ. ред. А. В. Овруцкого. СПб., 2004. 224 с.

По способам подачи рекламные образы можно разделить на определенные типы. Во-первых, графические, относящиеся к пространственным формам и имеющие конкретный материальный носитель. Графическая реклама отражает действительность в наглядных, зрительно воспринимаемых образах, в которых узнаются формы самой действительности и благодаря методам обобщения, типизации, воображению художника эстетически раскрываются свойства рекламируемого объекта и все связанные с этим объектом чувства (желание им обладать и др.). Во-вторых, нуждающиеся во временной компоненте, которые развиваются во времени (видео, перформансы, инсталляции и т. п.).

Среда, создаваемая рекламными образами, является насыщенной и эмоционально наполненной, она открывает для человека новые эстетические и художественные возможности. Эта сравнительно новая искусственная среда не только формирует определенные предпочтения, но и сама по себе становится потребностью, т. е. человек отчасти нуждается в рекламном фоне, который помимо художественности должен обладать мобильностью, подвижностью, характерными для современной жизни.

Особенности современной рекламы заключаются в том, что рекламный образ дистанцировался от рекламируемого предмета, стал более абстрактным, а вместе с тем и более независимым. Рекламный образ приобрел дополнительные, сопутствующие смысловые значения. Все чаще при его проектировании используются специальные приемы, способные сосредоточить на рекламе внимание потребителя. Среди этих приемов отметим образы-«вампиры»:

1. Нешаблонные визуальные решения, возможно стопперы (неожиданные, оригинальные ходы).

2. Слияние в одном изображении несовместимых объектов путем реалистичного коллажирования, например ананаса и шишки (так называемый морфинг).

3. Фольклорные персонажи, «зеленые человечки» и другие несуществующие герои.

4. Общественное признание (встречается в спонсорстве, когда авторитет «товара» позволяет инициировать концерты и шоу, например концерты Д. Билана, организованные компанией Oriflame и сопровождающиеся рекламными акциями между выступлениями певца).

Основная цель образов-«вампиров» — не просто привлечение внимания, а его сосредоточение на рекламируемом товаре с целью вызвать осознанный интерес и желание приобрести¹.

Варианты художественной подачи рекламы разнообразны: это могут быть сюжеты из повседневной жизни или фантазийные сюжеты, использование выдуманных или реальных персонажей, привлечение данных научного характера в пользу рекламируемого товара и акцент на профессиональном опыте.

Сюжеты в рекламе делятся на несколько типов:

- описательные, в которых содержится какая-то информация к сведению. Такая реклама выполняет информативную функцию;
- благополучно-сентиментальные, направленные на формирование потребности в рекламируемом товаре. Эта реклама выступает как пропаганда определенного образа жизни;
- парадоксальные и шоковые сюжеты, целью которых является привлечение внимания за счет необычности содержания.²

Мироощущение, которое исходит от рекламы, — важная характеристика восприятия рекламного образа. Творческий компонент, творческая «изюминка» — это эмоциональный заряд, совместимый с мироощущением покупателя: фраза, изображение или персонаж — продукты интеллектуального труда рекламиста, формирующие рекламную линию, обеспечивают узнаваемость рекламы³. Сегодня реклама принимает не только печатную, пространственную, но и виртуальную форму. У рекламы множество функций. Одной из них является игровая функция, когда реклама выступает в форме развлечения с привлечением потенциального потребителя в игровой форме, что становится все более реальным, учитывая сформированное рекламой некое виртуальное пространство.

«Среди различных виртуальных продуктов реклама занимает особое место...», потому что независимо от желания человека форми-

¹ Ценев Вит. Психология рекламы (реклама, НЛП и 25-й кадр). М. : ООО «Бератор-Пресс», 2003.

² Художественные приемы [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.esoonline.ru/priemy_effektivnosti_reklamy/hudozhestvennyye_priemy/hudozhestvennyye_priemy/, свободный. — Загл. с экрана.

³ Elitarium — центр дистанционного образования [Электронный ресурс] : Десять секретов создания запоминающейся рекламы. — Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/>, свободный. — Загл. с экрана.

рует его потребности согласно рекламным целям¹. Виртуальная реальность в искусстве — созданная компьютерными средствами искусственная среда, в которую можно проникать, меняя ее изнутри и испытывая при этом реальные ощущения. Попав в этот новый тип аудиовизуальной реальности, можно вступать в контакты не только с другими людьми, также внедрившимися в нее, но и с искусственными персонажами.

Таким образом, проблема исследования художественных решений важна не только в теоретическом, но и в практическом смысле. Наравне с творческим подходом присутствует технологизация процесса создания рекламных образов, которая не только делает его более эффективным, но и подсказывает верные решения. Художественная основа представляет собой обоснование выбора определенных художественных элементов оформления рекламного продукта (стилистику, характеристики персонажей и объектов, имиджевую среду, в которую будет помещен товар, и пр.). Его художественная составляющая — образно-эстетическое наполнение, эмоциональное начало. Это понятие включает в себя:

- визуальную выразительность рекламного ролика, печатного объявления, наружной рекламы, буквально то, как расположены слова относительно друг друга, каковы размеры и типы шрифтов;
- характер фотографий или иллюстраций, как они размещены, в каком стиле и как они выполнены;
- использование цвета в его неповторимости;
- расположение всех визуальных элементов рекламного объявления, их соотношения по массам и т. д.

Технологии в рекламе — проработанная стратегия рекламного сообщения, диктующая линию основной творческой идеи. Следование правильной стратегии обеспечивает успех рекламной кампании.

В целом будущее рекламы, вероятно, станет формироваться на поиске новаторских художественных решений, способных удивлять потребителя и удерживать его внимание в условиях жесткой конкуренции. Синтез творческой идеи и технологий, основанный на многолетнем рекламном опыте, как интуитивном, так и аналитическом, позволит создавать интересный, эстетически выразительный рекламный продукт, отвечающий ожиданиям покупателей.

¹ Яблочкин Ф. Н. Виртуальное пространство культуры. Материалы научной конференции 11–13 апреля 2000 г. СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2000. С. 126.

Библиография

1. Анатомия рекламного образа // Под общ. ред. А. В. Овруцкого. СПб., 2004.
2. Зазыркин В. Психология рекламы // Психология и психоанализ рекламы : учеб. пособие для факультетов психологии, социологии, экономики, рекламы и журналистики / Ред. Райгородский Д. Я. Самара, 2007.
3. Зоткин А. Ю. Бренд как основа успешного современного бизнеса [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m58/>, свободный. — Загл. с экрана.
4. Лосев А. Ф. Проблема художественного стиля. Киев, 1994.
5. Репьев А. П. Рекламодателю о рекламе [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.repiev.ru/>, свободный. — Загл. с экрана.
6. Роль креатива в эффективности рекламы [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.redkvadrat.ru/mnuCompany/publik/publik_52.html, свободный. — Загл. с экрана.
7. Трушина Л. Е. Российская массовая культура конца XX века. Материалы «круглого стола». 4 декабря 2001 г. СПб., 2001.
8. Философия и социология рекламы. Стенограмма «круглого стола» (РГУ, социологический факультет, 25.03.04) [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://sociologist.nm.ru/articles/round_02.htm, свободный. — Загл. с экрана.
9. Художественные приемы [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.esonline.ru/priemy_effektivnosti_reklamy/hudozhestvennyye_priemy/hudozhestvennyye_priemy/, свободный. — Загл. с экрана.
10. Ценев Вит. Психология рекламы (реклама, НЛП и 25-й кадр). М., 2003.
11. Яблочкин Ф. Н. Виртуальное пространство культуры. Материалы научной конференции 11–13 апреля 2000 г. СПб., 2000.
12. Elitarium — центр дистанционного образования [Электронный ресурс]: Десять секретов создания запоминающейся рекламы. — Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/> свободный. — Загл. с экрана.

*ПЕТРАШКОВА Наталья Сергеевна,
аспирантка, кафедра социологии
международных отношений,
социологический факультет,
МГУ имени М. В. Ломоносова
natalia.petrashkova@gmail.com*

Феномен правого радикализма на президентских выборах 2012 года во Франции / The ultra right radicalism phenomenon at the presidential elections 2012 in France

Аннотация

Уже на протяжении нескольких лет иммиграция является одной из главных тем дебатов во многих развитых странах мира, и Франция в этом случае не является исключением. Вопросы гражданства, национальной интеграции, жестокости на окраинах, наплыв нелегалов, рост антисемитизма и ксенофобии волнуют современных французов и не сходят с полос газет. Статья раскрывает проблемы французской модели иммиграции и рассказывает о том, как в период предвыборной гонки прослеживалась тенденция к усилению ультраправых настроений в обществе, и как они находили свое отражение в предвыборных кампаниях кандидатов.

Ключевые слова

Иммигранты; выборы; Франция; Николя Саркози; Марин Ле Пен.

Annotation

Recently immigration has become one of the main topics of discussions in many developed countries, and France is not an exception. The issues of citizenship, national integration, violence in

suburbs, inrush of illegal residents, growth of anti-Semitism and xenophobia alarm the modern French and keep overflowing newspapers. The article reveals the problems of French immigration model and shows how the social attitude towards immigration turns to ultra right position and is reflected in the candidate's programs.

Keywords

Immigrants; elections; France; Nicolas Sarkozy; Marine Le Pen.

Вопрос об интеграции иммигрантов является острым для современного французского общества, в настоящее время увеличивается потребность в тщательном отборе рабочих, в которых будет нуждаться экономика в ближайшие годы. В связи с этим в последних политических дискурсах фигурировали такие выражения, как «immigration choisie¹» Николя Саркози и «immigration intelligente²» Франсуа Оланда, предусматривающие разрешение на работу лишь для высококвалифицированных иностранцев.

В период предвыборной гонки 2012 г. за пост президента кандидаты по-разному высказывали свое отношение к вопросам иммиграции и интеграции иностранцев: правое крыло во главе с бывшим президентом Николя Саркози демонстрировало крайние меры национализации и приоритета французов перед иностранцами в доступе к социальным благам; левое, в лице Оланда, искало менее радикальных путей. Однако в целом в обществе усиливался националистический настрой, так как еще из-за плотной концентрации иммигрантов в крупных городах, промышленных регионах и курортных центрах искажается восприятие об их количестве в стране. Значительная часть иммигрантов проживает в регионе Иль-де-Франс (37%)³. «В Париже один человек из шести является иммигрантом, в Сен-Сен-Дени — каждый пятый».⁴

Николя Саркози — лидер правоцентристской партии «Союз за народное движение» (UMP)⁵, шестой президент Пятой французской республики — на протяжении пятилетнего правления поддерживал

¹ Пер. с франц. — «выборочная иммиграция».

² Пер. с франц. — «умная иммиграция».

³ Новоженова И. С. Иммигранты во Франции: опыт интеграции иностранцев // Современная Франция. М., 2006. С. 78.

⁴ Там же. С. 79.

⁵ Пер. на франц. — «Union pour un mouvement populaire».

курс жесткой иммиграционной политики, на ней же он и выстраивал свою предвыборную кампанию 2012 года. Вероятно, причиной такого выбора стало ужесточение соперничества с социалистом Франсуа Оландом и желание оживить свою предвыборную кампанию единением со стратегией 2007 года, принесшей Саркози победу. Во время кампании 2007 года кандидат UMP акцентировал свое внимание на категориях «нация» и «французская идентичность» и обещал создать министерство по делам иммиграции и национальной идентичности в попытке переманить на свою сторону электорат радикального «Национального фронта». После своего избрания Саркози создал это министерство, под полным названием «Министерство по делам иммиграции, интеграции, национальной идентичности и солидарного развития», первым министром которого стал Брис Ортефе. По просьбе Николя Саркози Эрик Бессон, сменивший Ортефе, запустил в конце 2009 года дебаты о национальной идентичности. Эта дискуссия была прекращена в феврале 2010 года, после трех месяцев полемики об исламе и ксенофобии. Несмотря на неоднократные попытки спасти дебаты, Николя Саркози под давлением со стороны некоторых своих сторонников в конце концов сдался. Министерство иммиграции и национальной идентичности было распущено в ноябре 2010 года. Дела по иммиграции были переданы Министерству внутренних дел.

Во время предвыборной кампании 2012 года Саркози предложил продолжить жесткую борьбу с нелегальной иммиграцией, основанную на политике массовой депортации, а также выдвинул новые положения по регулированию притока легальной иммиграции, что тем не менее не принесло ему ожидаемой победы на выборах.

Предложения по вопросам регулирования легальной иммиграции:

- За пять лет необходимо снизить вдвое число легальных иммигрантов, ежегодно прибывающих во Францию (с 180 000 до 100 000 человек)¹.

По словам Саркози, система интеграции работает все хуже и хуже, и с каждым годом возникает все больше трудностей в поиске жилья,

¹ Vincent E. Immigration : Sarkozy durcit le ton. 07.03.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/03/07/immigration-sarkozy-durcit-le-ton_1653122_1471069.html (28.04.2012).

работы и места в школе. Саркози пошел несколько дальше своего министра внутренних дел Клода Геана, который во время своей презентации иммиграционной статистики 10 января высказал пожелание о снижении количества ежегодных въездов в страну до 150 000 человек.

Однако планы Саркози казались уже тогда весьма амбициозными. Во-первых, потому что количество въездов во Францию каждый год составляет не 180 000 человек, а почти 200 000¹. Во-вторых, потому что большая часть из них состоит из приезжающих в страну по праву воссоединения семей родственников иммигрантов, уже живущих во Франции, а также из беженцев, просящих политического убежища. Эти потоки являются труднорегулируемыми, так как Франция вынуждена их принимать, соблюдая международные обязательства. Францией были подписаны Европейская конвенция по правам человека и Международная конвенция по правам ребенка, защищающие такие права, как «жить в семье», соответствующие законы были приняты в 1993 и 1998 гг. В качестве сдерживающего фактора Николя Саркози предлагал сделать возможным воссоединение семей лишь в случае владения родственниками французским языком.

Рабочая иммиграция во Франции является единственной относительно контролируемой. Экономический кризис может снизить привлекательность Франции для рабочих мигрантов. Однако она все равно пока составляет лишь 10% от всех въездов².

- Государственные надбавки (RSA), пособия по безработице и минимальная пенсия должны предоставляться только тем иностранцам, которые десять лет прожили и пять лет проработали во Франции.

¹ Prioux F., Mazuy M., Barbieri M. L'évolution démographique récente en France : les adultes vivent moins souvent en couple. 2010. [Enligne]; [Site officiel INED], [Portail Web]. URL: http://www.ined.fr/fichier/t_telechargement/31974/telechargement_fichier_fr_publici_pdf1_evolution_demographique.pdf (28.04.2012).

² Vincent E. Immigration : Sarkozy durcit le ton. 07.03.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/03/07/immigration-sarkozy-durcit-le-ton_1653122_1471069.html (28.04.2012).

По словам Саркози, 165 000 иностранцев получают государственные надбавки RSA, 20 000 — минимальные пенсии¹. В большинстве случаев иностранцы во Франции имеют такой же доступ к социальным благам, что и французы. Если это положение было бы принято, оно кардинально изменило бы привычный ход социальной жизни в стране. Тем не менее, в отличие от партий крайне правого толка, Саркози заявлял о том, что не хотел бы лишать иностранцев, временно прибывающих на территорию страны, права на государственную медицинскую помощь (AME — Aide médicale d'Etat).

- Иностранцы не должны иметь права голоса на муниципальных выборах.

Бывший президент выступал категорически против предоставления права голоса иностранцам на выборах, по его словам, предоставление такого права иностранным гражданам привело бы к общинному голосованию и подрыву республики².

Жесткая иммиграционная политика Саркози тяготела к идеям ультраправой партии «Национальный фронт», чем спровоцировала взлет популярности этой партии среди французов. Марин Ле Пен была избрана в январе 2011 г. лидером «Национального фронта» (FN)³ вместо своего отца, основателя партии в 1972 г. Жана-Мари Ле Пена, и успела занять свое место на политической арене, получив в итоге 18,3%⁴ голосов избирателей в первом туре президентских выборов 2012 г.

¹ Vincent E. Immigration : Sarkozy durcit le ton. 07.03.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/03/07/immigration-sarkozy-durcit-le-ton_1653122_1471069.html (28.04.2012).

² Nicolas Sarkozy : «L'immigration est un atout mais peut être un problème». 03.03.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/politique/article/2012/03/03/en-direct-nicolas-sarkozy-en-meeting-a-bordeaux_1651572_823448.html (17.04.2012).

³ Пер. на франц. — «Front National».

⁴ Le résultat de Marine Le Pen : un nouveau coup de tonnerre. 22.02.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Nouvel Observateur»], [Portail Web]. URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com/presidentielle-2012-tous-les-resultats/20120422.OBS6824/marine-le-pen-eliminee-mais-au-plus-haut.html> (28.04.2012).

«Национальный фронт» — крайне правая партия, делающая упор своей программы на «приоритете всего национального¹», в соответствии с которым французы получают преимущество перед иммигрантами во всех сферах жизни. Например, они считают, что необходимо обязать работодателей принимать в первую очередь на работу французов, а увольнять их в последнюю очередь, только французам предоставлять социальную помощь, кредиты и семейные пособия.

Предложения по вопросам регулирования легальной иммиграции:

- Сокращение на 95% числа иммигрантов (с 180 000 человек до 10 000 в год) за 5 лет.
- Создание Министерства внутренних дел, иммиграции и светскости.
- Выход из Шенгенской зоны.
- Запрет на право воссоединения семей.
- Изменение принципа предоставления гражданства, перейдя от права почвы к праву крови.
- Сокращение продолжительности вида на жительство до 3-х лет (с нынешних 10 лет).
- Выплаты минимальных пенсий и пособий лишь иностранцам, работающим во Франции в течение 10 лет.

Ле Пен считает, что для того, чтобы не увеличивать и без того большое количество иммигрантов во Франции, необходимо прекратить дальнейшую иммиграцию, а нелегально прибывающих иностранцев и иммигрантов, совершивших серьезные правонарушения, высылать из страны.

За последнее время четко прослеживалась тенденция к банализации идей «Национального фронта», все больше французов становились сторонниками идей этой партии. К примеру, по данным агентства TNS-

¹ Une politique ambitieuse du logement [Enligne]; [Site officiel du «Front National»], [Portail Web]. URL: <http://www.frontnational.com/le-projet-de-marine-le-pen/redressement-economique-et-social/logement/> (15.04.2012).

² Cotes de popularité des partis politiques. [Enligne]; [Site officiel d'institut d'études «TNS-Sofres»], [Portail Web]. URL: http://www.tns-sofres.com/popularites/cote3/redirect.php?nom2=Front+National&parti=fn&id_domic=&fonction=&start=193&end=339&forme=tout&submit=Afficher+ma+s%E9lection (13.04.2012).

Sofres², с 2005 года положительный имидж партии вырос на 12% (по результатам ответов на вопрос «Как Вы воспринимаете партию «Национальный фронт»?» в апреле 2005 г. 8% респондентов ответили «положительно», 85% — «отрицательно», а уже в марте 2012 г. 20% респондентов высказались «положительно», 71% — «отрицательно»).

По данным имиджевого исследования TNS-Sofres¹, проведенного в этом году, почти треть французов (31%) согласна с идеями «Национального фронта», этот показатель вырос на 9 пунктов по сравнению с предыдущим 2011 г., достигнув самого высокого уровня с 1991 г. (32%). 62% респондентов не согласны с идеями партии (этот показатель снизился на 10 процентных пунктов с 2011 г.), из которых 35% «категорически не согласны». Кроме того, 33% французов согласны с проблемами во французском обществе, которые озвучивала в своих выступлениях Марин Ле Пен, однако не разделяют предложенных ею мер устранения (+1 по сравнению с 2011 г.), 11% — приверженцы выводов и решений (+4). Приверженцами выводов, но не решений оказались 30% сторонников «Социалистической партии» и 50% партии «UMP».

Идеи «Национального фронта» находят наибольшую поддержку среди рабочих (40% согласных с программой партии) и жителей сельской местности (41%). По результатам первого тура она стала лидером по числу голосов в департаменте Гард (25,51%)², опередив тем самым в этом департаменте фаворитов гонки Саркози (24,86%) и Оланда (24,11%).

Менее восприимчивыми к идеям партии являются управленцы (76% несогласных с программой)³ и горожане (67% несогласных, 78% из совокупности крупных городов Париж — Лион — Марсель)⁴.

¹ Baromètre d'image 2012 du Front national. 12.01.2012. [Enligne]; [Site officiel d'institut d'études «TNS-Sofres»], [Portail Web]. URL: <http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/F8CC8C89C91A442EAD4C694C1A2C7AE5.aspx> (14.04.2012).

² Devailly A. Gard : le Front national en tête, comme en 2002. 23.04.2012 [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/04/23/gard-le-front-national-en-tete-comme-en-2002_1688779_1471069.html (28.04.2012).

³ Baromètre d'image 2012 du Front national. 12.01.2012. [Enligne]; [Site officiel d'institut d'études «TNS-Sofres»], [Portail Web]. URL: <http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/F8CC8C89C91A442EAD4C694C1A2C7AE5.aspx> (14.04.2012).

⁴ Там же.

Наблюдается рост в показателях, являющихся основными постулатами программы партии. «66% респондентов считают, что правосудие недостаточно жестоко к мелким преступникам (+2 пункта по отношению к 2011 г.), 52% считают необходимым предоставить большую власть полиции (+3), 51% соглашается с тем, что Франция дает слишком много прав мусульманам (+2). Кроме того, 22% респондентов поддерживают идею о том, что при найме на работу приоритет должен отдаваться французу перед иммигрантом в том же положении (+3)¹».

В последнее время прослеживается тенденция к легитимации взглядов партии «Национальный фронт», «на 3 пункта по сравнению с предыдущим годом упал показатель восприятия партии, как угрозы демократии — так сейчас считают 53% французов; количество тех, для кого идеи “Национального фронта” не представляют опасности, выросло на 2 пункта и составило в этом году 39%». ² На данный момент зафиксировано, что страх угрозы демократии со стороны «Национального фронта» находится практически на самом низком уровне с 1985 г. (50% в 1985 г., 52% в 2010 г.)³. До этого времени восприятие опасности было тесно связано с ростом популярности партии, апогеем которого стало прохождение Жан-Мари Ле Пена во второй тур президентских выборов 2002 г. В этом году избиратели не были удивлены высоким потенциалом дочери лидера Марин Ле Пен, «36% считало, что она сможет пройти во второй тур, 26% респондентов хотели этого»⁴. Высокий уровень этого показателя еще раз свидетельствует о том, что происходит трансформация в восприятии партии и снижение ее предыдущей «демонизации» в глазах французов.

Взлет популярности ультраправых настроений во Франции связан с усилением процессов европейской интеграции, иммиграционным бумом и экономическим кризисом. Рост безработицы, социальная напряженность, геттоизация, ксенофобия ставят вопрос об

¹ Baromètre d'image 2012 du Front national. 12.01.2012. [Enligne]; [Site officiel d'institut d'études «TNS-Sofres»], [Portail Web]. URL: <http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/F8CC8C89C91A442EAD4C694C1A2C7AE5.aspx> (14.04.2012)

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

эффективности политики всеобщего равенства и интеграции иммигрантов в современной Франции. Однако Франция, видимо, вновь испугавшаяся взлета ультраправых настроений, выбрала в качестве президента социалиста Франсуа Оланда, который во время предвыборной гонки почти не затрагивал острого иммиграционного вопроса. Тем не менее перед новым президентом так или иначе встанет вопрос выбора способа решения сложившейся ситуации на 2012–2017 гг. в контексте роста популярности националистических настроений, ему предстоит определиться, принимать ли Франции политику мультикультурализма или заняться улучшением процессов интеграции иммигрантов во французское общество.

Библиография

1. Новоженова И. С. Иммигранты во Франции: опыт интеграции иностранцев // Современная Франция. М., 2006.
2. Baromètre d'image 2012 du Front national. 12.01.2012. [Enligne]; [Site officiel d'institut d'études «TNS-Sofres»], [Portail Web]. URL: <http://www.tns-sofres.com/points-de-vue/F8CC8C89C91A442EAD4C694C1A2C7AE5.aspx> (14.04.2012).
3. Cotes de popularité des partis politiques. [Enligne]; [Site officiel d'institut d'études «TNS-Sofres»], [Portail Web]. URL: http://www.tns-sofres.com/popularites/cote3/redirect.php?nom2=Front+National&parti=fn&id_doumic=&fonction=&start=193&end=339&forme=tout&submit=Afficher+ma+s%E9lection (13.04.2012).
4. Devailly A. Gard : le Front national en tête, comme en 2002. 23.04.2012 [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/04/23/gard-le-front-national-en-tete-comme-en-2002_1688779_1471069.html.
5. Le résultat de Marine Le Pen : un nouveau coup de tonnerre. 22.02.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Nouvel Observateur»], [Portail Web]. URL: <http://tempsreel.nouvelobs.com/presidentielle-2012-tous-les-resultats/20120422.OBS6824/marine-le-pen-eliminee-mais-au-plus-haut.html> (28.04.2012).
6. Nicolas Sarkozy : «L'immigration est un atout mais peut être un problème». 03.03.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/politique/article/2012/03/03/en-direct-nicolas-sarkozy-en-meeting-a-bordeaux_1651572_823448.html (17.04.2012).
7. Politiques migratoires // Notes et études documentaires. — P., 2003. — № 5172. — P. 87.

8. Prioux F., Mazuy M., Barbieri M. L'évolution démographique récente en France : les adultes vivent moins souvent en couple. 2010. [Enligne]; [Site official INED], [Portail Web]. URL: http://www.ined.fr/fichier/t_telechargement/31974/telechargement_fichier_fr_publici_pdf1_evolution_demographique.pdf (28.04.2012).

9. Une politique ambitieuse du logement [Enligne]; [Site officiel du «Front National»], [Portail Web]. URL: <http://www.frontnational.com/le-projet-de-marine-le-pen/redressement-economique-et-social/logement/> (15.04.2012).

10. Vincent E. Immigration : Sarkozy durcit le ton. 07.03.2012. [Enligne]; [Site officiel du journal «Le Monde»], [Portail Web]. URL: http://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/03/07/immigration-sarkozy-durcit-le-ton_1653122_1471069.html (28.04.2012).

*СИТНОВА Ирина Валерьевна,
кандидат социологических наук,
доцент, факультет социологии,
РГСУ
sitnova.irina@gmail.com*

Социологический взгляд на проблему институциональных изменений / Issues of institutional changes: sociological view

Аннотация

Статья посвящена проблеме типологизации изменений в социальной сфере. Автор выделяет четыре уровня институциональных изменений, опираясь на множественность фактов изучения данных процессов.

Ключевые слова

Институциональные изменения; габитус; практики взаимодействия.

Annotation

The article is devoted to the issue of typologisation of changes in a social sphere. The author distinguishes four levels of institutional changes, based on multiplicity of facts of study of these processes.

Keywords

Institutional changes; habitus; practices of cooperation.

В общем смысле социологи понимают изменение как процесс движения и взаимодействия предметов и явлений, переход от одного состояния к другому, появление новых свойств, функций, состояний, как любую модификацию в социальной организации общества, его

социальных институтах, структуре, установленных в нем образцов поведения¹.

Интуитивное представление об изменении существует у каждого человека. Как вода, закипающая в чайнике или превращающаяся в лед при первом признаке мороза, так и общество, пережившее потрясение (кризис, войну, революцию и др.), всегда воспринимается как изменившееся. Что такое изменение? Что понимается под этим термином в социологии? Основная задача данной статьи в том, чтобы привлечь внимание к этой дискуссионной теме, показать противоречия в исследовании изменений, перспективы ее изучения.

Термин «изменение» заимствован из естественных наук, где его значение детально проработано. Например, это физическая форма изменения решетки твердого вещества (изменения потенциальной энергии), в результате чего происходит разрыв связей между атомами; или биологическая форма движения (изменения живых организмов); или эволюция живой природы (процесс последовательной смены ее состояний). Понимание изменения как процесса перехода, преобразования широко распространено в точных науках, особенно в математике, кибернетике, физике². Например, изменение агрегатного состояния вещества (плавление, кристаллизация, конденсация вещества).

Учитывая механизм протекания процесса, следует различать изменения непосредственные и опосредованные; по скорости изменения различаются на (относительно) быстрые и медленные; учитывая факт обратимости, следует различать обратимые и необратимые изменения.

Фактически изменение сводится к динамике, приращению и увеличению свойств и элементов и воспринимается как процесс движения и взаимодействия предметов и явлений, перехода от одного состояния к другому, появления у них новых свойств, функций, отношений. Можно говорить о непрерывных и прерывистых изменениях. Прерывистые изменения бывают меристическими (изменение числа каких-либо образований) и субстантивными (изменение качественных признаков, изменение конструкции или субстанции каких-либо частей). Когда значение термина «изменчивость» применяется к новым обстоятельствам, то к нему всегда добавляют уточняющие

¹ Социологический словарь: <http://www.soclexicon.ru/izmenenie-socialnoe>

² Винер Н. Кибернетика. М., 1958. С. 70–71.

слова, например «структурная, статическая, динамическая, связанная, наследственная, ненаследственная, непрерывная, прерывистая, меристическая, субстантивная».

Таким образом, процесс изменения может быть интерпретирован по-разному. Существует множество терминов, эквивалентных понятию «изменение», например transformation (внутреннее преобразование, экстенсивный, внутренний метаболизм), variation (изменение внешнее, экстенсивное, например, магнитное отклонение), replacement (замещение), changes (обмен), renewing (обновление), regeneration (возрождение), conformation (результат внутренних преобразований, сообразование внешней формы)¹ и т. д.

Если рассматривать предмет, который изменяется, то процесс изменения выступает как процесс исчезновения этого предмета в данном его качестве при сохранении его определенных сторон. По отношению к результату изменения данный процесс представляет собой процесс возникновения (например, возникновение результата изменения из исходного изменяющегося предмета). Сам этот процесс представляет особую связь (генетическую или историческую), соединяющую эти предметы². В. И. Столяров замечает, что «всякий процесс изменения является одновременно по своей сущности и переходом определенного предмета из одного состояния в другое и превращением какого-то одного предмета в другой предмет»³. Действительно, если процесс перехода от тоталитарного общества к демократическому по отношению к самому тоталитаризму есть процесс превращения, то по отношению к развитию общества в целом тоталитаризм и демократия есть его различные состояния, и сам процесс изменений выступает как переход общества из одного состояния в другое. Следовательно, процесс изменения можно рассматривать как процесс и как состояние.

Очевидно, что все изменения происходят в результате тех или иных причин. Претерпевать изменения могут свойства предмета, его функции, связь предметов, структура предметов, элемент структуры, предмет в целом, совокупность несвязанных предметов, само изменение. Чаще всего в научной литературе⁴ выделяются такие

¹ <http://europe.rsuh.ru/journal/journal4.2000/7.htm>.

² Столяров В. И. Процесс изменения и его познание. Логико-методические проблемы. М. : Наука, 1966. С. 31.

³ Там же. С. 28.

⁴ Там же.

виды изменений, как изменения свойств предмета, функций предмета, его связей, изменение структуры предмета, элементов структуры и самого процесса изменения.

Специфические изменения какого-либо элемента некоего целого состоят прежде всего из изменений его функций, а потому и связей с другими элементами этой структуры, в которую он входит как составная «часть». Может происходить усиление или ослабление какой-либо функции (связи). Кроме того, может утрачиваться число функций (связей), они могут увеличиться или уменьшиться. Уменьшение числа функций может происходить как за счет исчезновения определенных функций вообще, так и за счет передачи их другим структурным элементам (разделение функций). В связи с этим исследователи выделяют следующие закономерности: а) изменение структуры предмета приводит к изменению его внешних свойств; б) и наоборот, изменение внешних свойств приводит к изменению структуры; в) возникновение нового элемента в структуре преобразует другие элементы этой структуры, а иногда и всю структуру в целом; г) изменение предмета, выполняющего определенную функцию, скажется на самой этой функции¹.

Институциональные изменения — это повсеместный, непрерывный процесс, который является следствием выбора, ежедневно совершаемый субъектами деятельности, которые изменяют ситуацию путем реструктуризации политических и экономических обменов, формализованных в практиках.

Под классификацией будем понимать логическую операцию, состоящую в разделении всего изучаемого множества предметов по обнаруженным сходствам и различиям на отдельные подмножества. В качестве признака, по которому производится деление, рассматривается способность субъектов деятельности изменять правила взаимодействия. Определяя эту способность в качестве специфической, исходим из того, что институциональные изменения — это процесс, который определяет качественные различия социальных институтов (правил взаимодействия субъектов деятельности) во времени.

В соответствии с этим принципом классификация институциональных изменений может включать четыре уровня.

¹ Столяров В. И. Процесс изменения и его познание. Логико-методические проблемы. М. : Наука, 1966. С. 95.

Уровень 1.

Субъектные признаки институциональных изменений

Социальным институтом традиционно называют определенную организацию социальных отношений, включающую в себя нормы экономической, политической, правовой, нравственной жизни общества, а также социальные правила жизнедеятельности и поведения людей¹. Основную суть данных направлений достаточно кратко характеризует Р. Патнэм, говоря о том, что в рамках институционализма использовались элементы «теории игр» и моделирование «рационального выбора», причем институты рассматривались как «экстенсивные формы игры», в которых поведение актеров задается правилами игры. В организационном аспекте теории выделяли институциональные роли и установления, символы и обязанности.²

Можно выделить четыре уровня взаимодействия субъектов деятельности и соответствующие им четыре уровня изменений.

Во-первых, можно утверждать, что изменение уровня социального взаимодействия субъектов деятельности связано с изменением механизмов прав и обязанностей каждого субъекта. Это может происходить на уровне изменения властных структур (сверху) или на уровне изменений механизмов формирования социальных групп (снизу).

Во-вторых, нет никаких сомнений в том, что изменение уровня коммуникаций субъектов деятельности ведет к изменениям содержания информации о наборе доступных альтернатив поведения. Это связано, с одной стороны, с оформлением новых статусных отношений и, с другой, с созданием новых ролей, социально одобренных большинством участников коммуникативного процесса.

В-третьих, изменение ценностно-нормативного уровня регулирования поведения субъектов деятельности является следствием изменения механизмов контроля и санкций за поведением субъектов деятельности. Речь идет об изменении судебного права и изменении ценностно-нормативных стандартов.

В-четвертых, изменение мотивационной сферы поведения субъектов деятельности определяется изменением системы обязанностей, в рамках которых субъекты деятельности должны соблюдать права других. Это, с одной стороны, связано с ростом потребностей

¹ Словарь иностранных слов. М., 1996. С. 195.

² Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М., 1996.

и способов их удовлетворения, а с другой стороны — с изменением законодательных актов и постановлений.

Содержание категории «институциональные изменения»



Уровень 2.

Зависимость характера институциональных изменений от организации деятельности

Институт определяют и как рамки, структурирующие отношения между людьми в различных сферах их деятельности¹.

Понимаемые в широком плане институты — это специфические образования, обеспечивающие относительную устойчивость связей

¹ Олейник А. Н. Институциональная экономика // Вопросы экономики. — 1999. — № 7. — С. 129.

и отношений в рамках социальной организации общества, некоторые исторически обусловленные формы организации и регулирования общественной жизни. Институты возникают в ходе развития человеческого общества, дифференциации видов деятельности, разделения труда, формирования специфических видов общественных отношений. Их формирование обусловлено объективными потребностями социума в регулировании общественно значимых сфер деятельности и социальных отношений. В зарождающемся институте по существу опредмечивается определенный вид общественных отношений. Здесь уместно привести определение, данное Т. Вебленом: институты — «это привычный образ мышления людей, который имеет тенденцию продлевать свое существование неопределенно долго»¹. Отмеченный инерционный характер эволюции получил название зависимости от предыдущей траектории развития, или «эффекта исторической обусловленности развития» (path-dependence)². О подобной зависимости говорят в том случае, если «вчерашние институциональные рамки остаются значимыми и ограничивают варианты выбора сегодня и в будущем»³.

Роберт Патнэм считает, что новые институционалисты расходятся между собой по множеству пунктов как теоретического, так и методологического плана. Но по двум фундаментальным позициям они едины.

1. Институты формируют историю, оказывают влияние на происходящее.

Правила и типичные операционные процедуры, составляющие основу институтов, структурируют человеческое поведение, тем самым накладывая отпечаток на ту или иную сферу человеческой жизнедеятельности. Институты определяют политику, влияя на самоидентификацию актеров, их представления о возможных стратегиях.

2. Институты сами формируются историей. Институтам присуща определенная инерционная устойчивость. В их эволюции фиксируются исторические траектории и поворотные пункты. История имеет

¹ Веблен Т. Теория праздного класса. М. : Прогресс, 1984.

² Олейник А. Н. Изменение институтов во времени: эволюция и революция. Эффект исторической обусловленности развития // Вопросы экономики. — 2000. — № 7. — С. 132.

³ North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press, Cambridge, 1990. P. 97.

смысл только потому, что это — «цепочка зависимости»: происходящее вначале обуславливает то, что будет происходить потом. Люди выбирают свои институты, но делают это отнюдь не по собственному произволу¹.

Но практическая деятельность институтов определяется социальным контекстом, внутри которого они функционируют.

Речь идет о «совместных стратегиях», принимающих форму социальных практик. Это выражается, во-первых, в формальных стратегиях (зафиксированных в Конституции и классическом праве), во-вторых, в неформальных стратегиях (зафиксированных в обычном праве), в-третьих, в спонтанно выбираемых стратегиях взаимодействия индивидов в новых сферах деятельности. Такие стратегии связаны с появлением новых возможностей действий, которые нарушают существующую конфигурацию практик, постепенно изменяют их². Пределы и возможности институциональных изменений лежат в постепенной реконфигурации, заимствовании и артикуляции существующих практик³. Если возможности политических агентов превышают потенциал изменений, то формирование новых институтов осуществляется на уровне изменений существующих практик. Если же возможности политических агентов недостаточны для изменения ситуации, начинают формироваться криминальные, теневые практики. Они могут быть осуждены законом и строгой моралью, но широко распространены.

Уровень 3.

Зависимость характера институциональных изменений от вида правил взаимодействия

Анализ научной литературы, как зарубежной, так и отечественной, показывает, что и в рамках выбранной парадигмы в понимании института существует достаточно широкий набор версий и подходов. Так, довольно большое количество авторов считают возможным дать рассматриваемой категории жесткую однознач-

¹ Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М., 1996.

² Нуреев Р. М. Институционализм: прошлое, настоящее, будущее // Вопросы экономики. — 1999. — № 1. — С. 128.

³ Там же.

ную дефиницию, опирающуюся на одно (реже несколько) ключевое слово (выражение).

Д. Норт определил институты, как «*правила игры*» в обществе, или разработанные людьми ограничения, структурирующие взаимоотношения между ними. Они состоят из формальных (законодательных актов, институций, постановлений), неформальных ограничений (обычаев, норм поведения, самовозникающих кодов поведения) и характеристик принуждения к соблюдению этих ограничений. Формальные правила могут быть изменены в одночасье, неформальные нормы меняются постепенно¹.

Так, Л. Седов определяет институт как «устойчивый комплекс формальных и неформальных *правил, принципов, установок*, регулирующих различные сферы человеческой деятельности и организующих их в систему ролей и статусов, образующих социальную систему»².

Указав на возможность разных подходов к пониманию института, Ян Щепаньский затем дает его интегральное определение: «Институтами являются *системы учреждений*, в которых определенные люди, избранные членами групп, получают полномочия для выполнения общественных и безличных функций ради удовлетворения существенных индивидуальных и общественных потребностей и ради регулирования поведения других членов групп»³.

Таким образом, институциональные изменения могут быть поняты как изменение правил взаимодействия. Правила делятся на наследуемые, естественно данные, а также и благоприобретенные, передаваемые через культуру⁴. Последние, в свою очередь, делятся на индивидуальные и социальные правила, а социальные правила — на неформальные (закрепленные традициями, обычаями и т. д.) и формальные (закрепленные в правовых нормах). Изменения индивидуальных правил в силу единичности не входят в сферу рассмотрения данной статьи. Ограничимся рассмотрением изменений социальных правил: формальных и неформальных.

¹ North D. C. Institutional Change and Economic History // Journal of International and Theoretical Economics. — 1989. — № 1.

² Седов Л. А. Институт социальный // Современная западная социология. М., 1990.

³ Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. М., 1969.

⁴ Шаститко А. Е. Институциональная экономика: теория и методология : дис. ... д.э.н. М., 1999. С. 73.

Под изменением формальных правил будем понимать изменения, которые создаются централизованно и легко могут быть зафиксированы в вербальном виде или письменной форме и легально защищены со стороны государства. Изменением неформальных правил будем считать изменения, которые не зафиксированы в вербальной форме, но защищены негосударственными механизмами¹.

Уровень 4.

Социетальные признаки институциональных изменений

Институциональные изменения бывают эволюционными и революционными.

Революционные² изменяют прежде всего формальные правила, ориентируясь на уже известные образцы, на достижения определенного результата. Речь идет об импорте формальных институтов, доказавших свою эффективность в развитых странах. Роль структур превращается в главенствующую и сводится к формализации социальных статусов, судебных исков, законодательных актов и постановлений.

Эволюционные изменения возникают вследствие сдвигов в неформальных правилах, отражающих развитие потребностей и трансформацию привычек, установок в поведении агентов. Происходит легализация неформальных институтов: ценностям и нормам, которые лежат в основе этих институтов, придается сила закона, появляются новые социальные роли, и таким образом происходит превращение неформальных институтов в формальные. Формальные институты воспроизводят уже сложившиеся на уровне неформальных институтов традиции.

Библиография

1. Винер Н. Кибернетика. М., 1958.
2. Веблен Т. Теория праздного класса. М., 1984.
3. Нуреев Р. М. Институционализм: прошлое, настоящее, будущее // Вопросы экономики. — 1999. — № 1.

¹ Шаститко А. Е. Институциональная экономика: теория и методология : дис. ... д.э.н. М., 1999. С. 73.

² Олейник А. Н. Институциональная экономика // Вопросы экономики. — 1999. — № 7. — С. 129.

4. Олейник А. Н. Институциональная экономика // Вопросы экономики. — 1999. — № 7.
5. Олейник А. Н. Изменение институтов во времени: эволюция и революция. Эффект исторической обусловленности развития // Вопросы экономики. — 2000. — № 7.
6. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М., 1996.
7. Седов Л. А. Институт социальный // Современная западная социология. М., 1990.
8. Словарь иностранных слов. М., 1996.
9. Социологический словарь <http://www.soclexicon.ru/izmenenie-socialnoe>
10. Столяров В. И. Процесс изменения и его познание. Логико-методические проблемы. М., 1966.
11. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. М., 1969.
12. Шаститко А. Е. Институциональная экономика: теория и методология : дис. ... д.э.н. М., 1999.
13. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge, 1990. P. 97.
14. North D. C. Institutional Change and Economic History // Journal of International and Theoretical Economics, 1989. № 1.
15. <http://europe.rsuh.ru/journal/journal4.2000/7.htm>.

ИССЛЕДОВАНИЯ МИСКП

*ЛЮТОВА Нина Константиновна,
соискатель, кафедра истории, философии
и культурологии, МГГУ им. М. А. Шолохова,
старший научный сотрудник, Аналитический
центр социально-культурных проблем и
культурной политики, Московский институт
социально-культурных программ
lutovanina@mail.ru*

Образ московской культуры в сознании жителей мегаполиса / The image of Moscow culture in perception of Muscovites

Аннотация

В статье представлен анализ данных, полученных в ходе социологического исследования социально-культурной сферы московского мегаполиса, отражены мнения москвичей, касающиеся современного состояния и перспектив развития культурно-досугового аспекта жизни города. При написании статьи были использованы данные социологических мониторингов, проводимых Московским институтом социально-культурных программ.

Ключевые слова

Социально-культурная сфера; культурно-досуговая сфера; культура; досуг.

Annotation

The article presents the analysis of sociological research data, devoted to social-cultural sphere of Moscow. The perceptions of Muscovites about modern condition and perspectives of development of culture and leisure sphere in Moscow are also highlighted. The data of sociological monitoring conducted by the Moscow institute of social-cultural programs are given.

Keywords

Image of Moscow culture; perception of Muscovites; socio-cultural sphere; leisure.

Начиная с середины 90-х годов и по настоящее время состояние социально-культурной сферы в стране в целом и в Москве в частности характеризуется динамичным развитием и преобразованием различных культурных компонентов будничной жизнедеятельности людей. Сложившаяся сегодня ситуация предполагает полное переосмысление значимости культуры, а также пересмотр основных систем ценностей, принципов регулирования ведущих сфер социальной жизни.

В этой связи рациональное и правильное использование людьми (в особенности жителями мегаполиса) свободного времени является одним из важных условий формирования личности человека и показывает культуру общества, круг духовных потребностей и интересов конкретного индивидуума или социальной группы. И Москва, являясь одним из крупнейших мегаполисов, служит индикатором состояния социально-культурной сферы всей страны.

В масштабе Москвы вопросами изучения данной проблематики занимается подведомственное Департаменту культуры города Москвы научно-исследовательское учреждение «Московский институт социально-культурных программ».

Для мониторинга социально-культурной сферы московского мегаполиса Институтом было проведено социологическое исследование «Образ московской культуры в сознании жителей мегаполиса».

Опрос проводился на территории Москвы по специально разработанной анкете. Выборка случайная. Всего в опросе приняло участие 1000 человек. Из них 47,2% — мужчины (в возрастном диапазоне от 14 до 60 лет) и женщины той же возрастной категории — 52,8%. Чуть меньше половины опрошенных имеют высшее образование. Основная часть респондентов (78%) — русские. Остальные 22% — представители других национальностей: белорусы, татары, евреи, узбеки, казахи, армяне, украинцы, евреи и др.

Опрашиваемым был задан вопрос о том, какие социальные процессы в настоящее время вызывают наибольшее беспокойство. Результаты наиболее часто встречающихся ответов представлены в табл. 1.

**Какие социальные процессы в настоящее время вызывают
у Вас наибольшее беспокойство?**

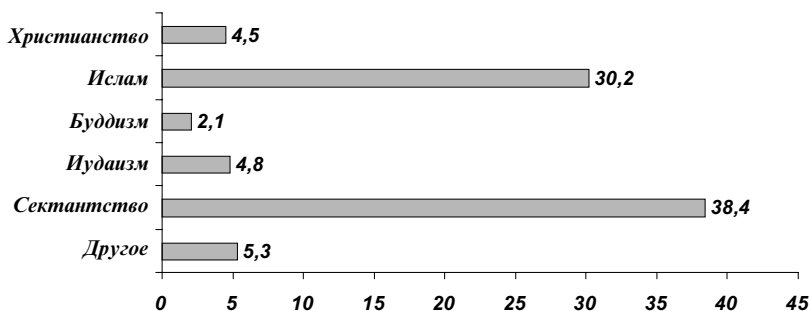
Варианты ответов	%
1. Коррупция, рост цен, инфляция, высокие налоги, сильное расслоение общества на богатых и бедных	73,6
2. Недостаточно качественный уровень здравоохранения, образования и общая социальная неустроенность	64,3
3. Большой рост распространения наркомании и алкоголизма, а также в связи с этим увеличение числа беспризорников и неблагополучных семей	57,8
4. Приток сравнительно большого количества мигрантов с Кавказа, из стран Средней Азии, насаждающих свои культурные особенности	48,2
5. Чрезмерное засилье низкопробной массовой культуры, в том числе навязывание «американского образа жизни»	39,4

Как показывает социологическое исследование, в последние годы отмечаются явный отрыв от традиционных исторических и культурных ценностей, рост межнациональной, межконфессиональной и межрелигиозной напряженности, активное снижение патриотической активности молодежи, отстраненность от общественных проблем, что особенно ощутимо в столице, которая во все времена объединяла и собирала все народы и население России в одно целое государство. И в связи с этим возникает вопрос, как вернуть молодежь к традиционным ценностям исконно русской культуры и сохранить нашу самобытность.

Вопрос о реальной угрозе исчезновения русской культуры и русского народа беспокоит довольно большой процент опрошенных — 34%. При этом особой разницы между мнением мужской и женской части населения нет. Этот же вопрос беспокоит и остальные национальности, т. е. проблематика интересует и затрагивает все социальные слои мегаполиса.

Также одним из интересовавших нас вопросов был вопрос о том, какая религия в настоящий момент таит наибольшую потенциальную опасность для самобытной русской культуры.

**На Ваш взгляд, какая религия в настоящий момент
таит наибольшую потенциальную опасность
для самобытной русской культуры? (в %)**



Наиболее озабоченными проблемой наплыва сектантов оказались женщины в возрасте от 40 до 45 лет. В целом особенности совместного многонационального проживания существуют во всех крупных городах планеты. Наиболее перспективный, по мнению экспертов, путь решения данной задачи — это деятельность в сфере культуры, эстетического воспитания, образования, которая, с одной стороны, исключает стремление к обособленности народностей, и с другой — утрату индивидуальной национальной самобытности. Очень важны духовные контакты людей разных национальностей.

Решением, способствующим улучшению межнациональных отношений в России в целом и в Москве в частности, по мнению респондентов, являются:

- общее улучшение социально-экономической и политической обстановки, повышение уровня жизни (63%);

- повышение культуры межнациональных отношений (57,2%).

Другой немаловажной целью исследования было выяснение мнения горожан о том, насколько, по их мнению, адекватна, конструктивна и взвешена политика московского правительства в части организации культурно-досуговой сферы мощнейшего культурного центра России.

Так, оценивая внимание Правительства Москвы к культурной составляющей жизни города и досугу москвичей, больше половины

опрошенных полагают, что этого внимания вполне достаточно. Однако почти треть респондентов (26%) оказалась более критична к деятельности правительства и отметила недостаточное внимание. В связи с этим был задан следующий вопрос: «Если Вы считаете, что организация досуга ухудшилась, то что является тому причиной?» Ответы приведены в табл. 2.

Таблица 2

**Если Вы считаете, что организация досуга ухудшилась,
то что является тому причиной?**

Причина ухудшения организации досуговой сферы, по мнению москвичей	%
Сокращается количество Домов культуры, клубов, кинотеатров	12
Ухудшается материально-техническая база учреждений культуры и искусства города	17
Необоснованно растут цены на билеты в кино, в театры, на выставки, на концерты	54
Недостаточно учитывается общественное мнение по проблемам состояния культуры	8
Различные районы столицы неравномерно обеспечены учреждениями культуры	9

Подводя итоги данного исследования, хотелось бы отметить некоторые основные особенности благополучного развития и функционирования социально-культурной сферы московского мегаполиса. Во-первых, необходимо в полной мере учитывать особенности потребительского поведения различных социально-демографических групп населения города, прежде всего это касается молодежи. Во-вторых, насколько возможно более ограничить время потребления культуры через всевозможные экранные формы (телевидение, компьютеры, Интернет, планшеты) и увеличить долю «живого» общения с культурой и искусством посредством посещения музеев, театров, парков и т. д.

Современная социокультурная ситуация в Москве, крупнейшем мегаполисе России, при ее внешнем многообразии, интенсивности и насыщенности происходящих в культурной среде процессов объективно характеризуется продолжающимся спадом общего культурного уровня москвичей. Продолжается процесс вымывания нацио-

нальных традиций культуры, деградации культурных ориентаций молодого поколения москвичей.

Русская культура сегодня может стать общим началом, способным объединить все большие и малые народы, населяющие нашу столицу, создать условия для их полноценного развития и защитить от агрессивных влияний чужеродных цивилизаций.

«Традиционная народная культура — глубинная основа всего многообразия направлений, видов и форм культуры современного общества. В ней закреплён весь накопленный веками опыт практической и духовной деятельности, через нее формируются важнейшие национальные идеалы, моральные принципы и нравственные установки, регулируются нормы социальных, семейных, общинных, трудовых отношений между народами и поколениями. В ее сохранении — залог устойчивого развития нашей многонациональной столицы и современного российского общества»¹.

Библиография

1. Григорьев А. И. Культура досуга. Киев : Высшая школа, 2007.
2. Дюмазедье Ж. Современное производство, образование и досуг. М., 1993.
3. Иванов В. Н., Сергеев В. К., Худяков С. И. Москва и москвичи: актуальные проблемы социально-культурной сферы. М. : РИЦ ИСПИ РАН, 2003.
4. Петрова З. А. Методология и методика социологических исследований культурно-досуговой деятельности : учебное пособие. М. : МГИК, 2005.
5. Сергеев В. К. Молодежная культура и СМИ // Научное издание. М. : Серебряные нити, 2006.

¹ Путин В. В. Вступительное слово на заседании Государственного совета «О государственной поддержке традиционной народной культуры» (26 декабря 2006 г.).

КОНФЕРЕНЦИИ. СЕМИНАРЫ. СИМПОЗИУМЫ

ОКТАБРЬ

1–6 октября 2012 г.

Всероссийская научно-практическая конференция «Народы Северного Кавказа: история и современность» — Россия, Хасавюрт.

Организаторы: филиал Дагестанского государственного университета в г. Хасавюрте.

Контактная информация: 368000, Россия, РД, г. Хасавюрт, ул. Аксаевская, 36, филиал ДГУ, секретарь конференции Гужиева П. Р., тел.: 8 (872) 310 30-02, факс: 8(872) 310-45-85, эл. почта: ruslan1968_68@mail.ru

12–13 октября 2012 г.

Научно-практический симпозиум «Социальные коммуникации: репертуар и эффективность современных технологий» — Россия, Санкт-Петербург.

Организаторы: Санкт-Петербургский государственный университет, факультет социологии.

Контактная информация: 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3, 9 подъезд. Факультет социологии СПбГУ. Ауд. 302. Тел.: (812) 577-12-64. Пивоварову Александру Михайловичу, эл. почта: soccomm2012@gmail.com. Веб: <http://soccomm2012.yolasite.com>

23–25 октября 2012 г.

V Всероссийский социологический конгресс «Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие» — Россия, Уфа.

Организаторы: Российское общество социологов при поддержке Международной социологической ассоциации (ISA) и Европейской социологической ассоциации (ESA), Академия наук Республики Башкортостан, Институт социально-политических и правовых исследований Республики Башкортостан, ВЦИОМ, Левада-Центр.

Контактная информация: Россия, 117218, г. Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5, тел.: (495) 719-09-71, (499) 128-86-01, факс: (495) 719-07-40, e-mail: rss@isras.ru

25–26 октября 2012 г.

II Международная научно-практическая конференция «Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов — Россия, Пенза.

Организаторы: Научно-издательский центр «Социосфера», факультет базового образования Нового болгарского университета, Семипалатинский государственный университет им. Шакарима, Пензенская государственная технологическая академия.

Контактная информация: тел.: (8412) 21-68-14 — генеральный директор НИЦ «Социосфера» — Дорошина Илона Геннадьевна, главный редактор — Дорошин Борис Анатольевич, эл. почта: sociosphere@yandex.ru

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Публикуемые материалы могут не отражать точки зрения учредителя, редколлегии и редакции. Все материалы публикуются в авторской редакции. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

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

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

К статье *обязательно* прилагаются:

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

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

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

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

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

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

Научный и социокультурный журнал
Выпуск № 4 (39), июль — август 2012 г.

Перевод на англ. яз. О. Н. Мамонова

Лит. редактор Л. Г. Королева

Оригинал-макет О. И. Комиссарова

Учредитель

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

Издатель

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

Издание зарегистрировано

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

Индекс в каталоге ОАО «Агентство “Роспечать”»: 36938.

Выходит 6 раз в год.

Цена свободная.

Адрес редакции

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

Телефон: 8 (495) 691-69-14.

Факс: 8 (495) 681-17-53.

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

E-mail: redactor@miskp.ru; red@journalpoisk.ru

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

Распространение

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

Сдано в набор 07.06.12. Подписано в печать 26.06.12.
Дата выхода в свет 13.08.12.

Формат 60x84/16. Гарнитура «Прагматика».

Тираж 1000 экз. Заказ №

Печать офсетная. Усл. печ. л. 17

НИЦ «Академика»

127254, Москва, ул. Гончарова, 15

Отпечатано с готовых диапозитивов

в ГУП МО «Коломенская типография»

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