в сфере образования, максимально учитывая при этом как возможные условия и факторы, так и специфические отечественные характеристики.

Список литературы

1. *Белозерцев, Е.П.* Образ и смысл русской школы: очерки прикладной философии образования. – Волгоград: Перемена, 2000.

2. *Добреньков, В.И., Нечаев, В.Я.* Общество и образование. – М.: ИНФРА-М, 2003.

3. *Ильин, В.В., Ахиезер, А.С.* Российская цивилизация: содержание, границы, возможности. – М.: Изд-во МГУ, 2000.

4. *Куликова, С.В.* Национальное образование в России: история и современность. – Волгоград: Перемена, 2004.

5. *Штомпка, П.* Социология социальных изменений / пер. с англ.; под ред. В.Я. Ядова. – М.: Аспект-Пресс, 1996.

© Тюрина Ю.А., 2009.

О.В. Романова

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННОМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ЗНАНИИ

Аннотация. *Статья посвящена рассмотрению нового подхода к понятию «рынок», формирующегося в настоящее время под влиянием постнеклассической социологической мысли. Описанный в статье алгоритм институциализации раскрывает смысл становления социального рынка как сверхсложного супер института.*

Ключевые слова: *социальный рынок, конкуренция, самоорганизация, социальная сборка, социорыночные ценности, организационная структура.*

Феномен рынка является центральной категорией прежде всего экономической науки. Несмотря на это, исследование специальной литературы позволяет прийти к выводу о достаточно пристальных взглядах социологов на рынок. Проведенный автором социологический анализ дает основание говорить о параллельном, взаимопроникающем развитии научных взглядов на рыночный механизм. С одной стороны, развитие экономической мысли, многообразие рыночных школ и направлений оказывают влияние на социологические представления; с другой стороны, социологическая наука с ее многогранно-сложным объектами исследования – спонтанными

и управляемыми социальными процессами и структурами – наполняет рынок новым социологическим содержанием.

В настоящее время феномен «рынка» начинает выходить за чисто экономические границы. Это является предпосылкой формирования принципиально нового подхода к самому понятию «рынок» в социологическом знании. Представленные результаты анализа позволяют по-новому взглянуть на социальный механизм рынка, рыночные ценности, процессы социальной конкуренции и обмена, выводят на новый уровень осмысления социальных процессов, «рыночную реальность» в ее динамике, тенденциях, особенностях, позволяют выявить новые глубинные смыслы.

Ключевую роль в осмыслении парадигмы современного рынка сыграли работы Н.Н. Моисеева. Настойчиво критикуя эгоистические и потребительские наклонности западного человека, доказывая «невозможность преодоления наступающего кризиса чисто техническими средствами»[1], автор утверждает, что деятельность человека, основанная на существующих парадигмах, ведет к деградации социума. Поддерживаемое равновесие социальной системы достигается с помощью механизма рынка, объединяющего три эволюционных принципа: изменчивость, наследственность и отбор. Важно, что объединение этих начал представлялось Н.Н. Моисееву в форме некоторого «супермеханизма» самоорганизации, который он и называет рынком. Таким образом, по указанному автору, рынок выступает в качестве сложнейшей иерархически организованной системы отбраковок старых и замещений новыми непрерывно рождающимися структурами. Значит, рынок в обычном сугубо экономическом или житейском смысле, то есть как инструмент распределения, – это лишь частный и специальный случай того рынка, который является естественным и единственным средством сопоставления «качества» различных форм организации живого (и не только живого) вещества и их отбраковки. Он является одним из основных факторов, определяющих развитие социума[2]. Точку зрения Н.Н. Моисеева разделяют в настоящее время все больше и больше исследователей.

В подобном контексте появились социологические и экономико-социологические исследования, основанные на видении рынка как хозяйствующего субъекта, но рассматривающие его как сложный сигнальных механизм, который в той же мере, в которой производит и реализует продукты и услуги, становится средством производства и распространения идентичностей, утверждения статусных иерархий, ареной символической борьбы за интерпретацию смыслов[3].

---

[1] *Моисеев, Н.Н.* Еще раз о проблеме коэволюции // Вопросы философии. – 1998. – № 8. – С. 26.

[2] См.: *Моисеев, Н.Н.* Расставание с простотой. – М.: Аграф, 1998. – С. 146–149.

[3] См.: *Радаев, В.В.* Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – С. 38,44.

Замечу, что и П. Друкер выдвигает идею рынков будущего; «свободный рынок будущего скорее означает неограниченный поток информации, а не товаров. И в этом отношении он действительно будет всемирным свободным рынком. Это серьезно повлияет не только на бизнес, но и на все учреждения…Это также означает, что центр тяжести – и центр власти – сместится в сторону потребителя – по той простой причине, что потребитель в наше время располагает полным доступом к информации во всемирном масштабе»[1].

В контексте сказанного высвечивается необходимость преодоления стереотипов и представлений о рынке как о сугубо экономическом институте, переориентации с сохранением ряда традиционных ценностей на понимание социального рынка, основанного на высших социальных ценностях и воспринимаемого как институт нового качества.

Выдвинутая автором идея о зарождении нового подхода к понятию «рынок», получила подтверждение в результате проведенного экспертного опроса «Рыночные процессы в условиях глобальных кризисов»*.

Несмотря на то, что большинство экспертов (39,4%) определяют современный рынок как «экономическую систему (синоним капиталистического общества), в которой господствует конкуренция между независимо действующими хозяйственными агентами», второе место (25,5 %), что очень важно, принадлежит новому взгляду на рынок, как «институт социального обмена, вышедший за пределы экономической сферы и характеризующийся возникновением новых социально-рыночных механизмов».

Представляется, что социальный рынок во всех своих ипостасях (вчерашний, сегодняшний, рынок завтрашнего дня), адекватный изменениям в системе социальных потребностей, является результатом естественного социального отбора институтов (Т. Веблен). Становление социального рынка, то есть рынка в новом качестве, проходит те же стадии институциализации, через которые проходят и другие институты. Подчеркнем в связи с этим два важных момента.

Во-первых, методологически важной для нашего исследования служит мысль, высказанная И. Пригожиным и И. Стенгерс: «Мы считаем, что бытие и становление должны рассматриваться не как противоположности, противоречащие друг другу, а как два соотнесенных аспекта реальности»[2]. В понимании становления автор отталкивается от глубинных харак-

---

[1] *Друкер, П.* Энциклопедия менеджмента. – М.: Вильямс, 2004. – С. 420.

* Опрос проводился в ноябре 2008 года среди государственных служащих, занимающих в основном (65,4%) руководящие должности различных сфер деятельности государства, ряда регионов Российской Федерации. В опросе приняли участие 137 экспертов.

[2] *Пригожин, И., Стенгерс, И.* Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. – М.: Прогресс, 1986. – С. 383.

теристик развития, согласно которым мир актуализируется, *«становится»,* и этот становящийся мир для нас не менее важен, чем мир ставший, сегодняшний. Эти суждения имеют существенное значение для исследования проблемы становления института социального рынка.

Во-вторых, осмысление специальной литературы, авторский анализ позволили выделить своеобразный *алгоритм* (последовательность стадий) институциализации социального рынка.

Определяющим условием появления социального рынка этого уровня явилась *социальная потребность в институте,* обеспечивающем усложняющиеся социальные взаимодействия (социальный обмен, социальное партнерство, социальную инициативу и конкуренцию, социальное равновесие). Социальные потребности удовлетворяются организационными усилиями членов общества посредством социальных институтов: государства, гражданского общества, социального рынка. Удовлетворение этих потребностей обеспечивает социальную стабильность и развитие, неудовлетворение – порождает социальные конфликты и несет угрозу социальной безопасности. Следовательно, социальный рынок – это сложная самоорганизующаяся социальная система.

Следующим социальным рыночным фактом стало *усложнение формализации социальных отношений,* получившее первичное выражение в некоторых нормативно-правовых актах, появлении новых социальных норм, правил социального поведения, формальных и неформальных договоров и соглашений.

Нарастает внутренняя организация рынка, возникают новые и новые социальные сборки: социальный капитал, социальные программы, идеи, социальные нормы и стандарты, социальные продукты и услуги. Социальный рынок можно представить в качестве огромной, непрерывно усложняющейся сетевой структуры, действующей на уровне социума, в которой социальные сборки играют роль узловых элементов. Появляются новые организационные структуры управления и самоорганизации, другие – меняют смыслы и значения.

В процессе институциализации социального рынка получает развитие этап повышения его *легитимизации* в различных формах: создание соответствующей законодательной базы, международные соглашения, формы поддержки граждан. Относительно последней стадии, видимо следует иметь в виду, что социальный рынок, включая в себя институты-образования и институты-установления, при этом сам выступает некоторым сверхсложным *супер институтом*, симбиозом организованных, целенаправленных и спонтанных, слабоструктурированных взаимодействий. Это объясняется тем, что будучи самоорганизующейся системой, и, что особо важно, – *становящейся,* социальный рынок содержит наряду институтами-установлениями – нормами, правилами, традициями, также

нелегитимные образования, которые с большим трудом можно было бы отнести к институтам.

И наконец, такая стадия институциализации социального рынка как возникновение *системы стандартизованных ожиданий.* Выявление стандартизированных ожиданий, действующих в социальных системах, коренящихся в культуре и определяющих направленность и характер действия людей, составляют, как известно, главный предмет социологического анализа Т. Парсонса. Отмечу, что процесс институциализации, по Т. Парсонсу, – это интеграция стандартизированных ожиданий с разными формами социального контроля – материального, духовного и административного. Эффективность институциальных форм зависит не только от того, как в них выражены целостные ориентации людей – что им дорого и что они ценят, – но и от того, какую моральную поддержку оказывает этим формам общество людей. То есть, чтобы социальный рынок превратился в систему стандартизированных ожиданий необходим социальный контроль, прежде всего, «диких» рыночных проявлений, а также его признание и поддержка широкими социальными группами – принятие *социально-рыночных ценностей*.

Раскрывая *алгоритм* институциализации, мы подходим к *новому пониманию рынка* как института вышедшего за пределы сугубо экономической сферы на уровень социума и включившего в себя традиционный рынок, как одну из составных частей. Автор полагает, что социальный рынок – неотъемлемая часть высокоорганизованного социума, взаимосвязанная с другими его элементами – социальным государством и гражданским обществом.

Таким образом, социальный рынок имеет ***сложную организационную структуру***, представляющую собой синтез различных временных и условно постоянных подструктур: плоских, матричных, оболочных. Исследование выявило основные рынки, входящие в состав социального рынка: *к первой группе* относятся рынки, сложившиеся в определенной сфере отношений – рынок образования, рынок труда, рынок здравоохранения, рынок культуры, другие; *ко второй группе* относятся рынки, классифицирующиеся в зависимости от предлагаемого *социального продукта* – рынок товаров, рынок услуг, рынок инноваций, рынок программ и проектов, рынок социальных норм и стандартов и т. д. Рынки, относящиеся ко второй группе, могут зачастую выступать в качестве необходимых компонентов рынков первого уровня, в этом их универсальное свойство. То есть, социальный рынок выступает в виде множества социальных компонентов, соотнесенных различными способами связи (структурой) друг с другом и окружающей средой.

В структуре социального рынка ***наблюдаются глубинные процессы и тенденции различной природы***. В сфере образования таким приме-

ром может стать тенденция укрупнения школ сельской местности путем создания крупных районных школ и сокращения малочисленных. Это, может повысить эффективность образования, освободить дополнительные средства финансирования школы. Другой же стороной этого процесса станет определенный отрыв детей от семьи. В сфере культуры плюрализм течений и направлений граничит с феноменом нарастания массовой низкопробной культуры. Рыночные процессы вторглись даже в институт семьи и брака, свидетельством чему является, в том числе, и рост числа заключаемых брачных контрактов (по состоянию на конец 2007 г. число брачных договоров достигло 24%, что составляет, примерно, четвертую часть от общего количества заключенных браков).

Приведем характерный пример качественных изменений на рынке консультационных услуг, отталкиваясь от наблюдений президента Национального института сертифицированных консультантов, теоретика организаций А.И. Пригожина. К новым тенденциям относятся: спрос стал опережать предложение; спрос стал более избирательным и квалифицированным; консультационное сообщество занялось оздоровлением своего рынка. Рынок консультационных услуг по управлению, отмечает А.И. Пригожин, развивается бурно и с немалыми проблемами, словом «хорошо разогрет». Теперь важно его упорядочить и наполнить квалифицированными специалистами и качественными консультационным продуктами[1].

Анализ различных источников показал наметившиеся новые тенденции в развитии рыночной социальной самоорганизации. Среди них – виртуализация процессов рыночного обмена, появление широкого спектра негосударственных социальных услуг; инновационных социальных продуктов (программ, проектов и др.). Особо актуальной для социального рынка является проблема «социорыночных ценностей» и рыночного мышления, сформировавшиеся под влиянием процессов глобализации и информатизации государства и общества, усиления социальной значимости информации, знаний и опыта на рынке.

Так, в проведенном экспертном опросе при выборе тенденций, характеризующих сегодняшний российский рынок лидирующую позицию (28,1%) заняла тенденция «расширение пространственных и содержательных границ рынка», всего один балл предыдущей (27,4%), уступила тенденция «доминирование «рыночного» типа мышления у населения», тенденцию «виртуализация процессов рыночного обмена» считают доминирующей около 10% респондентов.

В результате непрерывной *самоорганизации* как *доминирующей тенденции в развитии социальных систем*, в социальном рынке повышается способность субъектов к самоусложнению и саморазвитию, уплотняются

[1] См.: *Пригожин, А.И.* Дезорганизация: причины, виды, преодоление. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2007. – С. 281.

социальные сети, укрупняются рыночные структуры (ТНК, мультибрэндовые компании, международные организации, движения и течения), появляются новые объекты, структуры, компании, которые «станут вести себя подобно живым организмам[1]. Ярчайшим примером социальной самоорганизации является глобальная информационная сеть – Интерент, управлять которой невозможно, но можно стать ее частью, действовать по ее законам, вносить свой вклад. Возрастающая скорость движения информации позволяет быстро и дешево распространять, наряду с товарами и услугами, социальные «продукты» – идеи и проекты. Социальный рынок становится все более глобальным: стираются границы между континентами (документ по электронной почте доставляется на другой конец света за пару секунд), между работой и личной жизнью (ненормированный график работы сотрудников многих компаний), между человеком и машиной (появление искусственного интеллекта). На вопрос анкеты: *«Верно ли утверждение, что глобальный характер всемирного кризиса объясняется образованием «планетарного рыночного механизма», поглотившего все без исключения «клетки» социума?»,* большинство опрошенных (41,6%) ответили, «скорее верно, чем нет», полностью согласились с утверждением 24,8 %.

В основе возникновения любого нового компонента социального рынка лежит *механизм рыночной конкуренции* (принцип отбора). Результат этого процесса – стимулирование так называемых самосборок или самотрансформаций, фундамента любого социального образования[2]. Так, примером социальной самосборки, как мы показали, является идея, нормативно-правовой акт, проект, программа. Вновь возникшая социальная сборка (идея, норма, принцип) начинает постепенно (а возможно, и стремительно), проникать в социокультурное пространство. Примером такого проникновения является распространение информации посредством СМИ и сети Интернет, рекламы нового товара/услуги. По способу возникновения можно условно выделить два типа социальных сборок: спонтанно возникающие, слабоструктурированные (тенденция в моде, скачки на фондовой бирже) и специально формируемые, вводимые в рынок (создание нормативно-правового акта, разработка инвестиционного проекта).

Анализ показывает, что спонтанно возникающие сборки могут принимать форму *ризомы* – структуры, которая может существовать в любых конфигурациях, развиваться в разных пространственных и временных координатах, иметь отрицательное воздействие на социальных акторов

---

[1] См.: *Мейер, К., Дэвис, С.* Живая организация. – М.: Добрая книга, 2007. – С. 12.

[2] См.: *Хайтун, С.Д.* Социум против человека: законы социальной эволюции. М.: КомКнига, 2006. – С. 205; *Штомпка, П.* Социология социальных изменений. – М.: Аспект Пресс, 1996. – С. 122.

и способствовать переходу акторов в иное социальное состояние[1]. Примером такого рода сборок являются различного рода террористические движения, теневые предприятия, финансовые пирамиды.

Усложнение структуры социального рынка в процессе самоорганизации бросает *вызов стабильности социорыночных структур*, ведет к неизбежному росту «издержек на адаптацию», другими словами, системе для поддержания гомеостазиса (границ своей выживаемости) необходимо быть гибкой, изменяться адекватно изменениям среды[2]. В противном случае социальный рынок вступит в фазу кризиса. Таким образом, социальная самоорганизация стимулирует возникновение в социальном рынке инноваций в ответ на вызовы среды («генерирование» новых идей, принятие нормативно-правовых актов, внедрение передовых технологий) и в свою очередь обусловливает состояние *неравновесности*. Рынок, считает П. Друкер, – непредсказуемая система, нестабильная и изменчивая по своей сути; любое долгосрочное равновесие – это результат многочисленных краткосрочных адаптаций к рыночным сигналам[3]. Поэтому, соглашаясь П. Друкером, автор отмечает, что «традиционная рыночная теория, основанная на глубоком убеждении в том, что рынок должен находиться в состоянии равновесия», не будет «работать» в социальном рынке.

Отсутствие механизмов регуляции, а иногда и невозможность их своевременного применения в социуме, могут пробудить «*дикую» самоорганизацию социального рынка* – криминализацию, коррупцию, сверхбюрократизацию. Авторы «Проекта России» полагают, что после распада Советского Союза дело воспитания перешло в руки рынка, сегодня реальной властью обладает рынок[4]. Если это так, можно сделать вывод, что система переживает «системный сбой». При отсутствии необходимых ресурсов управления отдельные компоненты социального рынка самоорганизуются в антисоциальные структуры, создавая угрозу людям. Пренебрежение традиционными ценностями приводит к доминированию в социальном рынке иллюзии вседоступности, вседозволенности и неограниченности потребления. Ярким примером «дикой самоорганизации» является патология законности – *легизм*, который, по мнению А. Пригожина, выражается в том, что некоторые законы принимаются в интересах отдельных политических и экономических групп, делают существующую власть практически несменяемой, содержат коррупционные факторы (отсутствие административных процедур применения законов, завышен-

---

[1] См.: *Кравченко, А.С.* Нелинейная социокультурная динамика: играизационный подход. М.: МГИМО-Университет, 2006. – С. 22.

[2] Там же. – С. 36.

[3] См.: *Друкер, П.* Управление в обществе будущего. – М.:ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – С. 163, 164.

[4] См.: Проект Россия. Вторая книга. Выбор пути. – М.: Эксмо, 2007. – С. 69, 255.

ные требования к лицу для реализации его прав и т.д.) и другие не- и антиправовые признаки[1].

Нарастание неопределенности и ускорение изменений в современном социуме неизбежно приводят одновременно к сокращению и расширению пространственно-временных границ, новым смысловым траекториям на различных уровнях социального рынка, что определяет такое его свойство, как *нелинейность* – зависимость свойств системы от процессов, которые в ней протекают. Трансформирующаяся реальность порождает большую амплитуду колебания спроса/предложения на социальном рынке: если сегодня социальный продукт можно приобрести по одной цене, то завтра с появлением более совершенного аналога, данный товар обесценивается; на рынке труда повышенный спрос на специалистов в области информационных технологий постепенно сменится потребностью в биотехнологах, нанотехнологах, экологах и так далее. Кроме того, на социальном рынке непрерывно изменяется спрос на нематериальные социальные потребности (например, потребности в защите интересов той или иной социальной группы), что, в свою очередь, стимулирует предложение «продукта» (например, разработка соответствующего законопроекта). В этом социальный рынок «ненасытен»: едва появившись, продукт/услуга рискует быть вытесненным другим, который тоже недолговечен. А. Тоффлер отмечает, что покупатель попадает в тщательно расставленный капкан – смерть старой вещи была надуманно ускорена ее производителем, и в то же время появляется «новая, улучшенная модель», разрекламированная как последняя победа технического прогресса[2]. Все сказанное приводит к таким издержкам рыночной самоорганизации как престижное потребление, сверхкомфортное потребление и вариофикация[3].

Полагаю, что мы, по сути дела, приближаемся к возникновению принципиально новой, *«неравновесной» социологии рынка*. Эта социология рынка возникает в ответ на «социальный заказ» в рамках становящейся постнеклассической социологии, основные категории которой – случайность, динамичность и энтропийность социального развития, многомерность социального пространства/времени, глобальность, инновационность.

Отметим, в заключение, что, по мнению большинства экспертов (около 57%), создание в России цивилизованного рынка, вопреки всепоглощающему рыночному механизму, двигаемому сверхжадностью узкой группы лиц, хотя и нескоро, но все же приемлемо. Кроме того, подавляющее большинство опрошенных (около 70%), полагают, что традиционные социальные структуры (здравоохранение, образование, семья) под давлением «ры-

[1] См.: *Пригожин, А.И.* Дезорганизация: причины, виды, преодоление. – С. 145, 146.

[2] См.: *Тоффлер, А.* Футурошок. – СПб.: Лань, 1997. – С. 53.

[3] См.: *Пригожин, А.И.* Дезорганизация: причины, виды, преодоление. – С. 131,132.

ночной машины» в условиях нарастающего системного кризиса выдержат только при условии регулирования и поддержки со стороны государства и гражданского общества.

Дальнейшее исследование рынка, на наш взгляд, может привести к определению самосознания рыночных институтов, выявлению «рыночного сектора» российской элиты, действительно думающей о народе России, детерминаций среды, воздействующей на социальный рынок, заставляя изменяться, адаптироваться, функционировать в режиме опережающего отражения действительности. И само становление института социального рынка является естественным результатом социального отбора, взаимодействия самоорганизации и управления социорыночным пространством посредством наполнения его новыми социальными смыслами и значениями.

Список литературы

1. *Друкер, П.* Управление в обществе будущего. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007.

2. *Моисеев, Н.Н.* Расставание с простотой. – М.: Аграф, 1998.

3. *Радаев, В.В.* Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ ВШЭ, 2003.

4. *Штомпка, П.* Социология социальных изменений. – М.: Аспект Пресс, 1996.

© Романов О.В., 2009

М.Б. Умаханов

МЕЖЭТНИЧЕСКОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ОБЪЕКТ ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация. *Освещаются актуальные теоретико-методологические вопросы, связанные с исследованием этнополитических процессов. Автор обосновывает необходимость междисциплинарного, комплексного подхода к изучению сложных процессов межэтнического общения в контексте общественно-политического и социально-культурного взаимодействия.*

Ключевые слова: *полиэтническое общество, межэтническое общение, этноконфликтология.*

Этносоциальное, этнокультурное, этнополитическое своеобразие личности наиболее ярко проявляется в сфере массового взаимодействия,