

**СПИСОК ОСНОВНЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Trager, G. Culture as Communication: A Model and Analysis / G. Trager, E. Hall. – New York, 1954.
2. Смолина, Т.Л. Социальная поддержка как стратегия преодоления культурного шока / Т.Л. Смолина // Социс. – 2002. – № 1. – С. 90–95.
3. Dodd, C.H. Dynamics of intercultural communication / C.H. Dodd. – Boston. MS: McGraw Hill, 1998.
4. Argyle, M. Inter-cultural communication / M. Argyle // Cultures in contact : Studies in cross-cultural interaction / ed. by G. Bochner. – Oxford : Pergamon Press, 1982. – P. 61–79.
5. Hall, E. The Silent Language / E. Hall. – New York, 1959.

*The problem of education research practices in different socio-cultural environment is highly relevant for the national social science. Successful training of foreign professionals, who understand and accept the specificity of Belarus, may be considered one of the most important conditions for economic and political development of our country. A number of issues require its sociological research, including the specifics of the social adaptation of foreign citizens in our socio-cultural environment in a relatively short stay in it, the influence of the intensity of intercultural cooperation on the effectiveness of adaptation of foreign students, their attitude towards the host country and to its previous medium after gaining experience this interaction.*

УДК 316.7

**Н. М. Канашевич**

## **КУЛЬТУРНАЯ СРЕДА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

*В статье рассматривается проблема, связанная с воздействием культурной среды хозяйственной деятельности на социальное развитие. Выявляются факторы, обусловившие переход с середины XX столетия от стихийного к сознательно регулируемому воспроизводству культурной среды в хозяйственной сфере. Дан сравнительный анализ подходов к пониманию сущности патернализма как феномена, присущего культурной среде хозяйственной деятельности в нашем регионе, сделан вывод о необходимости использования его потенциала в политике модернизации.*

Культурная среда хозяйственной деятельности неотделима от самой этой деятельности, является ее необходимой предпосылкой и способом воздействия на поведение людей, может как ускорить, так и замедлить развитие экономики. С переходом к индустриальному обществу национальные хозяйственные культуры западных стран универсализировались и приобретали черты, характерные для промышленной и рыночной стадии развития. При этом сохранялась специфика развития, которая может быть представлена как два пути модернизации западных стран: англо-американский (быстрое развитие, наличие свободной ра-

бочей силы, формирование фермерства) и француско-германский (более медленное развитие с сохранением крестьянского и ремесленного производства), породившие свои модели индустриальной рыночной культуры.

Одновременно в этих обществах оформилась особая специализированная сфера культуры – рыночная хозяйственная, характерная для западного варианта индустриального развития в целом. Ее определяющей чертой Макс Вебер считал прогрессирующую рационализацию жизни, истоки которой он усматривал в протестантской трудовой этике, ориентирующей человека на трудолюбие, практичность, бережливость, честность, осмотрительность, приверженность порядку. Важной составляющей концепции западной хозяйственной культуры стала также теория социального характера Эриха Фромма. Рынок способствовал развитию социального характера, основанного на ряде необходимых для индустриальной экономики положительных ориентаций человеческой деятельности, но одновременно закреплял и такие установки, как скупость, стяжательство, эксплуататорская ориентация, подозрительность, отчуждение и др. Для рыночного характера свойственно истолкование жизни как коммерческого предприятия. «Цель рыночного характера – полнейшая адаптация, чтобы быть нужным, сохранить спрос на себя при всех условиях, складывающихся на рынке личностей» [1, с. 148].

Вплоть до середины XX столетия воспроизводство культурной среды в хозяйственной сфере осуществлялось в основном стихийно, а если оно и регулировалось сознательно, то лишь в сферах, удаленных от собственно хозяйственной – в идеологии, науке, искусстве (лишь в сфере образования отчасти имело место регулирование его ценностной среды, приближенное к хозяйственным потребностям общества). Пионерами в деле управления хозяйственной и организационной культурой стали японские фирмы, в которых сделали ставку на ценности единства и служения фирме как модификацию феодально-цеховой корпоративной солидарности. Этот пример принципиально нового отношения к культуре хозяйствования, воплотившийся в огромные прибыли, заставил американские, и западноевропейские компании отказаться от «технократического» подхода к экономическому росту.

Вступление в постиндустриальное состояние связано с расширением и усложнением культурной компоненты хозяйственной деятельности. Начиная с 1970-х годов, в странах с развитой рыночной экономикой управление хозяйственной культурой, начавшееся на уровне корпорации, захватило высшие уровни ее функционирования – общенациональный и общегосударственный. Практически во всех крупных корпорациях появляются специальные подразделения, отвечающие за внедрение стратегических ценностей и увязку их с мерами по повышению производительности труда.

Воздействие государства и бизнеса на хозяйственную культуру на этапе постиндустриализма не только приобретает плановый и скоординированный характер, но и превращается в национальную стратегию: определение государ-

ством общенациональных целей и ценностей хозяйственной жизни становится компонентом политической культуры. Важнейшим приоритетом национально-государственных экономических стратегий объявляется поддержка инновационной культуры на базе возрождения традиционных ценностей (идея возвращения к традициям М. Тэтчер, девиз Рейгана: «Семья, труд, добрососедство»).

Российские социологи Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина, В.В. Радаев называют следующие характеристики хозяйственной культуры, соответствующие современной рыночной экономике: экономическая рациональность – способность осуществлять хозяйственную деятельность исходя из экономической выгоды; инновационность – способность усваивать новые модели хозяйственной деятельности; диверсифицированность хозяйственных ролей; высокая субъективность – ориентация на индивидуальную самореализацию; культура партнерских трудовых отношений между нанимателем, наемным работником и государством; ориентация не только на групповые, но и институциональные ценности (гражданские, правовые); высокая трудовая мораль и правопослушание; политическая нейтральность – независимость экономической культуры от деятельности партий и влияния идеологий [2, с. 225].

Значимость культурных, ценностно-мотивационных факторов экономической деятельности резко повышается в трансформирующемся обществе. Проблема ценностей, идеалов и норм, разделяемых хозяйствующими субъектами, – важная проблема государств бывшего СССР, не завершивших еще процесс постиндустриальной модернизации. Специфика становления здесь рыночной хозяйственной культуры обусловлена особенностями модернизационного процесса в этом регионе. Преобразование традиционной, патерналистского типа хозяйственной и политической культуры осуществлялось первоначально преимущественно в русле германо-французского варианта развития (стран «второй волны» европейской модернизации), а после 1917 г. – в форме административно-командной экономики, не имевшей аналога в других регионах мира.

В качестве определяющей черты традиционной восточноевропейской хозяйственной культуры исследователи рассматривают государственный патернализм. В самом общем смысле патернализм (от лат. *Paternus* – отцовский, *pater* – отец) ассоциируется с опекой старшего над младшим или с деятельностью с позиций отеческой заботы, осуществляемой как отдельным лицом, так и организациями, в том числе и государством по отношению к менее защищенным в социальном и экономическом отношении индивидам, слоям и группам.

Патернализм – сложный для понимания и многоплановый по своим проявлениям феномен культуры. Этим термином историки обозначали особый тип властных отношений, устанавливавшихся добровольным и договорным путем между лицами, имевшими разные правовые статусы. Например, отношения между римскими *pater familia* и *clients*, жизнь которых зависела от личного покровительства одного из граждан, или институт патроната в феодальном обще-

стве (лат. *patronus* – покровитель, защитник). В других областях гуманитарного знания этот термин долго использовался преимущественно метафорически.

В последнее десятилетие XX века в связи с развитием трансформационных процессов в постсоветских странах тема патернализма становится объектом научного интереса и эмпирического анализа социологов, политологов, экономистов как особая форма социокультурной организации общества, формирование которой обусловлено историческими особенностями хозяйственного развития отдельных регионов. Сложились различные концептуальные подходы к интерпретации данной социальной практики. В качестве примера приведем две точки зрения.

1) Патернализм – отличающийся от западной демократии и гражданского общества особый вид договорного обмена ресурсами, основанный на сотрудничестве и подчинении сторон, нуждающихся в отношениях взаимной зависимости, попечительства и попечения (З. Бауман, Дж. Фокс, М. Смайли).

2) Патернализм – феномен «патримониальных» обществ (термин С.Н. Айзенштадта), для которых характерна низкая степень социальной дифференциации и автономности различных социальных групп, сильная степень внутренней солидарности, властные отношения, выстроенные по модели «господство-солидарность», основанные на договоре и на особой форме ритуализированных личных отношений [3, с. 325].

По своим истокам патернализм – продукт традиционного общества и патриархальной семьи, в которой авторитет отца был непререкаем: на него налагалась большая ответственность по выполнению хозяйственных функций, контроля, поощрения и наказания. В словаре Оксфордского университета при определении патернализма поясняется, что речь идет о применении силы или власти в отношении другого лица для предотвращения того вреда, который он может себе причинить, или в целях содействия его благу, в том числе насильственно, лишая объект заботы личной ответственности и свободы выбора. Ограничение отцом свободы ребенка в интересах ребенка не нуждается в оправдании [4, с. 428].

В восточноевропейской экономической культуре патернализм – исторически устойчивая традиция поведения, сложившаяся в силу специфики геоэкономического развития. Длительное сохранение у восточных славян большой семьи и общинного землевладения было обусловлено хозяйственной необходимостью: короткое лето заставляло почти одновременно проводить разные полевые работы, что требовало мобилизационного типа коллективных работ и авторитарного стиля руководства главы семьи. В этой ситуации человек как бы освобождается от индивидуальной ответственности и свободы выбора и даже склонен перекладывать ответственность за свою судьбу на семью и власть.

Патернализм, как выработанный исторической практикой доминирующий архетип поведения, закрепленный в ментальности и экономической культуре восточноевропейского общества, оказался не только весьма устойчивым,

но и институционализировался в качестве важнейшего компонента государственной власти. По Н. Карамзину, «самодержавное правление есть отеческое правление». Неотъемлемыми характеристиками верховной власти считались попечение, покровительство, защита, надзор, пожертвование, дарение.

Об устойчивости патерналистской культуры свидетельствует и советский период нашей истории: опека со стороны государства, гарантии социальной помощи и защиты рассматривались как наиважнейшая функция власти. На рубеже 1990-х гг. в государствах бывшего СССР на фоне объективной потребности перехода к постиндустриальному развитию и введения новых механизмов стимулирования хозяйственной активности выявилась неэффективность патерналистского типа экономической культуры, и произошло разрушение основанной на ее ценностях системы административно-командной экономики.

Сегодня в нашем регионе формируется новая система отношений, соответствующая требованиям рыночной экономики, включая новые институты, новые хозяйственные роли и ценностно-мотивационные установки экономического поведения. Сложность этого процесса и его обусловленность культурным фактором подтверждает более медленное восприятие населением восточноевропейских стран с доминированием православной ментальности ценностей рыночной системы хозяйства, что требует адаптации реформ, связанных со становлением рыночных отношений, к требованиям ментальных ценностей наших обществ.

Можно приводить аргументы «за» и «против» тезисов, развиваемых в последние годы рядом российских авторов. Например, что «патернализм способен эволюционировать и включаться в рыночную культуру» (П.В. Романов), или что институт общенационального и общенародного лидерства и «отеческие» черты государственного правления – необходимые атрибуты власти в постсоветском социуме (М.А. Акимова, М.Н. Афанасьев, В.Н. Борисов и др.). По мнению ведущих белорусских экономистов, выбор для Республики Беларусь эволюционного пути перехода к рыночной системе хозяйства и модели социально ориентированной рыночной экономики как перспективной, основан на учете специфических особенностей социокультурного и национального развития общества. Ключевую роль в этом выборе сыграли следующие факторы: коллективистские традиции белорусской ментальности; неприятие общественным сознанием неправедных путей обогащения; длительная принадлежность к социалистической системе и успехи в области социального обеспечения, имевшие место в советский период; историческая вера в необходимость сильного государства и лидера, защищающего народ; традиционная сдержанность, терпеливость и осмотрительность белорусов [5, с. 463].

#### **Список основных источников**

1. Ашин, Г.К. Социология политики / Г.К. Ашин, С.А. Кравченко, Э.Д. Лозанский. – М. : Экзамен, 2001. – 380 с.

2. Радаев, В.В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов / В.В. Радаев. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 603 с.
3. Эйзенштадт, Ш. Революция и преобразование обществ. Сравнительное изучение цивилизаций / Ш. Эйзенштадт ; пер. с англ. А.В. Гордона ; под ред. Б.С. Ерасова. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 416 с.
4. Политика: Толковый словарь: русско-английский / ред. А. Маклин. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 768 с.
5. Национальная экономика Беларуси : учебник / В.Н. Шимов [и др.]; под ред. В.Н. Шимова. – 3-е изд. – Минск : БГЭУ, 2009. – 751 с.

*The issue of paternalism, which was negatively perceived in the 1990s, today, in the economic crisis, it is again very actual to our society, which needs effective means of regulating the modernization process. It is also clear that the effectiveness of any reform depends on how it is coordinated with the traditional value and institutional bases of a particular society and how realistic it is taken into account in their social and cultural specificity of the organization of its economic and social life.*

УДК 339.13

*Л. А. Климова, А. И. Горбатенко*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ**

*На сегодняшний день в нашей стране сформирована и активно совершенствуется законодательная база по энергосбережению и повышению энергетической эффективности потребителей и страны в целом, определены основные направления развития этой деятельности, создана мощная правовая, экономическая и организационная базы ее стимулирования. В статье исследовано понятие маркетинга энергосбережения. Определены объекты, субъекты, цели, задачи, основные инструменты и мероприятия по повышению уровня энергосбережения по средствам реализации комплекса маркетинговых мероприятий.*

На сегодняшний день энергосбережение стало одним из приоритетных направлений модернизации экономики. С 2007 года с выходом Директивы Президента Республики Беларусь № 3 «Экономия и бережливость – главные факторы экономической безопасности государства» в нашей стране сформирована и развивается законодательная база по энергосбережению и повышению энергетической эффективности, определены основные направления этой деятельности, созданы правовые, экономические и организационные основы ее стимулирования.

Таким образом, можно говорить о зарождении и развитии рынка энергосбережения, и, как следствие, формировании нового направления маркетинга – маркетинга энергосбережения.