

КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО  
ЧЕРНОМОРСКИЙ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР  
ИНСТИТУТ СЕРБСКОЙ КУЛЬТУРЫ ПРИШТИНА-ЛЕПОСАВИЧ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ДЖАВАХАРЛАЛА НЕРУ  
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАХАТМЫ ГАНДИ  
СТУДЕНЧЕСКОЕ НАУЧНОЕ ОБЩЕСТВО  
«ШКОЛА МОЛОДОГО ПОЛИТОЛОГА»

**«ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО  
И СОЦИАЛЬНОЕ ВРЕМЯ:  
ПРАВО СИЛЫ VS СИЛА ПРАВА»**

**Сборник научных трудов XI Международного  
Харакского форума**

(Ялта, 5-7 ноября 2022 г.)

Под общей редакцией Т.А. Сеньошкиной

Симферополь  
ИТ «АРИАЛ»  
2023

УДК 32 (31)  
ББК 74.00  
П 50

*Сборник зарегистрирован в системе  
Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)*

**Главный редактор:**

**Т.А. Сеньюшкина**, доктор политических наук, профессор.

**Научный редактор:**

**Е.А. Сеньюшкин**, кандидат политических наук, доцент.

**Рецензенты:**

**Драган Танчич**, доктор политических наук, профессор;

**Раджив Кумар**, доктор политических наук, профессор;

**Миодраг Гордич**, доктор политических наук, профессор.

Мнение авторов может не совпадать с мнением редакционной коллегии.

П 50 **Политическое пространство и социальное время: право силы vs сила права.** Сборник научных трудов XL Международного Харакского форума 5–7 ноября 2022 г., г. Ялта / Под общ. ред. Т.А. Сеньюшкиной; [науч.ред.: Е.А.Сеньюшкин]. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2023. – 384 с.  
ISBN 978-5-907656-69-7

В сборнике размещены материалы XL Международного Харакского форума «Политическое пространство и социальное время: право силы vs сила права», состоявшегося в г. Ялта 5-7 ноября 2022 г. Раскрываются актуальные проблемы, связанные с ролью права в современном политическом пространстве и социальном времени. Книга будет полезна исследователям, занимающимся междисциплинарными исследованиями на стыке политологии, философии, правоведения, социологии и международных отношений.

**УДК 32 (31)  
ББК 74.00**

ISBN 978-5-907656-69-7

© Сеньюшкина Т.А., 2023

© ИТ «АРИАЛ», макет, оформление, 2023

**ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ПОЛИТИЧЕСКИХ  
ЦЕННОСТЕЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В 2022 ГОДУ**

**Андрив И.И.**

*Санкт-Петербургский государственный университет,  
факультет политологии, кафедра политических институтов  
и прикладных политических исследований,  
студент 2 курса магистратуры  
E-mail: andriiv99@mail.ru*

**Пузанова А.Д.**

*Санкт-петербургский государственный университет,  
факультет политологии, кафедра политических институтов  
и прикладных политических исследований,  
студент 2 курса магистратуры  
E-mail: anna.puzanova.901@mail.ru*

**Аннотация.** Данная работа нацелена на выявление трендов изменения содержания политических ценностей современной российской молодежи, определение их структуры и характера в российском и общемировом социокультурном контексте, анализ их влияния на политическое поведение российской молодежи в целом. Теоретико-методологической основой исследования является социокультурный подход, в соответствии с которым политические ценности рассматриваются как смысловые доминанты политического доверия и политического поведения. Эмпирическая часть исследования опирается на экспертный опрос с участием представителей политически активной молодежи, органов власти, связанных с реализацией молодежной политики, и учеными (серия экспертных глубинных нестандартизованных интервью), проведенный в октябре 2022 года.

**Ключевые слова:** молодежь, политические ценности, безопасность, справедливость, свобода, стабильность, политическое доверие, политическая культура.

## TRANSFORMATION OF THE SYSTEM OF POLITICAL VALUES OF RUSSIAN YOUTH IN 2022

**Andriiv I.I.**

*Saint Petersburg State University,  
Department of Political Institutions and Applied Political Studies,  
2nd year Master's student  
E-mail: andriiv99@mail.ru*

**Puzanova A.D.**

*Saint Petersburg State University,  
Department of Political Institutions and Applied Political Studies,  
2nd year Master's student  
E-mail: anna.puzanova.901@mail.ru*

**Abstract.** *This work is aimed at identifying trends in changing the content of modern Russian youth political values, determining their structure and character in the Russian and global socio-cultural context. And also an analysis of these trends impacting on the confidence of young people in political authorities and political behavior in general. The theoretical and methodological basis of the research is a socio-cultural approach, according to which political values are considered as semantic dominants of political trust and political behavior. The empirical part of the study is based on an expert survey with representatives of politically active youth, authorities associated with the implementation of youth policy and scientists (a series of expert in-depth non-standardized interviews) conducted in October 2022.*

**Key words:** *youth, political values, security, justice, freedom, stability, political trust, political culture.*

Система политических ценностей российской молодежи и механизмы ее формирования неоднократно являлись предметом исследований и научных дискуссий. Вопросы ценностных приоритетов молодежи обсуждаются на всех уровнях — федеральном, региональном, локальном, поскольку они напрямую связаны с интеграцией новых поколений российского общества в социальную, экономическую и политическую жизнь страны, с обеспечением территориальной целостности российского государства, с решением задачи поступательного развития нашего общества в исключительно сложный для страны период турбулентности.

Предшествующими исследователями доказано, что жизненные ориентиры и ценности молодого поколения оказывают значительное влияние на социальный и политический климат в любой стране [1]. Современная российская молодежь формирует свою систему ценностей в условиях кардинальных изменений общественного сознания. Формирование личности у молодого поколения происходит под влиянием очень разных, но одинаково значимых и беспрецедентных факторов. Только за последние 2-3 года российское общество столкнулось с колоссальным количеством принципиально новых для себя событий. Это и пандемия коронавируса, повлекшая за собой перемещение многих аспектов жизни в онлайн-пространство, и резкое ограничение мобильности. И волны различных протестных акций, прокатившиеся по всей стране в 2020-2021 гг, связанные с появлением несистемной оппозиции. Также следует отметить и эскалацию российско-украинского конфликта и, как следствие, кризис дипломатических отношений с большинством европейских стран, что привело к вынужденной изоляции России. Старшее поколение, являющееся одним из основных трансляторов жизненных установок для молодежи, тем не менее оказалось в ситуации отсутствия достаточной моральной подготовленности и соответствующего опыта проживания и осмысления событий, эквивалентных пандемии или специальной военной операции.

Основной целью данной работы стало выявление трендов изменения содержания политических ценностей современной российской молодежи, определение их структуры и характера в российском и общемировом социокультурном контексте. Теоретико-методологической основой исследования является социокультурный подход, в соответствии с которым политические ценности рассматриваются как смысловые доминанты политического поведения. Эмпирическая часть исследования опирается на экспертный опрос представителей политически активной молодежи, органов власти, связанных с реализацией молодежной политики и ученых (серия экспертных глубинных нестандартизованных интервью), проведенный в октябре 2022 года. К участию в опросе было привлечено более 30 экспертов из разных регионов РФ.

Важно отметить, что несмотря на то, что возрастные границы молодежи сейчас определяются очень широко — от 14 до 35 лет, под молодежью в данной работе мы понимаем категорию людей, в силу возраста имеющую в политическом, идеологическом и смысло-жизненном отношении такую систему ценностей, которая отличается переменчивостью и подвижностью наполняющих ее

сущностных компонентов [2, с. 107]. Однако особое внимание в исследовании отводится так называемой «студенческой молодежи», потому как в годы студенчества ценностные ориентиры личности подвержены трансформации в наибольшей степени [3]. Такое замечание представляется значимым ввиду специфики анализируемых в работе эмпирических данных, так как подавляющее количество опрошенных экспертов либо сами являются представителями молодого студенческого актива, либо имеют опыт тесного взаимодействия (в случае с представителями власти, преподавателями и исследователями) именно со студенческой молодежью.

Экспертные оценки актуальной на сегодняшний день системы ценностей российской молодежи различны. Однако большинство экспертов отметило общую тенденцию: молодежь сегодня переживает буквально «состояние шока» от стремительно изменившейся действительности. Привычная устоявшаяся картина мира меняется крайне быстро, следствием чего становится состояние «потерянности». Тем не менее, эксперты схожи во мнении, что в ядро политических ценностей, т. е. совокупность ключевых категорий, через которые раскрывается содержание ценностных понятий политического, все так же входят категории «безопасность», «справедливость», «свобода». Аналогичный набор основополагающих ценностей был выявлен и более ранними, «доковидными» исследованиями [4, с. 107]. Дополняет перечень ключевых ценностных категорий понятие «стабильность». Как практически единогласно отмечают эксперты, на сегодняшний день запрос на стабильность наблюдается на всех уровнях от общегосударственного до бытового.

Но несмотря на сохранение основного перечня ценностных ориентаций, внутреннее содержание понятий претерпело ряд существенных трансформаций. Прежде всего, понятие «безопасность» становится более персонализированным, приобретая значение именно личного благополучия (финансового, политического). Собственная безопасность и безопасность семьи (ближайшего окружения) перестала быть синонимом безопасности исключительно для государства и стала, по сути, приматом формирования жизненной стратегии для большинства молодежи. Кроме того, в подавляющем большинстве случаев кардинальные изменения претерпел вектор субъектного восприятия безопасности. Если ранее государство, выступающее в качестве субъекта безопасности, воспринималось молодежью, преимущественно, как основной институт, обеспечивающий и гарантирующий её для граждан, то сегодня под

безопасностью значительная часть молодежи понимает защищенность от действий самого государства.

Понятие «безопасность» неразрывно связано с понятием «стабильности». Под «стабильностью» сегодняшней молодежи мыслится «уверенность в завтрашнем дне и понимание того, как им в этот завтрашний день прийти». В соответствии с экспертным мнением, утрата стабильности воспринимается остро и болезненно: «молодежь сейчас во всех направлениях потеряна. Она во многом не видит целей, не видит завтрашнего дня». Это обусловлено отсутствием четкого понимания ближайшего будущего, отсутствием представления о грядущих в недалекой перспективе событиях. Состояние перманентной неопределенности увеличивает общественный запрос на стабильность, возводя её в один ряд с основополагающими ценностными ориентациями.

Ценность справедливости остается актуальной для российской молодежи сквозь года [1]. Любопытен компонент, «связанный с пониманием справедливости как правды, и честности, и искренности, как установки на получение этой правды». Однако рядом экспертов отмечено, что понятие «справедливость» в современных условиях приобрело двойственное значение. С одной стороны, справедливость потеряла значение «всеобщего блага». Для представителя молодежи России сейчас крайне важно, чтобы государство и общество справедливо относилось именно к нему и его близкому окружению, а «остальное не так уж и важно, если не касается меня напрямую». Речь в данном случае идет конкретно о политической активности и политическом участии, уровень которых крайне низок в случае несправедливости к отдельным гражданам. С другой стороны, для отдельных групп современной молодежи характерно напротив «обостренное чувство справедливости», предполагающее недовольство и возмущение малейшим проявлением несправедливых действий со стороны государства в отношении граждан, и отнюдь не обязательно, людей из близкого окружения.

«Свобода» также является ценностной категорией, которую эксперты отметили наиболее актуальной на сегодняшний день для российской молодежи. Понятие «свободы» как ценности, в свою очередь, также претерпело изменения. Сегодня свобода может быть интерпретирована как в политическом, так и в общем, бытовом смысле. Молодежь особенно остро ощущает любые проявления ограничения свободы, на фоне чего происходит слияние некоторых изменений. Свобода в политическом смысле предполагает отсутствие жестких ограничений и санкций на выражение мнения, возможность

совершать определенные легальные действия с целью выражения гражданской позиции и право на конструктивную критику власти. Свобода в общем смысле предполагает свободу индивидуального выбора (стиль одежды, брендовость, поп-культура, путешествия). Как отмечали представители молодежного актива: “Для молодежи очень важна, к примеру, поп-культура и брендовость - очевидно, не для всех, но для ряда представителей молодежи это актуально. И с уходом, к примеру, импортных брендов у них формируется тоже негативное отношение [к власти]...”. То есть мы наблюдаем, как свобода в выборе брендов, культурных ценностей, передвижения для части молодежи перемещается из спектра сугубо личных ценностей в разряд ценностей политических.

Стоит также отметить, что ряд экспертов упомянули возрастающую в политической системе координат молодежи роль экономических ценностей (заработка, уровня и качества жизни, материальных благ, комфорта). От них стали напрямую зависеть и ценности политические. Причины такой трансформации называют разные: от пагубного влияния на молодежь “западных ценностей” и “западной пропаганды” до целенаправленной госполитики РФ.

Среди ценностей, значение которых существенно возросло, отмечается также патриотизм. На фоне проведения специальной военной операции в условиях активной государственной политики патриотизма вместе с ростом оппозиционных настроений значительно выросло число молодежи, разделяющей патриотические взгляды. Однако же и смысловое наполнение “патриотизма” претерпело изменения: по мнению экспертов, нынешний патриотизм сводится к политическому “согласию”, к разделению позиции действующей власти, и в значительно меньшей степени олицетворяет собой активные действия, направленные на благополучие Родины.

Подводя итог вышесказанному, представляется возможным дать собирательную характеристику ключевых политических ценностей российской молодежи, а также выделить основные тенденции трансформации системы её политических ценностей с учетом изменений в постковидный период турбулентности. Ядро политических ценностей молодежи в общем виде, несмотря на внутри- и внешнеполитические изменения, не подверглось существенной деформации. Так, структурообразующими элементами по-прежнему являются такие ценностные категории как “безопасность”, “справедливость”, “свобода”. Новым компонентом, дополняющим этот перечень и также входящим в число структурообразующих, является “стабильность”.

При этом внутреннее содержание и смысловое наполнение обозначенных категорий претерпело изменения. Прежде всего, персонализация и отход от национального и общегосударственного понимания и восприятия ценностных категорий. Ценности, ранее воспринимавшиеся как коллективные, перешли в разряд индивидуальных.

Другая форма трансформации - взаимная “ассимиляция” смысложизненных и политических ценностей. В современных реалиях значение политики в жизни всего населения страны значительно возросло. Итогом данного процесса становится стирание границ между смысложизненными и политическими ценностями: первые политизируются, вторые начинают играть определяющую роль в формировании жизненных ориентаций и стратегий.

#### Список литературы

1. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики: результаты исследования: монография (под общ. ред. С.В. Чуева). М.: ИД ГУУ, 2017. 131 с.
2. Ежов Д.А. К проблеме формирования системы политических ценностей российской молодежи // Власть. 2018. №8. С. 107-110. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-formirovaniya-sistemy-politicheskikh-tsennostey-rossiyskoy-molodezhi> (дата обращения: 08.10.2022).
3. Тырнова Н.А. Особенности формирования политических ценностей и ориентаций молодежи / Н.А. Тырнова, Л.И. Зулкорнеева, А.С. Исагалиева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2014. № 3 (62). С. 757-760. URL: <https://moluch.ru/archive/62/9529/> (дата обращения: 19.10.2022).
4. Селезнева А.В. Политические ценности российской молодежи: социокультурные особенности и идентификационный потенциал // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 3. С. 20-32. DOI: 10.18721/JHSS.11302
5. Чуев С.В., Тимохович А.Н., Гришаева С.А. Политические ценности российской молодежи: материалы исследования // Власть. 2017. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskie-tsennosti-rossiyskoy-molodezhi-materialy-issledovaniya> (дата обращения: 10.10.2022).

6. Салин П.Б., Петросянц Д.В. Региональные особенности социально-политической ориентации и активности российской молодежи // РППЭ. 2018. №11 (97). URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-osobennosti-sotsialno-politicheskoy-orientatsii-i-aktivnosti-rossiyskoy-molodezhi> (дата обращения: 20.10.2022).
7. Новиченко О.В. Основные тенденции трансформации политических ценностей молодежи современной России // Теория и практика общественного развития. 2013. №9. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-tendentsii-transformatsii-politicheskikh-tsennostey-molodezhi-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 22.10.2022).
8. Иванова С.Ю. Гражданская идентичность и политические ценности молодежи России // Гуманитарные и юридические исследования. 2015. №2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskaya-identichnost-i-politicheskie-tsennosti-molodezhi-rossii> (дата обращения: 22.10.2022).
9. Селезнева А.В. Молодежь в современной России: политические ценности и предпочтения. М.: Аргмак-Медиа, 2014. 276 с.

## НЕОЛИБЕРАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Оля Арсениевич**

*доктор управленческих наук, профессор,  
Институт сербской культуры Приштина / Лепосавич, Республика  
Сербия  
E-mail: [arsenijevicolja@gmail.com](mailto:arsenijevicolja@gmail.com)*

**Ненад Перич**

*доктор управленческих наук, профессор,  
Институт сербской культуры Приштина / Лепосавич, Республика  
Сербия  
E-mail: [nesaperis@hotmail.com](mailto:nesaperis@hotmail.com)*

***Аннотация.** Глобализация не является чем-то новым. Она была у нас всегда, и сейчас кажется, что она длится слишком долго, или, что еще печальнее, что ей нет конца... Сегодня она находит отражение в борьбе за глобальное единство и реализацию величайшей*

*радости экономической глобализации — как можно больше одинаковых и одинакового (начальник только что сменил военную форму на итальянский костюм и мобильный телефон Ericsson...).*

*Единственная определенность в глобализации - это идея о том, что кто-то другой заботится о вашей судьбе вместо вас, и, конечно, под всегда приемлемым лозунгом «Дайте человеку одну рыбу, и он получит пропитание на день, научите его ловить рыбу, и он получит пропитание на всю жизнь», и так, по принципу обучения на протяжении всей жизни, мы постоянно получаем «уроки рыбалки». Помимо применимых и функциональных знаний на семинарах по труду и правам человека, мы потеряли основной принцип гражданского общества, в соответствии с которым люди должны управлять сами собой. Мы жители нового брендированного мира, над товарами и продуктами стоит логотип производства, фирменный стиль, который завоевывает и действует на общественное и индивидуальное пространство, на школьные учреждения, личность молодежи. Сегодня бренды стали лучшим и крупнейшим образовательным инструментом в мире. Где здесь творческие, предприимчивые и оригинальные личности? Может быть, они будут немного похожи на Тесея, следующего за своей нитью, когда он входит в Лабиринт Минотавра, но это единственный способ остаться самим собой, не соглашаться с кодексами международной арены потребительства, сохранить что-то личное, что-то выше глобального гражданства, глобального закона, глобальной ответственности. Могут ли они способствовать сопротивлению новому типу корпоративно-медийного рабства, могут ли они разоблачить последствия глобалистской экономики, прояснить все те, казалось бы, незаметные изменения, которые составляют суть и обратные стороны глобальных мировых тенденций?*

***Ключевые слова:** интернет, дети, молодежь, влияние, последствия глобализации, образование, воспитание.*

## NEOLIBERAL CHANGE IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

**Olja Arsenijević**

*PhD, Full professor  
Institut of Serbian Culture Pristina – Leposavic, Serbia  
E-mail: [arsenijevicolja@gmail.com](mailto:arsenijevicolja@gmail.com)*

**Nenad Perić**

*PhD, Full professor*

**Abstract.** *Globalization is not something new. We have always had it, now it seems that it lasts too long, or even sadder, that it has no end ... Today, it is reflected in the struggle for global unity and the achievement of the greatest happiness of economic globalization - the more of the same (the boss has just replaced a military uniform with the Italian suit and Ericsson mobile phone ...). The only thing certain in globalization is the idea that someone else takes care about your destiny for you, of course, hidden behind everlasting acceptable slogan 'If you give a fish to a person, you will feed him only for a day. If you teach him to catch fish, you feed him forever'. Accordingly, the principle of the lifelong learning continuously gives us "the fishing lessons". In addition to the applicable and functional knowledge in seminars on labor and human rights, we have lost the basic principle of the civil society: that people themselves should rule themselves. We are residents of the brand-new world, where the product logo is more worthy than goods and products, and where the brand identity spreads and acts on public and individual space, influencing the institution of school and the identity of young people. Brands today have become the best and the biggest educational device in the world. Where are talented and entrepreneurial individuals here? It may look a bit like Theseus who follows his thread while entering the Minotaur maze, but that is the only way to be on one's own, not to accept codes of the international arena of consumerism, and keep something personal, something beyond the global citizen, global rights, and global responsibility. Can they encourage resistance against a new type of the corporate-media slavery? Can they reveal consequences of the global economy, and clarify all those apparently unnoticeable changes which make the core and the reverse side of the global world trends?*

**Key words:** *globalisation, consumerism, neoliberalism, education.*

**Введение.** Глобализация, особенно после падения Восточного блока, пропагандирует серьезные изменения в форме новой экономической идеологии, которая одновременно считает себя подходящей духовной основой для общих социальных, экономических, культурных и образовательных изменений. Однако кажется, что глобализация достигла своего апогея во время мирового банковского краха, начавшегося в 2007 году.

«Волна радикального рыночного мышления, захлестнувшая за последнюю четверть века все континенты, в значительной степени

разрушившая старый порядок, потихоньку исчезает. Она исчезает в Южной Америке, Европе и отчасти даже в Северной Америке. Результатом является нестабильный финансовый рынок, который уничтожил многое из того, что было предусмотрено в нашем национальном бюджете. Обещания, предлагаемые идеологией радикального рынка, остаются невыполненными, люди ищут альтернативу. Если рынок не умнее политики, то, где политика, которая была бы умнее рынка?» [4].

Когда Эрхард Эпплер писал эти слова в апреле 2008 года, он и не подозревал, что кризис обернется глобальным финансовым крахом. Чем дело закончится, пока неизвестно. Несомненно только то, что *неолиберальная* идеология оставила глубокий след на социальном, образовательном и политическом уровне, чего многие современники, возможно, еще не заметили, поскольку такое понимание мира успешно пропагандировалось и навязывалось как единственно разумное на протяжении десятилетий.

Радикальные перемены и потрясения происходили незаметно, и эти перемены сначала отражались как *неолиберальное мировоззрение*, как новый дух времени, проникший вплоть до государственных институтов. Новое «неолиберальное» понимание опирается на доминирование *деловых и экономических* предположений, которые ни в коем случае не были «доказаны» эмпирически. Эти изменения больше основаны на догмах, согласно которым следует испытывать доверие к «самооздоровлению» рынка и конкуренции.

Освобождение рынка, перевод всей социальной деятельности на рынок, дерегулирование всех государственных ограничений и контроля - являются лейтмотивами радикального рыночного общества с тенденцией к глобальной экспансии. Все это укладывается в «четыре свободы» Европейского Союза, а именно *свободное движение товаров, свободное движение лиц, свободное движение капитала и свободное движение услуг. Эта рыночная логика подавляет логику других социальных сфер, экономики, политики, права, социологии, философии, образования.*

*«Политика спроса требует, чтобы государство перестало стимулировать экономический спрос и перестало помогать социально незащищенным и безработным, используя имеющиеся в его распоряжении налоговые средства, а вместо этого вкладывало эти средства в оздоровление компаний, их инвестиционные решения, в потенциал инноваций, в их конкурентоспособности на мировом рынке; государство должно устранить остатки социалистической политики регулирования рынка труда, снизить налоги на компании...*

*отменить все установленные им рыночные ограничения и рыночную конкуренцию и снизить налоги на граждан» [3, с.12].*

Несмотря на то, что слово «неолиберальный», которым обозначают этот поворот, исторически неверно, оно сумело найти свое место в публичном дискурсе, хотя его употребление и вызвало противоречивые мнения. Начиная с 30-х годов прошлого века интернациональная группа интеллектуалов - экономистов, социологов, философов, искала как политическое, так и экономическое третье решение в дополнение к существующему лэссэ фэр либерализму XIX века, утратившему авторитет из-за мирового экономического кризиса 1929 года, и социалистических идей плановой экономики.

«Новизна неолиберализма заключалась в политическом осмыслении связи государства и рынка, которое сопровождалось принятием расширения функции государства. Неолибералы считали, что основной задачей государства, в отличие от доктрины лэссэ фэр либерализма, является обеспечение как капиталистической рыночной экономики, так и индивидуальной свободы и возможности изменить свое социальное положение. Это вызвало государственное вмешательство, которое отнюдь не было маргинальным» [12, с. 26].

Однако государство не должно вмешиваться в экономические вопросы.

#### *Коммерциализация как политический дискурс*

К кругу «неолибералов» относились и такие экономисты как Людвиг Эрхард и Вильгельм Репке, теоретически обосновавшие и экономически и политически реализовавшие «социальную рыночную экономику» послевоенной эпохи. Они отстаивали идею баланса между экономическими интересами и всеми остальными социальными отраслями, с одной стороны, но и общим благом, с другой. «Рыночная экономика — это еще не все. Она должна быть интегрирована в более высокий порядок, основанный не только на спросе и предложении, рыночных ценах и конкуренции».

Если сравнить с нынешней ситуацией, то становится ясно, что современная, глобализованная, экономическая система не имеет много общего с послевоенной экономической системой, поэтому называть ее «социальной рыночной экономикой» неправильно. Сегодняшней практики отделения реальной экономики от финансовой раньше не существовало. Поскольку международная финансовая экономика существует независимо от национальных экономик, она вряд ли приносит пользу общему благу. Похожая ситуация и с международными концернами. Диктатура ценностей для акционеров

устанавливает экономические правила, по крайней мере, когда речь идет о компаниях, зависящих от биржи. Старая концепция представляла нечто совершенно иное. «По мнению классических неолибералов, мерой является человек, а не прибыль. Функция экономики состоит в том, чтобы приносить пользу человеку» [цит. по: 9, с. 106]. Социальная рыночная экономика основывалась на сочетании «ордолиберализма» (согласно которому перед государством стояла задача подчинить экономику общему благу) и принципов социальной науки.

После краха международной финансовой системы в 2008 году «новая» неолиберальная система стала предметом экономических и, следовательно, политических дискуссий, исход которых пока неизвестен. Создается впечатление, что она несет ответственность за разделение общества на все большее число бедных и уменьшающееся количество богатых, как в Европе, так и в глобальном мире, а все более напряженные дебаты вызывают сомнения в том, что именно в этом и заключается суть этой экономической системы. Капитализм, провозглашающий капиталистические интересы и рыночную конкуренцию принципом человеческой жизни, безнравственен, предосудителен и неприемлем. Единственной целью капитализма является прибыль, в отличие от нее, рыночная экономика имеет более широкие перспективы: учитывает различных участников рынка, сам рынок и влияющие на него факторы, но не являющиеся его неотъемлемой частью. По мнению некоторых аналитиков, капитализм можно было бы привести в порядок путем проведения реформ, но тогда это был бы не капитализм, а социальная рыночная экономика, рамки которой гарантировало бы демократическое государство.

«Капитализм соблазняет ложными обещаниями. Он гласит: Следуйте моим правилам, рискуйте, и вы будете хорошо вознаграждены. Хотя мы пренебрегаем старыми добрыми ценностями, разрушение также является актом созидания, и в конце концов процветание неизбежно. [...] Не нужно быть марксистом, чтобы понять, что обещания капитализма больше не работают. [...] Еще вчера экономические элиты хотели унижить государство и превратить его в слугу в казино под названием капитализм. Сегодня они с позором звонят и просят ее спасительной руки, чтобы заплатить их гильдии. [...] До недавнего времени действовала золотая валюта: выше прибыль — больше рабочих мест, и после короткой ночи застоя наступит солнечное утро как признак экономического возрождения. Именно с такими словами красно-зеленая политическая повестка и их советники обращались к избирателям в ходе предвыборных кампаний. Если мы

экономим, экономика восстановится, что в конечном итоге пойдет на пользу всем нам. [...] Ситуация прямо противоположная: вместе с увеличением доходов увеличивается и количество представителей низшего класса. Новое исследование Немецкого института экономических исследований подтверждает, что средний класс, который считался стабильным, сокращается значительными темпами» [1].

Этот факт не удивляет, если обратить внимание на работу Джозефа Стиглица, лауреата Нобелевской премии по экономическим наукам, который говорит, что Международный валютный фонд (МВФ) из-за своей ограниченности и идеологически сложных условий предоставления финансовой помощи несет ответственность за крах многих экономик, в том числе и ельцинской России [14].

«Основная проблема заключается в мощности пенсионных и инвестиционных фондов. [...] Управляющие фондами хотят видеть высокие и желательно растущие доходы каждые три месяца. По этой причине они требуют, чтобы прибыль доставалась исключительно владельцам акций. Хотя этот личный интерес можно понять, он не совпадает с интересом компаний. Акционеру нужна соответствующая процентная ставка. Однако большую часть прибыли необходимо реинвестировать в инновации, исследования и новые машины. Окупятся ли эти вложения, будет видно только через несколько лет. Именно по этой причине спекулянты не заинтересованы в этом виде инвестиций. Они создают политику, основанную на акционерной стоимости, которая ставит фирму на службу краткосрочным прибыльным интересам. Если также доходы совета директоров зависят от движения акций на бирже, то они переходят в другой лагерь. Когда дело доходит до прибыли, они решают уже не в пользу компании, а в пользу фондов» [6].

В апреле 2008 года бывший президент Центрального банка США Пол Волкер сказал, что финансовая экономика принесла огромную прибыль, но нет никаких доказательств того, что она помогла национальной экономике и обществу. По его словам, рост и производительность в Соединенных Штатах Америки соответствуют цифрам 1950-х и 1960-х годов, только тогда богатство распределялось лучше. «Проще говоря: новая финансовая система со всеми ее блестящими участниками и высокими комиссиями не прошла рыночного теста» [11].

На протяжении десятилетий неолиберальная пропаганда через средства массовой информации и заявления ведущих заинтересованных групп создавала впечатление, что изменения,

охватываемые термином «глобализация», являются неизбежным естественным явлением. На самом деле экономическая и финансовая система, которую мы подразумеваем под этим термином, была создана с политическим замыслом, и именно благодаря этому она может быть изменена и модифицирована политически.

Начиная с 70-х годов прошлого века, Маргарет Тэтчер в Великобритании и Рональд Рейган в Америке начали реализовывать сегодняшнюю глобализацию на экономическом и политическом уровнях и расширили ее путем заключения международных договоров, в частности путем принятия Вашингтонского консенсуса, который был принят в 1990 г. в сотрудничестве между политиками, финансовыми учреждениями и экспертными комиссиями. Вашингтонский консенсус основан на таких неолиберальных идеях, как, например, снижение роли государства и либерализация рынка как основных условий экономического роста. Глобализация стала в первую очередь *политическим*, и только потом *экономическим* явлением. Иными словами, без политической воли и защиты, согласованных в международных рамках, капитал, стремящийся к постоянному увеличению, не смог бы выжить. Даже минимальный налог на каждое перемещение капитала изменил бы необходимые для этого условия. Особенно Великобритания и США предотвратили принятие более ограничительного политического регулирования финансовой системы. Становится все более очевидным, что основные недостатки этой системы носят структурный характер и не связаны с отсутствием корпоративной или менеджерской морали. Часто можно услышать мнение, что причиной провала является «жадность» «некоторых» участников, которые, разумеется, не являются хорошими представителями этой отрасли.

Остается выяснить, что думать об экономической системе, которая уже годами вознаграждает такое отношение. Если политики апеллируют к нравственному сознанию вместо того, чтобы определять политико-экономические рамки, необходимые для экономических действий, направленных на общее благо, то, похоже, они действительно некомпетентны. Именно политики несут ответственность, потому что с точки зрения гражданина основное различие между политикой и экономикой как раз и состоит в том, что политиков, в отличие от предприятий, можно избирать или заменять. Так *Шнигел* пишет на тему финансового скандала о «серьезном преступлении, совершенном банкирами и терпимом политиками» и о «величайшей краже всех времен» (2008). Насколько необходима социальная и экономическая идеология, присущая

«глобализированной» системе, показывает знаменитое высказывание Маргарет Тэтчер: «Такой вещи, как общество, не существует. Есть отдельные мужчины, отдельные женщины, и есть семьи».

В настоящее время трудно предсказать последствия краха международной финансовой системы. Однако политическая экономия не является предметом данной статьи, а рассматривается лишь как ее рамка. Здесь в первую очередь речь идет о *последствиях*, которые необходимо рассматривать с нескольких сторон. Есть обоснованное сомнение, что социальные и гуманитарные науки в отношении их целей, форм организации, образования с хозяйственно-экономической, прибыльной точки зрения *коммерциализируются*. Поскольку эта форма экономизации видна, ее относительно легко подвергнуть критике и сделать предметом общественного обсуждения и политического дискурса.

Как и в случае с другими образовательными и политическими вопросами, и здесь речь идет о главной *роли государства*.

Согласно господствующему неолиберальному пониманию, государство должно приватизировать все сферы, которые частный сектор якобы будет регулировать лучше и эффективнее. Поэтому государство не должно стоять на пути частного капитала даже в сфере образования. Тем временем появилось сопротивление приватизации, которое носит не исключительно принципиальный характер (из-за продажи национального имущества), а является результатом предыдущего опыта приватизации компаний. Приватизация не является экономическим лекарством от всех проблем, особенно не по вопросам общего интереса, а когда дело касается образования, есть и другие важные детали, на которые стоит обратить внимание.

Только государство, а не рынок, может направить свои действия на общее благо, только демократическое государство способно реализовать волю всех избирателей, только оно может помочь незащищенным гражданам и финансировать, и реализовывать экономически невыгодные проекты, но значимые с политической точки зрения.

К сожалению, именно в развитых странах мы наблюдаем влияние антигосударственных движений 68-ого (хотя и возникающих по совершенно иным мотивам), слившихся с современными экономико-либеральными. Если бы были замечены какие-либо признаки явных или скрытых авторитарных, если не сказать «фашистских» тенденций, сразу бы появились попытки ослабить влияние государства, не допуская его вмешательства в радикализацию рынка. Государство больше не считается местом, где все подчинено

общему благу, а граждане должны быть только потребителями. К клиенту требований нет, по крайней мере, не столь очевидных.

Сегодня отчетливо обнажаются последствия глобалистской экономики, начавшейся в 90-х годах прошлого века, транспарентны все, казалось бы, незаметные изменения, произошедшие после взрыва маркетинговых стратегий мультинациональных корпораций. Культурологические анализы и проблемы в новых условиях информатизации, то есть способ, при помощи которого сегодня функционирует корпоративная Америка, напоминает о темной и безрассудной стороне капитализма. Если сослаться на слова индонезийского писателя Ю.Б. Мангунвиджая (16.07.1998) «*Возможно, это еще не видно на поверхности, но уже кипит внутри*», мы должны спросить себя: вступили ли мы в новый тип корпоративного и медийного рабства?

Мы уже видим признаки другого типа глобальной деревни, где экономический разрыв расширяется, а культурный выбор сужается. Это деревня, где мультинациональные корпорации вместо улучшения своей глобальной деятельности с возможностью трудоустройства и новых технологий для всех в равной степени, эксплуатируют беднейшие страны для собственной выгоды. Это деревня, в которой живет Билл Гейтс с накопленным богатством, принесенным ему рабочей силой, классифицируемой как временные работники... Это деревня, где мы действительно связаны друг с другом сетью брендов — IBM утверждает, что их технологии охватывают весь земной шар, но под этой сетью скрывается дешевая рабочая сила из стран третьего мира (часто пятнадцатилетние девочки), производящая чипы и батареи для компьютеров, которыми, кстати, они не умеют пользоваться.

Приватизация, развитие торговли способствуют дезинтеграции общества и ослаблению лояльности. Везде одинаково, общество становится потребительской деревней, онемевшей и находящейся под постоянным наблюдением. Желание пообщаться находит удовлетворение в другом месте, через спектакль, продающийся нам в виде симуляции; «улицы» и «кварталы» из телесериалов имитируют пространство, которое глобализация разрушает на наших глазах, в реальности.

Астрономический рост богатства и культурного влияния транснациональных корпораций можем документально проследить на примере одной (на первый взгляд) безобидной идеи, разработанной теоретиками менеджмента в середине восьмидесятых: успешные корпорации должны в первую очередь производить *бренды*,

*идентичность, а не продукты.* Хотя в корпоративном мире понимали, что поддержка торговой марки важна, до тех пор основной заботой любого солидного производителя было производство товаров. С наступлением восьмидесятых годов, под давлением многолетней рецессии (возможно, именно потому, что индустриальная экономика утратила важность производства товаров), некоторые из сильнейших производителей в мире начинают давать сбои. Преобладающее мнение состояло в том, что корпорации громоздки: они владеют слишком большим количеством товаров, нанимают слишком много рабочих и обременены слишком большим количеством товаров. Именно тогда начал зарождаться новый тип корпораций и конкурировать на рынке с традиционными американскими производителями: это были Найк, Майкрософт, Интел...

Эти пионеры остроумно пришли к выводу, что производство товаров было лишь второстепенной частью их деятельности и что благодаря победе либерализации торговли и реформы трудового законодательства они могли производить свою продукцию на заводе по контракту, чаще всего в зарубежных странах. То, что производили эти компании, в основном были не вещи и товары, а *имидж их торговых марок*. Их настоящая работа заключалась в маркетинге, а не в производстве. Излишне говорить, что эта формула оказалась чрезвычайно прибыльной, ее успех заставил компании конкурировать в гонке за бестелесным: тот, кто владеет меньшим, кто имеет самый короткий список выплат и производит самый мощный символ и концепцию в качестве противовеса продукту, является победителем гонки. Происходит своего рода парадокс: кажется, что гиганты объединенных сил становятся все больше и больше. Реальный ключ к пониманию этих изменений заключается в понимании того, как в нескольких важных отношениях — но не с точки зрения прибыли — эти объединенные компании на самом деле уменьшаются и «сокращаются». Их кажущийся размер был лишь самым эффективным путем к их настоящей цели: *лишить мир продуктов*.

Поскольку многие новые производители уже не производят товары и не рекламируют их, а покупают товары и маркируют их, эти компании постоянно ищут новые творческие способы создания и укрепления имиджа своих брендов. Для производства товаров требуются заводы, машины, печи, молоты и тому подобное, но для создания *бренда* требуется совершенно другой набор инструментов и материалов; для этого требуется парад расширения бренда, постоянное обновление маркетинговых идей и, прежде всего, новые рынки для распространения идеи самого бренда.

Почти каждый город испытал те или иные вариации трехмерной оккупации и размещения брендов на зданиях, автобусах, автобусных остановках, такси. Где-то по пути мера была потеряна, так что баланс между небрендовым и брендированным миром возобладал, благодаря средствам массовой информации, на эту, другую сторону — особенно с взрывом брендов в журналистике, журналах, веб-сайтах, телевизионных программах. Брендирование музыки быстро распространялось: знаменитые рок-звезды пели в рекламах для пива, Найк брендировала мир спорта и превратила спортсменов в мировых суперзвезд.

Мощная рыночная сила, *подростковое потребление*, функционирующее по принципу «если тебе удастся продать одному ребенку - ты продашь всем в его классе и школе», корпоративный сектор испытал всплеск творческой энергии на молодежном рынке — классном, альтернативном, модном — как бы вы это ни называли, это был идеальный образ для производственных компаний, стремящихся стать доминирующими брендами.

Эта корпоративная манипуляция идентичностью бренда коварно и открыто влияет как на общественное, так и на индивидуальное пространство, на общественные учреждения, такие как школы, на идентичность молодых людей, на концепцию национального и на возможности безбрендового пространства. Вопрос «Крутой ли я?» стал вездесущим — не только в школах, классах и коридорах, но и в деятельности могущественных корпораций.

### *Брендированный мир и образовательное пространство*

Сила нового брендированного мира не обошла стороной и образовательное пространство.

Бренды окружают нас повсюду — на молодежных концертах, в их комнатах, на сцене, где живут их любимцы, в онлайн-чатах, на баскетбольных площадках — и, конечно же, в местах, где молодежь собирается, разговаривает, тайком курит, где формируют мнения, отношения, где проводят часы и часы свободного времени. Это место — школа, и, конечно же, бренды проникли там и стали образцом подросткового нарушения запретов.

Молодежный рынок, как неиссякаемый источник новых доходов, стал новой областью маркетингового анализа. Конечно, бренды стали пионерами в своем подходе к молодежи, потому что они вошли в систему образования, присоединившись к электронной эпохе, и начали общаться со студентами и учениками таким образом, который

они понимают и который их свяжет. Это просто означает, что корпоративный подход к школам равен подходу к современным технологиям и самому будущему, и в этом суть успеха брендов, всего за одно десятилетие сломавших барьер между рекламой и образованием. Именно развитие технологий вызвало проблемы с хронической нехваткой школьных финансовых фондов. В то время как школы столкнулись с постоянно растущим сокращением бюджета, расходы на содержание современной образовательной системы также росли, что вынуждало многие учебные заведения искать альтернативные источники финансирования. С развитием компьютерных технологий перед школами, которые не могли позволить себе даже современные учебники, вдруг встали задачи по оснащению классов и аудиторий аудиовизуальной техникой, видеокамерами, компьютерами, ноутбуками, новым учебным программным обеспечением, доступом в Интернет, а где-нибудь и с оборудованием для видеоконференций.

Если ценой модернизации является открытие школ брендами и рекламами, родители и учителя должны будут терпеть это с улыбкой. Крупные корпорации борются за то, чтобы их бренды стали не только субъектом обучения, не только факультативной, но и основной образовательной программой.

Конечно, в развитых странах это гораздо большая проблема — крупные компании таким образом ломают школьные двери и ничего не имея против образования. Ученики, безусловно, должны учиться, но почему бы не читать, писать, исследовать, рисовать что-то, связанное с определенной компанией и ее рекламной кампанией... обучать учеников и повышать осведомленность о бренде... формировать лучшие образцы школьного брендинга. Сегодня наши дети также соревнуются и побеждают в рисовании логотипов (разноцветных коров) для продуктов крупных компаний.

Не все пожелания учеников о марках встречают с одинаковым энтузиазмом. Ученики могут заметить, что война брендов также ведется через популярные автоматы по продаже напитков, установленные в школьных коридорах. Продвижение брендов можно встретить на факультетах — в коридорах, на заборах, в библиотеках студентов засыпают предложениями о кредитовании их образования и рекламными материалами.

Для корпораций группы учеников являются не только хорошими потребителями, но и носителями — представителями своей демографической группы. В глазах менеджера каждая столовая и каждый класс — целевая группа, ожидающая, чтобы ее заметили, а

успех в школах — это гораздо больше, чем просто «внедрение продукта».

Когда звездные бренды вошли в школы и кампусы, они принесли с собой свои ценности, внедряя новые концепции в учебные заведения, такие как корпоративный контроль имиджа, видимость логотипа, возможности расширения бренда и жесткая защита коммерческой тайны.

Однако есть еще один, более глубоко укоренившийся культурологический фактор, который помог брендам проникнуть в школы, и он связан с эффективностью самого брендинга. Многие родители и учителя считали, что сопротивлением ничего не добиться; детей сегодня все равно осыпают брендами, поэтому кажется, что защита образовательного пространства от коммерциализации менее важна, чем быстрый поиск нового дохода. А хакерам школьной рекламы совершенно не было стыдно играть на этом ощущении беспомощности родителей и учителей. Молодые люди подвергаются воздействию рекламы во многих аспектах своей жизни. Можем ли мы верить, что ученики достаточно мудры, чтобы отличить образовательные содержания от маркетингового материала? Это дало многим родителям, учителям, профессорам возможность рационализировать свою неудавшуюся попытку защитить это когда-то общественное пространство, утешая себя, что дети, ученики, студенты, всю эту рекламу, которую не увидели бы в школе и кампусе, они непременно увидят в Интернете, по телевидению, по дороге из школы домой. Какая разница в жизни этих переоцененных и недооцененных детишек если они увидят еще одну рекламу? Или две?

Помимо школ, еще более спорным является процесс проникновения брендов в университетские городки и кампусы, молчание профессоров и пассивное наблюдение за попранием принципов исследований, обсуждений и дискуссий, которые были основой академической жизни. И переполненность наших кампусов радикальными неудобными спрашивающими? Профессора гуманитарных наук, озабоченные своими постмодернистскими познаниями о том, что сама истина подлежит разным толкованиям, т.е. что она относительна, и так много профессоров считают, что спорить об относительной истине нецелесообразно — и тогда кто может сказать, что диалоги Платона более «авторитетны», чем Анастасия Фокса?

Помимо прозрачных примеров корпоративного спонсорства, которые могут изменить некоторые фундаментальные ценности образовательных учреждений, вероломные и скрытые эффекты одинаково тревожны. Многие профессора говорят о медленном

распространении «покупательного менталитета», утверждая, что чем более открыто кампусы выглядят и воспринимаются как торговые центры, тем больше студенты ведут себя как потребители. В некоторых развитых странах говорят о том, как студенты заполняют оценочные листы качества проведения лекции с самодовольством и самосправедливостью туриста, заполняющего анкету об уровне удовлетворенности услугами крупной гостиничной сети. Профессора из Университета Вирджинии и Йоркского университета говорят, что больше всего их беспокоит подход холодной потребительской экспертизы, который пронизывает ответы студентов, и их особенно беспокоит серьезное убеждение студентов в том, что роль профессоров — и, что более важно, Фрейда и Шекспира — состоит в том, чтобы развлекать, веселить и заинтересовывать их. Далее, студенты врываются в аудитории, потягивая напитки, болтают на задних рядах, прогуливают уроки и делают покупки, без всяких обязательств. И в аудиториях Нови-Садского университета появились надписи «Запрещается приносить на лекции холодные напитки, закуски, попкорн...».

Распространенное в настоящее время понимание того, что экономические критерии и формы организации должны распространяться в первую очередь на прогрессивные учреждения и что в качестве таковых они должны быть перенесены на все общественные учреждения, в том числе на школы и университеты, зиждется на недопустимом расширении специфического, а не универсального опыта. Вот почему следует быть осторожным, перенимая деловую и экономическую терминологию и применяя ее к педагогическим учреждениям, таким как школы и университеты. Несмотря на то, что они предоставляют определенные услуги, университеты и школы не могут рассматриваться в качестве поставщиков услуг. Ученики, студенты, то есть их родители не являются покупателями, потому что купить в школе нечего (мы согласились, что знания не являются товаром), и именно поэтому государство не управляет школой как компанией. Если возобладает идея конкурентоспособности, что ни в коем случае не является панацеей от всех социальных проблем, это может привести к относительно низкому уровню качества. Должны ли университеты участвовать в гонке за лучших студентов? Во многом это зависит от того, как они финансируются.

Следует иметь в виду, что между компанией и школой существуют огромные структурные различия, которые нельзя игнорировать. А именно они существенно определяют тип

социального действия. Даже если бы образование было полностью коммерциализировано, то, что дает школа, не могло бы быть продано на рынке. Хотя ученики и студенты выходят на рынок труда после окончания учебы и в зависимости от диплома, личных качеств, харизмы и положения, на рынке имеют более или менее высокие шансы на трудоустройство, они все же не являются «товаром», конкурирующим с другими товарами. Для «товара», т.е. за образовательный уровень учащихся школа не обязана и не может нести ответственности; как рассчитать эту «стоимость», если она не имеет рыночной цены?

«Беда в том, что дебаты об образовании не в состоянии оценить школу как школу и университет как университет» [8].

Школа якобы должна научить нас «работе в команде», потому что эта способность является ключевой компетенцией для работы в любой компании. Однако школа не может донести до нас смысл и цель командной работы, воспитанной в компании, потому что не стремится к прибыли, а значит, отсутствует ключевой критерий успеха. Формы работы, оптимальные для институционального обучения, отличаются от форм работы в компании. Если упустить из виду этот факт, то умение работать в команде ставится в ранг одного из основных достоинств, как будто представляет собой нечто большее, чем связанную с данной ситуацией стратегию поведения, которая была бы неуместна в другой. Работа на уроке происходит по своим правилам и по своей логике. Плановое обучение имеет совершенно иную внутреннюю структуру, чем рыночное производство. Даже если бы в школе существовал предмет «рыночное производство», преподавание этого предмета не было бы похоже на само производство. Те, кто в прошлом пытался интегрировать рабочую организацию в преподавание, должны были испытать это на себе. Одним из хорошо известных примеров является политехническое образование («обучение на производственном предприятии»), где учащихся заставляли координировать обучение в школе и обучение на производстве. Любой, кто покидает свое рабочее место с целью продолжить свое образование, быстро заметит эту разницу.

Термин «ключевая компетенция» — дидактическое волшебное слово, часто употребляемое в экономических кругах, появился в 1980-х годах в рамках проекта реформы, связанной с образованием по дуальной системе. Именно здесь прежняя практика деления сферы образования на сотни отдельных профессий оказалась несостоятельной и крайне бесперспективной. Исторически, эта система развивалась из вынужденного решения, потому что, как уже

говорилось, система должна была учитывать относительно низкий уровень общего образования учащихся, полученного в начальной школе. Именно тогда начались поиски общих основ, которые послужили бы базой для образования разнородных профессий.

Эти попытки закончились безуспешно, потому что, то, что кажется простым в теории, трудно осуществить на практике. Любой, кто изучил ремесло, может очень быстро освоить другие связанные с ним ремесла. Если бы мы попытались построить всю систему образования на этом принципе, мы создали бы абстрактные конструкции, которые были бы настолько общими, что их можно было бы применить как к академическим профессиям, так и к ремесленникам, и как таковые они были бы неприменимы на практике. «Компетенции», которые были бы приняты без всякой логической структуры и содержания, были бы непригодны сами по себе, поскольку как таковые они чисто формальные и не могут быть приняты. «Когнитивную компетенцию», например, невозможно приобрести как таковую, поскольку она тесно связана с содержанием обучения. Именно по этой причине многие ученики терпят неудачи, когда дело доходит до, казалось бы, легкого овладения компетенциями. Сегодня никто не говорит об организации с целью обучения на протяжении всей жизни, какой должна была стать школа, потому что сама концепция исходит из слишком большого количества нереалистичных предпосылок.

Ограниченность делового и экономического понимания заметна даже внутри самих компаний. Многие компании недавно уволили именно тех специалистов, в которых они нуждаются сегодня. Из-за такой практики студенты избегают определенных специальностей. То, что может быть невыгодным с экономической точки зрения, с точки зрения отдельных компаний может быть очень полезным — и наоборот. Кроме того, создается впечатление, что бизнес-экономическое понимание и основанные на нем решения не очень рациональны, особенно если учесть «психологию» рынка или враждебное поглощение компаний, ставящее перед нами проблемы, которых раньше не было. В любом случае, похоже, не существует какого-либо хозяйственно-экономического закона, согласно которому такие поглощения необходимы для положения на мировом рынке. В настоящий момент в восстановление банковской системы вкладываются гигантские суммы, чтобы банки вернули взаимное доверие и снова выдавали друг другу займы. Создается впечатление, что вся финансовая экономика сведена к понятию «доверие», более

характерному для теологии или психологии (хотя и не в смысле «прибыли», как в случае с экономикой).

Оценка того, что нужно рынку, а что нет, частично и временно следует тенденциям, по которым невозможно определить, кто именно их навязал. Вероятно, большую роль играют компании, предоставляющие услуги, экономические и финансовые советники или консультанты, которые, в конечном итоге, живут за счет распространения ожидаемых прогнозов и оптимальных стратегий экономического успеха.

«Ключевая компетенция» — это современное название стратегии компании и стратегии слияния и поглощения, что и является причиной раздробленности концерна. ... В 1970-е годы среди руководителей компаний было модно основывать огромные концерны смешанных товаров. Их девиз был: чем больше ассортимент компании, тем она более независима от экономического развития отдельных отраслей. Размер концерна также играет роль в защите от враждебных поглощений. Сегодня смешанные концерны считаются убыточными и непривлекательными на фондовом рынке. О «Lean-management» и «Down Sizing», которые еще недавно были спасением для многочисленных концернов, сегодня уже не говорят» [7].

Трудно поверить, что деловое и экономическое понимание опираются на достаточную дозу рациональности, которая рекомендует трансфер в другие социальные сферы, такие как образовательная политика или образование. Вероятно, самая большая опасность экономизации состоит в том, что «ментальный капитализм» [5], ведущий к селективной интерпретации реальности, преодолел гуманные формы мышления и действия. Даже сама экономизация языка выражает определенное отношение, к которому образование не может оставаться равнодушным, хотя оно и относится прежде всего «только» к социальной политике. Социальная концепция индивидуализации, зародившаяся в модерне, положенная в основу идеи всеобщего человеческого достоинства и классического воспитания и образования, принесшая многие общественные и личные свободы, а также ответственность за созидание собственной жизни, грозит свестись лишь к свободе доступа к рынку труда и потребительскому рынку.

«Гуманный капитал», которым располагает компания, состоит из множества сложных процессов обучения, приобретенных в течение жизни и вне институционального образования. Хотя эти процессы влились в экономически измеримые человеческие и материальные ресурсы, их стоимость впоследствии не может быть определена с

абсолютной точностью. В рамках устойчивых социальных отношений человеческий капитал необходимо возвращать, поощрять, обнимать, утешать, любить и поддерживать в хорошем настроении, начиная с рождения, на протяжении всей трудовой жизни, до самой смерти (или, по крайней мере, до выхода на пенсию), потому что иначе его будет невозможно монетизировать. Но если все это не продается на рынке труда, то это следует добавить к расчету. В какой мере стабильная семейная жизнь или сельский футбольный клуб, как добровольные помощники, способствующие социальной интеграции и формированию личности молодежи, ответственны за человеческий капитал, который только тогда становится экономически доступным и осязаемым? Даже если бы такой расчет был возможен, остался бы целый ряд факторов, которые не могут быть охвачены таким расчетом. А что происходит, то есть что должно происходить с теми, чей человеческий капитал недостаточен для рынка труда или с теми, кто с него «выброшен»? В любом случае человек, который монетизируется в процессе работы, стоит гораздо больше, чем показывает приведенный выше расчет.

Вопреки всему, до сих пор не зафиксировано ни одной крупной акции, которая объединила бы родителей и учителей в борьбе против такого рода экономизации и коммерциализации школы и образования. Движение за одобрение коммерциализации образовательного пространства (например, рекламирование в школах), никогда не было в виде одного комплексного решения, а десятков мелких, которые принимались ad-hoc, на школьном уровне, без анализа и обсуждения, незаметно, без общего опроса общественного мнения, решением некоторых директоров и школьных советов.

Имеются неоспоримые доказательства тенденции к коммерциализации школ и университетов. Особенно это касается так называемой университетской реформы в рамках «Болонского процесса» [10]. Здесь речь идет об огромных экономических интересах, особенно если говорить о составлении и использовании результатов исследований, включая доступ к патентам, вытекающим из них.

В 2004-м году на конференции ректоров университетов было издано так называемое «Руководство по Болонскому процессу», согласно которому Болонский процесс касается «маркетинговых стратегий», «конкурентоспособности и набора профессоров по всей Европе»; «факультетского менеджмента», «создания экономического пространства, основанного на знаниях»; «гарантии качества», «эффективности и концепции обучения»; «синергии и потенциала для

инноваций и социально-экономического развития». Здесь нигде не упоминается дух [...] Нигде не упоминается, что знание, сознание и интеллект – это ценности, к которым следует стремиться и которые следует любить. [...] Весь текст проникнут духом простого материализма и утилитаризма. Учеба — это профессиональная подготовка, у обучения есть цель, за знания нужно платить, а все остальное — просто ерунда: это философия, можно даже сказать, догма, которая управляет сегодняшними университетами» [13].

Для многих стран эти глобальные изменения, затронувшие всю Европу, также означают прощание с национальной университетской традицией, и в то же время эти изменения не были внесены в повестку дня ни одной ассамблеи и не были осуществлены посредством демократических процессов. Оплачиваемые университетами аккредитационные комиссии, задачей которых является утверждение новых учебных программ, показали, что они не являются особенно легитимными.

Подозрение, что экономизация проистекает прежде всего из экономических интересов, не совсем оправдано, как это часто отмечают критики. Если присмотреться повнимательнее, то кажется, что все происходит в своем темпе и может быть объяснено педагогически-политической некомпетентностью, а не продуктом какого-то долгосрочного планирования - если исключить тот факт, что политика недостаточно финансирует школы и университеты.

Две ключевые проблемы современной экономизации — это, с одной стороны, идеологическое отравление общественного, а значит, и педагогического сознания, а с другой — вписывание государства в роль, навязанную ему неолиберальной идеологией в последние десятилетия. Таким образом, не только был создан благоприятный климат, но и было найдено оправдание для экономизации общественного мнения об общественных, а значит, и о педагогических и образовательно-политических вопросах.

Деловое и экономическое неолиберальное понимание нашло место для распространения в школах и образовательной политике. Критика экономизации, не учитывающая этого, не является всеобъемлющей. Здесь не подавляется что-то «хорошее», как, например, некая высокая педагогическая цель вроде классического образования. Здесь не было ничего, что можно было бы подавить. Так называемые «реформы», проводившиеся десятилетиями как на педагогическом, так и на воспитательном и образовательно-политическом уровне, и которые незавершенными выстраивались одна за другой, становясь все более и более абстрактными, уступали

место экономизации. Таким образом, экономические категории пока остаются вне конкуренции и, кажется, вновь придают смысл педагогическому призванию. На первый взгляд, для учащихся, их родителей, администрации, учителей и даже политиков, нуждающихся в предоставлении финансовых средств, логично, что педагогика в первую очередь заботится о будущих возможностях на рынке труда. Остается только наблюдать, останется ли это обещание, как и многие другие, невыполненным.

Можно многое сказать в пользу того, что изменение в форме экономизации не будет долговечным и что вызываемая им эйфория скоро закончится, потому что она не может выполнить обещание, связанное с деловой ориентацией. Учебные программы бакалавриата в «реформированных» университетах вскоре может постигнуть та же участь, что и дуальную систему, в рамках которой существовали сотни узко определенных профессий. Если такие сужения перенесутся на академические уровни, особенно в профессиях, связанных с гуманитарными науками, это могло бы привести к перекавалификации, да и необходимости в таких профессиях больше может не быть. Специализированные звания, которые приобретаются после завершения новых учебных программ, сами по себе несут огромный риск. Таким образом, гибкость, которую все так подчеркивают, точно не будет достигнута; «экономика», на которую любят ссылаться изобретатели, скептически относится к приобретенным званиям. Ориентация политиков на те профессии, которые будут востребованы в будущем, кажется вынужденным решением, ибо какая еще причина могла быть для введения бакалавриата, если идея образования давно считается устаревшей и, если количество обучающихся в магистратуре должно быть ограничено по финансовым причинам, а тем, кто бросил университет, выдать какой-то диплом? Скоро будет видно, насколько непродуманна эта «реформа».

Как отреагирует политика? Наверное, так же, как это делалось десятилетиями: реформу отменят и заменят ее какой-то другой, потому что во времена бессмысленных квантификаций реформы не являются целью, а средством, и не только в образовательной политике, но и в политике в целом.

«Реформа...[...] втянулась в царивший режим безумной гонки. [...] Абстрактное признание реформы стало всеобъемлющей политической идеологией нашего времени. [...] Дух реформ заменяет все другие политические программы, концепции и идеи; он заменяет даже мораль. [...] В принципе всегда и везде есть потребность в

реформах, [...] потребность в реформах растет с каждой новой реформой. Потому что все проблемы, которые несут с собой реформы, могут быть решены только новыми реформами» [10].

Возможно также, что в результате мирового финансового краха и последовавшего за ним общего экономического спада от неолиберальной идеологии придется на время отказаться. В таком случае вскоре может оказаться, что сегодняшняя образовательная политика и относящийся к ней педагогический мейнстрим являются, прежде всего, идеологическими ответвлениями или модификациями этого общего мирозерцания. Если все это окажется правдой, тогда те, кто несет за это ответственность, могут потерять доверие граждан. Тогда дискуссии снова станут неизбежны, и роли снова будут разделены.

«Гумбольдтовское понимание образования современнее, чем когда-либо. Все, что когда-то давало нам чувство безопасности, теряет свое значение — семья, брак, гендерные роли, класс, партии, церкви и даже государство всеобщего благосостояния. И вишенкой на торте являются еще три вещи: образование, образование и еще раз образование!» [2].

Предпосылкой педагогических стратегий, ориентированных на этот лейтмотив, по-прежнему остается школа, то есть факультет, способный достичь дистанцированности от государства и рынка. Все попытки квалифицировать требуемую рабочую силу непосредственно, а не окольными путями (через как можно более широкое общее образование) приведут к провалу, потому что именно общее образование устраняет разрыв между нынешним школьным образованием и будущим, пока неизвестным, бизнес-профилем. Именно поэтому тенденция учитывать только экономические критерии в сфере образования находит свои пределы. Но откуда это может знать «экономика», когда даже педагоги и политики, занимающиеся образованием, этого не знают или не хотят признавать? Кроме того, образование должно окупаться даже для тех людей, которые по каким-то причинам полностью или временно исключены из рынка труда.

Единственная определенная вещь в глобализации — это идея о том, что о Вашей судьбе заботится кто-то другой, а не Вы сами. Может быть, кому-нибудь покажется, что кто-то постоянно, упрямо и неблагодарно отвергает все доброжелательные усилия, исходящие из Вашингтона, Торонто, Лондона. Но право сесть и вести переговоры — даже если вы не можете прийти к идеальному соглашению — является основным правом, по крайней мере, когда речь идет о

самоопределении. Старый известный афоризм объясняет разницу: ««Дайте человеку одну рыбу, и он получит пропитание на день, научите его ловить рыбу, и он получит пропитание на всю жизнь» и так, по принципу обучения на протяжении всей жизни, мы постоянно получаем «уроки рыбалки». Различные семинары начинаются один за другим, процесс идет уже давно, и вопрос состоит в том, все ли происходит так, как надо.

Корпорации принимают коллективные кодексы о труде и правах человека вместо нас, тем самым теряя самый основной принцип гражданского общества: *человек должен управлять собой*. Найк, Шелл, Майкрософт, Макдональдс стали метафорой разрушения мировой экономической системы, в отличие от скрытых действий НАФТА, ГАТТ, АТЭС, ВТО, МАІ, ЕС, G-8, ОЭСР, методы и цели этих компаний вполне ясны: их хорошо понимают и работники, и сторонние наблюдатели. Они стали лучшим и величайшим средством обучения в мире, внося столь необходимую ясность в глобальный рыночный лабиринт аббревиатур и централизованных, секретных сделок и соглашений.

Помимо применимых и функциональных знаний на семинарах по труду и правам человека, мы потеряли основной принцип гражданского общества: люди должны управлять собой. Мы жители нового брендированного мира, над товарами и продуктами стоит логотип производства, фирменный стиль, который завоевывает и действует на общественное и индивидуальное пространство, на школьные учреждения, личность молодежи. Сегодня бренды стали лучшим и крупнейшим образовательным инструментом в мире.

Этот почти нигилистический взгляд на мир соответствует взглядам идеального участника рынка труда: Он никогда не может знать заранее, как будет выглядеть рынок завтра, поэтому ему приходится находиться в режиме ожидания - лишенном собственных стремлений и социальных связей. Следует ли преподавать что-то подобное в наших школах?

*Заключение.* Клаустрофобное чувство безысходности, сопровождающее тенденции глобализации — колонизация общественного пространства, потеря гарантий занятости, мониторинг корпоративных кодексов и силы бренда — пытаются компенсировать подчеркиванием *возможности подлинно глобального общества*, в которое вошли бы не только экономика и капитал, но и глобальные граждане, глобальные права, глобальные обязанности. Многим из нас потребовалось бы много времени, чтобы найти свой путь на этой новой глобальной международной арене, но в этом смысле крупные

корпорации (бренды) провели ускоренные курсы и тренинги, так что мы теперь ближе к этим усилиям чем когда-либо раньше.

Первым шагом стала удивительно успешная сеть популярных образовательных проектов. Международный форум по глобализации провел свой первый глобальный класс в Нью-Йорке, в котором приняли участие ведущие ученые, активисты и исследователи, чтобы изучить влияние единого свободного мирового рынка на демократию, права человека и окружающую среду. Были проведены семинары на тему Всемирного банка, МВФ, НАФТА, Структурной перестройки Севера и всех других глобальных органов, которые принадлежат к торговому соглашению, которое окружающая среда никогда не понимала и боялась что-либо спрашивать на эту тему. На Нью-Йоркской конференции было несколько сотен человек, а уже на вторую, проходившую в Беркли, штат Калифорния, приехало 2000 человек, хотя конференция не привлекла внимания СМИ. Конференция, состоявшаяся через несколько месяцев в Торонто, привлекла еще больше людей, и подобные встречи проводились в университетах по всему миру.

Сегодня мировые лидеры не могут вместе пообедать без того, чтобы кто-то не организовал одновременно контр-саммит — собрав всех, от рабочих, недовольных ситуацией на фабриках, до учителей и профессоров, не желающих корпоративной оккупации образования. Иногда трудно сказать, являются ли эти тенденции началом чего-то совершенно нового или последними проявлениями чего-то очень старого, найдено ли «лобовое стекло» или заложен «краеугольный камень» какой-то еще невообразимой свободной конструкции?

Тот факт, что глобализация, корпоративная политика, неолиберальная экономика, рыночные преобразования, неуклюжая политика, бренды втянули нас в эту неразбериху, не означает, что мы должны ждать, пока они вытащат нас из нее. Даже если это будет не просто и не быстро, предприимчивые и творческие личности - менеджеры (!) должны найти выход сами. Может быть, они будут немного похожи на Тесея, следующего за своей нитью, когда он входит в Лабиринт Минотавра, но это единственный способ остаться самим собой, не соглашаться с кодексами международной арены потребительства, сохранить что-то личное, что-то выше глобального гражданства, глобального закона, глобальной ответственности. Могут ли они способствовать сопротивлению новому типу корпоративно-медийного рабства, могут ли они разоблачить последствия глобалистской экономики, прояснить все те, казалось бы, незаметные

изменения, которые составляют суть и оборотные стороны глобальных мировых тенденций?

Политические решения, основанные на одаренных, творческих и предприимчивых, поддерживаемых их избранными представителями, заслуживают еще одного шанса, прежде чем мы сдадимся и согласимся с корпоративными кодексами и приватизацией наших прав как автономных граждан. Могут ли те, кто интеллектуально сильнее и предприимчивее, представлять собой образ сопротивления, которое потенциально может перерасти в широкое движение?

Вопрос, есть ли потребность в дополнительных структурах - оправдан, но он открывает другие, более сложные вопросы: какой должна быть эта структура? Идет ли речь о какой-то международной политической организации, которая «заставит» мировое правительство демократизироваться? Должно ли быть создано множество национальных организаций? Или начать с каждого местного региона в отдельности, в котором демократия участия будет целенаправленно внедряться? Создавать ли организованно противовес государству...? Или что делать ...?

#### Список литературы

1. ssheuer T. Der große Ausverkauf. U: Die Zeit. 2008. №14, 27.03. S. 49. A
2. eck U. Vorwärts zu „Humbolt 2“. Als nationale Institution ist die Universität am Ende. U: Die Zeit, Nr 47/11. Nov 2004. B
3. ahme H.J. Krise der öffentlichen Kassen und des Sozialstaats. U: Auz, 2008. № 12-13. S. 10-16. D
4. ppler E. Kleine verzichten und Große kassieren. In: Die Zeit, 2008. Nr. 17. 17.04. E
5. ranck G. Mentaler Kapitalismus. Eine politische Ökonomie des Geistes. München, 2005. F
6. eißler H. Frankfurter Rundschau. 2005. 28.04. G
7. erz W. Variabel wie die Rocklähge. Politiker, Manager und Wissenschaftler unterwerfen sich wechselnden Moden – oft zum Schaden ihrer Sache. U: Die Zeit. 2005. Nr. 11/4. 3.05. S. 28. H

8. aube J. Bestanden? Wir haben doch gar nichts gelernt! U: FAZ. 2009.2.01. K
9. rautz J. Ware Bildung. Schule und Universität unter dem Diktat Ökonomie. München, 2007. K
10. iessmann K.P. Theorie der Unbildung. Wien, 2006. L
11. eck G., v. Petersdorff W. Sehnsucht nach Greisen. U: FAZ. 2009. Net 25. Januar. M
12. lehwe, D. Quellen des Neoliberalismus. U: WZB-Mitteilungen, 2005. Heft 110. December. S.25-27. P
13. eiser M. Warum ich meinen Lehrstuhl räume. U: Faz.Net. 2009.14. 01. R
14. tiglitz J. Die Schatten der Globalisierung. München, 2004. S

#### ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ МЕХАНИЗМОВ ДИПЛОМАТИИ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

**Афонина А. А.**

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского,  
Институт «Таврическая академия»,  
Философский факультет, кафедра политических наук и  
международных отношений, студент  
E-mail: afonina0603@mail.ru*

*Аннотация. В статье рассматриваются основные тенденции механизмов дипломатии в сложившихся геополитических условиях. Данная тема приобретает особую актуальность в свете динамично меняющейся геополитической картины мира. Особое внимание уделяется роли дипломатии в условиях глобальной политической турбулентности. Представляется, что в свете информационной войны огромное значение приобрела цифровая дипломатия как инструмент международной коммуникации и продвижения ценностей посредством социальных сетей как внутри страны, так и*