

сквозь призму субъектного подхода. Это, по мнению исследователей, даст возможность проникнуть в специфичную только для человеческого бытия проблематику смысла жизни и бессмысленности, любви и одиночества, счастья и веры, отношения к жизни и смерти [1].

#### Список литературы

1. Василюк, Ф. Е. Психология переживания (анализ преодоления критических ситуаций) / Ф. Е. Василюк. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 200 с.
2. Соколова, Е. Т. Особенности личности при пограничных расстройствах и соматических заболеваниях / Е. Т. Соколова, В. В. Николаева. – М. : SvR-Аргус, 1995. – 360 с.
3. Карпинский, К. В. Опросник смысложизненного кризиса : моногр. / К. В. Карпинский. – Гродно : ГрГУ, 2008. – 108 с.
4. Карпинский, К. В. Человек как субъект жизни в Интернете [Электронный ресурс] / К. В. Карпинский. – Режим доступа: [http://www.koob.ru/karpinsky\\_k\\_v/chelovek\\_kak\\_sujekt\\_jizni](http://www.koob.ru/karpinsky_k_v/chelovek_kak_sujekt_jizni). – Дата доступа: 12.10.2014.
5. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 2000. – 712 с.
6. Ахмеров, Р. А. Биографические кризисы личности : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / Р. А. Ахмеров ; ИП РАН. – М., 1994. – 24 с.

**Могучая Н. В.** – аспирант кафедры психологии Белорусского государственного университета.

УДК 159.9

**В. И. Орлов**

### СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ И БИЗНЕС

Раскрываются особенности социализации личности и бизнеса. Отмечается, что общество не имеет своих собственных интересов, но отдельный человек способен реализовать свои интересы только лишь социальным способом, поэтому социуму принадлежит не сам интерес как таковой, а только лишь способ реализации. При этом общество проводит процесс непрерывной социализации, в котором бизнес реализует свое влияние на процесс социализации.

*Ключевые слова:* общество, личность, социализация личности, социальные связи личности.

Важнейшей характеристикой современной социальной жизни является ярко выраженное обезличивание человека. Эти негативные процессы, идущие одновременно с атомизацией общества, рассматриваются различными философами и социологами как утрата человеком самооценности своего бытия, замены сущности человеческого «Я» на его функциональную роль. «Постепенно, – отмечает Р. Гвардини, – исчезает чувство собственного бытия человека и неприкосновенной сферы «личного», состав-

ляющее прежде основу социального поведения. Все чаще обращение с человеком как с объектом воспринимается как что-то, само собой разумеющееся: начиная от бесчисленных форм статистически-административного «охвата» и кончая немислимым насилием над отдельными людьми, группами, даже целыми народами. И не только в критических ситуациях или пароксизмах войн – это становится нормальной формой управления» [1]. Р. Гвардини не указывает на господство рыночных отношений как причину описываемой им ситуации. Э. Фромм же определенно видит в капитализме причину утраты человеком своего личного «Я». «В средние века, – пишет он, – человек ощущал себя неотъемлемой частью социального и религиозного сообщества, в рамках которого он обретал себя, когда он как индивид еще не отделился полностью от своей группы. В новое время, когда он столкнулся с необходимостью осознать себя как независимого, самостоятельного человека, его самоидентификация стала для него проблемой. В XVIII и XIX веках понятие «я» чрезвычайно резко сузилось: «я» утверждалось размером собственности. Такое понятие стало выражаться не формулой «Я есть то, что я думаю», а формулой «Я есть то, что я имею», «Я есть то, чем я обладаю» [2].

Обычно в процессе социализации выделяют проблему приобретения обществом своего нового индивида, но упускается из виду, что человек, становясь полноправным членом социума, не только включается в социум, выполняя в нем определенные ролевые функции, но и включает общество в себя. И в зависимости от того, насколько общество обладает тем свойством «социальности», которое является «живым братством людей», настолько подлинные, а не фальшивые ценности приобретает человек в процессе своей социализации.

Приобретение индивидом общества является двусторонним процессом. С одной стороны, человек включается в социальную традицию, впитывает в себя социальную память. Но с другой стороны, он обретает свое подлинное место в обществе. Это место – его собственность, та собственность, которая позволяет индивиду онтологически укорениться в жизни, ибо подлинный человек должен быть укоренен не только в традицию своего социума, но и в свою собственность, правильное распоряжение которой является его общественным делом. Конечно, частная собственность на средства производства, наличие собственного дела – далеко не единственно возможная форма такого укоренения. Однако, на наш взгляд, именно владение частной собственностью делает возможным процесс социализации – как обретения укорененности и общности – для большинства людей.

Практика показывает, что общность имущества, не имеющая под собой предварительной духовной всепроникающей общности индивидов, namного антисоциальнее частной собственности. «Разъединенные телом и душой, духом и инстинктом самосохранения, – отмечал И. А. Ильин, – люди способны выносить общность имущества лишь постольку, поскольку

ку им удастся преодолеть это разьединение любовью, дружбой, совестью, щедростью, личным благоволением, духом, внутренней дисциплиной и, главное, добровольным согласием. При всяких иных условиях общность имущества будет вести только к разочарованию, вражде, насилию, воровству и хозяйственным неудачам. Она будет создавать каторжный, тоталитарный режим, всеобщее рабство и падение культуры» [3]. Таким образом, для становления человека общественного общности имущества не может быть средством, а может служить лишь разделению людей. Наоборот, частная собственность должна служить не атомизации, а социализации индивидов.

Конечно, речь пока не идет о роли бизнеса как средства социализации. Мы говорим лишь о частной собственности, которая существовала и существует не только в рамках капиталистической рыночной экономики. Кроме того, необходимо отметить, что в этой экономике в настоящее время присутствуют два вектора. Один – тот, который задан протестантской этикой. Другой возник намного раньше – это атеистический, грабительский вектор. Именно такую линию развития капитализма и описывал в своих трудах К. Маркс, неправомерно идентифицируя ее со всем капиталистическим производством. В реальной жизни в капитализме мы можем обнаружить оба этих направления. Причем в капитализме, связанном с производством, сильнее проявляет себя протестантская этика, и наоборот, в финансово-торговом капитализме более выражена хищническая атеистическая этика. Отметим, что в капитализме XVI–XIX веков эти два направления были не только тесно взаимосвязаны между собой, но и мультиплицировали друг друга.

Если в хищническом бизнесе результатом является постепенное вытеснение социальных связей, с последующей заменой их на денежные (а значит и десоциализация индивида), то противоположный бизнес, если и не является самым эффективным способом социализации личности (в том же феодальном обществе в Западной Европе уровень социализации, на наш взгляд, был выше, чем на современном Западе), то, по крайней мере, способствует ей. Так как процесс социализации не ограничивается непосредственным взаимодействием индивидов, а характеризуется включением индивида в Традицию, то можно считать, что в социуме существуют определенные формы такого поэтапного включения. Эти формы В. В. Павловский называет «возрастноориентированными программами, функционирующими в обществе». «Социальные возрастноориентированные программы, – считает он, – это определенные системы знаний, навыков, умений, опыта и практических действий, которые используют в своей жизнедеятельности старшие по возрасту генерации людей и в силу объективной необходимости и субъективных факторов, как правило, передают их более младшим, по возрасту, поколениям» [4]. Подобного рода передача происходит как по отношению к определенной возрастной группе, так и по от-

ношению к отдельному индивиду. Однако передачей знаний, навыков, умений и т. д. социализация не ограничивается. Для ее полноты необходимо также обретение индивида в качестве элемента единого целого - социума. Последнее с неизбежностью предполагает «обрастание» индивида невидимыми нитями – социальными связями, с помощью которых он и включается в общество.

Социальные связи индивида имеют как количественные, так и качественные характеристики. Очевидно, что капиталистическое производство, бизнес, в силу своего рыночно-интернационального характера, включает отдельного производителя и продавца в глобальную экономическую систему. В современных условиях в отношении конкурентной борьбы между собой вступают бизнесмены, предприятия которых находятся на противоположных концах земного шара, а сами они ничего друг о друге не знают. Сказанное относится также и к сотрудничеству. Социальные связи в эпоху глобальной рыночной экономики зачастую носят не непосредственный, а опосредованный характер, но от этого они не стали менее реальными, чем, например, аналогичные связи в XVIII веке. Более того, в наше время происходит не только пространственная экстраполяция социальных связей и их мультиплицирование, но количественное увеличение таких связей связано также с возрастанием их разнообразия.

Очевидно, что реальное наращивание универсума социальных связей возможно лишь при условии, что новые связи могут не только порождаться имеющимися в распоряжении людей способами (как социальными, так и техническими), но и адекватно восприниматься. Если же такие способы отсутствуют, то о новых связях можно говорить лишь условно, они будут носить потенциально-гипотетический характер, реальное оперирование ими людьми будет невозможным. Кроме того, необходимо помнить, что увеличение объема универсума социальных связей может осуществляться двумя различными способами. При первом способе новые связи создаются на базе уже существующих. При втором пути старые связи либо вообще никаким образом не используются, либо полностью уничтожаются, как препятствие, для появления новых. Разрушенное же применяется не в качестве первоклассных, а скорее в качестве питательной среды, на которой возрастает новое.

Итак, бизнес актуализирует связи, делает их ощутимо явственными, и в этом его заслуга в плане социализации. Однако, с другой стороны, капитализм, как общество, в котором бизнес получил подлинное развитие, пока не дает большинству людей перейти от онтологического к нравственному единству, от невольного, безумного включения в социальную жизнь (включения лишь благодаря рыночному механизму), к осознанному участию в этой жизни.

Для людей, стоящих у истоков бизнеса, получение прибыли было не просто главным делом жизни, а носило еще и трансцендентный характер.

Человеческая личность, таким образом, оказывалась сконцентрированной в одном деле. Вот почему, если мы будем понимать под социализацией выработку у человека тех умений и навыков, которые позволяют ему ориентироваться в окружающем его мире, то современный бизнес ставит человека в условия, требующие непрерывной адаптации этих умений и навыков к быстро изменяющимся условиям его существования.

Конечно, не все умения бизнесмена утрачивают свое значение. Умение общаться с людьми – фундаментальный навык, овладев которым человек намного лучше приспосабливается к внешним изменениям. Это умение является структурообразующим для всего процесса социализации. И если в обществах традиционного типа общение носило ограниченный характер, то в условиях рынка умение общаться, должно носить универсальный характер. Расширение сферы общения, как правило, непосредственно связано с расширением сферы деятельности частного предпринимателя, что в свою очередь является одной из предпосылок превращения этой деятельности в одну из разновидностей социальной игры - ролевую игру. Российский специалист по проблемам психологии игры Д. Б. Эльконин, считает, что современные исследования показали: «ролевая игра особенно чувствительна к сфере деятельности людей и отношений между ними, что ее содержанием является именно эта сфера деятельности. Итак, содержанием развращенной, развитой формы ролевой игры является не предмет и его употребление или изменение человеком, а отношения между людьми, осуществляемые через действия с предметами; не человек - предмет, а человек – человек» [5].

Социализация личности кроме внешнего аспекта имеет еще и внутренний. Во внутреннем аспекте она означает не что иное, как возрастание личности. Хорошо известно, что одним из основополагающих критериев уровня развития личности – является та степень ответственности, которую осознанно несет последняя. Бизнес изначально был построен на личной ответственности человека за результаты своей деятельности. Причем на заре становления капитализма данная ответственность ощущалась предпринимателями не только перед людьми, но и перед Богом. Сейчас перед Богом большинство бизнесменов ответственности не чувствуют. Однако отвечать за свои действия им приходится не только имуществом, но даже свободой. Итак, бизнес способствует выработке чувства личной ответственности, а следовательно, и возрастанию личности самого бизнесмена. Одной из важнейших особенностей нормального бизнеса является постепенное отмирание в нем социальных связей, носящих не просто неформальный, но нелегальный характер, и замена их на легально-договорной характер.

Если посмотреть на процесс социализации как на возрастание ответственности индивида не только за конкретные свои действия, но и за свое существование в качестве наделенного разумом и волею существа, то ста-

новится ясным, что отвечать за свое существование означает отвечать за выполнение человеком своего предназначения в жизни. Любая социализация является формированием человеческой биполярной личности. Один из полюсов лежит вне человека и принадлежит тому социуму, членом которого становится человек. Второй полюс – чисто индивидуальный. Он принадлежит отдельному человеку и изменяется вместе с изменением самого индивида. По мнению А. Шопенгауэра, преобладание внутреннего полюса характерно лишь для небольшой части людей – гениев. Большинство же людей – обыкновенные (по терминологии А. Шопенгауэра), то есть с преобладанием внешнего полюса. «Обыденный человек, – пишет он, – напротив, чтобы сделать свою жизнь приятной, должен ограничиваться *внешними* для него вещами – имуществом, рангом, женою и детьми, друзьями, обществом и т. д. и в них полагает он свое счастье: поэтому, оно кончается, когда он утрачивает эти блага или видит что обманулся в них. Для характеристики такого положения можно сказать, что центр тяжести у подобного человека находится вне него. Оттого-то у него и является столько изменчивых желаний и прихотей ...» [6, с. 214].

Очевидно, что желания многих бизнесменов неизменны – они хотят прибыли, а не тех разнообразных удовольствий, которые можно получить за деньги. Следовательно, по правилам логического вывода центр тяжести, полюс личности таких людей не может лежать вне них. Но, с другой стороны, этот центр не принадлежит и человеку: прибыль, безусловно, не является характеристикой человеческой личности. Конечно, в отношении первопроходцев бизнеса можно сказать, что прибыль для них вообще не имела социального смысла, она была лишь способом спасения души. Для большинства же современных бизнесменов речь скорее можно вести о стирании граней между внутренним и внешним, о деллокализации полюсов их личности. Такая «размытость» мироощущения как раз и проявляется в восприятии денег в качестве реальной частицы своего тела, и всего человеческого «Я». Кроме того, именно распространенность этого мироощущения приводит к восприятию бизнеса как формы социальной игры: дело в том, что игра для своей привлекательности требует плавного своего перехода в мир реальной жизни и наоборот. Итак, мы видим, что для бизнесмена капитал становится частицей его собственного «Я». Однако эта частица не полностью растворена в индивиде, она одновременно живет в нем и собственной жизнью.

Социализация человеческой личности, как обретение последней определенной совокупности устойчивых социальных связей, на наш взгляд, непосредственно связана с процессом становления у личности иерархической системы интересов. Именно на базе единства определенных интересов люди вступают в *устойчивые* отношения друг с другом. Именно возведение интереса в связующее начало позволяет людям не отталкиваться друг от друга, не атомизироваться, а наоборот, притягиваться в поисках

консенсуса интересов. Конечно, роль бизнеса в социализации как объединении на почве общих интересов различна. С одной стороны, рынок зачастую разъединяет людей по интересам, но с другой стороны, наряду с центробежными, существуют и ярко выраженные центростремительные тенденции, проявляющиеся, например, в стремлении бизнесменов учитывать интересы покупателей их продукции.

Отметим, что не только в процессе общения, но и в процессе включения человека в реальные рыночные отношения происходит выработка общих интересов, осознание в качестве таковых некоторых паритетных интересов. «Рынок и дискурс, – считает немецкий философ П. Козловски, – являются способами опосредования и *взаимного приспособления индивидуальных интересов*. В обмене и общении можно попытаться выработать основанные на консенсусе решения. Однако рынок и дискурс по-разному, в соответствии со своими установками, трансформируют индивидуальные интересы и потребности. Рынок ориентирован на *фактические* приоритеты (revealed preferences) и на то, что они опосредуются индивидами с помощью взаимовыгодного обмена. Дискурс претендует на моральную *трансформацию* индивидуальных предпочтений, что предполагает существование нравственности как готовности субъекта к модификации» [7].

Личность – это не механическая совокупность связей с другими личностями. Это, в первую очередь, социальная личность, занимающая определенное место в обществе. Но объективность существования общества не означает, что у него, как у некоего гоббсовского Левиафана, существуют потребности, а, следовательно, и целенаправленная конкретизация этих потребностей, выражающаяся в интересах. Общество действительно не имеет своих собственных интересов, но отдельный человек способен реализовать свои интересы только лишь социальным способом, поэтому социуму принадлежит не сам интерес как таковой, а только лишь способ реализации. Не имея своих собственных интересов, общество, однако, проводит процесс непрерывной социализации, вновь и вновь воспроизводя самого себя. В этом процессе находит свою актуальную реализацию (безусловно, всеми в явном виде понимаемый) интерес каждого индивида: породить то, что, будучи порожденным, создаст его самого как личность, то есть – общество. А последнее порождается лишь путем социализации отдельных индивидов. Так выглядит круговорот социальной жизни. Именно в этом круговороте бизнес реализует свое влияние на процесс социализации.

#### Список литературы

1. Гвардини, Р. Конец нового времени / Р. Гвардини // Вопросы философии. – 1991. – № 4. – С. 145–154.
2. Фромм, Э. Психоанализ и этика / Э. Фромм. – М. : Республика, 1993. – 346 с.

3. Ильин, И. А. О грядущей России. Избранные статьи / И. А. Ильин. – Казань : Лиана, 1993. – 268 с.
4. Павловский, В. В. Ювентология / В. В. Павловский. – М. : Академический Проект, 2001. – 488 с.
5. Эльконин, Д. Б. Психология игры / Д. Б. Эльконин. – М. : Владос, 1999. – 248 с.
6. Шопенгауэр, А. Афоризмы житейской мудрости / А. Шопенгауэр. – М. : Просвещение, 1992. – 211 с.
7. Козловски, П. Общество и государство: неизбежный дуализм / П. Козловски. – М. : Республика, 1998. – 322 с.

**Орлов В. И.** – кандидат философских наук, доцент кафедры философии и политологии Витебской государственной академии ветеринарной медицины.

УДК 159.9

**Р. А. Панин**

### **ВОЗРАСТНАЯ ИЗМЕНЧИВОСТЬ СООТНОШЕНИЯ ТИПОВ ЖИЗНЕННЫХ ЦЕЛЕЙ ЛИЧНОСТИ НА ЭТАПЕ ЗРЕЛОСТИ**

Обосновывается актуальность изучения жизненных целей личности в современной психологической науке. Приводятся результаты эмпирического исследования возрастной динамики системы жизненных целей личности. Представляются результаты изучения возрастной динамики интраперсональных (индивидуалистических) и интерперсональных (общественных) жизненных целей.

*Ключевые слова:* возраст, жизненные цели личности, интраперсональные жизненные цели, интерперсональные жизненные цели.

Стремительность жизни современного человека, высокая динамичность социальных, политических, экономических и технических преобразований на сегодняшний день являются основными характеристиками жизни общества [8]. Это предъявляет к личности особые требования, вынуждает ее справляться не только с более быстрым потоком сменяющихся друг друга событий, но и все чаще действовать в рамках ранее неизвестных ситуаций [8].

В этой связи особую актуальность приобретает научное изучение психических механизмов регуляции жизнедеятельности, качественное функционирование которых служит основополагающим фактором построения человеком собственного жизненного пути, поскольку именно они лежат в основе способности личности выступать в роли субъекта жизни.

Одним из важнейших структурно-функциональных элементов психической регуляции жизнедеятельности выступают жизненные цели личности. В качестве системообразующего звена их признает множество авторов [1; 2; 7; 9], так как именно на формирование и реализацию жизненных целей направлены сознательные усилия личности как субъекта жиз-