

Рядченко Е. А.

**КУПЕЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ
ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДОВ: СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МИРОВОСПРИЯТИЯ И
САМОСОЗНАНИЯ**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2007/2/96.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2007. № 2 (2). С. 215-218. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2007/2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ации традиции, что позволило бы в дальнейшем переориентировать русское общество на началах политической и гражданской свободы отдельного лица.

Список использованной литературы

Новгородцев П. И. Об общественном идеале / П. И. Новгородцев. - М.: Пресса, 1991. - 640 с.

Соловьев Э. Ю. Только после Владимира Соловьева русская либеральная мысль смогла обрести программную последовательность / Э. Ю. Соловьев // Либерализм в России. – М., 1996. – С. 389 – 397.

КУПЕЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДОВ: СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МИРОВОСПРИЯТИЯ И САМОСОЗНАНИЯ

Рядченко Е. А.

Российский государственный гуманитарный университет филиал в г. Тольятти

Без развитой инфраструктуры невозможна нормальная жизнедеятельность населения. Город есть отражение внутренней жизни его обитателей, их верований, идей, их характера, склонностей и предрассудков. Новой морали должен соответствовать и новый город [Семенов 1912: 63-64].

В дореволюционной России состояние социальной инфраструктуры во многом зависело от участия в ее поддержании и развитии купцов. К концу пореформенного периода города являлись основным местом проживания привилегированных сословий, среди которых 82,8 % составляли купцы [Первая всеобщая перепись... 1904]. К середине XIX в. в городах Среднего Поволжья число лиц купеческого сословия составляло: в Симбирске – 398 чел. (1,6%), в Самаре – 3488 чел. (12,6%) [Экономическое состояние... 1863]. Значительная роль купцов объясняется тем, что в Российской империи сфера инфраструктуры была вотчиной частного капитала. Государство не брало на себя обязанности по развитию и содержанию социально-культурной инфраструктуры городов. По остаточному принципу финансировались городское строительство, народное образование и медицина, а также учреждения социальной сферы: богадельни, дома призрения бедных. Финансовые возможности городов не соответствовали их растущим потребностям [Шрейдер б/г: 2]. Например, городские доходы в Симбирске в 1898 г. составляли 185371 руб., из них на содержание городского управления выделялось около 22 тыс. руб., на медицинскую часть – 8 тыс. руб., на народное образование – 27085 руб. [Брокгауз, Ефрон 1900: 906]. В Пензе городские доходы в 1896 году составили 243955 руб., из них на содержание городского управления – 26966 руб., на учебные заведения – 42721 руб., на благотворительность – 6886 руб., на врачебную часть – 3237 руб. [Брокгауз, Ефрон 1898: 134]. Казна финансировала лишь предприятия связи – телефон, телеграф, почту. Устройство гостиниц, трактиров, бань, фотографий также входило в сферу деятельности частного купеческого капитала. Возрастающие потребности горожан заставляли вплотную заниматься благоустройством городов, развитием их бытовой инфраструктуры, надежным обеспечением населения продуктами питания, водой, услугами [Рожков 1902: 163].

Русское общество – общество социальных и духовных предпочтений. Чувство долга и личной ответственности за судьбу отечества побуждало русских предпринимателей хозяйствовать из понимания общественной пользы, а не только из личной выгоды. Уже во второй половине XIX в. российские предприниматели приступили к разработке на своих промышленных предприятиях комплекса мер, связанных с введением медицинской помощи, правил санитарной гигиены, а также с организацией начального образования. В итоге, действия заводчиков и фабрикантов, владельцев крупнейших фирм, вылились в разветвленные социальные программы, объективно направленные на улучшение качества труда и жизни [Июксимович 1917: 83].

Однако, при анализе вклада купечества в развитие социальной инфраструктуры городов и проведение активной социальной политики, важно обратить внимание на побудительные мотивы этой деятельности, изучить ментальные особенности купеческого предпринимательства.

В последнее время происходят процессы формирования нового взгляда на историю и культуру общества. На первый план выдвигается антропологический подход, который дает возможность осветить ту или иную категорию населения как бы изнутри, с точки зрения людей, являющихся ее субъектами, носителями сложившихся социальных ценностей и представлений. В исторической науке этот подход получил название «истории ментальностей».

Общий процесс «гуманизации» знаний требует от современных исследователей концентрации внимания на вопросах воздействия личностных ментальных факторов на ход исторического процесса. Подобный подход предполагает рассмотрение истории человеческого общества в виде постепенной смены определенных способов мировосприятия и образов поведения, присущих только данной социокультурной ситуации. Доминирующие в менталитете народа ценности мотивируют предпринимательскую активность, а также обеспечивают интеграцию предпринимательства как социокультурного института в общество, его нравственную легитимизацию.

В современной историографии отчетливо обозначился подход к изучению исторического процесса в связи с исследованием мировосприятия и самосознания отдельного человека, социального слоя, общества в целом. Это выражается в стремлении связать историю культуры с социальной историей. Предметом исторических исследований становится изучение ментальных установок, связанных с социальным поведением индивидов и

составляемых ими общественных групп [Гуревич 1993: 21]. Для отечественной исторической науки, как и на предшествующем этапе ее развития, важна и актуальна проблема изучения различных общественных групп и слоев в свете отмеченного подхода, поскольку без решения проблем, связанных с такими явлениями, как взаимодействие личности и общества, индивидуального и социального, сложно понять ход исторического развития [Ковальченко 1993: 203]. В этой связи представляется целесообразным обращение к исследованию социальных аспектов мировосприятия и самосознания купеческого сословия, что обусловлено поисками факторов, влиявших на участие купечества в развитии социальной инфраструктуры и благоустройстве городов Среднего Поволжья во второй половине XIX века. Для исследования этих факторов необходимо изучение комплекса проявлений мировосприятия и самосознания в различных областях жизнедеятельности купечества.

Под социальной инфраструктурой понимают совокупность отраслей и видов деятельности, способствующих реализации личных и общественных потребностей человека посредством предоставления различного рода услуг. Основной целью функционирования социальной инфраструктуры является полное и всестороннее развитие человека путем удовлетворения его бытовых, духовных и культурных потребностей. Социальная инфраструктура является важнейшей сферой жизнеобеспечения населения, источником и основой формирования и развития «человеческого капитала». Уровень развития социальной инфраструктуры в значительной степени зависит от мотивационных и поведенческих качеств социально-активных слоев общества, где мотивация – совокупность побудительных причин, определяющих деятельность, а побудительными силами выступают потребности, интересы, ценности.

Понятия «мировосприятие» и «самосознание» близки понятию «социальный». Мировосприятие предполагает активное восприятие мира, включающее в себя и действия субъекта, обусловленные представлениями о мире, т.е. мир воздействует на человека, а человек, в соответствии со своим восприятием мира строит свое поведение в нем. Термин «самосознание» подчеркивает осознание человеком своего места и роли в окружающем мире и обществе [Горский, Пушкарев 1994: 3-5; Пушкарев 1996: 8]. В соответствии с отмеченным, целесообразно рассматривать мировосприятие и самосознание предпринимательского слоя, каковым являлось купеческое сословие, как совокупность мнений и представлений, чувств и настроений, проявившихся в повседневной практике, в отношении к производственной деятельности, к власти, праву, религии, просвещению, окружающему миру, современности и прошлому, к различным проявлениям жизни общества [Горский, Пушкарев 1994: 3-5; Пушкарев 1996: 8]. Исходя из того, что историческое развитие есть не что иное, как деятельность реализующего свои цели человека, цели человеческой деятельности лежат в основе выбора линии поведения и определяются интересами людей [Ковальченко 1993: 203; Алексеев, Панин 1998: 343-350], в основу исследования проблем мировосприятия и самосознания положен деятельностный подход к изучению купеческого общественного сознания. В этой связи рассмотрение проблем сознания предпринимательского слоя предполагается осуществить через показ мировосприятия и самосознания купеческого сословия в процессе его жизнедеятельности, через раскрытие зависимости способа мышления и ощущений, поведения от характера социально-экономических отношений, во взаимосвязи материального и духовного.

Образ дореволюционного российского предпринимателя неоднороден, подчас противоречив, что привело к образованию сложной иерархии ценностных ориентаций и поведенческих стереотипов. Предпринимательство как тип поведения личности – явление очень сложное. Оно во многом опосредуется внешней средой, в которой предприниматель формируется. Как составляющая хозяйственной жизни общества предпринимательство определяется хозяйственной культурой и ее базовыми ценностями и нормами.

При изучении культурных традиций и опыта какой-либо социальной группы было бы неправомерно ограничиваться анализом отдельных сторон жизнедеятельности (профессиональных, бытовых), так как «картина мира», то есть система представлений об окружающей действительности, формирующих коллективную психологию и образ мышления человека, пронизывает все стороны человеческого существования на определенном отрезке времени. Ломка стереотипов общественного сознания разрушила прежнюю методологию истории, а создание новой акцентирует внимание исследователей на постановке проблемы человека в центре изучения общественно-исторического развития как объекта познания

Одним из первых новый «социально-культурно-антропологический» подход предложил А.Я. Гуревич. В подобном антропологическом понимании культура предстает не только как «способ самовыражения гениальных одиночек», а комплекс «знаковых систем» и образов, присущих всему обществу», то есть как эволюция ментальности [Гуревич 1995: 119]. Эта позиция трактуется рядом современных исследователей как «новая социальная история», предназначение которой в «направленности на индивидуальную историческую судьбу» [Березовая 1997: 93].

В качестве необходимой категории в теоретическом аспекте исследования мировоззрения купеческого предпринимательства важным является понятие «культурная среда», то есть некая совокупность условий жизнедеятельности данной группы общества; сложная система, включающая компоненты как материального, так и идеального уровня. В рамках одной социокультурной модели данное понятие выступает первоначально как результат деятельности людей, а затем приобретает самостоятельный характер, в качестве источников формирования социальной ментальности. Кроме того, социальные чувства и поведение людей определяют их эмоциональные установки, их обычаи, привычки, этические нормы и ценности [Гуревич 1969: 384].

В психологии ценности рассматриваются как абстрактные цели, которые нужны человеку для того, чтобы иметь некоторую «точку отсчета» для конкретного оценивания тех или иных событий. Ценности выступают как регуляторы социального поведения личности и группы. Таким образом, в психологической традиции при

анализе ценностей высвечивается их значение для личности, прежде всего в качестве регулятора поведения, основы для мотивации. Однако, социальная природа ценностей очевидна, и поэтому в контексте социального познания ценности справедливо рассматриваются как один из элементов «социальной составляющей» этого процесса [Сухов 2004: 153-154]. Социальные ценности определяют значимость явлений и предметов действительности с точки зрения их соответствия или несоответствия потребностям общества; нравственные и эстетические императивы (требования), выработанные человеческой культурой и являющиеся продуктами общественного сознания [Краткий словарь... 1988: 442].

Предпринимательство являлось противоречивым типом, не находящем места в обществе, проникнутом ценностной рациональностью и межличностными связями. И основная проблема заключалась в том, что его ценности, цели, его жизненные стандарты выходили за рамки господствующей в обществе культуры. В этой связи вставала проблема эволюции взаимоотношений предпринимателей и общества, «завоевание доверия и престижа, оптимизации взаимодействия с государственными, социальными и политическими институтами» [Зарубина 1993: 320]. «Общество ожидает образованных купцов, а не верхов, часто никуда не ведущих к делу... купцу, кроме того, чтобы заботиться о собственных выгодах, надо быть и гражданином и человеком; что в его руках лежит судьба многих, что на него со временем лягут многия служебные обязанности, на которые он должен смотреть не как человек посторонний, а как исполнитель и как доверенный общества» [Наше купечество... 1867-1868: 21].

Характерное отношение к предпринимателям проявилось и в печати, на страницах еженедельного журнала «Нива» [Русская периодическая печать... 1959: 530-531], который ставил задачу всеми доступными средствами способствовать просвещению страны, и поэтому в нем печаталось много материалов воспитательного характера, дававших подрастающему поколению жизненные ориентиры, образцы поведения, нравственные идеалы. Особое значение для выполнения этой задачи имели биографии, которые заняли важное место на страницах журнала: за 1870-1913 годы было помещено 7946 статей. В общей массе биографических материалов заметки о предпринимателях занимали ничтожное место – 1,4% в 1870-1899 годы и 1,2% - в 1900-1913 годы. Анализ этих материалов дает интересные результаты. Биографии можно разделить на две группы. В первой (16 материалов из 106) бизнесмены представлены личностями с подозрительной репутацией, их деятельность оценивалась негативно и порицалась за то, что во главу угла ставила личное обогащение и не отвечала высоким моральным критериям. Во второй группе (90 материалов) в основе позитивной оценки лежала не предпринимательская деятельность сама по себе, а то, что она имела либо патриотическую направленность, либо служила высоким идеалам науки, искусства, просвещения, либо совмещалась с меценатством, благотворительностью, заботой о ближнем. Богатство служило не столько личным целям предпринимателей, сколько обществу [Миронов 2003: 317-318].

Зачастую авторы биографий скрывали от читателей, что их герои – предприниматели. Они представлялись общественными деятелями, помогающими в организации научных экспедиций [Нива 1913: 37], основателями музеев [Нива 1912: 862; 1911: 664]. Книгоиздатели «зажигали свечки в душах людей» [Нива 1909: 158], коммерсанты и промышленники жертвовали огромные суммы на общественные нужды, банкиры действовали в интересах общества, защищали бедных [Нива 1908: 119-120]. В журнале настойчиво проводилась мысль о том, что предпринимательская деятельность заслуживает общественного одобрения только в том случае, если она честная и если капитал, на котором она основана, имел «чистое» происхождение [Нива 1902: 602-603].

Таким образом, в пореформенное время русское общество испытывало влияние буржуазного менталитета, но оно корректировало буржуазные ценности и мораль, пыталось в некоторой степени приспособить их к русским условиям, примирить с традиционными православными русскими ценностями. Если оно проявляло склонность принять капитализм, то он должен быть «с человеческим лицом», т.е. такой капитализм, который в первую очередь служит людям и обществу, а только потом – личным интересам. Если оно соглашалось признать ценность личного успеха, то он должен был служить общему благу. В свою очередь деятельность купцов по содержанию и развитию социально-культурной инфраструктуры городов ярко характеризует польская поговорка: «Скажи мне, на что ты тратишь деньги, и я скажу тебе, что ты за человек» [Оссовская 1987: 268].

Список использованной литературы

- Алексеев П. В., Панин А. В.** Философия. М., 1998. С. 343-350.
Березовая Л. Г. Историк в поисках метода // Регионализация образования: проблемы, поиски, перспективы. Материалы межрегиональной научно-практической конференции. Пенза, 1997. С. 93.
Брокгауз Ф. А., Ефрон И. А. Энциклопедический словарь. Т. XXIII. СПб., 1898. С.134; Т. XXIX. СПб., 1900. С. 906.
Горский А. А., Пушкирев Л. Н. Предисловие // Мировосприятие и самосознание русского общества (XI-XX вв.). М., 1994. С. 3-5.
Гуревич А. Я. Историческая наука и научное мифотворчество (критические заметки) // Исторические записки. Т.1 (119). М., 1995. С.119.
Гуревич А. Я. От истории ментальности к историческому синтезу // Споры о главном. М., 1993. С.21.
Гуревич А. Я. Социальная психология и история. Источниковедческий аспект // Источниковедение. Теоретические и методологические проблемы. М.. 1969. С. 384.
Зарубина Н. Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М., 1998. С. 320.
Иоксимович Ч. М. Мануфактурная промышленность в прошлом и настоящем. Ч.1. М., 1917. С. 83.
Ковальченко И. Д. Почему важен опыт «Анналов» // Споры о главном. М., 1993. С. 203.

- Краткий словарь по социологии** / Под общ ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина; Сост. Э.М. Коржева, Н.Ф. Наумова. М., 1988. С.442.
- Миронов Б.Н.** Социальная история России периода империи (XVIII-начало XX в.). Т.2. СПб., 2003. С. 317-318.
- Наше купечество и торговля с серьезной и карикатурной стороны.** М., 1867-1868. Вып.1. С. 21.
- Нива.** 1902. № 30. С. 602-603.
- Нива.** 1908. №6. С. 119-120.
- Нива.** 1909. № 8. С. 158.
- Нива** 1911. № 36. С. 664
- Нива.**1912. № 43. С. 862.
- Нива.**1913.№ 2. С. 37.
- Оссовская М.** Рыцарь и буржуа. Исследования по истории морали. М. 1987. С. 268.
- Первая всеобщая перепись населения Российской империи.** СПб., 1904. Т. 36. С.258-273; Т. 39. С. 224-239.
- Пушкарев Л. Н.** Введение // Менталитет и культура предпринимателей России XVII-XIX вв. М., 1996. С. 8.
- Рожков Н. А.** Город и деревня в русской истории (Краткий очерк экономической истории России). СПб., 1902. С. 163.
- Русская периодическая печать (1702-1894). Справочник** / Под ред. А.Г. Дементьева, А.В. Западова, М.С. Черпахова. М., 1959. С. 530-531.
- Семенов В.** Благоустройство городов. М., 1912. С. 63-64.
- Сухов А.Н.** Реальная социальная психология. М., 2004. С. 153-154.
- Шрейдер Г. И.** Город и Городовое положение 1870 г. // История России в XIX в. Т. 4. СПб., 6/г. С. 2.
- Экономическое состояние городских поселений Европейской России.** СПб., 1863.

О ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНОЙ ГИПОТЕЗЕ

Сауров С. Ю.

Вятский государственный гуманитарный университет

Гипотеза – известное понятие (категория, норма) познавательной деятельности. Логически типично оно определяется так: прием познавательной деятельности; предположение о причине явлений, достоверность которого в рамках известного знания не может быть доказана, но которое объясняет явления [Кондаков 1976: 119]. Научная гипотеза, кроме того, предсказывает явления, факты, при своем развертывании может приводить к возникновению системы знаний – теории. Содержание этого приема раскрывается при расшифровке конкретного вида познавательной деятельности. В нашем случае, во-первых, это естественнонаучное познание, во-вторых, это разные процессы в области научного познания – понимание текстов, мышление, рефлексивная деятельность, коммуникативные отношения (как частности, построение научных текстов, обучение). Гипотеза как знание – историческое образование, в познавательной деятельности оно, очевидно, изменялось, дифференцировалось, содержание его трансформировалось. Устойчивость этой познавательной нормы говорит о её инвариантности (постоянстве её ролей, функций) в познавательной деятельности. Можно предположить, что в естественнонаучном познании этот прием становился все более инструментальным. А в целом в современной культуре гипотеза несет разные функции, по-разному проявляется в деятельности.

Гипотеза – несомненно знание, но знание, как результат анализа предыдущего этапа познавательной деятельности – проблематизации. Подчеркнем, что гипотеза – результат определенной познавательной деятельности, причем эта деятельность зависит как от реальности, так и от культуры, от особенностей её усвоения субъектом. Но гипотеза – особенное знание, предполагаемое знание о чем-то, знание в потенциале, вероятностное знание. Это тоже накладывает отпечаток на методы работы с ней. Итак, гипотеза а) связана с фактами (понятиями, представлениями, которые так интерпретируются), б) несет в себе идею нового взгляда, метода и т.п., в) всегда вероятностна, служит инструментом управления познанием, г) всегда формулируется для идеализированного объекта или идеальной ситуации, д) несомненно, имеет границы применимости, т.е. предметна, е) не всегда нуждается в эмпирической проверке, но нуждается в практике использования. В науке гипотеза, с одной стороны, как знание – наиболее неопределенное по сравнению с другими видами знаний (закон, аксиома, постулат, теория), это знание о неизвестном, т.е. некое знание о будущем.

В широком смысле, при учете относительности научной истины, любое знание в науке является гипотетическим в исторических рамках, т.е. такие категории как «понятие», «модель», «закон», «теория» можно определить как развитие (форму) гипотезы. Важно учесть, что мало довести развитие гипотезы до модели, во-первых, «теоретическая модель должна быть обоснована как идеализированная схема взаимодействия» [Стёпин 2000: 415], во-вторых, должна быть обеспечена её интерпретация, истолкование.

Видение познавательного смысла гипотезы значительно обогащается при обращении к примерам из математики. Вот довольно принципиальная позиция историка математики: «Математические понятия и аксиомы берут свое начало из наблюдений реального мира. Даже законы логики, как теперь стало ясно, являются не более чем продуктом опыта» [Клайн 1984: 378]. Теорема = гипотезе. Математические теоремы не отличаются качественно от подтвержденных гипотез других наук (Д.С. Милль и др.). Отсюда, Клайн настойчиво показывает, что математика не отличается от естественных наук. В математике теоремы несут смысл гипотез. М. Клайн приводит следующие аргументы: