

сов. Лоббированием могут непосредственно заниматься как сами носители интересов, так и специально нанятые лобби (депутаты парламентов, правительственные чиновники, представители политических партий, общественных институтов и т.п.).

Экспансия интереса — распространение его на другого носителя, для которого он не является интересом. Так, по отношению к новому субъекту, которому чужой интерес как бы дарят, он становится псевдоинтересом, поскольку не имеет под собой генетического основания — потребности. Соответственно и новый “соискатель” интереса становится его псевдоносителем. Этот процесс весьма распространен, особенно в нестабильных, переходных обществах, где ведется разного рода борьба и доминирует раскол национальной ментальности по многим параметрам — политическим, экономическим, социальным, религиозным, этническим, геополитическим. В ситуации такой нестабильности, борьбы и раскола одни общественные группы не могут не распространять или не приписывать свои интересы другим группам, пытаются заставить либо признать их, либо поверить, что такие же интересы есть и у них.

Заканчивая, подчеркну, что в жизненной практике подмена интересов псевдоинтересами — обычное явление, поэтому угадывание последних так же необходимо, как и выявление интересов. Это возможно лишь на основании фундаментальных признаков данных образований. Если то, что квалифицируют как интерес, какому-то из них не соответствует, это означает, что мы имеем дело с псевдоинтересом. И самым надежным критерием различения между интересом и псевдоинтересом выступает генетическое основание — наличие потребности. Она-то и свидетельствует о существовании (или возможности) соответствующего интереса.



**НИКОЛАЙ ШУЛЬГА,**

*доктор социологических наук, заместитель директора Института социологии НАН Украины*

## **Феноменология социально-групповых интересов**

В данном выступлении хотелось бы обратить внимание на феноменологическую сторону социально-групповых интересов. Феноменологию мы рассматриваем как научный метод, концентрирующийся на познании первичных восприятий, первичного осознания и толкования субъектом форм проявления определенного явления. В этом контексте под феноменологией социальных интересов следует понимать такой исследовательский подход, который позволяет изучать уровень непосредственного восприятия, понимание социальных интересов самими субъектами, тот уровень осознания своих социальных интересов, который существует у них в определенный момент, а также общественное мнение, существующее сейчас в обществе по поводу интересов тех или иных социальных групп.

Такой подход делает возможным рассмотрение проблемы не только путем построения идеальных теоретических конструкций социальных интересов в их самоданности, не благодаря сущностному видению объекта, а через анализ тех проявлений интересов групп, с которыми мы непосредственно встречаемся в повседневной практике. Благодаря такому подходу наши представления о групповых интересах обогащаются тем аспектом, в котором присутствует процесс становления, формирования, субъективного конструирования, расшифровки, интерпретации этих интересов в сознании носителей.

Сложность формирования адекватных социальных интересов у членов групп в современном обществе заключается в том, что в связи с усложнением социальных отношений, их дифференциацией, уплотнением и интенсификацией, личность одновременно принадлежит ко многим социальным группам. В традиционных обществах социальная структура была стабильной, а в пределах человеческой жизни практически все время той же самой. Соответственно, и идентичности ее были более жестко заданными и четко очерченными, более масштабными и содержательно наполнен-

ными. Изменение социально-классовой или сословной идентичности в течение жизни личности было практически невозможно и, если случалось, то причислялось к случаям исключительным и девиантным. Сословно-классовый характер общества формировал такие социальные условия, при которых человек мог довольно уверенно прогнозировать свои социальные статусы для всех этапов своей жизни. В таких обстоятельствах социальные интересы группы оказывались гораздо прозрачнее и легче осознавались членами групп.

В условиях современного общества с развитым социальным разделением труда, охватывающим не только отдельное общество, но и все человеческое сообщество, с широко разветвленной, дифференцированной социально-групповой структурой — в таких условиях уже нет индивидов с жестко закрепленными социальными статусами. У человека появляется больше шансов для перехода из одной социальной группы в другую, для социального лифтинга, хотя, в принципе, определенная кристаллизованность социальной структуры общества не исчезает.

Для понимания социальных интересов субъектов в современном обществе одним из ключевых становится процесс их (субъектов) социальной самоидентификации.

Социальная многопозиционность личности ведет к формированию не только сложной ее идентичности, или ярко выраженной многоидентичности, но и к внутреннему противоречию личностной идентичности. Каждый из идентитетов личности не только позволяет ей чувствовать свою принадлежность к определенному сообществу, группе, но одновременно делает возможным ощущение и своего отличия от членов других сообществ в этом ряду.

В традиционном обществе различие людей на основе идентификации на “своих” и “чужих”, различие “мы” и “они” было более генерализованным, поскольку общество разделялось на несколько крупных социальных групп, в пределах которых существовали субгруппы. Сегодня же личность идентифицирует себя с множеством социальных общностей, которые часто имеют характер статистических групп и воспринимаются как равноуровневые, равнозначные. И это явление усложняет возможность осознания личностью иерархии социальных ценностей, а также создает множество смысловых препятствий на пути формирования ее групповых интересов.

Поскольку переходы между социально-классовыми, имущественными, образовательными, профессиональными и другими группами стали более возможными, более того, они знакомы человеку как благодаря примерам поведения других людей, так и на собственном жизненном опыте, то у него может появиться социальный интерес, связанный не только с той группой, к которой он сегодня принадлежит, но и с той, в которую он стремится попасть, той, что стала для него референтной. Такое практическое переплетение интересов ведет к усложнению феноменологии групповых социальных интересов. В современных обществах распространенными, массовыми, особенно под влиянием СМИ, становятся не только интуитивные, размытые, но и разного рода “запутанные” групповые интересы, псевдоинтересы: иллюзорные, внушаемые, субститутивные и т.п.

Одной из трудностей познания феноменологии социальных групповых интересов является то, что делает более выразительной специфику проявления таких социальных субъектов, как личность и группа. Особенно недостаточно исследованы феномены больших социальных групп. Чтобы изучить социальные интересы больших социальных групп, необходимо ясно и четко представить специфику группового субъекта в отличие от индивидуального, личностного, помня при этом, что любые психологические явления не существуют нигде, помимо психики личности. Также важно акцентировать внимание и на том, что интересы группового субъекта не тождественны совокупности индивидуальных интересов определенного множества людей, выделенных по какому-либо признаку. Групповой субъект образуется на основе наличия общих цели и задач группы; идентификации членов группы с группой; осознания на определенном уровне членами группы групповых интересов; на-

личия групповой солидарности (групповая идентичность еще не означает наличия групповой солидарности); формирования группового опыта и групповой памяти, а также механизмов их сохранения и трансляции; наличия групповой свободы и групповой ответственности.

Состояние и уровень развития каждого из указанных выше групповых феноменов влияют на состояние общегруппового сознания, кроме того все они влияют друг на друга. Развитость или атрофированность каждого из этих элементов формирует специфическое качество группового сознания. Каждый элемент может меняться и играет разную роль в больших группах разных обществ, формируя разные состояния групповых интересов. Например, без существования групповой памяти и группового опыта вряд ли можно предположить наличие развитых групповых социальных интересов. Дело в том, что если каждое поколение будет опираться только на собственный опыт, оно не сможет проникнуть вглубь своих интересов, полноценно их понять. Поэтому, с точки зрения успешности общественного функционирования большой социальной группы, очень важно создать и развить механизм сохранения групповой памяти, накопления группового опыта, а также его трансляции для последующих поколений.

Однако по мере изменения образа жизни людей при переходе к современному постиндустриальному обществу меняются значения и значимость группового опыта. Социальный опыт поколений, принадлежащих к определенным группам, изменяется наиболее существенно. Во-первых, он в определенном смысле утрачивает свою ценность, поскольку при нынешней динамике общественных процессов воспроизводимость жизненных ситуаций, в которых бы опыт предшествующих возрастных когорт пригодился сегодня, катастрофически сокращается. Во-вторых, сам социальный опыт уже не имеет той психологической и эмоциональной насыщенности, не наполнен навыками, как раньше, поскольку “опыт” в данное время сводится, по сути, к разовому переживанию определенной ситуации только данным поколением, и она не становится типичной, применимой к последующим поколениям, а превращается в уникальную.

В связи с этими изменениями и само явление опыта меняется. Нельзя сказать, что социальный опыт совсем не сохраняется. Однако характер его сохранения не остается неизменным. В данное время опытом, передающимся последующим поколениям, можно называть не те модели поведения, которые находятся на поверхности социального бытия, а те смысловые паттерны, которые заложены в сущности модели данного поведения и не являются видимыми на поверхности как самостоятельные. К их глубинной повторяющейся сущности можно проникнуть только значительными познавательными усилиями.

Таким образом, развитие осознания своих интересов членами больших общественных групп в постиндустриальном обществе проходит совсем иначе, чем, скажем, в индустриальном обществе. А отсюда вытекают и другие выводы, а именно: что для проникновения в сущность групповых социальных интересов необходимо анализировать особенности современного бытования всех основных общегрупповых феноменов — групповой цели, групповых задач, групповой солидарности, групповой памяти, групповой свободы и т.п.



**АЛЕКСАНДР РЕЗНИК,**

*кандидат социологических наук, научный сотрудник отдела социальной психологии Института социологии НАН Украины*

## **Реализация социальных интересов: механизмы и формы**

Социальный интерес можно рассматривать как направленность социально детерминированной и осознанной потребности социальных субъектов (личности или