

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЖИЗНИ СОЦИУМА

О.Н. ЯНИЦКИЙ,
С.И. ДАВЫДОВА

Лидеры российской экомодернизации*

Вопрос о связи типа общественного развития и отношения общества к природе дискутировался западными социологами еще с 1980-х гг. [Валлерстайн, 2003; Milbrath, 1984; Dickens, 1992; Murphy, 1997], но так и не был ясно артикулирован. Причем исследований проблемы экологических лидеров процесса модернизации России, их личностных характеристик, сред формирования и форм социального действия на удивление мало [Борейко, 1998; Лимонов, 2006; Weiner, 1999]. А это, по нашему мнению, центральная проблема. Сегодня мировая элита озабочена тремя "э" (экономика, энергетика и экология). Грядущие изменения климата и экономический кризис, обнаруживший тупики неограниченного развития потребительского общества, заставил ряд западных социологов задуматься, так ли хороша либеральная модель современного капитализма. "Борьба за обладание бóльшим постепенно будет вытесняться борьбой за сохранение того, что уже есть, которая, в свою очередь... постепенно превратится в основополагающую борьбу за выживание. Эта борьба уже стала главной для бедняков. Раньше или позже, относительно богатые окажутся в той же лодке" [Smith, 2008, р. 349]. Некоторые авторы идут дальше, полагая, что "в действительности, не существует выхода из настоящего кризиса, который не затронул бы основ капиталистического способа производства" [Leahy, 2008, р. 482].

Мы полагаем, что проблема эколидера, его ценностных установок и качеств, интеллектуального потенциала и форм социального действия всецело зависит от того, к какому именно типу второго модерна мы переходим: потребительскому или экологическому. Личностные качества лидеров формируются в соответствующей социокультурной среде. Мы постараемся также показать, что теоретически средой, формирующей лидеров экологической модернизации в России, был и остается определенный слой интеллигенции, находящийся в противофазе к элите потребительского общества. Их порождающей средой [Яницкий, 2002] является российское экологическое движение – носитель целей и ценностей, противоположных потребительскому обществу¹.

* Работа выполнена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (грант № 09-06-00061а).

¹ Исследование базируется на анализе архива глубинных полуструктурированных интервью с лидерами экологического движения России, проведенных сектором социально-экологических исследований Института социологии РАН в 2004–2007 гг., а также – на анализе прессы и документов движения.

Яницкий Олег Николаевич – доктор философских наук, профессор, заведующий сектором Института социологии РАН.

Давыдова Светлана Игоревна – сотрудник Института социологии РАН.

Сердцевину изучаемой проблемы составляет процесс воспроизводства индивидуального (личностного) капитала эколидера в многообразии его познавательных, ресурсных и функциональных компонентов. В какой среде формируется данный тип личности, каковы необходимые для этого условия и ресурсы, каковы способы сохранения, воспроизводства и распространения этого капитала, каковы взаимоотношения лидера с институтами власти бизнеса и гражданского общества и, наконец, их отличительные особенности – таковы основные вопросы данной статьи. Мы исходим из следующих гипотез:

- человеческий капитал эколидера первоначально создается, порождается в средах, наиболее тесно связанных с производством знаний [Яницкий, 2004; 2007⁶], с одной стороны, и в сетях интернационального взаимодействия [Усачева, 2008] – с другой. Подчеркнем, что речь идет именно о взаимодействии, а не только о различных формах обучения за границей. Иными словами, в основе воспроизводства этого капитала в России лежит процесс "обучения действием" (*learning by doing*);

- как и всякая другая инновация, человеческий капитал лидера данного типа первоначально воспроизводится в пороках существующего общества, то есть в некоторых порождающих средах. Для сохранения и развития этого капитала используются сети, сетевые системы. Как полагает С. Лэш, "технологическое общество оказывается обществом без центрального субъекта, обществом, власть в котором находится везде и нигде..." (цит. по [Иноземцев, 2005, с. 50]);

- человеческий капитал данного лидера в России формируется в ходе борьбы с социальными силами, придерживающимися взгляда на будущее России как на неограниченное расширение потребительского общества на основе сырьевой индустрии [Davydova, 2008];

- интересующий нас субъект находится в глобальном социальном пространстве, которое состоит из про- и контрэкологических сетей и сообществ, причем и те и другие находятся в единой недифференцированной реальности. В этих условиях "люди руководствуются логикой последствий, а не целей". Иными словами, воспроизводство данного капитала носит "смешанный", теоретико-практический характер;

- человеческий капитал – понятие относительное, детерминированное целями и ходом процесса модернизации. Этот капитал одновременно накапливается и расходуется, является новацией и обесценивается. Поэтому этот капитал складывается (по крайней мере) из трех компонентов: собственно инновации, то есть создания того, чего нигде нет; коммуникативной функции, то есть трансляции инновации в другие социальные сети и сообщества; адаптивной (технологической) функции, обеспечивающей реальное применение инновации.

- формирование человеческого капитала – эколидера – междисциплинарный процесс. Междисциплинарные сети и сообщества – важнейшие среды воспроизводства его человеческого капитала.

О двух парадигмах

Мы исходим из противопоставления и сравнения двух парадигм развития общества, условно названных нами "потребительской" и "экологической". Это – не абсолютное разделение, так как оно пересекается или "налагается" на сходные дихотомии "богатые–бедные", "транснационалы–местные". Но мы все же исходим из первой, потому что в ее основе лежит ключевое различие в отношении индивидов и групп к производству общества, его господствующим ценностям, базовым принципам социального порядка и организации и ресурсам существования. В конструировании парадигм мы опирались на вторичный анализ научной литературы и публицистики [Бауман, 2002; Борейко, 1998; Валлерстайн, 2003; Дубынин, 2007; Зюганов, 2008; Ильин, 2005; Иноземцев, 2005; Покровский, 2008; Соловей, 2007; Яковенко, 2008; Яницкий, 2007^a; Dickens, 1992; Smith, 2008]. Далее, как показал современный экономический кризис, ситуация в каждой стране и в мире в целом чрезвычайно зависима не только от надле-

жащего функционирования институтов и организаций, но и от отдельных публичных фигур, их высказываний и даже интонаций, если они принадлежат капитанам большого бизнеса и власти. Концентрация глобального мира достигла чрезвычайных высот. Но "местный" мир, существующий вне глобальных финансовых и ресурсных потоков, мир, связанный с землей, ландшафтом, малыми и большими экосистемами, пока еще устроен несколько иначе. Прокомментируем некоторые позиции этих парадигм.

Прежде всего это различие в названных типах обществ отношения к труду и земле как к источникам богатства. В потребительском обществе труд – обременительный, но необходимый инструмент удовлетворения постоянно растущих потребностей. В обществе разумных потребностей – понятие труда включает деятельность по ликвидации последствий производительной деятельности общества, воспитание бережного отношения к природе. В том же ключе можно сказать и об образовании. Потребители позиционируют себя через "у меня есть, а чего нет – закажу через Интернет", а экологи – через "могу это сделать сам, для себя и для других". То есть купить vs сделать. Сделать должен кто-то другой, где-то там, например, в Индии или Китае, и т.п.

Бизнес и бюрократия разделяют ресурсы недвижимые и движимые, тогда как зеленые придерживаются принципа "Храните хранителей!", что видно на примере земельной собственности. Для первых земля, угодья – прежде всего "активы", которые можно скупить, выгодно продать, сдать в аренду: например, дальнейшая судьба бывших работников совхоза их не интересует. Для местных же эколодеров эти проблемы неразделимы. Дело в том, что в России при смене формы собственности (разделения на паи) межевания не сделали. На земли, где предполагается, скажем, прокладка газопроводов, нет генплана, не определены границы земельных участков (паев), не проведена оценка земель и не закреплены законодательно собственники этих участков. Поэтому при подаче документов на компенсацию за отчуждаемые земли владельцу пая предстоит доказать, что этот участок именно его. То же самое происходит и в крупных городах, где не определены границы придомовых участков. Всем этим приходится заниматься местным активистам.

Данное различие хорошо видно сегодня, в условиях экономического кризиса. В экономической теории есть понятие "непрофильные активы". Покупка земли – хорошее вложение активов, тогда как от "социалки", то есть среды воспроизводства людей, личностей, равно как и от охраны природы, капитал сразу же избавляется как от непрофильных активов.

Оборотная сторона всякого производства – его отходы. В первом случае отношение к природе и человеку инструментальное, как к материалу: его потери несущественны. В обществе потребления главное – индивидуальный успех, благополучие, профессионализм, процветание, частная жизнь. В обществе разумных потребностей нет понятия "отходы", есть понятие "замкнутого цикла", "круговорота", где взятое у природы надо ей вернуть. Здесь есть другая "гонка": сохранение через изменение, где преобразованный человеком природный материал возвращается ей в виде, который она может снова включить в свой "круговорот".

СМИ и реклама – мотор потребительского общества. Реальный сектор экономики составляет все меньшую часть по сравнению с системой маркетинга. Реклама не только "двигатель торговли", но всеобщий диктатор и кодификатор повседневной жизни. Именно реклама продвигает на российский рынок западные товары и услуги, тем самым увеличивая нашу зависимость от Запада. Феномен принудительного устаревания товаров, принудительное потребление коммерческой информации, агрессивная реклама, действующая на подсознание, реклама как заменитель культурного продукта, жесткая связка "рынок–реклама–успех", в том числе, научных знаний – они тоже стали несамостоятельны и нуждаются в раскрутке, "классика" уступила место раскрученным брендам, бренды выступают языками социальной идентификации, отсюда – ценность загородного жилища на природе, рядом с заповедной природой, бренд, ценность которого трудно подделать, но можно легко бросить, если есть еще более престижный бренд. Без бренда нельзя нигде. Новая общероссийская политическая партия

Правое дело начала не с устава и программы, а с бренда. Логика потребительского общества – бесконечная гонка массы (бедных) за стандартами потребления, вновь и вновь создаваемых богатыми. Молодежь более всего ориентирована на успех, благополучие, профессионализм, процветание, частную жизнь.

Оборотная сторона этого – новые, все более изощренные формы эксплуатации человека человеком. Сегодня личные вещи, конфликты, интимные связи, дневники, вся личная жизнь выставляется напоказ, становясь товаром. Нас СМИ таким образом развлекают, тогда как серьезные зарубежные исследователи видят здесь новую форму эксплуатации человеческих мысли и тела. Выставляется на продажу то, что составляет сущность человека. Появился новый термин – "профессиональные секс-работники" [Kalekin-Fishman, Langman, 2008, p. 511].

Еще одно принципиальное разделение – "вещие голоса". Героями потребительского общества являются олигархи, предприниматели, менеджеры и чиновники, шоумены, бандиты и проститутки, тогда как "экологического" общества – прежде всего ученые, лидеры экологического и других социальных движений, трудовая интеллигенция.

Знание – подчиненный источник потребительского богатства. Оно не имеет самостоятельной ценности. Знание и информация ценны только тогда, когда они монополизированы властвующей элитой и используются в целях раскрутки потребления. Научное знание и информация имеют смысл только, если они хорошо продаются. Во втором случае знание самоценно, оно "продукт всеобщего труда" (К. Маркс). Цель производства, накопления и распространения знаний – человек, его здоровье и интеллектуальное развитие, сохранение природы. Равный доступ всех к информации.

Рассматриваемые идеальные типы обществ имеют различную пространственную структуру – социальную и территориальную. Если пространство первого социально иерархично, разделено на богатых и бедных, а территориально все больше разделяется на "анклавы" избранных "творцов жизни" и рассеянную по всей территории страны армию исполнителей чужой воли, то есть фактически на риск-производителей и риск-потребителей и т.п., то второе по самой своей сути ("все связано со всем") гораздо более "горизонтально" (сетевое), демократично и в этом смысле системно. Это разделение ведет к созданию двух обособленных социальных пространств: пространства "поток" и пространства "мест" [Бауман, 2002; Яницкий, 2007⁸]. Потребительское и экологическое общества в России все более социально разобщаются, потому что первое – это те группы населения, которые так или иначе связаны с развитием транснационального финансового капитала и глобальной сырьевой экономики с соответствующими системами распределения благ, включая их сервис-класс, тогда как второе, состоящее прежде всего из бюджетников и пенсионеров, привязано к "месту" на обширных просторах российской периферии средних и малых городов и сел.

В первом случае перед нами тенденция к укрупнению и гигантизму, следовательно, меньшая "пригнанность" к ландшафту, потребность в огромных полях, ранее принадлежавших сельхозпредприятиям; политика как шоу или политический маркетинг, природа как предмет потребления и символ престижа, поляризация доступа к ИКТ. Во втором – стремление вписать новое производство в природные экосистемы и/или максимально изолироваться от них (принцип "не навреди", как во врачевании).

Пространства этих двух обществ обособлены и в том смысле, что первое все более уходит в "параллельную реальность". Пример такой "параллельной реальности" – компьютерные игры, легко конкурирующие с убогой действительностью, вытесняющие традиционные формы культурного потребления. Виртуальная реальность – заместитель реальной жизни, конструирование мифологизированной реальности (и отказ от ответственности за нее). "Местные" вынуждены испытывать постоянный стресс от необходимости жить и трудиться в земной реальности и видеть, как другие "отрываются" в виртуальной.

Суть общественных движений первого общества – защита прав потребителей. Однако здесь есть принципиальное различие. В. Ильин утверждал, что многие современные общественные движения, требуя отдать жилище, построенное в кредит, погасить

**Сопоставление парадигм "потребительского общества"
и "общества разумных потребностей"**

	Потребительское общество	Общество разумных потребностей
Принцип производства	Бесконечное наращивание потребления и капитала. Потери природы несущественны	Производство для развития человека и сохранения природы
Этические принципы	Материальное богатство и успех избранных	Здоровье и интеллектуальное богатство всех
Источник богатства	Эксплуатация природы и человека без оглядки на последствия	Знания и ноу-хау, развитие интеллектуальной среды
Значение знаний и информации	Инструментальное. Монополия на информацию	Содержательное. Равный доступ всех к информации
Нормы жизни	По понятиям для "своих", удобным здесь и сейчас	По закону и совести, общих для всех ("Заповеди Моисея")
Тип организации общества	Иерархический, "анклавный", обмен – неэквивалентный, обратные связи – слабые	Партнерский, сетевой, эквивалентный обмен, обратные связи сильные
Характер управления	Директивный (из центра)	Сетевой, регулирование на основе консенсуса
Отношение к природе	Инструментальное: источник богатства и власти	Ценностное: среда, сохраняющая жизнь и культуру
Перспективы эволюции	Горячие и холодные ресурсные войны, периодические кризисы перепроизводства	Равновесие системы "человек–природа", сдерживание потребительских амбиций

задолженность по зарплате и т.п., выступают, по существу, как движения потребителей [Ильин, 2005, с. 35–36]. На наш взгляд, это не так, потому что в данном случае небогатые люди требовали реализации их фундаментального права на достойную и безопасную среду обитания, то есть, по сути, это были экологические движения. Кроме того, новейшие материалы свидетельствуют, что современные экологические движения в бывших прибалтийских республиках СССР озабочены сохранением именно уникальных "мест", где одновременно сохраняются национальные культурные ценности и ландшафты, являющиеся условием сохранения национально-культурной идентичности [Ignatow, 2008; Morkunaite, 2007], поскольку их вхождение в Европейский союз означает полную реструктуризацию социального пространства и территориальной организации их жизни.

Наконец, надо различать видимость и сущность глобализма–локализма. "Потребители" живут в глобальном, более всего виртуальном обществе, но по сути они локалисты, так как всего более хотят отгородиться от массы бедных, не имеющих возможности вести достойное человека существование. Экологи, чаще всего будучи привязанными к "месту", по существу – глобалисты, ибо защищают свою локальную экосистему как необходимую часть разнообразия подсистем биосферы и живущее ею человечество. Схематически эта дихотомия представлена в таблице 1.

Личностные ориентации и характеристики

Лидеры потребительского общества формируются в среде властвующей элиты, собственно говоря, они и являются ее сердцевинной. Властвующая элита и ее "планктон", генетически укорененные во властных структурах прошлого (партийной, комсо-

мольской и иной "номенклатуре") и все более вовлекаемые в сети транснационального капитала, суть ее порождающая среда. Эколидеры прошлого и настоящего формировались в среде российской академической и местной интеллигенции (воспитателей, учителей, врачей, работников культуры), всегда отстаивавшей интересы гражданского общества. Ключевой и неизменный интерес первых – накопление материального богатства, вторых – интеллектуального капитала и общественного уважения.

Дихотомия их нравственных принципов проста: эгоизм vs альтруизм. Дело не только в том, что первые сами по сути эгоисты, но и в том, что они "производят" общество эгоистов. Как сказал один высокий чин, "для меня демократия, это когда я могу свободно вывезти из страны миллион долларов". А через несколько лет другой высокий чин уже увеличил цифру до миллиарда. Эгоизм – когда я могу взять все, что хочу, а остальные (природа или человек) пусть выкручиваются как могут. Суть альтруизма эколодеров – в приоритете общего блага, то есть интересов природы в целом и человеческих сообществ, их поддерживающих, охраняющих, воспроизводящих. Их альтруизм – в постоянной отдаче того, что они узнали, накопили, спроектировали для людей и природы. Суть их альтруизма именно в отдаче знаний и ноу-хау, необходимых для защиты среды обитания.

Рассуждая об источниках индивидуального человеческого капитала, мы имеем в виду следующее. В первом случае – место и связи в мире бизнеса и рекламы, коммерческие способности, в прошлом часто связь с теневыми и криминальными структурами. Во втором – среда образованных и интеллигентных людей в мире науки, образования и свободных профессий. Авторитет эколодеров зиждется на их интеллектуальном потенциале, повседневном труде, бескорыстии и следовании идеалам охраны природы.

И те и другие могут быть достаточно образованны, но смысл и направленность этого процесса у них различны. Первые приобретают знания и навыки, чтобы производить и иметь больше. Вторые – чтобы эти знания служили защите природы и людей. В этом экологисты сродни врачам: и те и другие руководствуются принципом "не навреди". Но дело не только в сумме накопленных знаний. Для первых она ограничена известной формулой "товар–деньги–товар" (знание–товар–потребитель), тогда как вторые размыкая этот круг, то есть включая в него ближайшие и отдаленные последствия этого круговорота капитала, обретают иное – средовое – знание и стремятся реализовать его на практике. Речь идет о средовом суть междисциплинарном и межсекторальном знании–действии именно в том смысле, о котором писал С. Лэш. Если угодно, это ситуативное знание, но не в смысле "временного", неуловимо изменяющегося, а в том, что эколидер должен одновременно быть включенным в разные (по направленности, специальности и уровню профессионализма) каналы коммуникации и одновременно быть способным сводить эти знания воедино для определения стратегии и тактики социального действия. Такие лидеры – многознающие и многорукие.

Вот конкретный пример. Наши алтайские эколидеры учатся сами и должны учить людей всему. В данных нам интервью они говорят: *"Мы проводим обучающие семинары по работе с населением, формированию экологически активного отношения и т.п. На этих семинарах обсуждалась структура власти, законодательные механизмы (как отслеживать проблему, куда обращаться, как написать тот или иной документ, как по шагам отследить решение этой проблемы и т.д.). Но мы проводили такие мероприятия не только для активистов. Были семинары для редакторов газет, для библиотекарей. Конечно, мы стараемся на эти мероприятия максимально привлекать специалистов — юристов, биологов, химиков, экономистов и т.д. Мы и сейчас по возможности даем консультации всем желающим".* И далее: *"я постоянно осваиваю новые области знания (сейчас, например, азы по электротехнике, чтобы иметь возможность задавать вопросы и хотя бы минимально понимать специалистов-энергетиков при обсуждении проблем использования альтернативных источников энергии. Приходится заниматься этим самой, потому что специалисты, которые у нас есть, как правило, корпоративно привязаны... я постоянно осваиваю*

какую-то новую область знания, сейчас, например, я хотела бы повысить квалификацию по экономике".

Как уже говорилось, в современном мире и те и другие – глобалисты, но содержание этого глобализма различно. "Место жительства" первых – глобальные финансовые и ресурсные потоки, капитаны которых конструируют мир в своих интересах. Они сами перемещаются по миру, перемещаются и товары, ими созданные, вне зависимости от потребности "места". "Место жительства вторых" – глобальные системы защиты от первых, обязательно привязанные к "жизни места", ландшафта, будь то человеческое поселение, бассейн реки, береговая линия или пустыня в Африке. Это означает, что они укоренены в культурных корнях и нравственных принципах местных жителей, они уважают и сохраняют разнообразие культур.

Лидеры потребительского общества стоят на верхних этажах управления огромной машиной капиталистического накопления. Поэтому их социальное действие так или иначе склоняется к силовому, принуждающему, даже если конкретный лидер лично весьма скромен в своих запросах. Для эколодера главный принцип действия – право на здоровую и безопасную среду для всех. Его инициативы основываются на научном знании и обеспокоенности конкретных групп населения. Все дело в том, что право собственности, если у нас все же и защищено законом, то право на здоровую и безопасную среду людям приходится защищать каждый раз самим.

Для лидера потребительского общества весьма типичен принцип дистанцированно-го социального действия: они скрытно производят новый продукт и затем с помощью рекламы безличные рыночные механизмы тиражируют его по всему миру. Для тех, кто защищают природу, более характерно контактное социальное действие, поскольку необходимо иметь доверие и поддержку местного населения, а там, где его нет, приходится вступать в борьбу с конкретными агентами потребительского общества, продвигающими свои проекты и изделия на местах. Мир рекламы противостоит миру человеческих отношений, основанных на идее охраны природы.

Различны и типы социальной коммуникации. Хотя рынок по видимости "горизонтален", в действительности он "вертикален", иерархичен с явным силовым обертоном. Чтобы продать новый товар, каждый раз нужно включать мощный механизм обработки массового сознания. Но есть и более существенные различия. Дизайнер, модельер, шоумен работают с массой, с публикой, внедряя в их сознание образцы моды. Для них понятия долга не существует – есть стремление к успеху через создание все новых "брендов". Недаром это слово стало главным товарным знаком потребительского общества. Эколидер работает прежде всего с людьми, его цель и долг – убедить их, что охрана природы есть охрана жизни их самих и их детей и внуков. Поэтому совсем не случайно, что экологическое просвещение и воспитание занимают центральное место в деятельности такого лидера. Если массу принуждают потреблять, то экологи просвещают и учат людей защищать себя и других.

Вот типичный пример. Так как деятельность транснациональной корпорации (ТНК), например, по прокладке нефте- или газопроводов, сопровождается мощной пропагандистской кампанией, то местным эколодерам все время приходится разъяснять населению, как ситуация обстоит на самом деле, чем им грозит осуществление этих проектов. Так, проведение транснационального газопровода через конкретный район и газоснабжение его населения – далеко не одно и то же. Временная дорога, проложенная для нужд его сооружения, гораздо опаснее для хрупкой природы, чем стационарная трасса. "Книга для предложений и замечаний по проекту", выложенная ТНК в библиотеке каждого райцентра, – не "книга отзывов" для голосования за или против него, и т.п.

Сторонники "потребительской" парадигмы тоже любят природу, но она для них лишь предмет присвоения или выгодного помещения капитала. Они всегда хотят иметь свою, *частную* природу, скупая самые необходимые для поддержания природных экосистем участки (части береговой линии, заповедники, заказники). Экологи – люди, озабоченные глобальной проблемой устойчивости биосферы и веками сложивши-

Личностные характеристики двух типов лидеров

	Потребительский тип	Экологический тип
Этические принципы	Эгоизм, стремление "урвать побольше", неразборчивость в средствах, высокомерие и карьеризм	Альтруизм (общее благо), справедливость, трудолюбие и любовь к Родине, бескорыстное следование идеалам
Источник социального капитала	Принадлежность к "номенклатуре", использование несовершенства закона	Знания, культурный капитал, поддержка единомышленников и местного сообщества
Уровень образования	Низкий, узкопрофессиональный	Высокий, междисциплинарный и постоянно развивающийся
Нравственные ориентиры "Место жительства"	"По обстоятельствам" и нормам корпоративной этики Финансовые и иные потоки	По закону, совести и нормам экологической этики "Место" как часть социально освоенного пространства
Характер управления	Вертикальное. Должность "прирастает" к человеку	Самоуправление. Управляют знающие, у которых есть постоянно меняющиеся обязанности
Тип социального действия	"Сверху вниз", дистанцированное, мнение большинства несущественно	Партнерское, диалогическое, мнение большинства существенно
Отношение к природе	Как к ресурсу для личного обогащения и престижа	Как к части себя, "малой Родины" и биосферы в целом
Перспективы эволюции	Группа с нисходящей динамикой, тупиковый	Группа с восходящей динамикой, перспективный

мися ее опорными территориями или экосистемами на местах, следовательно, мыслящие историческими и системными категориями, ответственные, *рефлексирующие* и обсуждающие экологические проблемы между собой и с местным населением, то есть люди с постоянно трудящейся душой. Для первых национальный мотив – изюминка для очередной "модели", для вторых — местная святыня, напоминание о связи с исчезающей историей и культурой малого народа: *"В Москве думают, что в провинции люди живут только заработком да телевизором. Это совсем не так. Там своя, другая жизнь. Там общаются семьями, путешествуют по своему краю, размышляют"* (из интервью). Схематически личностные характеристики двух типов лидеров представлены в таблице 2.

Различия позиций транснационального и местного типов эколодера

До сих пор мы использовали дихотомическую модель для анализа интересующей нас проблемы в целом. Теперь нужен следующий шаг. Рынок – всепроникающая субстанция, захватывающая сегодня и сферу природоохранной деятельности. Как было показано ранее одним из авторов статьи, начиная с 1990-х гг., российское экологическое движение разделилось на семь ценностно и политически различных групп [Яницкий, 2007⁶]. В данной статье нас будут интересовать размежевания между двумя идеальными типами – "транснационалов" и "местных". В данном контексте "местный" вовсе не означает ограниченный. "Местный" ценит уникальность данного ландшафта или экосистемы, понимает ее значение для поддержания культурного и экологического разнообразия страны и мира. Постараемся систематизировать наше видение этого разделения по пунктам.

1. Прежде всего линия размежевания проходит между лидерами крупных, ресурсно-обеспеченных, чаще всего транснациональных, природоохранных организаций, отделения которых находятся в крупнейших городах, и множеством малых, гораздо более бедных организаций на всей огромной территории страны. У первых намного больше возможностей влияния на экологическую политику, чем у вторых.

2. Целевая (ценностная) установка первых: быть полезными власти и транснациональному капиталу, фактически обслуживать его, консультировать, предлагать варианты решений и т.п. Речь часто идет не столько о конкретных проектах, сколько именно об экологической политике, экспертизе новых законодательных предположений и т.п. Тогда как цель второй группы лидеров – разрешение конкретных социально-экологических конфликтов (их источниками могут быть как крупные инженерные проекты, так и алчность местных чиновников) во имя сохранения местных экосистем.

3. Поэтому лидеры первой группы действительно ориентированы на переговоры и торг с капитанами большого бизнеса и власти – ТНК и властными структурами федерального уровня в поисках компромиссной экологической политики, тогда как вторые вынуждены всеми силами отстаивать "интересы" местных экосистем и человеческих сообществ в глокальных социально-экологических конфликтах. Дистанцированная, длящаяся годами политическая борьба и столкновение противоборствующих сил "лоб в лоб", когда надо принять или отвергнуть конкретный проект, на который уже затрачены миллионы долларов, – разные формы социального действия.

4. Отсюда различие в функциях первых и вторых. Лидер – бюрократ от экологии главным образом занимается распределением бюджетных потоков, не забывая при этом наращивать финансовый и политический капитал своей организации. А местный активист стремится модернизировать местное производство, мобилизуя местные же ресурсы, на деле демонстрировать возможности экологически безопасного ведения хозяйственной деятельности, сохранив при этом культурную специфику местного сообщества.

Необходимо *"не только в публикациях, видеоматериалах и т.п. рассказывать об альтернативной энергетике, но и постараться показать, что, в частности, туристическая база может обеспечить себя теплом и светом за счет нетрадиционных источников энергии, причем даже в суровых сибирских условиях. Или показать возможность использования местных ресурсов для создания уникальных производств, скажем, национального промысла – с грамотно поставленным маркетингом, мониторингом товаров на рынке и т.д. Ресурсов много и для самых разных отраслей экономики – пищевая, легкая промышленности, туризм, санаторно-курортный бизнес. Проблема, как всегда, в том, какие отрасли местная власть поддерживает, на какие не обращает внимание, а каким ставит палки в колеса"* (из интервью).

5. Хотя обе группы "вышли" из советского прошлого, оно, как и настоящее, было совсем не одинаковым. Большинство современных эколоидеров – выходцы из академической среды, вузов и НИИ, но позже советская "номенклатура" выдвинула своих эколоидеров из партийной и комсомольской среды, а позже – из среды ВПК, бизнеса и бюрократии. Эта их социальная генетика сохраняется: они ориентируются на личные и корпоративные интересы (раньше это были интересы "номенклатурного" класса), тогда как первые, особенно на периферии, – на интересы региональных и местных сообществ. Сохранение природы понимается ими как задача национального и мирового масштаба.

6. Возникает любопытная коллизия: транснационалы структурно являются глобалистами, хотя по сути они – корпоративно ориентированные. Местные же, хотя и действуют от имени локального сообщества или региона, по существу – глобалисты. Иными словами, первые фактически оказываются сторонниками потребительского общества, тогда как вторые – как были, так и остались, по сути, экологически ориентированными социалистами. Более того, та же ситуация разобщения складывается и на местном уровне. Вездесущие по логике своей деятельности местные эооактивисты на поверку оказываются куда более "укорененными" и защитниками базовых прав и

свобод населения, нежели администрация на местах, которая, вследствие перманентной ротации, – в основном "пришлая" и не заинтересованная ни в каких перспективных планах или дискуссиях. Назначенцам местная жизнь вообще не интересна, они – настоящие временщики. Поэтому местное чиновничество вкупе со обслуживающими их экспертами становится препятствием экомодернизации, потому что она угрожает их социальной обеспеченности и политическому господству.

7. Хотя обе группы лидеров включены в международные сети, но и здесь их положение также не равное. Транснационалы занимают господствующие позиции в управлении финансовыми потоками, направляемыми на нужды экологии, тогда как "местные" прежде всего стремятся мобилизовать человеческий потенциал интеллигенции и доступные им местные или иные ресурсы. Первые исходят из того, что есть, вторые – из того, что необходимо "здесь и сейчас". Деятельность первых детерминирует "время потока", вторых – "местное время". "Местные" сохраняют черты российского и советского – "многорукого" и всезнающего – общественника.

8. В отношении к культуре малых народов позиции обозначенных типов также различны. Транснационалы мыслят в первую очередь строкой бюджета на их поддержание. "Местные" же считают, что сохранение такой культуры возможно только через ее включение в мировую культуру. Иначе культура малых народов в лучшем случае превратится в "этнографический знак", в худшем – исчезнет совсем. Поэтому, полагают они, надо и язык малых коренных народов максимально популяризировать, и с их мировоззрением знакомить, и уклад жизни и ландшафты, с ним связанные, сохранять. Уважение к святыням других народов – признак культуры.

9. Эти два типа лидеров, хотя и различны, но не являются законченными антагонистами, что подтверждается фактом их периодической циркуляции между властными структурами и НПО. К тому же и у тех и у других нет перспективы продвижения вверх по политической лестнице. В целом, если транснационалы суть корпоративно ориентированные экологические глобалисты, озабоченные рационализацией потребительского общества "по возможностям", то местные могут быть квалифицированы как альтер-глобалисты, озабоченные объединением всех местных сил для сохранения уникальных экосистем и защитой прав коренных малых народов во что бы то ни стало.

Эколидеры в условиях кризиса

Позицию "большой науки" может выразить следующее высказывание: "Недостаточно насыщать экономику деньгами и стимулировать спрос, нужно инициировать и реализовывать широкомасштабные процессы модернизации". В российской ситуации финансово-экономический кризис, скорее всего, приведет к изменению социально-функциональной структуры общества, а решающая роль в выходе из него будет принадлежать крупным фирмам [Полтерович, 2008]. А вот что говорит большой бизнес: произошло "резкое изменение среды обитания", "в экстраординарные периоды жертвы неизбежны, и главное – не принести их зря"... "Не надо спасать то, что спасти нельзя", "будут новые правила игры". Недоверие – "новая мировая болезнь". В общем, образно говоря, "матрица перезагружается" [Прохоров, 2008]. Все это говорит о том, что период кризиса и процесс выхода из него будут иметь собственную природу. Характерные проявления кризисной ситуации – "неожиданное, резкое быстрое и непредсказуемое изменение социальной среды", а также растущее "недоверие к тем или иным социальным институтам при одновременном иррациональном росте доверия к другим". Возрастающую роль станет играть "запас" (в нашем случае – запас знаний, ноу-хау и связей поддержки). «Человек реагирует на это стремлением незамедлительно создать для себя пусть "временный", но интегрированный социальный микромир», который "строится на основе непосредственного социального взаимодействия, неформальных общностей, где, как правило, велика роль социально-психологического лидерства и группового социального контроля" [Наумова, 1999, с. 90, 93].

В отдаленной российской глубинке население опасается роста цен на продовольствие, бензин, проезд, дрова, в размерах, не совместимых с ростом пенсий и зарплат, спровоцированных не кризисом как таковым, а аппетитами коммерсантов и чиновников, которые будут прикрывать свои интересы кризисом. Местное население бедно и малоактивно. Местные лидеры опасаются, что сокращение инвестиций в транснациональные проекты ударит прежде всего по системам обеспечения безопасности и здоровья населения, увеличит риск аварий, отменит планы сопряженного социально-экономического развития.

В этих условиях есть реальная опасность дальнейшего дистанцирования транснационалов и "местных". Не исключены огосударствление части крупных российских экНПО и некоторая демобилизация их членов, если они смогут рассчитывать на государственную поддержку. Тогда их корпоративная замкнутость усилится. В российской глубинке опорой самосохранения и выживания малых экогрупп будут личностные качества лидеров, их умение мобилизовать собственный и доступный профессиональный ресурс, а также их укорененность в местной социальной среде.

* * *

Рынок, несмотря на кризис, наступает, вынуждая экологическое движение и его лидеров считаться с этим. Но если транснационалы стараются по мере сил цивилизовать его, то значительная часть "местных" в сфере своего влияния сопротивляется экологически не обеспеченным масштабным проектам и поэтому наносящим вред природе и разрушающим жизнь местных сообществ.

"Местные" опираются не только на результаты собственных модельных проектов рачительного (неистощительного) природопользования и сохранения национальных культур, но и на опыт других стран, например штата Аляски в США. Они полагают, например, что для условий части Сибири и Дальнего Востока сохранение традиционных форм собственности не только необходимо, но и принесет пользу экономике страны и сохранит ее культурное разнообразие.

За годы реформ лидеры многому научились, накопив значительный человеческий капитал, причем специфический для российских условий, особенно для ее глубинки. Его основные составляющие: профессионализм во многих областях; междисциплинарность и межсекторальность накопленного знания; умение работать с властью, бизнесом и местным населением; знание технологий легального сопротивления давлению корпоративного капитала; способность к перманентному обучению, в том числе информационным технологиям; коммуникативное многоязычие. Эти лидеры понимают необходимость сохранения связи "человек–земля", сбережения культурных ландшафтов. Вместе с тем они понимают, что после периода кризиса начнется подъем, когда надо будет работать в новых условиях.

Кризис, сократив аппетиты капитанов потребительского общества, которые будут заняты сохранением своего бизнеса, в том числе за счет государственной помощи, на время ослабит давление ТНК на экологию. В то же время все понимают, что бизнес станет и далее интенсивно "сбрасывать социалку", включая и меры по сохранению среды непосредственного обитания граждан, на слабые плечи местных властей. Местное население, со своей стороны, будет озабочено выживанием, где основным ресурсом, как и 10 лет назад, остаются природа и приусадебный участок. Так что экологическая активность населения упадет еще более, но, как показывает практика, уже возрождаются "дружины" (отряды) самозащиты огородов и запасов от бомжей и "лихих людей". Другая ожидаемая тенденция – большее сплочение самых разных социальных сил на местах. Когда сил мало, а опасность велика, это естественный результат.

Нам представляется, что все эколидеры и независимые эксперты, не прекращая по мере сил своей борьбы за сохранение среды, должны озаботиться программой на период выхода из кризиса. Продолжит ли страна свой ресурсный тренд или начнется ее действительная модернизация, включающая резкое снижение давления на природу за

счет сдерживания потребительских appetитов, внедрения ресурсосберегающих технологий и использования альтернативных источников энергии – вот актуальная проблема для всех лидеров экологического движения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бауман З.* Индивидуализированное общество. М., 2002.
- Борейко В.Е.* Дон Кихоты. История. Люди. Заповедники. М., 1998.
- Валлерстайн И.* После либерализма. М., 2003.
- Дубынин А.* Вторая летняя лесная школа в новосибирской области // Бюллетень проекта Гринпис “Возродим наш лес”. 2007. № 4.
- Зюганов Г.А.* Если бы каждый занимал свое место // Литературная газета. 2008. № 16.
- Иноземцев В.Л.* Книгочей. Библиотека современной обществоведческой литературы в рецензиях. М., 2005.
- Ильин В.* Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. № 2.
- Лимонов А.А.* К проблеме лидерства в российском экологическом движении // Социологические этюды: сборник статей аспирантов. М., 2006.
- Наумова Н.Ф.* Рецидивирующая модернизация России. М., 1999.
- Покровский Н.Е.* Самопровозглашенные // Литературная газета. 2008. № 10.
- Полтерович В.* Догнать и перенять // Новая газета. 2008. 24 ноября.
- Прохоров М.* Психология момента: матрица перезагружается // Ведомости. 2008. 11 ноября.
- Соловей В.* “Мы и они” // Литературная газета. 2007. № 52.
- Усачева О.А.* Общественные движения и информационные технологии в Западной Европе // Модернизация России: научные и образовательные проблемы. М., 2008.
- Яковенко И.* Зеркало для элиты. “Субъекты” и “недоросли” // Литературная газета. 2008. № 1.
- Яницкий О.Н.* Актеры и ресурсы социально-экологической модернизации // Социологические исследования. 2007^а. № 7.
- Яницкий О.Н.* Диалог науки и общества // Общественные науки и современность. 2004. № 6.
- Яницкий О.Н.* Россия: экологический вызов (общественные движения, наука, политика). Новосибирск, 2002.
- Яницкий О.Н.* Экологическая культура. Очерки взаимодействия науки и практики. М., 2007^б.
- Davydova S.* The Social Roles of a Russian Environmental Movement Leader // Modernization in Russia: Challenges to Research and Education. М., 2008.
- Dickens P.* Society and Nature. Towards a Green Social Theory. New York–London, 1992.
- Ignatow G.* Transnational Environmentalism at Europe’s Boundaries: Identity Movements at Lithuania and Turkey // Current Sociology. 2008. Vol. 56. № 6. November.
- Kalekin-Fishman D., Langman L.* Introductory Background // Current Sociology. 2008. Vol. 56. № 2. Monograph 2. July.
- Leahy T.* Discussion of “Global Warming and Sociology” // Current Sociology. 2008. Vol. 56. № 3. May.
- Milbrath L.* Environmentalists: Vanguard for a New Society. Albany–New York, 1984.
- Morkunaite R.* Perfect Soil for Seeds // European Union: The Next Fifty Years. London, 2007.
- Murphy R.* Sociology and Nature. Social Action and Context. Boulder, 1997.
- Smith D.* Editorial: Beyond Greed, Fear and Anger // Current Sociology. 2008. Vol. 56. № 3. May.
- Weiner D.* A Little Corner of Freedom. Russian Nature Protection from Stalin to Gorbachev. Berkeley–Los Angeles, 1999.