

Анатомия социального успеха в географическом пространстве¹

Статья посвящена методологии исследования социального успеха, понимаемого в контексте географической мобильности. Дается определение категории социального успеха, рассматривается его логическая структура и его особенности в социализированном географическом пространстве.

В настоящее время социальный успех в географическом пространстве в существенной мере описывается в терминах мобильности из глубинки в столицу, а нередко — и в развитые страны мира. Такая географическая карта, составленная в терминах успеха, определяет социально-территориальную иерархию на основе, во-первых, процессов крайне неравномерного распределения социальных и культурных ресурсов между столицей, региональными центрами и глубинкой, во-вторых, в результате конструирования в СМИ и массовой культу-

ре образа мира в терминах потребительства, что предполагает максимальные шансы на социальный успех за границей или в столице. При этом глубинка безотносительно к реальному уровню развития населенного пункта конструируется в терминах социальной неудачи, что предопределяет ее статус как место неудачи (принцип самореализующегося пророчества).

Ключевые слова: географическое пространство, глубинка, столица, социальный успех, мобильность.

Владимир Ильин

доктор социологических наук,
профессор факультета социологии СПбГУ
ivi-2002@yandex.ru

"Успех" — одно из модных слов, в котором закодирован дух времени. Поскольку молодежь наиболее чувствительная к духу времени, то успех играет для нее роль культурного кода. Повышение роли категории успеха в общественном дискурсе закономерно привел к нарастанию количества работ психологов, философов, в меньшей мере — социологов, посвященных социальному успеху. Большая часть из них посвящена прояснению содержания этой категории с позиций философии [Бугило; Голубев; Зинин; Зобов и Келасьев; Караханян; Лимонтьев; Муляр; Якутина]. Наиболее фундаментальным историко-философским исследованием категории успеха является монография А. Согомонова. Другая часть работ — это анализ представлений тех или иных категорий населения (в основном учащейся молодежи) о социальном успехе [Лейфрид; Нестерова и Безенков; Нефедова; Шамионов и Тугушева].

Однако, несмотря на обилие работ, в названии которых фигурирует слово "успех", остается слабо раскрытой структура этого социального феномена, без четкого прояснения которой любое эмпирическое исследование этого феномена опирается на зыбкую методологическую базу. Одной из важнейших черт современных обществ являются потоковые структуры, а мобильности разных типов выступают в качестве формы их существования, однако проблематика социального успеха обычно не связывается с перемещением людей в географическом пространстве. Даже в эмпирических исследованиях молодежи, несмотря на очевидность потоков выпускников школ из малых населенных пунктов в областные центры, а оттуда — в мегаполисы, тематика миграции как фактора социального успеха чаще всего остается за скобками, хотя для России как страны с огромной территорией и острейшими формами социально-территориального неравенства эта тематика имеет особую актуальность.

Цель данной статьи — анализ структуры феномена социального успеха с фокусом на особенности этого феномена в континууме "столица — глубинка". Данный анализ является методологической фазой эмпирического исследования российской глубинки.

Категория социального успеха

Успех, согласно "Словарю Ушакова" — это достижение поставленных целей в задуманном деле и задуманном промежутке времени. Определение столь простое и очевидное, что

обычно используется как нечто само собой разумеющееся и не требующее категориального анализа.

Успех — это оценка продвижения субъекта (индивида, группы, организации) к поставленной цели или объекту желания. Предмет оценки носит двоякий характер. С одной стороны, это цель, которая определяется как маркер социального успеха. Ее описание дает ответ на вопрос "Что можно считать успехом?" В этом смысле успех описывается в сослагательном наклонении: если бы достиг этого рубежа, то это был бы успех. Он как цель вписывается в формулу проблемы: надо (желательно) достичь этого, а в реальности субъект находится вдалеке от цели, что логично порождает вопрос "Что делать?" Успех как составная часть формулы проблемы ориентирует на ее решение, толкает к действию или мечте о нем.

С другой стороны, успех — это результат процесса, который в той или иной мере ведет к поставленной цели: социальный успех — это достижение намеченной социальной цели. В данной работе круг субъектов ограничивается индивидами, хотя можно говорить об успехе и государства, и партии, и церкви, и фирмы. Это не объективное состояние, а оценка достигнутого состояния, означающего решение проблемы. Противоположным понятием является неудача (провал).

Категория успеха близка категории счастья. Они близки, но далеко не тождественны. Счастье — это психическое состояние переживания ситуации. Часто это ситуация успеха, но не всегда. Успех может переживаться как счастье, но может приниматься и совершенно равнодушно. Успешный человек не всегда счастлив, а для счастья не всегда нужен успех, нередко достаточно отсутствия провала и наличие стабильности. Счастье — это результат не объективного положения индивида, а следствие владения им искусством позитивного восприятия ситуаций. Категория успеха не самая удачная для анализа этого феномена.

Успех многомерен. Он имеет место во всех сферах деятельности субъекта, где есть цели и можно оценивать процесс движения к ним. Социальный успех представляет собой одну из разновидностей успеха. Это оценка продвижения к желанному месту в социальном пространстве в лабиринтах социальной структуры.

Географическое пространство

Географическое пространство — это представления людей

¹ Исследование выполнено при поддержке гранта РГНФ "Молодежь российской глубинки: типология жизненных стратегий и повседневных практик" (12-03-00483).

о физическом пространстве, принимающие разные формы: от идеальных образов в голове до географических карт — физических, политических, экономических, этнографических и т.д., а также описаний физического пространства. Есть карты, создаваемые разными социальными институтами, а есть индивидуальные карты, входящие в жизненный мир индивида в качестве его личных представлений о физическом пространстве. Физическое пространство, как отмечает П.Бурдьё [1, с.40-41], есть проекция социального пространства, что проявляется в концентрации наиболее дефицитных благ и их собственников в определенных местах (например, в столице и определенных ее районах). И эти места превращаются в цели борьбы, происходящей в разных полях.

Географическое пространство маркируется в терминах "успеха и неудач". Это осуществляют, во-первых, социальные институты (государственные и научные организации), определяющие одни места как "депрессивные", другие — как "динамически развивающиеся". Во-вторых, каждый индивид размечает свою ментальную карту в терминах успеха.

Карта отражает представления ее составителей относительно качеств физического пространства. В одних случаях карты стремятся к максимальной ценностной нейтральности, отражая, например, исторически и культурно обусловленные представления людей о конфигурации континентов и морей, направлении течения рек и т.д. Однако немало карт содержат представления, нагруженные ценностями: например, карты социально-экономического развития, отражающие уровень производства, доходов, рейтинги качества жизни в разных регионах и населенных пунктах. Карта — это не только традиционный предмет, выполненный на бумаге. Карта в широком смысле слова — это система навигации в физическом пространстве. Она есть в голове у каждого человека и отражает индивидуальные представления о территории планеты, страны, региона или города. Индивидуальная карта, с одной стороны, отражает существующие в данной культуре на этом этапе исторического развития географические знания, транслируемые индивидам через систему образования и СМИ, а с другой — она всегда индивидуализирована и отражает личный процесс освоения физического пространства. В итоге у каждого человека своя карта, в той или иной мере схожая с картами других членов его группы. По мере выхода за пределы территориально локализованной группы сходство в картах существенно уменьшается: участки Москвы и Подмосковья, относительно детально прописанные в системах навигации жителей этого региона, превращаются в абстрактную точку на карте для большинства жителей Колымы или Приморья. Соответственно и наоборот: детали карт этих регионов не входят в категории жизненно важной и даже любопытной информации для москвичей. Карта (система географической навигации) часто размечается в терминах успеха: на ней есть места, определяемые как географический идеал социального успеха, и места, уступающие перспективной попадания в них ("Будь проклята ты, Колыма", — пелось в песне эпохи ГУЛАГа). Одни места влекут, другие отталкивают и пугают. Карта в самом широком смысле этого слова размечается не только с помощью вербальных определений, но и в качестве векторов устремлений и бегства, жизненных планов и миграционных потоков.

Структура социального успеха

Социальный успех — это качественно разнородный феномен. Он включает в себя целый ряд компонентов различной природы.

1. **Идеал успеха.** Он используется для разметки социального пространства, что придает последнему иерархический характер (выше — ниже, лучше — хуже, успешное место — тупик). Один из вариантов — разметка географического пространства в терминах социального успеха: есть места, где шансы на него очень велики, а есть такие, где они минимальны. При

этом место может выступать как двоякая ценность: во-первых, самодостаточная ценность (нахождение здесь — уже социальный успех); во-вторых, инструментальная ценность (это место — удобная стартовая площадка для достижения иных целей).

(а) Общественный нормативный идеал личного успеха. Он конструируется национальными социальными институтами и по разным каналам (система образования, СМИ, массовая культура) внедряется в массовое сознание. Часто он приобретает характер модели человека, которая определяется как адекватная целям, которые ставятся государством и другими общенациональными институтами. Элементом этой модели является индивидуальная цель, по своему вектору совпадающая с общественной целью. В 1960-е гг. Руководство КПСС включило в третью программу партии ("программу строительства коммунизма") раздел "Моральный кодекс строителя коммунизма", предполагавший, что личные цели индивидов должны быть вписаны в процесс движения общества к своему идеальному состоянию. Программа партии включала амбициозные планы освоения Севера, Сибири и Дальнего Востока. Это означало, что эти территории предлагаются "строителям коммунизма" как пространство личностной самореализации. В постсоветское время государство радикально сменило общественный идеал, предложив вместо коммунизма создание рыночной демократической системы. В рамках этой идеологии было уже сложно сформулировать идеал личного успеха для граждан. Правда, начиная с нулевых лет, в руководстве государства все чаще стали звучать речи, которые можно интерпретировать как призыв к формулированию национальной идеи, задающей вектор устремлений и на индивидуальном уровне. В этот же период руководство РФ начинает разрабатывать программы продолжения освоения Сибири и Дальнего Востока, частью которых является стимулирование переселения туда населения из центральных районов, а также направление туда мигрантов из бывших советских республик. Иначе говоря, это попытка предложить эти территории в качестве пространства борьбы за личный успех. Однако идеологически эти программы никак не подкрепляются, и признаков того, что заметные группы населения сочли эти перспективы привлекательными, пока нет. В то же время массовая культура осуществляет массивное конструирование конюмеристской модели социального успеха, важным элементом которой является жизнь либо в столице, либо в развитой стране Запада, а жизнь в глубинке представляется как анти-ценность.

(б) Идеал группы.

С одной стороны, это формализованная политика руководства организаций сформулировать функциональный идеал личного успеха, предполагающий органическое единство с успехом группы. В наиболее четкой форме это проявляется в политике формирования корпоративной культуры, суть которой сводима к идее: путь к личному успеху лежит в работе на благо корпорации. Эта же логика проявляется и в территориальных сообществах. Она нередко выражается в популярном и часто повторяемом слогане "Время жить в X". Успех индивида в этой модели неразрывно связан с успехом его города или села.

С другой стороны, в группах преобладают стихийные процессы формирования идеалов личного успеха, которые формируют параллельные векторы устремлений членов группы. Общие условия существования толкают к выработке схожих моделей личного успеха. Таким образом, групповой идеал успеха опирается, с одной стороны, на базу статуса члена группы, а с другой — включает элементы общего успеха всей группы как предпосылки личного успеха. Например, идеал личного успеха жителя определенного населенного пункта в существенной, а нередко и решающей мере, связан с идеалом социального успеха этого поселения или региона. Однако, в отличие от группового успеха индивидуальный может включать в себя стратегию отрыва от своего сообщества с помощью миг-

рации в другое место. И такие стратегии индивидуального успеха нередко превращаются в массовые планы миграции как способ решения проблемы группы.

(в) Личный идеал — это модель успеха, адаптированная применительно к индивидуальным особенностям — возможностям, вкусам, статусным обязательствам и т.д. Ее субъектом выступает не член группы, а уникальный индивид. Частично идеал личного успеха связан с успехом общества и группы, но в то же время он предполагает и сугубо индивидуальный путь к успеху даже в условиях неудачи группы или всей страны. Например, житель приходящего в упадок населенного пункта может видеть идеал своего успеха в миграции в более благоприятное место, либо в нахождении узкой ниши для индивидуального прорыва на прежнем месте (открытие своего предприятия).

С личным идеалом переплетается категория идеального "Я". В ходе исследования задавался вопрос, направленный на выявление характеристики этого типа "Я": "Кем и где вы себя видите при условии, что судьба благоволит вам и никто вам не мешает?". В описании, даваемом молодежью, очень заметно определение успеха в географических терминах.

2. Личные траектории успеха — это реальные пути индивидов в социальном пространстве, описываемые и оцениваемые в системе координат успеха. Здесь уже реально достигнутые статусные позиции оценивают по шкале "успех — неудача". Индивид либо движется к своему успеху, либо ходит по кругу (в горизонтальной плоскости), либо уходит в сторону от него. Личные траектории проходят по всем типам социального пространства, включая географическое. Специфика описания этих траекторий в географическом пространстве состоит в апелляции к ресурсам места как фактору личного социального успеха: остался и смог использовать местные возможности, уехал туда, где лучше, смог закрепиться в благоприятном месте т.д. Личные траектории могут органично вплестаться в групповые: успешный индивид в успешном городе. Но возможны и сугубо индивидуальные пути к успеху, смысл которых в том, чтобы оторваться от логики группы, идущей по нисходящей траектории. Большие города переполнены беглецами из депрессивных сел и городков, увидевших в миграции путь к успеху. В то же время в населенных пунктах, переживающих явный упадок, можно нередко найти социально успешных индивидов.

3. Многомерность социального успеха. Социальное пространство многомерно. Его метафорой является шар, распадаемый множеством плоскостей. Каждое пространство имеет свою логику социального успеха, что не противоречит их взаимозависимости, проявляющейся, помимо прочего, в конвертации успеха на стыке плоскостей (сфер). С одной стороны, переезд в более статусный населенный пункт сам по себе является успехом. С другой стороны, он может конвертироваться в иные типы социального успеха.

Во-первых, при современной организации высшего образования условием его получения жителем глубинки (имитация в виде заочной формы в расчет не принимается) является переезд в крупный город. При этом логика конвертации успехов не всегда ясна: то ли переезд дает возможность учиться, то ли поступление позволяет переехать.

Во-вторых, переезд в большой город дает возможность существенно (иногда в разы) увеличить заработную плату. Таким образом, географический успех конвертируется в успех на рынке труда.

В-третьих, миграция в большой город обычно связывается с расширением шансов на выбор более интересных и веселых стилей жизни.

Таким образом, географический успех чаще всего не выступает изолированно, хотя такое тоже имеет место. Такая ситуация распознается через вопрос: "А если с вашим переездом в большой город не произойдет заметных перемен в качестве вашей жизни, это будет для вас успехом?"

Принципы успеха в географическом пространстве

А. Согомонов [17, с.33] формулирует 10 принципов социального успеха. Некоторые из них помогают понять миграционную логику жителей российской глубинки.

Принцип судьбы-и-везения, вписывающийся в "культуру послушания". Это принцип социального успеха, объясняющий логику отказа от миграции и привязанности к родным местам. Он объясняет поведение людей, которые, живя в самых неблагоприятных локальных условиях, даже не пытаются куда-то уехать. В основе их поведения принципы житейской мудрости, сконцентрированные в поговорках: "Где родился, там и пригодился", "От судьбы не уйдешь!" Здесь действует, по словам А. Согомонова [17, с.35] "магия преддрешенности", прослеживаемая в русских народных сказках, многие герои которых не ориентированы на успех, но он к ним приходит сам, поскольку они обречены на него. Все так, однако абсолютизировать этот принцип судьбы-и-везения нельзя: он объясняет многое, но далеко не все. Русская деревня и малые города — это не только веками воспроизводимый порочный круг безысходности, но и традиционные практики дальних путешествий с целью освоения новых земель. Глубинка давала не только домо-седов, но и первопроходцев (например, кушцы из вологодского городка Тотыма принимали активное участие в освоении Америки). Та же глубинка давала героев, осваивавших Сибирь, Север, Дальний Восток. Эта же логика успеха лежит и в основе поведения многих современников, бросающих насиженные места и отправляющихся на поиск удачи. В терминах А. Согомонова [17, с.33], это "принцип возможности-и-риска", включенный в "культуру шанса".

Формирование общества потребления выводит на передний план нетрадиционные принципы социального успеха. Во-первых, это "принцип достатка-и-богатства", являющийся частью "культуры денег". Во-вторых, это "принцип удовольствия-и-наслаждения", включенный в "культуру праздности" [17, с.33]. Они выступают как мощные двигатели, приводящие в миграционное движение в первую очередь молодежь.

Дуальность социально-территориальной структуры

Социальная структура, в т.ч. и ее разновидность в форме социально-территориальной иерархии, имеет, как утверждает Э. Гидденс [3, с. 498], дуальный характер: она является и посредником и продуктом поведения, которое она непрерывно организует; структуральные свойства социальных систем не существуют вне действия. С одной стороны, она дает и в то же время ограничивает возможности для действий индивидов. С другой стороны, она существует в форме повторяющихся, устойчивых практик. Иначе говоря, деятельность структурирована, а структура имеет деятельностный характер.

Социально-территориальная структура не имеет формы объективно существующей иерархии. В ней нет ни "хороших", ни "плохих" мест, ни "верха", ни "низа". Она приобретает иерархический характер в результате разметки географического пространства социальными институтами (государством, рынком) и индивидами. Одна из форм такой разметки осуществляется в терминах социального успеха. Места, маркированные как воплощение успеха или как оптимальные площадки для движения к нему, приобретают энергию притяжения, выдвигаясь, таким образом, к вершине социально-территориальной иерархии. Вершина там, куда люди стремятся переселиться или хотя бы временно побывать (почувствовать, съездить в качестве туристов). Место успеха имеет положительный баланс возможностей его достижения по сравнению с ограничениями таких траекторий.

Места, маркированные в тех же терминах, но со знаком "минус" (места социальных неудач), приобретают энергию выталкивания. Они смещаются к низу социальной иерархии. Дно социально-территориальной иерархии не просто обозначается словами (например, "отсюда надо уезжать"), но и объективируется в практиках отъезда. В итоге — миграция, в которой

субъективные представления о социальном успехе объективируются в формах территориальной мобильности.

Представления о социальном успехе могут не артикулироваться в четких и ясных терминах. Так чаще всего и бывает. Векторы движения к успеху проявляются обычно не в четких формулировках целей, в которых видна сознательность поступков, а в практиках, смысл которых мониторится (осознается), в т.ч. и в формах смутных представлений о том, является ли это движением к успеху или к неудаче.

Конструирование идентичности в пространстве социального успеха

Этот процесс имеет две формы: самоопределение и внешнее приписывание.

(А) Самоидентификация по шкале "успех — провал". Используя общепринятые в группе или сугубо индивидуальные критерии, индивид определяет себя как успешного человека или неудачника ("лузера"). Успешный индивид — это тот, кто оказывается в благоприятном для успеха месте географического пространства. На поверхности представляется, что индивид самостоятельно и независимо от других определяет точку успеха, где лично ему сейчас комфортно и откуда ему представляется открытой дорога к успеху в иных сферах. Однако, если внимательно посмотреть на то, как формируется индивидуальные представления об успехе в географическом пространстве, то мы легко увидим, что они в существенной мере являются отражением системы ценностей, господствующей в обществе и транслируемой в него СМИ и массовой культурой, разделяемой окружающими людьми. Это проявляется в том, что нередко люди уезжают из глубинки, бросая относительно комфортное жилье и благоприятную среду, во имя комнаты в коммуналке, стрессов неопределенности, и городской суеты. Иначе говоря, самоидентификация в реальности оказывается с трудом отделимой от внешней стигматизации не сумевших уехать "неудачников" и "успешных" мигрантов.

(Б) Внешняя идентификация по этой же шкале "успеха — неудачи". Она осуществляется в разных формах. С одной стороны, это конструирование в пространстве культуры модели "неудачника", который остался в глубинке, и модели "успешного человека", который уехал и завоевал столицу. Индивид, живя в таком культурном контексте, примеряет на себя одежды, которые не шиты персонально для него. С другой стороны, ближайшее окружение (родители, друзья, соседи) навешивает на индивида тот или иной ярлык, приписывая его к той или иной категории. В российской глубинке широко распространено убеждение, что "остаются только те, кто не способен уехать". Таким образом, часто сам факт сохранения прежнего местожительства в малом населенном пункте выступает маркером "неудачника".

Внешняя идентификация в терминах социального успеха не сводится к простому навешиванию ярлыка. Это процесс социального конструирования. Во-первых, внешняя стигматизация оказывает сильное влияние и на процесс самоидентификации, имеющей программирующий эффект. "Неудачник" — это предписанная роль, программирующая на ее исполнение через набор практик, подтверждающих этот статус. Называться неудачником, значит и быть им. Индивид смиряется с предписанной ему ролью, отказываясь от изменения ситуации. При этом нередко это означает не только отказ от миграции в более крупные населенные пункты, но и воспроизводство практик неудачника (выход на круговую горизонтальную или нисходящую траекторию). Во-вторых, внешняя идентификация формирует вокруг индивида систему внешних социальных ожиданий. От "неудачника" ждут подтверждения этого ярлыка, непроизвольно помогают ему уходить от траекторий успеха, нормализуют его нисходящую траекторию (типичный вариант в российской глубинке — злоупотребление алкоголем, наркотиками, отказ от повышения квалификации, от создания своего бизнеса и т.д.).

Идентичность перформативна, успех тоже. Как пишет А. Согомонов [17, с.22], успех "деятельностно публичен", и он невозможен без публичности. Люди, уехавшие из глубинки в большие города, там теряются. Их миграция не является успехом в силу отсутствия эффекта спектакля. Он возникает при возвращении "на побывку" на малую родину. Тут появляется публика, свидетельствующая успех земляка, переехавшего в более статусное место.

Для выделения успешных людей в нашем исследовании использовался метод репутационных оценок, разработанный У.Л. Уорнером во время его работы над проектом "Янки-сити" в 1930-40 гг. Он использовал этот метод для изучения субкультурной стратификации, однако это фактически стратификация по критерию социального успеха. В ходе исследования мы обращались к экспертам, хорошо знающим местное население (руководителям муниципалитетов, учителям и журналистам) с просьбой назвать наиболее успешных молодых людей данного населенного пункта или района. В качестве примеров социального успеха приводили в первую очередь тех, кто поступил в столичные вузы и закрепился там, получив хорошую работу, затем, тех, кто просто поступил, следом шли поступившие в областных центрах. И когда список таких носителей успеха исчерпывался, припоминали, что кто-то что-то смог сделать и дома. Репутационная оценка — это не мнение отдельного человека о ком-то, а более или менее разделяемая в данном сообществе позиция. Успешная идентичность как форма репутации — это социальный конструкт, а не отражение объективного факта. Успешен тот, кто имеет репутацию успешного человека, которая складывается под влиянием множества не всегда осознаваемых факторов (обзор работ по социологии репутаций см. у Пьер-Мари Шовена) [19].

Географические условия как ресурс социального успеха

Под ресурсом в данном случае понимаются все условия — внутренние и внешние, делающие возможной конкретную деятельность. Образно выражаясь, это топливо, сгорание которого в деятельности, обеспечивает ее энергией. С точки зрения логики деятельностно-конструктивистского подхода, ресурсы не существуют объективно вне контекста деятельности. Они имеют интенциональный характер: каждый ресурс предназначен для чего-то. Ресурс — это не то, что есть, а то, что используется. Он не существует вне деятельности. Неравное распределение ресурсов формирует социально-территориальную структуру.

а) Расположение в географическом пространстве как ресурс.

Местоположение в географическом пространстве описывается в относительных терминах: как одно место расположено по отношению к другому, прежде всего, по шкале "близко — далеко", а также — "севернее — южнее" и т.д. В физическом пространстве расстояние измеряется в абсолютных единицах: километрах или милях. Географическое пространство — это разновидность социализированного физического пространства, поэтому дистанция здесь превращается в удаленность. Однако последняя категория требует уточнения: удаленность от чего? Ответ на этот вопрос предполагает наделение мест в пространстве ресурсными смыслами. Люди берут в качестве точек отсчета, от которых они измеряют удаленность своего местоположения, места, рассматриваемые ими как важные: туда надо добраться или их хочется посетить, там есть что-то в той или иной мере необходимое для жизни. Житель кубанской станицы говорит: "От нас до Краснодара X км, а до Москвы — У". Ему в голову не придет считать километры до Барнаула, если не считать случаи, когда там живет кто-то из близких родственников, к которым надо ездить. Удаленность выступает в качестве характеристики ресурса. Эта категория содержит оценку и траектории, и расстояния. Ресурс может быть со знаками плюс или минус. Быть недалеко от места, куда можно ездить на заработ-

ки, за покупками или на отдых — это позитивный ресурс. Жизнь поблизости от комбината, загрязняющего атмосферу и воду, от военного полигона или холодного океана, формирующего не самый приятный микроклимат, это минус. Негативные факторы тоже представляют собой ресурсы, оказывающие вредное влияние на здоровье. Удаленность — это ресурс той или иной деятельности. Близость к реке или лесу — это позитивный ресурс только для тех, кто может и хочет ловить рыбу, ходить на охоту или собирать грибы. Характеристика ее в абсолютных терминах вне связи с характером деятельности не имеет смысла. Удаленность — это то, что влияет на путь к успеху. Разные идеалы успеха — разные оценки одного и того же расстояния.

б) Природные условия как ресурс.

Природные условия не являются абсолютным фактором. Они превращаются в ресурс, пройдя через сито "хочу" и "могу". Снежная зима — это позитивный ресурс для тех, кто хочет и может заниматься зимними видами спорта, для остальных — это чаще всего лишь препятствие или раздражающий фактор. Теплое море — это позитивный ресурс только для тех, кто любит в нем купаться. Плодородие местной земли — фактор социального успеха лишь для тех, кто занимается земледелием, для остальных важна лишь доступность продовольственных товаров в магазинах, а их происхождение не имеет значения. Таким образом, стратегии, сориентированные на достижение успеха, в той или иной мере описываются в терминах успеха.

в) Социально-экономические условия места как ресурс.

Населенные пункты различаются социально-экономическими условиями, которые превращаются в ресурсы лишь в контексте деятельности, направленной к достижению успеха. Разные идеалы успеха предполагают разные наборы ресурсов. Университет — это ресурс социального успеха только для тех, кто хочет и может там учиться. Спорткомплекс не является ресурсом для людей, равнодушных к спорту. Театр является ресурсом социального успеха лишь для театралов. Металлургический комбинат не является позитивным ресурсом для тех, кто не связывает свой социальный успех с работой там.

Резюме

Социальный успех в географическом пространстве — это, с одной стороны, представления о целях, имеющих статус маркеров успеха, а с другой — реальная жизненная траектория, выведшая к этой цели. В любом обществе одним из измерений социального успеха является местоположение в географическом пространстве и мобильность в нем. Для России с ее огромной территорией и крайне острыми формами социально-территориального неравенства это измерение имеет особое значение.

В настоящее время социальный успех в географическом пространстве в существенной мере описывается в терминах мобильности из глубинки в столицу, а нередко — и в развитые страны мира. Такая географическая карта, составленная в терминах успеха, определяет социально-территориальную иерархию на основе, во-первых, процессов крайне неравномерного распределения социальных и культурных ресурсов между столицей, региональными центрами и глубинкой, во-вторых, в результате конструирования в СМИ и массовой культуре образа мира в терминах потребительства, что предполагает максимальные шансы на социальный успех за границей или в столицах.

При этом глубинка безотносительно к реальному уровню развития населенного пункта конструируется в терминах социальной неудачи.

Литература

1. Бурдые П. Социология политики. М.: Socio-Logos, 1993.
2. Бучило Н. Ф. Социокод. — Глобалистика. Энциклопедия / Н. Ф. Бучило. — М., 2003. — С. 945.
3. Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуры. М.: Академический проект, 2003.
4. Голубев С. В. Проблема "успеха" и "удачи" в социальной философии // Философия и общество. 2004. № 1 (34). С. 86-99.
5. Зинин А. А. Социальные притязания молодежи в регионе: социологический анализ (на примере Республики Мордовия) // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2011. № 9. С. 254-259.
6. Зобов Р. А., Келасьев В. Н. Типология форм жизненного успеха и самореализации человека // Социология образования. 2013. № 04. С. 84-93.
7. Ефремова О. И. Социально-философский анализ феномена успеха // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2004. № 4. С. 13-17.
7. Загороднова Т. В. Понятие "успех" в теории социальных представлений // Проблемы современной науки. 2012. № 3. С. 70-77.
8. Караханян Е. В. Социально-философская концепция успеха. Диссертация на соискание ученой степени кандидата философских наук / Башкирский государственный университет. Уфа, 2009.
9. Колкутина В. П. Ценностный характер социального мифа ценности "успех" // Современные наукоемкие технологии. 2007. № 3. С. 74-77.
10. Курдюкова Н. А. Социальный успех как социокод современной молодежи // Актуальные проблемы психологического знания. 2012. № 4. С. 121-131.
10. Лейфрид Н. В. Социальные представления старшеклассников об успехе с разным уровнем осмысленности жизни // Психология обучения. 2013. № 07. С. 64-73.
11. Лимонтьев П. С. Современная теория успеха и ментальный релятивизм жизненного проекта // Человек. Сообщество. Управление. 2008. № 1. С. 77-86.
12. Муляр Л. А. Триада "успех-удача-упадок": опыт социально-онтологической формализации // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 28. С. 55-58.
13. Муляр Л. А. Социально-философские смыслы образа-концепта "успех". Диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук / ГОУВПО "Московский государственный медико-стоматологический университет". Москва, 2012.
14. Муляр Л. А. К вопросу о теоретических основаниях исследования феномена "успех" // European Social Science Journal. 2011. № 7. С. 23-30.
15. Нестерова Н. В., Безенков Д. А. Образ успешной личности в массовом сознании россиян: опыт социологического исследования // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2005. № 7 (47). С. 142-146.
16. Нефедова Н. И. Социальные представления об успехе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2003. № 3. С. 141-147.
17. Согомонов А. Генеалогия успеха и неудач. М.: ООО "Солтэкс" и "Невский простор", 2005.
18. Шамионов Р. М., Тугушева А. Р. Представления о социальной успешности и самоопределении молодежи // Психологическая наука и образование www.psyedu.ru. 2009. № 3. С. 1-11.
19. Шовен П.-М. Социология репутаций // Отечественные записки. 2014. № 1.
20. Урри Дж. Мобильности. М.: Праксиси, 2012.
21. Якутина О. И. Социальные практики успеха: дискурс повседневности и социально-философское понятие. Диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук / Краснодарская академия МВД РФ. Краснодар, 2011.
22. Якутина О. И. Категория сакусс-стратификации в анализе социальной стратификации современного общества // Научная мысль Кавказа. 2010. № 2. С. 11-17.