

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ И ПОСТМАТЕРИАЛИСТИЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ

М.Б.Лига

Сегодня становится очевидным, что основными факторами, детерминирующими большинство процессов в постиндустриальной действительности, являются информационные технологии и образование. Модификация и трансформация социальной структуры современного общества имеет своим следствием формирование новых ценностей и потребностей. Один из известнейших представителей античной философии Аристотель заметил, что «богатство – отнюдь не то благо, которое мы ищем, оно лишь средство достижения чего-то еще. И коль скоро это так, удовольствия, добродетель или почести с большим основанием могут рассматриваться как благо, поскольку их жаждут ради них самих». «Изменилось все: стимулы, побуждающие человека к работе, противоречия, становящиеся причинами политических конфликтов, религиозные убеждения людей, их отношение к разводам, абортam, гомосексуализму, значение, которое человек придает обзаведению семьей и детьми. Можно пойти еще дальше и позволить себе утверждение, что за время существования современного индустриального общества изменилось даже то, чего люди хотят от жизни» [1,3]. По мнению Э.Торффлера, новые явления, которые стали реальностью современного мира, а к ним ученый относит такие, как феномен хиппи, движение защитников окружающей среды, стремление молодежи найти «осмысленную», творческую работу, свидетельствуют о крушении старой системы ценностей, основанной на удовлетворение материальных потребностей и становлении новой «постэкономической» системы ценностей.

Ученые считают, что среди факторов, оказывающих влияние на становление новых ценностей и потребностей, можно назвать такие, как высокий уровень образования жителей развитых стран, длительный период роста благосостояния, качество образования, физическая и социальная безопасность. Все эти факторы способствовали кардинальному изменению системы общественных ценностей. Технологическая революция, которая, как отмечают ученые, еще только началась, обуславливает развитие материального производства, совершенствование его форм и содержания. Развитие материального произ-

водство, рост производительности труда, с одной стороны, ведет к повышению жизненного уровня населения, а, с другой, предъявляет новые требования к личности, стимулируя необходимость повышения знаний, квалификации. Широкое применение информационных технологий дает возможность удовлетворять материальные потребности за счет сокращения рабочего времени, что позволяет человеку заниматься самосовершенствованием, творчеством, на основе уже имеющихся знаний генерировать новые. По мере повышения жизненного уровня, удовлетворения материальных потребностей, начинают формироваться новые ценности.

Проблема становления новых потребностей, начавшаяся интенсивно разрабатываться в западной социологии в 60-80-е годы, породила различные концепции и понятия. Необходимость исследования этой проблемы обусловлена, в первую очередь, изменением самого человека, его восприятием окружающего мира, тем, что развитие современной цивилизации определяется новыми качествами человека. Процесс изменения общества человеком, в конечном итоге ведет к тому, что новое общество создает и нового человека – человека «знания». Под воздействием материального прогресса происходит изменение ценностей. Главным мотивом деятельности личности становится стремление к самосовершенствованию.

В социологической литературе существуют различные трактовки понятия «новые мотивы и ценности». Так, П.Сорокин предлагает использовать для раскрытия этого понятия «непредметные цели», которые приходят на смену «предметным». У.Митчелл введением понятия «внутренние цели и задачи» пытается решить вопрос о специфике новых ценностей и мотивов. Но понятия «непредметные цели» и «внутренние цели и задачи» не только не исчерпывают, но и не раскрывают главного в существе дела. Авторы не дают определения понятиям «непредметные цели» и «внутренние цели и задачи», не раскрывают и не анализируют их содержание. Не показывают того, как идет сам процесс их становления. Наиболее плодотворными и, как нам кажется, выражающими сущность новых потребностей являются определения,

данные Э.Тоффлером и Р.Ингелгартом. Так, Э.Тоффлер пользуется термином «постэкономическая система ценностей». «Постэкономическая система ценностей, характерная для супериндустриального общества, требует от компании и людей, которые в них работают, принять новые критерии оценки труда. Когда, социум в общем и целом достигает изобилия, людей и само общество будут больше заботить не экономические, а психологические, моральные, социальные и эстетические проблемы» [2,4]. Э.Тоффлер обращает внимание на то, что постиндустриальное общество создает новую мотивационную систему. Постматериалистические ценности, с точки зрения Ингелгарта, становятся значимыми лишь в определенных условиях – условиях «субъективного благосостояния» или ощущения экономической безопасности. Здесь обращается внимание на изменение мотивационной структуры деятельности человека, его стремление реализовать себя не только в сфере профессиональной деятельности, но и его стремление, как писал А.Маслоу, «...быть тем, чем он может быть; он должен соответствовать своей внутренней природе». Само понятие «постматериалистические» и «постэкономические» ценности указывают на то, что материальная мотивация не исчезает, а только происходит изменение приоритетов. Речь идет «... не о снижении ее роли в общественной жизни, а о наметившемся сдвиге от максимизации потребления к обеспечению более высокого качества жизни» [цит. по:3,13]. Ведущее положение занимают духовные и материальные блага, которые по способу потребления и присвоения отличаются от материальных благ. Меняется отношение людей к материальным благам, снижается их ценность и роль в жизни человека. Исследования, проведенные американскими социологами в 70-х годах, свидетельствовали об изменении шкалы жизненных ценностей. «... чувство удовлетворения от проделанной работы и контактов с людьми расценивалось в качестве главного достоинства того или иного вида деятельности 68 процентами американцев, 41 процентом англичан и 40 процентами французов. Высокая заработная плата и безопасность условий труда оказались на первом месте у 30 процентов японских, 35 – американских, 57 процентов английских и французских респондентов» [цит.по:3,8]. О возникновение новых ценностей свидетельствуют следующие факты.

Это появление различного рода общественных организаций, добровольных объединений. Эти организации решают проблемы социальной защиты, занимаются благотворительностью, осуществляют экологическую деятельность.

Американцы посвятили подобной деятельности более 20,5 млрд. часов, из которых 15,7 млрд. пришлось на постоянную работу в добровольных организациях и ассоциациях, что эквивалентно совокупному рабочему времени девяти миллионов служащих, занятых полную рабочую неделю, а в денежном выражении – 176 млрд. долларов [3].

Здесь хотелось бы сделать небольшое отступление. Обратиться к истории Советского Союза, где тоже существовало огромное количество различных общественных организаций. Но эти организации не были самостоятельны, автономны, их члены не могли заниматься творчеством, самовыражением, ими двигали совершенно другие мотивы. Может быть поэтому такие организации не играли никакой роли в практической жизни, как общества, так и личности.

Далее, это возникновение мелких фирм, где работают на себя один - два человека. Сегодня 25 миллионов американцев работают в таких компаниях. Большая часть средств этой фирмы является их собственностью. Изменяется взаимоотношение между компаниями и ее работниками. Деятельность компании, ее успехи во многом зависят от ее интеллектуального капитала.

На первый план выходят не материалистические ценности и потребности, а потребности постматериалистические. В свое время еще А.Смит писал, что материальные потребности немногочисленны и насыщаются очень быстро.

Этот процесс можно представить следующим образом: технологическая революция → развитие материального производства → рост производительности труда → повышение жизненного уровня → рост благосостояния → формирование постматериалистических ценностей.

Постматериалистические ценности - это ценности, формирующиеся в процессе деятельности человека, целью которой является удовлетворение не материальных потребностей, а потребностей в самореализации, самовыражении, раскрытии своего творческого потенциала. Но здесь хотелось бы обратить внимание на такой момент как то, что переход к постматериалистическим ценностям -

очень длительный процесс, он не может стать реальностью в течение жизни одного поколения. Это обусловлено следующими обстоятельствами. Во-первых, тем, что многие ценности и потребности «будучи однажды выбранными» медленно подвергаются изменениям. Это относится группе пожилых людей, которые сохраняют верность традиционным ценностям и нормам. Причем, благодаря развитию современных медицинских технологий, а также снижению рождаемости, процесс межпоколенческого замедления будет очень медленным. «В социальном аспекте, - пишет Л.К.Туроу, - наиболее значительные изменения будут порождены старением населения. К 2025 г. в США, большинстве других индустриально развитых государств, а также в некоторых развивающихся странах, таких как Китай, большинство имеющих право голоса граждан будут составлять люди в возрасте свыше 65 лет. Мы движемся к тому, чтобы стать первыми человеческими сообществами, когда-либо существовавшими на Земле, в которых численное большинство будет принадлежать старикам» [4,9]. Это имеет отношение и к молодому поколению, в основном выходцам из класса меритократии. Р.Инглеарт отмечал, что «...постматериалистами становятся чаще всего те, кто с рождения пользуется всеми материальными благами, и этим в значительной степени и объясняется их приход к постматериализму; люди же с юности стремившиеся добиться экономического успеха, впоследствии гораздо реже усваивают творческие модели поведения и становятся носителями постматериалистических идеалов» [1,4]. Во - вторых, переход к постматериалистическим ценностям присущ, в первую очередь, «классу интеллектуалов» и верхнему слою среднего класса, который в социологической литературе называют профессионалами. Профессионалы - это люди, имеющие высшее образование, большой практический опыт, работающие на себя. В - третьих, становление постматериалистических ценностей реально только в обществе, в котором формируется идея человека знания, проповедуется его уникальность, самооценочность. В силу этих причин вряд ли есть основания согласиться с мнением В.Л.Иноземцева, что переход от материалистических ценностей к постматериалистическим носит массовый характер. Согласно данным Инглеарта, соотношение людей с преимущественно материальными потребностями к «нематериалистам» в 1970

году было 4 к 1, а в 1988 году это соотношение составило уже 4 к 3. «Такие показатели несколько выходят за рамки долгосрочных тенденций, поскольку они отражают сочетание межпоколенческих перемен с периодическими эффектами, которые к 1988 году обрели благоприятный характер. Но даже без учета этого последнего показателя оценки, основывающиеся на факторе замены одного поколения другим, говорят о том, что к 2000 году число материалистов будет превышать число постматериалистов очень незначительно. Последнее может послужить поворотным моментом в соотношении между двумя типами различных ценностей: постматериалисты имеют более высокий уровень образования, отличаются большей целеустремленностью. ...Люди с высоким уровнем защищенности, подобные постматериалистам, с большей готовностью способны воспринять отход от знакомых им схем, нежели те, кто с обеспокоенностью воспринимает задачу обеспечения их основополагающих экзистенциальных потребностей. Из этого следует, что от постматериалистов следует ожидать большей готовности к восприятию культурных преобразований» [1, 6].

Инглеарт, изучая процесс становления постматериалистических ценностей, получил следующие данные: «... постматериальные ценности действительно больше распространены в богатых странах Запада и Востока, где их разделяют, ... от 1/5 до 1/3 опрошенных (22% в Австрии, Ирландии, США, 20% в Норвегии, 25% в Канаде, Японии, Швеции, 33% в Финляндии), «постматериалисты» существуют и во многих более бедных странах - развивающихся и постсоциалистических. Например, в Турции и Мексике их процент столь же велик, как в США и Австрии (21-22%), и лишь ненамного меньше (18-19%) в Южной Корее, Аргентине, Бразилии, Чили, Южной Африке. Меньше всего, по данным Инглеарта, постматериализм представлен в Южной Азии, экваториальной Африке, социалистических и постсоциалистических странах (Беларусь - 13%, Болгария - 13%, Китай - 7%, Эстония - 13%, Венгрия - 12%, Индия - 13%, Латвия - 12%, Литва - 16%, Нигерия - 13%, Польша - 13%, Румыния - 12%, Россия - 11%)» [5,339].

Важную роль в изучении новой системы ценностей специалисты отдают творческим разработкам индо-американского экономиста А.Сена и американского философа М.Нуссбаума, их концепции расширения

«возможностей выбора человека». Центральная идея этой концепции состоит в том, что благосостояние должно оцениваться не по уровню доходов на душу населения, а по возможности выбора. Расширение возможностей человека подразумевает большую свободу выбора и больше вариантов в процессе формирования той или иной системы ценностей. Выбор этих возможностей осуществляется на основе функционирования, под которым исследователи понимают положение индивида в данный момент. На основе достигнутого уровня материального и морального благосостояния у человека появляется возможность дальнейшего выбора.

Изучая процесс становления постматериалистических ценностей, Р.Инглегарт высказывает очень интересную мысль, что переход от материалистических ценностей к постматериалистическим может стать причиной будущего прогресса многих стран. Ориентация на постматериалистические ценности дает возможность производить материальные блага, повышать своей материальный уровень. Повышение денежного дохода ведет к появлению свободного времени, направленного на творчество, саморазвитие. Об этом же пишет, известный политолог Ф.Фукуяма. Правда к анализу данной проблемы ученый подходит с несколько иных позиций. Рассматривая присущие человеку, качества, такие, например, как чувство признания, исследователь изучает его в контексте развития и становления общественного капитала. В книге «Конец истории и последний человек» он обращает внимание на то, что каждый человек стремится к признанию его достоинств. В постиндустриальном мире сферой, в которой может быть реализовано это стремление человека, стала экономика. Благодаря этому человек не разрушает, то, что создали другие, а стремится к его преумножению. После того, как обеспечен прожиточный минимум, деятельность человека осуществляется ради признания его способностей и достоинств, что ведет к дальнейшему росту благосостояния. Фукуяма обращаясь к истории развития человечества, указывает на то, что история есть результат взаимодействия двух сил. «Первая сила – разумное желание, в котором люди пытаются удовлетворить свои потребности путем накопления материальных благ. Вторая, не менее важная движущая сила исторического прогресса – то, что Гегель называл «борьбой за признание», то есть стремление всех людей к тому, чтобы

их сущность как свободных и нравственных людей была признана другими людьми» [6,20]. Человеку просто необходимо признание со стороны людей, общества. Признание связано с трудовой деятельностью, целью которой является заработать деньги и обеспечить определенный уровень жизни себе и своим близким. Но даже здесь «деньги становятся символом не материальных благ, а социального статуса и признания» (Фукуяма). Ученый описывает ситуации и условия, в которых получает реализацию это стремление к признанию. «Гнев работницы, уходящей из компании, потому что она считает, что ее работа не получает должного признания; негодование националиста, желающего, чтобы его страна имела равный с другими статус; ярость активного противника аборт, полагающего, что жизнь невинного младенца должна быть защищена; чувство феминистки или борца за права гомосексуалистов, требующих уважения со стороны общества» [6,21]. Это тоже своеобразная форма выражения самоактуализации, реакция на новые социальные мотивы и ценности.

Согласно концепции Р.Инглегарта и Ф.Фукуямы, все люди должны делиться на две группы: материалистов и постматериалистов. Но тогда в стороне остаются духовные и культурные ценности, отношение к прошлому, проблемы общения с другими людьми. В данном случае, остается открытым вопрос о том, в чем будут выражаться эти постматериалистические ценности.

Согласно теории Ф.Кинсмена, изложенной в книге «Тысячелетие: навстречу обществу завтрашнего дня», в мире существуют три психологических типа человека: «движимые поиском средств к существованию»; «ориентированные на внешний мир»; «ориентированные на внутренний мир». [Цит.: по 7, 11]. Чарльз Хэнди дал этим типам людей свои названия: «Выживание». «Достижение». «Самовыражение». Первый тип ориентирован на получение социальной и финансовой безопасности. К этому типу относятся люди с разным материальным уровнем: бедные и имеющие достаток. Но и те, и другие боятся и не хотят перемен. Второй тип – это люди, которые нацелены получить от жизни все. Они умны, образованы и честолюбивы. «Они материалисты. Они являются движущей силой экономически преуспевающих обществ» (Ч.Хэнди). И, наконец, третий тип людей. Это люди, стремящиеся к реализации своих планов, самореализации, проявлению талантов и

убеждений, они озабочены поиском смысла жизни. Данная категория придерживается постматериалистических ценностей. В 1989 году, по данным Кинсмана, таких людей было 36% в Британии и 42% в Голландии. «Среди немцев ориентированных на внешний мир было больше, чем в любой другой стране, тогда как в Италии и Франции, где в некоторых районах все еще сильна аграрная культура, в большинстве оказались озабоченные поиском средств к существованию» [7,12].

Становление постматериалистических ценностей и потребностей является подтверждением теории одного из лидеров гуманистической психологии А.Маслоу. Если у человека удовлетворены материальные потребности, на первый план выходят потребности в самоактуализации, самовыражении, внутреннем совершенствовании. Стремление к реализации данной группы потребностей усугубляется сегодня еще и тем, что социальный статус зависит от личного потенциала. С точки зрения А.Маслоу, потребности располагаются по иерархическому принципу. Этот принцип указывает на то, что удовлетворение потребностей, расположенных внизу, делает возможным осознание потребностей, расположенных выше. Доминирование той или иной потребности в жизни человека определяется, с одной стороны, индивидуальными потребностями, а, с другой, условиями и ситуациями. Ученый выделяет следующие группы потребностей:

1. физиологические и сексуальные потребности, касающиеся биологического выживания человека;

2. экзистенциальные потребности, связанные с безопасностью существования индивида как на уровне общества, так и на уровне личности;

3. социальные потребности, характеризующие отношения с другими людьми, которые выражаются в чувстве любви, привязанности, заботы, уважения;

4. престижные потребности. Данную группу потребностей Маслоу разделил на два вида: самоуважение и уважение другими. Самоуважение включает такие понятия, как компетентность, уверенность, независимость и свободу. Уважение другими включает в себя такие понятия, как престиж, признание, репутация, оценка, статус;

5. духовные потребности – потребности самовыражения и самоактуализации.

Эти пять групп потребностей универсальны и необходимы для всех людей. По

мнению А.Маслоу, средний человек способен удовлетворять свои потребности примерно следующим образом: 85% - физиологические; 70% - безопасность и защита; 50% - любовь и принадлежность; 40% – самоуважение; 10% - самоактуализация. Если следовать теории А.Маслоу, то высокого качества жизни могут достигнуть только те индивиды, которые способны к самоактуализации, к удовлетворению своих дефицитных способностей, к развитию своего творческого потенциала. В современном обществе потребности самосовершенствования и самоактуализации начинают доминировать над всеми остальными. Пример, приведенный Л.Хьеллом и Д. Зиглером в работе «Теории личности», с Нэнси, закончившей курсы по психологии, защитившей диссертацию, получившей степень доктора по клинической психологии, указывает, что выбор сделанный ею был правилен. После окончания курсов ей была предложена работа психологом в службе по наблюдению за наркоманами. Эта была хорошо оплачиваемая работа, гарантировала постоянную занятость и безопасность. Но Нэнси отказалась от этой работы. Если бы она дала согласие, то это бы означало шаг назад в удовлетворении потребностей (до второго уровня). Она выбрала работу клинического психолога, что дало ей возможность развить свои способности и стать тем, кем она хотела, т.е. добиться самоактуализации [8,495]. В настоящее время цели самосовершенствования, самоактуализации в иерархии потребностей выходят на первый план.

Становление системы постматериалистических ценностей Р.Инглегарт связывает со стремлением достичь высокого качества жизни. «У граждан западных стран стали меняться ценностные ориентации – преобладающее внимание к материальному благосостоянию и физической безопасности уступило место заботе о качестве жизни» [1,3-4]. В то же высокое качество жизни является основой появления постматериалистических ценностей. Выше мы уже обращали внимание на то такой момент, как то, что эти ценности, в первую очередь, возникают среди молодого поколения, представителей меритократии; либо людей, достигших своего материального благосостояния самостоятельно, благодаря своим знаниям и интеллекту. Формирование новой системы ценностей приводит к изменению роли, характера и места творчества. Творчество включается в непосредственную производственную деятель-

ность людей. Это происходит под влиянием трех фундаментальных изменений «Во-первых, в постиндустриальном обществе материальные потребности большинства людей достаточно удовлетворяются за счет сравнительно непродолжительного рабочего времени. Во-вторых, наука и знания становятся непосредственной производительной силой, их носители - олицетворением достижений нации, а ценности, связанные с образовательным уровнем и интеллектуальной деятельностью, - надежными ориентирами для новых поколений. Наконец, радикально меняется сущность потребления: акценты в этой сфере смещаются на нематериальные блага, а усвоение человеком информации, развивающее способность к генерации новых знаний, фактически делает потребление элементом производства. Именно эти изменения превращают творчество в значимый тип производительной деятельности, в один из основных факторов социального прогресса» [3, 42].

Ученые, в частности, Э.Тоффлер занимающиеся проблемами постматериалистических ценностей, обращают внимание на то, что под их влиянием, происходит изменение корпоративной стратегии в аспекте управления людьми. Начинают возникать новые типы корпоративных образований. На смену адаптивной корпорации приходит корпорация креативная. Термин «адаптивная корпорация», который был введен Э.Тоффлер в 70-е годы, сегодня большинством исследователей признается как устаревший, так как ориентирован на приспособление компании, на ее выживание и развитие в системе рыночного хозяйства. На смену адаптивной корпорации приходит корпорация креативная, которая ориентирована на людей носителей постматериалистических ценностей, как ее сотрудников, так и потребителей и клиентов. Главным ресурсом этой корпорации становится информация и знания. Работников отличает творчество, способность принимать решения, выносить собственные суждения и оценки. Возникают совершенно новые отношения между руководством корпорации и ее работниками. Существование, а главное, дальнейшее развитие корпорации зависит от творческого потенциала, как ее создателей, так и членов, от человеческого капитала. Интеллектуальный потенциал компании определяет ее рыночную стоимость. Будущее креативной компании зависит от того, насколько быстро она сумеет предложить клиентам новые товары и услуги. Взаимоотношения внутри

корпорации характеризуются соучастием, лояльностью со стороны руководства к своим работникам, которые сегодня продают не свою способность к труду, а результаты этого труда. В частности, для оценки своей деятельности компания Watson Wyatt ввела индекс человеческого капитала компании. Многие современные компании используют самые разнообразные стимулы нематериального вознаграждения: сокращенный рабочий день, бесплатные детские сады, услуги домработниц. Нередко рабочий день в компаниях начинается с занятий в спортивном зале, плавательном бассейне. Как отмечает П.Дракер, в современных компаниях большая часть ее персонала стремится «работать вместе с компанией, например, обрабатывая ее информационные потоки, а не на компанию» [цит.по: 3,84]. Основным принципом организации и деятельности корпорации является принцип доверия. В современной западной социологической литературе можно выделить несколько подходов к определению понятия «доверие». Так, в частности, Ф.Фукуяма, использует принцип доверия, тот или иной его уровень для классификации обществ. Ученый все общества делит на две группы: «общества с высоким уровнем доверия» и «общества с низким уровнем доверия». К первой группе Фукуяма относит такие страны, как США, Японию, Германию. Вторую группу образуют Франция, Италия, Мексика, Бразилия, Китай, Тайвань, страны Восточной Европы и бывшего СССР. Мы понимаем, что такое разделение стран несколько условно и относительно, как условен и относителен сам принцип классификации. Думается, что постановка вопроса об уровне доверия как основе классификации социумов должна ориентировать исследователя прежде всего на выявление объективных и субъективных критериев этого принципа, на изучение тех условий и средств, которые обеспечивают формирование определенного доверия внутри страны.

В несколько ином плане доверие рассматривается применительно к деятельности современных корпораций. Ряд авторов рассматривают доверие как определенную этическую норму, регулирующую взаимоотношения внутри корпорации и служащую основой ее дальнейшего успеха. Насколько важен этот принцип в деятельности креативных корпораций свидетельствуют следующие высказывания западных ученых: «современная хозяйственная система базируется на

технологии, но в основе ее могут лежать только человеческие взаимоотношения; она начинается с микропроцессоров и заканчивается доверием» [9,155]. Необходима новая культура общения, основанная на доверии. Давая оценку процессу развития таких компаний, Д.Белл обращал внимание на то, что рядом с креативными компаниями существуют и будут существовать и адаптивные, и традиционные компании.

Очень интересным является обращение Р.Инглегарта и к вопросу становления постматериалистических ценностей в странах Восточной Азии и Западной Европы, в том числе и России. Ученый пишет о том, что в этих странах есть все основания говорить о возникновении данной группы ценностей. Для стран Восточной Азии объяснением может служить быстрые темпы экономического развития в послевоенные годы. Что же, касается стран Западной Европы, то возможность перехода к постматериалистическим ценностям здесь объясняется следующими причинами: реализованной системой социальных гарантий, развитой системой социального обеспечения, что обеспечивало определенную безопасность, высокими темпами экономического развития с 1945 по 1980 годы.

Итак, переход в современном мире к новой системе ценностей - это сложный диалектический процесс, детерминированный множеством факторов.

Под влиянием новой системы ценностей меняются культурные нормы, мировоззрение, происходит «трансформация внутреннего мира человека» (П.Дракер). В.Л.Иноземцев считает, что перспективы развития постиндустриального общества зависят в большей степени от развития нравственных, интеллектуальных качеств личности, нежели от изменения отдельных параметров общества как совокупности людей. С изменением мотивации связано становление новой культуры труда. Протестантская этика, рассматривала работу как обязанность. Здесь каждый выполнял свою строго определенную роль. В свое время Генри Форд с целью повышения скорости сборочного конвейера ограничил действия работников повторяющимися операциями, доведенными до автоматизма. Однако это привело к большой текучести кадров и заставило промышленника повысить заработную плату. В постиндустриальную эру труд носит творческий, интеллектуальный характер. Продукт труда впервые в истории человечества не отчуждается от человека,

поскольку в постиндустриальную эпоху продукт труда - это знания, информация, полученные с помощью других знаний и информации. Актуальной становится политика вложения средств в человеческий капитал. «Человеческий капитал - это совокупность знаний, практических навыков и творческих способностей, ... приложенная к выполнению текущих задач.... Человеческий капитал не может быть собственностью компании» [10]. Под влиянием новой системы ценностей меняются цели, задачи и стимулы развития общества. В индустриальную эпоху основным стимулом развития общества было повышение уровня жизни. В постиндустриальную эпоху таким стимулом стало повышение качества жизни людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инглегарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе// Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В.Л.Иноземцева. М.: «Acadimia», 1999. <http://iir-mp.narod.ru/books/inomezcev/page 1245.html>.
2. Тоффлер О. Адаптивная корпорация // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В.Л.Иноземцева. М.: «Acadimia», 1999. <http://iir-mp.narod.ru/books/inomezcev/page1448.html>.
3. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: Учеб. пособие для студентов вузов. - М.: Логос- 2000.
4. Иноземцев В.Л. Переосмысливая грядущее. Крупнейшие американские ученые о современном развитии. Мировая экономика и международные отношения, 1998, № 11.
5. Горбачев М.С. Грани глобализации: Трудные вопросы современного развития. - М.: Альпина Паблишер, 2003.
6. Фукуяма Доверие. Социальные добродетели и созидание благосостояния. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В.Л.Иноземцева. М.: «Acadimia», 1999. <http://iir-mp.Narod.ru/books/inomezcev/page 1123.html>.
7. Хэнди Ч. Алчущий дух. За гранью капитализма: поиск цели в современном мире. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. / Под редакцией В.Л.Иноземцева. М.: «Acadimia», 1999. [\(20\)](http://iir-mp.narod.ru/books/inomezcev/page 1245.html).
8. Теории личности / Л.Хьелл, Д. Зиглер. - 3 - е изд. - СПб.: Питер, 2003.
9. Иноземцев В.Л. Расколота цивилизация.<http://scd.centro.ru.social.htm>
10. Эдвинсон Л., Мэлоун М. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. Под редакцией В.Л. Иноземцева М.: «Acadimia»,1999. <http://iir-mp.narod.ru/books/inomezcev/page 1429.html>.