

УДК 316

## Необходимость создания корпоративной сельской идеологии в современном российском обществе

**Щенников Владимир Петрович**Доктор философских наук, профессор,  
завкафедрой философии,

Кемеровский государственный университет,

650000, Российская Федерация, Кемерово, ул. Красная, 6;

e-mail: volodia.logos2011@yandex.ru

**Равочкин Никита Николаевич**

Кандидат философских наук, доцент,

кафедра гуманитарно-правовых дисциплин,

Кемеровский государственный сельскохозяйственный институт,

650056, Российская Федерация, Кемерово, ул. Марковцева, 5;

e-mail: nickravochkin@mail.ru

### Аннотация

**Цель.** Целью работы является философский анализ необходимости создания корпоративной сельской идеологии по отношению к современному российскому обществу. **Методология.** Методология работы включает в себя применение методов философского анализа, а также общих методов научного познания – анализа, синтеза и сопоставления. **Результаты.** Формирование идеологии сельского хозяйства должно опираться на правила, нравы, особенности поведения и устои ее субъектов. Уникальность российского развития этой отрасли наглядно (сегодня это проявляется особенно ярко в условиях нынешнего миропорядка) демонстрирует то, что наша страна не вписывается в общие закономерности хозяйственного развития. Развитие мирового сельского хозяйства происходит в русле усиления наукоемкости производства. Траектория подъемов и падений, переживаемых советским, а затем и российским сельским хозяйством в XX веке,

определяет единственно возможный эффективный вариант его развития в XXI веке – (необходимо) инновационный. **Заключение.** Возрождение сельского хозяйства немислимо без заданного «образа будущего», который способна сформировать, опираясь на опыт политических успехов, исключительно идеология. Мнение о том, что о селе вспоминают «в последнюю очередь» в связи с «провинциальностью» населения, а также о низком уровне качества жизни и высоком уровне «отсталости от всей остальной страны» подлежит корректировке в противоположную сторону. Для этого в сельское пространство Российской Федерации достаточно внедрить (корпоративную) идеологию, несущую не только в теоретических положениях, но и на деле такие элементы, как перспективное будущее, высокое качество сельскохозяйственной продукции, достойная жизнь и новый образ сельского человека.

#### **Для цитирования в научных исследованиях**

Щенников В.П., Равочкин Н.Н. Необходимость создания корпоративной сельской идеологии в современном российском обществе // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2016. Том 5. № 5B. С. 243-252.

#### **Ключевые слова**

Идеология, корпоративная идеология, сельская идеология, общественное сознание, перспективы, мировоззрение, образ будущего.

## **Введение**

Никакое развитие любой из сторон общества (в том числе и экономической) невозможно без идеологии, которая на современном уровне общественной динамики являет собой программу стратегического управления и динамического развития, обладающую потенциалом сплотить людей вокруг проблем национального развития. Именно идеология дает ответы на предмет формирования целей и задач, ценностей и приоритетов, задаваемых современностью. Успешность этого ответа будет наглядно оцениваться соответствием уровню инновационного и ускоряющегося общественного развития.

Порождение идеологии происходит за счет обобщения некоторых оснований, идей и идеалов, волнующих уже конкретных субъектов. Идеология также призвана (и способна) отразить их ценностно-мировоззренческие паттерны, являющиеся фактом концептуализации ее элементов, названных выше.

## **Обоснование необходимости создания корпоративной сельской идеологии в современном российском обществе**

Сегодня происходит распространение идеологических концептов в уже упомянутой экономической сфере общественной жизни ввиду усложнения системы массовых коммуникаций и социальных сетей. Идеология, увеличивающая свою роль и реализующая свои функции, является оригинальным и необходимым инструментом управления. Для любой из отраслей народного хозяйства идеология играет ту же роль, что и, пожалуй, смысл жизни для человека.

Так, идеология, с точки зрения М.Х. Хаджарова, способна выполнять важную социальную функцию [Хаджаров, 2016]. Не обращаясь в этой работе к общенациональной идеологии, стоит обратить внимание на исследование проблемы идеологии, апологизирующей социально-групповые интересы, не идущие вразрез с интересами общенациональными.

Построение гражданского общества в Российской Федерации предполагает, вне сомнения, идеологический плюрализм (см. Конституцию Российской Федерации), причем наличие не только политических, но и корпоративных идеологий [Кузнецов, 2005].

Кроме вышесказанного, интерес авторов к исследуемой проблеме обусловлен тем, что большинство ведущих российских компаний и корпораций различных отраслей экономики уже официально провозгласили наличие у них корпоративной идеологии, понимаемой главным образом как своего рода базис корпоративной культуры [Капитонова, 2012].

Мы, безусловно, разделяем мнение руководителей касаясь такого позиционирования идеологии, но предлагаем обратиться к идеологии в традиционном ее понимании, а именно – как к системе идей, детерминирующей отношение индивидов к действительности и задающих будущие поведенческие модели на закрепление или изменение конкретных социальных отношений.

Вектор настоящей статьи смещается в сторону идеологии не какой-либо отдельной корпорации, а идеологии сельского хозяйства как разновидности таковой, понимаемой нами как отраслевая идеология, эти «корпорации» (предприятия) объединяющая.

В самом общем виде идеология представляется как инструмент, включающий в себя совокупность мер по повышению эффективности сельского хозяйства как базовой и системообразующей отрасли экономики нашей страны. Создание корпоративной сельской идеологии актуально и ввиду отставания данной отрасли, во-первых, от других отраслей российской экономики, во-вторых – от уровня сельского хозяйства западных стран.

Формирование идеологии сельского хозяйства, по нашему мнению, должно опираться на правила, нравы, особенности поведения и устои ее субъектов.

Уникальность российского развития этой отрасли наглядно (сегодня это проявляется особенно ярко в условиях нынешнего миропорядка) демонстрирует то, что наша страна не вписывается в общие закономерности хозяйственного развития. Развитие мирового сельского хозяйства происходит в русле усиления наукоемкости производства. Траектория подъемов и падений, переживаемых советским, а затем и российским сельским хозяйством в XX веке, определяет единственно возможный эффективный вариант его развития в XXI веке – (необходимо) инновационный. Технологии (как технические, так и кадровые), применяемые сегодня в сельскохозяйственных организациях, являются устаревшими. Также стоит отметить преобладание экстенсивной модели работы сельскохозяйственных предприятий.

К сожалению, социально-экономическая ситуация, сложившаяся в российском селе в конце XX века, является неблагоприятной. М.Н. Черникова и А.Г. Светлаков оценивают ее как крайне неблагоприятную, ссылаясь на наличие следующих маркеров:

- спад производства в общественном секторе;
- низкий уровень зарплаты;
- высокий уровень безработицы;
- разрушение социально-культурной сферы села;
- уменьшение социальной и географической мобильности населения;
- сверхзанятость родителей в личных подсобных хозяйствах;
- правовая незащищенность сельских жителей [Черникова, Светлаков, 2016].

Возрождение сельского хозяйства немыслимо без заданного «образа будущего», который способна сформировать, опираясь на опыт политических успехов, исключительно идеология. На практике это подтверждается тем, что грамотно спроектированная и одобряемая большинством идея, лежащая в основе любой идеологии, способна вернуть к активности социального актора, исчерпавшего потенциал своего последующего развития, верой в определенную модель будущего. Кроме того, немаловажным здесь будет являться и то, что такой образ должен быть максимально понятен людям, занятым в данной отрасли. Ведь именно образность языка идеологий, экспрессия и четкость идеологем (как составных частей идеологии) наделяют их определенной сакральностью, а любое сакральное берется апологетами и последователями под защиту, помогает действовать в непонятной и неопределенной ситуации (так привычной для сегодняшней России).

Целенаправленная деятельность по реабилитации сельского хозяйства невозможна как без

государственной поддержки, данную отрасль поощряющую, так и без позитивного оценивания сельскохозяйственных работников остальными индивидами российского общества. Парадоксально, но клише, передаваемые из поколения в поколение, обличают сельское хозяйство как «наиболее отстающую отрасль», «финансируемую по остаточному принципу», а образование по этому профилю – как противоположное таким маркерам социального успеха, как «престиж», «элита», «высокая заработная плата».

Развитие отрасли представляется невозможным без одобрения ее деятельности широкими слоями населения. Ведь именно они определяют ценность не только самого содержания деятельности, но и главным образом отношение к результату этой деятельности – сельскохозяйственной продукции, которой, как известно, предпочитается импортная. В современных условиях такое решение продовольственной проблемы (ввиду усложнившегося положения рубля к иностранной валюте) способно возвести решение, наоборот, в проблему, причем уровня общенациональной безопасности российского общества.

Общеизвестно, что качество производимой сельскохозяйственной продукции обуславливается, как правило, уровнем развития инфраструктуры и климатом территории, на которых предприятия располагаются. Так, анализируя работы, посвященные проблемам развития сельского хозяйства за текущий год, мы обратились к исследованию Е.Б. Чертилиной, которая указывает на то, что большая часть сельскохозяйственной продукции, произведенной в России, не достигает рынка потребления и переработки [Чертилина, 2016]. К основным причинам данной проблемы она относит низкий уровень развития инфраструктуры отрасли и слабую логистику. Этим примером мы еще раз подтверждаем наш тезис о технологическом отставании и устаревании инфраструктуры сельского хозяйства России.

Сельской идеологии под силу взять на себя функцию управления инновациями, которое также будет сопровождаться выработкой комплексной системы принятия эффективных управленческих решений с целью получения новых конкурентоспособных преимуществ на уровне создаваемой продукции и отраслей в целом [Зинина, Шапорова, 2016].

Вполне логично, что здесь более чем необходимо артикулировать идею о целевом использовании средств сугубо в целях социально-экономического развития инфраструктуры сельскохозяйственных предприятий, что невозможно, по нашему мнению, без четкой и неразмытой формулировки принципов аграрной политики. Здесь, как и в некоторых предыдущих наших работах, уместно будет обращение к тем самым передовым (зарубежным) технологиям организации с адаптацией их под российский менталитет и реалии, так как нужна идеология, которая не будет чуждой отечественным традициям.

Суть сельской идеологии можно свести к видению роли этой отрасли в данном обществе. К сожалению, на данном этапе мы не можем претендовать на позиции мирового аграрного лидера (по объективным и субъективным причинам), целью должно быть обеспечение продовольственной безопасности страны.

Игнорирование необходимости проектирования (построения) корпоративной идеологии в сельском хозяйстве как отрасли тем опасней, что в современных условиях, требующих осуществления интеграции в современные процессы, а также создания отраслевых сельскохозяйственных объединений и взаимодействия с внешним миром для уже упомянутого выше внедрения передовых достижений, вполне реальным видится уход с магистрали развития сельского хозяйства, что, к сожалению, не позволит восстановить утраченные отраслью позиции.

Будучи направленным не только на глобальные и общенациональные цели, потенциал идеологии способен способствовать и удовлетворению частных интересов, в частности повышению уровня жизни сельского населения. Так, Р.Т. Исмагилов в своей работе отмечает следующие параметры, которые мы позволим себе отнести к результатам реализации идеологии в отрасли:

- 1) продолжительность жизни взрослого населения, уровень миграции;
- 2) удовлетворенность населения индивидуальными условиями жизни, к которым можно отнести достаток, жилище, питание, работу, социальную удовлетворенность положением дел в государстве (справедливость власти, доступность образования и здравоохранения, безопасность, экологическое благополучие). Объективным индикатором крайней неудовлетворенности служит уровень самоубийств [Исмагилов, 2016].

Данная классификация не претендует на всестороннее освещение возможного эффекта, поскольку, помимо всего прочего, здесь не отмечаются такие важные показатели, как наличие у людей вредных привычек, уровень преступности и ряд других параметров. Однако более детальное изучение возможного эффекта в ряде сел способно повысить духовный уровень их развития.

### **Заключение**

Таким образом, создание и реализация на практике сельской идеологии позволят преодолеть стереотипное восприятие сельской жизни как образца бедности. Мнение о том, что о селе вспоминают «в последнюю очередь» в связке с «провинциальностью» населения, а также о низком уровне качества жизни и высоком уровне «отсталости от всей остальной страны»

---

подлежит корректировке в противоположную сторону. Для этого в сельское пространство Российской Федерации достаточно внедрить (корпоративную) идеологию, несущую не только в теоретических положениях, но и на деле такие элементы, как перспективное будущее, высокое качество сельскохозяйственной продукции, достойная жизнь и новый образ сельского человека.

### Библиография

1. Буздалов И.Н. Российское сельское хозяйство на фоне глобальных мирохозяйственных процессов // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2011. № 3. С. 140-158.
2. Зинина О.В., Шапорова З.Е. Инновационная активность в АПК Красноярского края // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2016. № 3 (3). С. 17-25.
3. Имаева Н.Р. Корпоративная идеология как форма общественного сознания // Система ценностей современного общества. 2008. № 2. С. 15-19.
4. Исмагилов Р.Т. Приоритеты, программы развития сельских территорий // Аграрное образование и наука. 2016. № 2. С. 31.
5. Капитонова В.В. Корпоративная идеология в работе по мотивированию сотрудников // Вестник ИжГТУ им. М.Т. Калашникова. 2012. № 3. С. 85-86.
6. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993. М.: Эксмо, 2014. 64 с.
7. Кузнецов В.Н. Идеология: социологический аспект. М.: Книга и бизнес, 2005. 816 с.
8. Хаджаров М.Х. Многообразие идеологий и проблема развития общества: может ли идеология стать базовой ценностью в России? // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2016. № 3. С. 99-103.
9. Черникова М.Н., Светлаков А.Г. Теоретические положения формирования сельской идеологии // Пермский аграрный вестник. 2016. № 3 (15). С. 134-139.
10. Чертилина Е.Б. Агропродовольственная инфраструктура и логистика // Социально-экономические явления и процессы. 2016. Т. 11. № 1. С. 113-118.
11. Anderson A.M., Noesjirwan J.A. Agricultural college initiations and the affirmation of rural ideology // The Australian journal of anthropology. 1980. Vol. 12. No. 4. P. 341-347. doi: 10.1111/j.1835-9310.1980.tb01209.x
12. Benet F. Sociology uncertain: the ideology of the rural-urban continuum // Comparative studies in society and history. 1963. Vol. 6. No. 1. P. 1-23. doi: 10.1017/S001041750000195X

13. Hamilton L.C., Hartter J., Safford T.G., Stevens F.R. Rural environmental concern: effects of position, partisanship, and place // *Rural sociology*. 2014. Vol. 79. No. 2. P. 257-281. doi: 10.1111/ruso.12023
14. McLaughlin D.K., Shoff C.M., Demi M.A. Influence of perceptions of current and future community on residential aspirations of rural youth // *Rural sociology*. 2014. Vol. 79. No. 4. P. 453-477. doi: 10.1111/ruso.12044

## **The need to create a corporate rural ideology in contemporary Russian society**

**Vladimir P. Shchennikov**

Doctor of Philosophy, Professor,  
Head of the Department of philosophy,  
Kemerovo State University,  
650000, 6 Krasnaya st., Kemerovo, Russian Federation;  
e-mail: volodia.logos2011@yandex.ru

**Nikita N. Ravochkin**

PhD in Philosophy, Associate Professor,  
Department of humanities and legal disciplines,  
Kemerovo State Agricultural Institute,  
650056, 5 Markovtseva st., Kemerovo, Russian Federation;  
e-mail: nickravochkin@mail.ru

### **Abstract**

**Objective.** The article aims to carry out a philosophical analysis of the necessity of creating a corporate rural ideology in contemporary Russian society. **Methodology.** The research methodology involves the application of such general methods of scientific cognition as analysis, synthesis and comparison, as well as philosophical analysis. **Results.** The formation of an ideology of agriculture should be based on rules, customs and behaviour patterns in the countryside. The uniqueness of the development of this sector in Russia clearly shows that our country does not fit into the general pattern of economic development. The development of world agriculture is connected with the



increased knowledge-intensity of production. **Conclusion.** The revival of agriculture is impossible without a certain “image of the future” that can be built up on the basis of the experience of political success only by a corporate rural ideology. In order to change the opinion about the provincialism of rural population, a low quality of life in the countryside and a high level of the backwardness of rural areas, it is necessary to introduce a corporate rural ideology into the rural space of the Russian Federation. This ideology should contain such elements as a promising future, high-quality agricultural products, a decent standard of living and a new image of rural people.

### For citation

Shchennikov V.P., Ravochkin N.N. (2016) Neobkhodimost' sozdaniya korporativnoi sel'skoi ideologii v sovremennom rossiiskom obshchestve [The need to create a corporate rural ideology in contemporary Russian society]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 5 (5B), pp. 243-252.

### Keywords

Ideology, corporate ideology, rural ideology, public consciousness, prospects, worldview, image of the future.

### References

1. Anderson A.M., Noesjirwan J.A. (1980) Agricultural college initiations and the affirmation of rural ideology. *The Australian journal of anthropology*, 12 (4), pp. 341-347. doi: 10.1111/j.1835-9310.1980.tb01209.x
2. Benet F. (1963) Sociology uncertain: the ideology of the rural-urban continuum. *Comparative studies in society and history*, 6 (1), pp. 1-23. doi: 10.1017/S001041750000195X
3. Buzdalov I.N. (2011) Rossiiskoe sel'skoe khozyaistvo na fone global'nykh mirokhozyaistvennykh protsessov [Russian agriculture against the background of global economic processes]. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiiskoi akademii nauk* [Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences], 3, pp. 140-158.
4. Chernikova M.N., Svetlakov A.G. (2016) Teoreticheskie polozheniya formirovaniya sel'skoi ideologii [The theoretical principles of the formation of a rural ideology]. *Permskii agrarnyi vestnik* [Perm agrarian journal], 3 (15), pp. 134-139.
5. Chertilina E.B. (2016) Agroprodovol'stvennaya infrastruktura i logistika [Agrofood infrastructure and logistics]. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsessy* [Socio-economic phenomena and

- processes], 11 (1), pp. 113-118.
6. Hamilton L.C., Hartter J., Safford T.G., Stevens F.R. (2014) Rural environmental concern: effects of position, partisanship, and place. *Rural sociology*, 79 (2), pp. 257-281. doi: 10.1111/ruso.12023
  7. Imaeva N.R. (2008) Korporativnaya ideologiya kak forma obshchestvennogo soznaniya [Corporate ideology as a form of public consciousness]. *Sistema tsennostei sovremennogo obshchestva* [The value system of modern society], 2, pp. 15-19.
  8. Ismagilov R.T. (2016) Priority, programmy razvitiya sel'skikh territorii [The priorities, programmes aimed at developing rural territories]. *Agrarnoe obrazovanie i nauka* [Agrarian education and science], 2, p. 31.
  9. Kapitonova V.V. (2012) Korporativnaya ideologiya v rabote po motivirovaniyu sotrudnikov [Corporate ideology in motivating employees]. *Vestnik IzhGTU im. M.T. Kalashnikova* [Bulletin of Kalashnikov Izhevsk State Technical University], 3, pp. 85-86.
  10. Khadzharov M.Kh. (2016) Mnogoobrazie ideologii i problema razvitiya obshchestva: mozhet li ideologiya stat' bazovoi tsennost'yu v Rossii? [Ideological diversity and the problem of social development: can ideology become a core value in Russia?] *Intellekt. Innovatsii. Investitsii* [Intelligence. Innovations. Investments], 3, pp. 99-103.
  11. *Konstitutsiya Rossiiskoi Federatsii: prinyata vsenarodnym golosovaniem 12.12.1993* [Constitution of the Russian Federation: adopted by popular vote on December 12, 1993] (2014). Moscow: Eksmo Publ.
  12. Kuznetsov V.N. (2005) *Ideologiya: sotsiologicheskii aspekt* [Ideology: a sociological aspect]. Moscow: Kniga i biznes Publ.
  13. McLaughlin D.K., Shoff C.M., Demi M.A. (2014) Influence of perceptions of current and future community on residential aspirations of rural youth. *Rural sociology*, 79 (4), pp. 453-477. doi: 10.1111/ruso.12044
  14. Zinina O.V., Shaporova Z.E. (2016) Innovatsionnaya aktivnost' v APK Krasnoyarskogo kraia [Innovative activity in the agroindustrial complex of the Krasnoyarsk territory]. *Sotsial'no-ekonomicheskii i gumanitarnyi zhurnal Krasnoyarskogo GAU* [Socio-economic and humanities journal of Krasnoyarsk State Agrarian University], 3 (3), pp. 17-25.