

УДК 1.122

## Социальная конкуренция в контексте социальной безопасности личности

**Шиловцев Андрей Владимирович**

Кандидат исторических наук,  
доцент кафедры философии,  
Уральский государственный аграрный университет,  
620075, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42;  
e-mail: a.shilovtsev@mail.ru

### Аннотация

В статье рассматриваются теоретико-методологические основы категории «социальная конкуренция», выявляются наиболее характерные черты различных концепций конкуренции. В отличие от западных и восточных цивилизаций, где значение духовности не принимается во внимание, в России это явление имеет свои давние традиции и достаточно значимо для всех сфер общественной жизни. Конкуренция в наименьшей степени обеспечивает социальную безопасность личности, поскольку она, опираясь на частную собственность и обслуживая преимущественно рыночную экономику, способствует разобщению людей. Из четырех основных моделей социального взаимодействия: социальной конкуренции, социальной кооперации, социального партнерства и самоуправления, именно конкуренция оказывается наименее подходящей для обеспечения социальной безопасности личности. Конкуренция разобщает людей, поскольку строится на частной собственности и обслуживает рыночную экономику. При таких детерминантах даже самая добросовестная конкуренция оказывается заложницей эгоистических настроений определенной части общества и служит интересам этой части отнюдь не в той мере, в какой она должна была бы служить интересам всех.

### Для цитирования в научных исследованиях

Шиловцев А.В. Социальная конкуренция в контексте социальной безопасности личности // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2018. Том 7. № 2А. С. 107-113.

### Ключевые слова

Духовно-нравственная основа, монополизм, соперничество, сотрудничество, социальная безопасность личности, социальная конкуренция, взаимодействие, теоретико-методологическая модель, традиции, ценностные приоритеты.

## Введение

Уровень и качество социальной безопасности человека зависят от способов его взаимодействия в обществе. В условиях постиндустриализма одним из них является социальная конкуренция. Наряду с социальной ответственностью эта проблема составляет одну из основ социальной безопасности личности.

В самом общем смысле конкуренцию можно истолковать как состязательность, соревнование, соперничество или даже противоборство. Э. Чемберлин, разработавший в 1920-е гг. теорию монополистической конкуренции, убедительно доказал, что она, наряду с прочими условиями, может осуществляться в условиях несвободы и дискретности. Он же выделил конкретные факторы, оказывающие разнонаправленное влияние на конкурентное поведение людей [Чемберлин, 1996, 15]. Сопоставляя их, исследователь полагал, что «чистая конкуренция» есть не что иное, как совокупность действий, в которой «переплетаются конкурентные и монополистические факторы» [Чемберлин, 1996, 29-37] и что конкуренции в ее свободном варианте просто никогда и нигде не существовало. Следовательно, это понятие не более, чем фикция. Но в современной науке господствует мнение о том, что конкуренция – это не просто фундаментальное благо, присущее демократическому обществу и свободной личности, но и высшая ценность. Подобный сциентизм, когда значимость конъюнктурного порядка «записывается» в категорию высших ценностей бытия, не более, чем теоретико-методологическая ошибка.

В современных условиях общепризнанным является то, что в процессе конкуренции субъекты социальной практики ведут борьбу за сферы деятельности. Это относится не только к бизнесу или политике, но и к области культуры и, в частности – образования. Потребитель тех или иных благ становится мерилем эффективности предпринимательских усилий. В последние годы не редко можно услышать предложения о том, чтобы, например, критериями оценки качества образования выступали работодатели. Но в таком случае утрачивается объективный характер в понимании конкуренции как научной категории. Ведь работодателю по большому счету нужны специалисты узкого профиля, а не люди, обладающие фундаментальными и разносторонними знаниями. И здесь создание конкурентной среды, ее защита от монополистических тенденций могут выступить условием перехода цивилизованного общества к подлинно культурному. Но это станет возможным лишь в том случае, когда речь пойдет о добросовестном соперничестве, основанном на законах и традициях, которое будет отражать объективные интересы общества и личности. В то же время необходимо учитывать и тот факт, что установка на конкурентное поведение вполне приемлема для современного человека.

### Теоретико-методологические основы категории «социальная конкуренция»

Идеально мыслимая конкуренция, которую в научных трудах называли то *свободной* (А. Смит) [Смит, 1993, 185], то *чистой* (Э. Чемберлин) [Чемберлин, 1996, 185], то *совершенной* (Д. Робинсон) [Робинсон, 2009, 55], то подлинно *рыночной* (Дж. Стиглер) [Стиглер, 2000, 243], по мнению большинства исследователей возможна. Но допустима она лишь в тех условиях, когда число покупателей и продавцов достаточно велико, когда и продавцы, и покупатели

обладают возможностями для свободного выбора. Противоположная ситуация есть ни что иное, как монополизм.

При внимательном анализе всех этих условий становится очевидным, что такая конкуренция никогда в истории человечества не существовала и существовать не может в принципе. Любой идеал отражает некий мыслимый желаемый образ, который недостижим на практике. И если предположить, что конкуренция не регулируется ни нормами права и морали, ни традициями, ни духовными основаниями, то можно ли вообще вести речь о ее свободном характере? При такой ситуации соперничество превратится в борьбу без правил, в тотальную вражду всех со всеми. А результатом подобной «свободной» конкуренции станет не развитие социального взаимодействия, а его коллапс, некие «дебри», в которых утрачивается даже элементарный здравый смысл. [Гелбрэйт, 2004, 158]

В 1970-е гг. появилась теория «*работоспособной конкуренции*» (М. Брэдли, У. Гарднер и др.), согласно которой конкуренция является самовоспроизводящимся явлением. Такая идея позволила заговорить о «принципе креативности», который, по мнению исследователей можно определить как один из стимулов развития социума в целом и личностной социализации в частности. Однако, с учетом и этой концепции, до сих пор нельзя сказать, что на все вопросы о сущности конкуренции даны окончательные ответы.

Отказ некоторых исследователей от разработки содержательного определения «*конкуренции*» и замена его сугубо частными понятиями – *чистой, свободной, совершенной* – можно рассматривать как *редукционизм*, т.е. сведение общего понятия к частному, сущности явления – к его форме. На этой теоретико-методологической основе добиться подлинно научного и объективно верного понимания сущности конкуренции как одного из способов социального взаимодействия невозможно. Следовательно, нельзя дать и ее взвешенной оценки, в частности, о ее роли в обеспечении и развитии социальной безопасности личности. Даже в ситуации, когда люди имеют «равные возможности для осуществления выбора» конкуренция, оказывается, может принимать, порой, извращенные, криминальные формы.

В то же время можно выделить основные типы существующих в науке теоретико-методологических разработок, которые раскрывают сущностную модель конкуренции: а) англосаксонскую; б) евроконтинентальную; в) российскую; г) восточную [Стожко, 2010, 30]. Эти концепции отражают менталитет соответствующих этносов и их представления не только о способах обогащения (природе богатства), но и о собственной безопасности.

Понятие *конкуренция* в англосаксонской модели отождествляется с категорией *борьба*. Отталкиваясь от теории естественного отбора Ч. Дарвина и идеи о прогрессиях Т. Мальтуса, в ней доказывается тезис о возможности применения законов развития животного мира к человеческому сообществу. В борьбе за выживание побеждает сильнейший, поэтому вполне оправданным считается применение насилия, эксплуатации и т.д. Но рефлексивная основа жизни животного и растительного мира никак не соотносится с осознанным поведением человека, поэтому вряд ли такой подход можно считать оправданным.

Несколько более корректной является евроконтинентальная модель сущности конкуренции, в основе которой лежит понятие *соперничества*. Под ним подразумевается определенным образом структурированная и регулируемая нормами права и морали система социального взаимодействия, при которой соперникам дозволено не все. Так, например, исключается односторонний (монопольный) контроль за ценой или за предложением. Поэтому для того, чтобы понять истинное отличие термина «соперничество» от понятия «борьба», нужно, как выразился когда-то Э.Чемберлин, «изменить свое *мировоззрение*», изменить сам подход к

анализу социальных отношений или, а «это нечто совсем другое, чем ... пополнять старый набор инструментом несколькими новыми» [Чемберлин, 1996, 256].

Но и в евроконтинентальной модели конкуренции присутствует изъян, связанный с тем, что она основана на *организационном фетишизме*. [Стожко, 2010, 30-31]. «Правила игры», которые может установить государство через принятие законов, нередко нарушаются как участниками, так и законодателями. Ярким свидетельством этого являются всевозможные коррупционные скандалы, фигурантами которых в разных странах выступают высокопоставленные чиновники. Отсюда следует вывод о достаточно умозрительном и поверхностном понимании *сущности* конкуренции западноевропейскими исследователями, которые не перестают удивляться тому факту, что при наличии всех необходимых правовых или административных условий конкуренция даже в их странах все еще остается несовершенной.

В российской науке издавна сложилась своеобразная и весьма перспективная интерпретация сущности конкуренции как социального явления. Еще в конце XIX в. русский философ П.Б. Струве впервые ввел в научный лексикон понятия «добросовестная конкуренция» и «недобросовестная конкуренция». Сформулировав свою собственную концепцию «человеческой годности», он в основу человека закладывал не рационализм, а духовное начало. Являясь одним из лидеров «либерального консерватизма», он все поступки человека как личности предлагал оценивать не с позиций меркантильности, а с точки зрения абсолютных ценностей бытия. Именно они и должны закладываться в основу воспитания личности. «Вне идеи воспитания в политике есть только две возможности: деспотизм и охлократия» – указывал П.Б. Струве [Струве, 1991, 149]. Отталкиваясь от его знаменитой концепции «личной годности», российские философы и экономисты стали рассматривать конкуренцию как экономизированную форму нравственных взаимоотношений между участниками хозяйственного процесса, основанных на таких ценностях, как совесть и справедливость. Для обозначения именно такого понимания сущности конкуренции стало использоваться слово *соревнование*, под которым подразумевалась совместная деятельность участников хозяйственного процесса по достижению наилучшего общего результата. В противовес англосаксонской психологической установке на индивидуализм в трактовке смысла конкуренции, российская модель включает другие идеи: объединение труда (соборности, кооперации), социальной справедливости (социальной ответственности, взаимной помощи, сизигии), духовной детерминированности (софийности). Специфика российских основ в понимании природы конкуренции как раз и состоит в определении ключевого значения духовно-нравственной основы в ее структуре и содержании. И поэтому, не случайным является суждение о том, что «тот народ, который честен, тем самым силен не только нравственно, но и экономически» [Янжул, 2005, 418].

Можно также выделить и восточную теоретико-методологическую модель сущности конкуренции, основанную на идеях этих социумов-этносов. При всех различиях в религиях, культуре и менталитете восточных народов можно обнаружить общее понимание сущности конкуренции как явления рыночной экономики. И оно связано с тем, что конкуренция рассматривается как явление, *подчиненное* духовной жизни человека. Восточные исследователи в качестве ее смысла и цели выделяют в конкуренции способность формировать у человека стремление к самообразованию [Шабатура, 2003, 7-14]. В определенной степени это в чем-то соответствует смысловому значению конкуренции как системы социального взаимодействия по вопросам производства и получения знаний, которую, в свое время, давал Ф. Хайек [Хайек, 1992].

### Модальности социального взаимодействия

Интенсивность современной конкуренции в различных сферах человеческой жизнедеятельности неодинакова. В этой связи можно отметить различные варианты отношений между участниками, основанные на критериях:

- 1) совместимости целей;
- 2) потребности в обмене опытом;
- 3) наличия общих интересов (табл. 1).

**Таблица 1 – Варианты отношений между участниками конкурентных коммуникаций**

Модель поведения	Критерии		
	Совместимость целей	Потребность в обмене опытом	Наличие общих интересов
Координируемое сотрудничество	+	+	+
Некоординируемое сотрудничество	+	+	-
Саморегулируемое сотрудничество	+	+	+
Независимое поведение	+	-	-
Внутригрупповое соперничество	-	+	+
Межгрупповое соперничество	-	+	-
Индивидуально-групповое соперничество	-	-	+
Индивидуальное соперничество	-	-	-

Из схемы (матрицы) видно, что существуют различные виды сотрудничества и соперничества. Их соотношения между собой позволяют выделить различные модальности конкуренции и оценить ее эффективность в общей структуре социального взаимодействия. Одновременно, анализ этих модальностей может дать исследователю ценную информацию об уровне социализации личности, характере и степени такой социализации. Выделенные 8 типов поведения, взятые в контексте анализа двусторонних отношений, позволяют предположить, что многообразие конкретных модальностей социального взаимодействия достигает множества позиций. Но из них только 5 типов поведения – с 4 по 8 соответствует контексту конкуренции. Если же мы будем рассматривать многосторонние отношения конкуренции, т.е. систему, в которую включаются не два, а несколько участников, то это многообразие будет возрастать соответственно росту числа конкурентов. В «предельном» случае, когда гипотетически конкурентами становятся все члены общества, конкуренция перестает быть благом (ценностью), поскольку при таком способе социального взаимодействия обнаруживается несовместимость целей всех и каждого из участников конкуренции. А это обстоятельство, даже если допустить объективную необходимость обмена опытом (или в трактовке Аристотеля – обмена результатами деятельности), требует отказа от конкуренции и сосредоточения усилий на развитии и совершенствовании отношений сотрудничества.

Наиболее поверхностной и «переходной» формой социального взаимодействия (от конкуренции к сотрудничеству), в которой происходит социализация личности, является система партнерских отношений. В ее рамках происходят институциональные изменения, которые позволяют в той или иной степени совместить различные цели участников и сохранить при этом различие их интересов. Поскольку полного (тотального) совпадения между целями и

интересами при партнерских отношениях не происходит, то становится ясно, что такая система может быть лишь временной и не обладает признаками целостности и завершенности.

### **Заключение**

Таким образом, из четырех основных моделей социального взаимодействия: социальной конкуренции, социальной кооперации, социального партнерства и самоуправления, именно конкуренция оказывается наименее подходящей для обеспечения социальной безопасности личности. Конкуренция разобщает людей, поскольку строится на частной собственности и обслуживает рыночную экономику. При таких детерминантах даже самая добросовестная конкуренция оказывается заложницей эгоистических настроений определенной части общества и служит интересам этой части отнюдь не в той мере, в какой она должна была бы служить интересам всех.

### **Библиография**

1. Гелбрэйт Дж.К. Экономика невинного обмана. М., 2004. 286 с.
2. Робинсон Дж. Экономика несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 2009. 88 с.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эконов, 1993. Ч. 1. С. 46-61.
4. Стиглер Дж. Совершенная конкуренция: исторический ракурс // Вехи экономической мысли. СПб.: Экономическая школа, 2000. Том 2. 534 с.
5. Стожко К.П. (ред.) Конкуренция и ответственность. История. Теория. Практика. Екатеринбург, 2010. 592 с.
6. Струве П.Б. Интеллигенция и революция // Вехи. Интеллигенция в России. СПб., 1997. 302 с.
7. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. М.: Прогресс, 1992. 304 с.
8. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции. М.: Экономика, 1996. 405 с.
9. Шабатура Л.Н. Социогенез традиции. Екатеринбург, 2003. 209 с.
10. Янжул И.И. Экономическое значение честности. Забытый фактор производства // Избранные труды. М.: Наука, 2005. 456 с.

## **Social competition in the context of social security of the person**

**Andrei V. Shilovtsev**

PhD in History, Associate Professor,  
Ural State Agrarian University,  
620075, 42, Karla Libknekhta st., Ekaterinburg, Russian Federation;  
e-mail: a.shilovtsev@mail.ru

### **Abstract**

The article deals with the theoretical and methodological foundations of the category "social competition", reveals the most characteristic features of various concepts of competition. Unlike Western and Eastern civilizations, where the importance of spirituality is not taken into account, in Russia this phenomenon has its own long traditions and is significant enough for all spheres of public life. Competition is the least suitable for ensuring the social security of the individual, because it disunites people, because it is built on private property and serves primarily a market economy. The most superficial and "transitional" form of social interaction in which a person's socialization takes place is a system of partnerships. Within its framework, institutional changes take place that allow

---

to combine, to varying degrees, the different goals of the participants and to maintain the difference in their interests. Since there is no complete (total) coincidence between goals and interests in partnerships, it becomes clear that such a system can only be temporary and does not have signs of integrity and completeness. Competition divides people, as it is built on private property and serves the market economy. With such determinants, even the most conscientious competition is held hostage to the selfish attitudes of a certain part of society and serves the interests of this part in no way to the extent that it should serve the interests of all.

### For citation

Shilovtsev A.V. (2018) Sotsial'naya konkurentsia v kontekste sotsial'noi bezopasnosti lichnosti [Social competition in the context of social security of the person]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 7 (2A), pp. 107-113.

### Keywords

Spiritual and moral basis, monopolism, competition, cooperation, social security of the individual, social competition, interaction, theoretical and methodological model, traditions, value priorities.

## References

1. Chamberlin E. (1996) *Teoriya monopolisticheskoi konkurentsii* [Theory of monopolistic competition]. Moscow: Ekonomika Publ.
2. Galbraith J. (2004) *Ekonomika nevinnogo obmana* [The economy of innocent deception]. Moscow.
3. Hayek F. (1992) *Pagubnaya samonadeyannost'* [Pernicious self-confidence]. Moscow: Progress Publ.
4. Robinson J. (2009) *Ekonomika nesovershennoi konkurentsii* [Economy of imperfect competition]. Moscow: Progress Publ.
5. Shabatura L.N. (2003) *Sotsiogenez traditsii* [Sociogenesis of tradition]. Ekaterinburg.
6. Smith A. (1993) *Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov* [Research on the nature and causes of the wealth of peoples]. Moscow: Ekonov Publ. Part 1.
7. Stigler J. (2000) Sovershennaya konkurentsia: istoricheskii rakurs [Perfect competition: a historical perspective]. In: *Vekhi ekonomicheskoi mysli* [Milestones of economic thought]. St. Petersburg: Ekonomicheskaya shkola Publ.
8. Stozhko K.P. (ed.) (2010) *Konkurentsia i otvetstvennost'. Istoriya. Teoriya. Praktika* [Competition and responsibility. History. Theory. Practice]. Ekaterinburg.
9. Struve P.B. (1997) *Intelligentsiya i revolyutsiya* [Intelligentsia and revolution]. In: *Vekhi. Intelligentsiya v Rossii* [Milestones. Intelligentsia in Russia]. St. Petersburg.
10. Yanzhul I.I. (2005) *Ekonomicheskoe znachenie chestnosti. Zabytyi faktor proizvodstva* [The economic importance of honesty. The Forgotten Factor of Production]. In: *Izbrannye Trudy* [Selected works]. Moscow: Nauka Publ.