

УДК 316.322

DOI: 10.17223/1998863X/38/8

Ю.В. Грицков, Д.В. Львов

АРХЕТИП КОРПОРАТИВНОСТИ В ГЛОБАЛИЗАЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

Предпринята попытка выявить архетипические детерминанты глобализационного процесса. Исследуются особенности работы программ архетипа корпоративности в современном «западном глобализационном проекте».

Ключевые слова: глобализация, архетип корпоративности, Самость, двойные стандарты, социальные инстинкты.

Я постоянно говорю о том, что за нашей психологией тянется длинный ископаемый хвост, а именно: вся история нашей семьи, нашей нации, Европы и мира в целом... и никогда не следует забывать о том, что мы несём на себе всю тяжесть человеческого бытия – не больше и не меньше.

К.-Г. Юнг

Логику современного глобализационного процесса принято осмысливать в геоэкономической парадигме. При этом в качестве главных глобализационных детерминант рассматриваются закономерности функционирования мирового рынка, интересы международного капитала и деятельность транснациональных корпораций. Исследование механизмов коллективного бессознательного в рамках данной парадигмы не выглядит слишком актуальным, поскольку мировой рынок с его закономерностями сформировался *относительно недавно*, а архетипы по определению суть оформившиеся *в далёком прошлом* феномены социальной реальности. Однако было бы странно предположить, что эти прошедшие многовековой эволюционный отбор и глубоко укоренённые в общественном бытии структуры коллективного бессознательного никак не участвуют в глобализационном процессе. Ведь эти структуры закрепились в коллективном бессознательном именно потому, что оказались наиболее успешными «инвариантами» урегулирования постоянно возникающих в социуме проблемных ситуаций. В связи с этим нам представляется важным эксплицировать архетипические детерминанты глобализационного процесса.

Центральное место среди архетипов коллективного бессознательного занимает Самость – архетипическая программа, конституирующая переживание человеком разделённости бытия на внутреннее и внешнее («Я-бытие» и «Не-Я-бытие»), формирующая экзистенциальный самообраз человека как выделенного из окружающего мира и противопоставленного ему существа [1]. В результате работы архетипа Самости человек «обнаруживает себя в мире» – осознаёт своё «Я» как одновременно *субъекта и объекта собственного бытия*. Именно эта ситуация ставит человека перед «вечными фило-

софскими вопросами»: кто я, откуда и зачем?; что есть мир вне меня?; в чём смысл моего присутствия здесь и как мне следует взаимодействовать с миром, в том числе с другими «Я»?

В дискурсе парадигмы К.-Г. Юнга Самость представляет собой архетипическую программу, конституирующую задачу сохранения собственного присутствия в мире (задачу разработки и осуществления проекта присвоения-завоевания этого мира). Однако «жизненный ресурс» Я-Самости весьма ограничен, она отчаянно нуждается в его увеличении для отражения угроз со стороны Мира, в том числе со стороны других Самостей. В логике этой ситуации Я-Самости оказывается жизненно важно идентифицировать себя с каким-либо сообществом Самостей, которое будет восприниматься её членами как выделенная из мира, целостная и уникальная Мы-Самость. Гарантом могущества такой Мы-Самости служит экзистенциальное единение входящих в неё Я-Самостей.

Как мы показали в работе [1], в формировании всякой групповой идентичности задействована программа коллективного бессознательного, трансформирующая архетипический образ «Я и Мир» в архетипический образ «Мы и Мир». В результате такой трансформации члены группы начинают воспринимать себя как часть выделенной из остального мира целостности – «Мы-Самости». Эту программу, встраивающую Самость индивида в Самость группы, мы назвали *архетипом корпоративности*.

Архетип корпоративности конституирует в качестве базовой ценности доминирование общих для группы интересов над частными, обуславливает идентификацию в качестве «своих» тех, кто разделяет групповые ценности и нормы, и в качестве «чужих» – тех, кто их не разделяет, задаёт стандарты взаимодействия «своих со своими» и «своих с чужими».

Динамическим результатом работы данного архетипа является формирование коллективного социального субъекта с присущим ему набором принципов взаимодействия с окружающим миром. В соответствии с этим «любая организация, объединение или учреждение уже вскоре после своего создания начинают жить собственной жизнью, обретают свой характер и традиции, волю к жизни и волю к росту» [2. С. 259].

Таким образом, архетип корпоративности выстраивает у входящих в Мы-Самость индивидов восприятие себя как части социокультурной общности и восприятие остального мира через призму принадлежности к этой общности. Понятно, что складывающиеся у членов группы картины происходящего различаются в деталях, но единый для всех них «угол зрения» обеспечивает выработку согласованной позиции.

Интересно сопоставить работу программ коллективного бессознательного с работой закреплённых на генетическом уровне инстинктивных программ. Как те, так и другие являются результатом коллективного (популяционного) опыта. Как те, так и другие задают стандарты реагирования на стандартные вызовы внешней среды и тем самым способствуют выживанию группы. Базируясь в сфере неосознаваемого, они в то же время имеют существенное, зачастую определяющее влияние на вполне осознаваемое поведение, а также на восприятие окружающего мира в целом.

Пожалуй, важнейшим отличием архетипов от инстинктов, которое может послужить критерием разграничения этих понятий, является то, что инстинкты являются программами, обеспечивающими выживание биологического вида (филогенез), тогда как архетипические программы «заточены» на выживание социокультурной общности (социогенез). Важно подчеркнуть, что в процессе социальных взаимодействий архетипические программы способны блокировать инстинктивные программы поведения (поступать в обход инстинктов, вопреки инстинктам).

Из этого естественным образом вытекает ещё одно значимое отличие архетипов от инстинктов: в работе последних не задействованы никакие культурные знаки и символы, тогда как первые не могут функционировать без соответствующего символического наполнения, которое К.Г. Юнг называл архетипическими образами и отграничивал от собственно архетипов как бессознательных программ, участвующих в выстраивании этих образов. При этом архетипические образы намного более вариативны и существенно обусловлены особенностями культуры конкретного сообщества.

В отличие от иррациональных по природе архетипических программ, действующих в обход рационального мышления, программирующие социальное поведение *юридические законы* принимаются в полной мере осознанно, в соответствии с четко прописанными процедурами. В то же время они, как и архетипы, выступают инвариантными схемами регламентации единичных ситуаций. Юридические законы появляются в результате осознания необходимости государственного регулирования определённого типа ситуаций и накопления коллективного опыта такого регулирования. Важно подчеркнуть, что исполнение членами мы-сообщества рационально сформулированных юридических норм существенным образом зависит от согласованности этих норм с архетипическими программами.

Архетипические образы служат своего рода символическими «подсказками» коллективного бессознательного представителям культурного сообщества в процессе осмысления/интерпретации ими многообразных конкретных ситуаций. Будучи намного более вариативными и подвижными, нежели архетипические программы, они выступают своеобразным буфером между ними и постоянно обновляющейся реальностью. Таким образом, динамичность продуцируемых культурой архетипических образов-символов обеспечивает активизацию базовых архетипических программ в принципиально новых ситуациях. Из этого следует, в частности, что нынешний глобализационный процесс может фундаментализироваться теми же архетипическими программами, что действовали и ранее.

В качестве примера такого фундаментализирования рассмотрим работу подпрограммы архетипа корпоративности, обуславливающей наличие в любой Мы-группе двойных стандартов: предвзято позитивного отношения к «своим» и предвзято негативного – к «чужим». Причём первое осмысливается членами группы как «естественный» общечеловеческий стандарт, а второе требует дополнительного обоснования. Легитимизация практики двойных стандартов достигается, как правило, идеализацией «своих» и демонизацией «чужих», приписыванием тем и другим наряду с действительными мифическими свойств. Двойные стандарты, создающие режим наибольшего благоприятствования

ования по отношению к «своим», обеспечивают Мы-группе сплочённость её членов и тем самым увеличивают ресурс её выживания.

В контексте нашего исследования интересна идея, высказанная А.И. Фетом [3]. По его мнению, биологический инстинкт деления особей своего вида на своих и чужих, в той или иной мере присущий всем высшим животным, у человека «глобализовался». Это означает, что идентификация «своих» у человека происходит не в соответствии с заложенными в инстинктивной (генетически наследуемой) программе метками, а в соответствии с метками, обозначенными в традициях (культурно наследуемыми). Таким образом, инстинктивная программа по распознаванию «своих» у человека открыта и не может существовать без культурного наполнения. Изменение такого культурного наполнения приводит к соответствующему изменению идентификационного кода и, как следствие, изменению круга людей, воспринимаемых как «свои».

При этом отношение к «чужим» может принимать самые радикальные формы, вплоть до трактовки их вообще как нелюдей или недолудей, как это имело место, например, в нацистской идеологической модели. Впрочем, в этом же смысле оформлялись и многие менее радикальные формы групповой идентичности. Например, с намного большим пиететом воспринимаемые нами эллины и древние римляне имели специальное слово для обозначения всех, кто не входил в их цивилизованный мир, – варвары. В этом смысле интересны рассуждения о связи античной концепции Ойкумены с процессом распространения на весь известный древнему эллину или древнему римлянину мир требований соответствия определенным цивилизационным стандартам, обозначаемым рядом авторов как «античная глобализация» [4]. Однако «античный глобализационный проект» перестал существовать вместе с Римской империей.

Крупнейшие «глобализационные проекты», претендовавшие на монополию в производстве социокультурных образцов в эпоху Средневековья, – христианство и ислам, в которых маркером разделения на своих и чужих выступает принятие/непринятие системы сакрализованных догматов и императивов, назначенных на роль «общечеловеческих социальных инстинктов». В рамках этих проектов сформировались поликультурные и полинациональные идентичности («христианский мир» и «мусульманский мир»). Однако и эти проекты «забуксовали», поскольку императивы христианской и мусульманской «Мы-Самостей» зачастую оказываются слабее императивов вошедших в них региональных, этнических и иных Самостей. В таких случаях, как мы уже выяснили, архетипическая программа корпоративности, идентифицирует единоверцев как «внутренних чужих» (еретиков) и проецирует на них «образ врага» со всеми вытекающими последствиями [5].

Современный «западный» глобализационный проект отличается от предыдущих тем, что ни этническая, ни религиозная, ни языковая, ни географическая, ни какая-либо иная традиционная групповая принадлежность не выступают маркерами для различения «своих» и «чужих». В качестве «своих» здесь воспринимаются те, кто разделяет убеждение в закономерности и справедливости процесса универсализации цивилизационных стандартов по образцам, разрабатываемым западной цивилизацией. Несогласные с тем, что общечеловеческая Мы-самость должна создаваться «по образу и подо-

бию» нынешнего мирового лидера, – «чужие» (отсталые варвары, недолjudы, лузеры эволюционного процесса).

Западный мир как субъект своего глобализационного проекта *в полном соответствии с архетипической программой корпоративности* стремится превратить собственную Мы-Самость во «всеобщую Самость всех». Чтобы преодолеть сопротивление исторически сложившихся «чужих» «Мы-Самостей», он пытается демонтировать их социокультурные коды, используя для этой цели обширный арсенал экономических, военных, политических, психологических и прочих рычагов. В частности, с целью разрушения чувства групповой идентичности противостоящих ему мы-групп атакует важнейшие области их картин мира – ядерные, священные символы, мифологемы, ценности, стандарты взаимоотношений.

Параллельно со стандартизацией в экономической, технологической и бытовой сферах (за этим процессом закрепился термин «макдональдизация» [6]) осуществляется стандартизация в сфере духовного производства: «мировым гегемоном» лавинообразно тиражируются и распространяются на все регионы планеты продукты массовой культуры; технологизируются и обезличиваются межчеловеческие взаимоотношения; нивелируются духовные потребности и запросы, стираются различия в политической, нравственной, культурной жизни.

Если какая-то мы-группа не во всём соответствует стандартам мирового лидера, то её следует «цивилизовать». И до тех пор, пока она не будет «подтянута» к соответствующим стандартам, её членов следует снисходительно рассматривать как еще-не-вполне-людей. Это означает, что по отношению к ним не просто можно, но даже следует занять менторскую позицию и наставлять их «на путь истинный».

Именно такой линии придерживается Евросоюз, который выставляет странам-кандидатам на принятие в свой состав целый ряд условий, которые подразумевают приведение дел (даже внутренних) потенциального неопита в соответствие с «европейскими стандартами», освященными «европейскими ценностями». При этом до принятия в Евросоюз страна-кандидат должна пройти по «дорожной карте», сдав своеобразный «экзамен» Еврокомиссии и получив предварительно статус «ассоциированного члена». И только после прохождения всего пути можно будет совершить над неопитом некий ритуал инициации и принять его как полноценного и равноправного члена.

Декларирование своих стандартов как универсальных, соответствующих человеческой природе и потому обязательных для всего человечества, происходит в миссионерской позиции, подразумевающей не только не подлежащую сомнению правоту, но и моральную обязанность распространять свои стандарты на все мы-группы, даже вопреки их желаниям. Отсюда-то и проистекает известная концепция о «бремени белого человека».

Те, кто недостаточно прилежно стремится соответствовать заданным стандартам, классифицируются как непослушные дети, которых следует пожеурить. Те, кто упорствует в своем несоответствии, воспринимаются уже скорее как хулиганы, которых необходимо наказать. Следующая ступень – преступники-рецидивисты, с которыми нужно вести систематическую целенаправленную борьбу. Наконец, особо провинившиеся – последовательно

отстаивающие собственные ценности и стандарты, обозначаются как противостоящее цивилизованному человечеству абсолютное зло. Причем сторона, на которую навешивается ярлык абсолютного зла, очень скоро отвечает тем же. Ведь это идеально ложится в архетипическую схему корпоративности, в которой для сплочения мы-группы необходимо противопоставление они-группе. И чем жестче это противопоставление, тем быстрее и эффективнее разворачивается архетипическая программа корпоративности и реализуется идентификационное сплочение мы-группы. Таким образом, взаимная враждебность двух общностей в определенном смысле венчает собой архетипическую схему корпоративности.

Так, например, на вершине холодной войны президент США напрямую назвал СССР «империей зла», а другой президент спустя двадцать с небольшим лет вбросил в политический дискурс еще одно примечательное словосочетание – «ось зла». И подобное восприятие характерно отнюдь не только для современности. Чем иным, кроме как средоточением зла, в Средневековье были друг для друга христианский запад и мусульманский восток?

В данном контексте интересно также упомянуть о концепции столкновения цивилизаций С. Хантингтона [7], который постулирует неизбежность не просто противостояния, но активного конфликтования цивилизаций, понимаемых как очаги возникновения ценностных систем и идентификационных кодов для больших социокультурных общностей.

Очевидно, что реализация западного глобализационного проекта фактически означала бы либо исчезновение всех незападных социокультурных общностей, либо их деградацию до периферийных «сырьевых придатков» мирового лидера. По нашему мнению, неизбежность крушения данного проекта обусловлена неизбежностью осознания большинством субъектов современного исторического процесса того, что его реализация выгодна лишь самому западному миру. Но в настоящее время только сильные, самодостаточные культурно-исторические общности способны открыто противостоять «глобализационному давлению» западного мира. Большинству стран приходится приспосабливаться, откладывая «до лучших времён» свои принципиальные возражения против такого развития событий.

Как видим, архетип корпоративности задействован в любом глобализационном проекте, причём диалектически противоречивым образом. С одной стороны, он обеспечивает его сторонникам возможность экзистенциального переживания принадлежности к потенциально самой мощной, общечеловеческой Самости. С другой стороны, эта архетипическая программа запускает механизмы предвзятого отношения – позитивного к «своим» и негативного, даже враждебного, к «чужим». То есть экзистенциальное единение со «своими» достигается благодаря наличию «чужих», которых в случае осуществления глобализационного проекта просто не должно остаться. При фактическом расширении мы-группы до всего человечества придётся признать, что бывшие «чужие» стали «своими». Но насколько чужие перестают восприниматься как чужие, настолько свои перестают восприниматься как свои. Значит, в случае отсутствия «чужих» экзистенциальное единение уже не может быть обеспечено архетипом корпоративности.

В связи с этим возникают вопросы:

– Возможен ли в принципе осуществимый глобализационный проект или смысл любого глобализационного проекта, как считает, например, Е.В. Пензина [8], заключается не в осуществлении, а в самом его существовании?

– Как возможно такое объединение человечества, в котором не будет деления на антагонистические фракции, имеющие среди своих моральных оснований обязательную и понимаемую как необходимую борьбу с иными фракциями?

– Реализуем ли на практике космополитический проект неразделенного на антагонистические группы, управляемого «мировым правительством» человечества?

Можно предположить, что преодолению порождаемых архетипом корпоративности противоречий будет способствовать популярный в настоящее время проект объединения человечества в единое целое перед лицом так называемых глобальных угроз – глобального потепления, демографического взрыва, истощения природных ресурсов, вопиющего неравенства в распределении материальных благ, пандемий и тому подобных проблем, которые не могут быть решены усилиями отдельных глобальных игроков. В этом проекте культурно-символическое наполнение архетипической ситуации «Мы и Мир» модифицируется таким образом, что в позиции «Мы» («свои») оказывается всё человечество, а «Мир» предстаёт в образе «чужого» – враждебного и смертельно опасно-госубъекта. Таким образом, заложенное в архетипической программе требование противостояния с они-группой «чужих» выполняется.

Однако осуществление данного проекта возможно лишь в том случае, если императивы общечеловеческой «Мы-Самости» окажутся сильнее императивов составляющих её более мелких Самостей, что позволило бы надёжно блокировать работу архетипической программы «свой-чужой» на уровнях вошедших в человечество мы-групп. А это вряд ли может произойти раньше, чем случится глобальная катастрофа. Во всяком случае, решение этой задачи представляется невозможным без усиления культурно-символического компонента в связке коллективного рационального и коллективного бессознательного, что инструментально является весьма трудноразрешимой задачей.

И ещё одно замечание. Из того, что архетипы есть intersubjective, коллективное отражение *типических для человеческого сообщества ситуаций*, следует, что если типическими станут иные объективные ситуации (например, вследствие генетического перепрограммирования человека), то со временем должны неизбежно произойти соответствующие изменения и в коллективном бессознательном. Значит, если глобализация действительно имеет фундаментальный характер, т.е. порождает принципиально новые типические экзистенциальные ситуации, то это повлечет за собой, пусть и по прошествии длительного времени, соответствующие изменения в архетипическом ядре коллективного бессознательного всего человечества. Что само по себе поднимает множество вопросов.

Литература

1. Грицков Ю.В., Львов Д.В. Архетипы внутригруппового единства // Вестник ОмГПУ. Гуманитарные исследования. 2015. № 3 (7). С. 17–20.
2. Паркинсон С.Н. Законы Паркинсона. М.: Политиздат, 1990.

3. Фет А.И. Инстинкт и социальное поведение. Новосибирск: Издательский дом «Сова», 2005. С. 25–46.
4. Артановский С.Н. Глобализация и де-глобализация // Вестник СПбГУКИ. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств. № 4 (9). 2011. С. 6–14.
5. Львов Д.В. Архетипическая составляющая организационной культуры: дис. ... канд. филос. наук. Красноярск, 2012. 145 с.
6. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002. 688 с.
7. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. 603 с.
8. Пензина Е.В. Феномен глобализации: глобализация и вестернизация // Вестник КрасГАУ. Красноярск, 2012. № 8. С. 228–233.

Gritskov Yuri V. Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russian Federation)

E-mail: devlal86@gmail.com

DOI: 10.17223/1998863X/38/8

Lvov Denis V. Siberian Federal University (Krasnoyarsk, Russian Federation)

E-mail: devlal86@gmail.com

DOI: 10.17223/1998863X/38/8

ARCHETYPE OF CORPORATIVITY IN GLOBALIZATION PROCESS

Key words: *globalization, corporativity archetype, the Self, double standards, social instincts*

In the formation of any group identity is enabled the collective unconscious program, transforming the archetypal image of "I and the World" in the archetypal image of "We and the World". This program, embedded the individual Self in the Self group, we have called the archetype of corporativity. The current globalization process can substantiate the same archetypal programs that worked before. The Western world, as the subject of its globalization project, in full compliance with the archetypal program of corporativity seeks to make its own We-Self in the "universal-all-of-us-Self". If any we-group doesn't fit in all the world's leading standards, it should be "civilize". And as long as it will not be "tightened" to the appropriate standards its members should be regarded still-not-quite-human. Corporativity archetype is involved in any Globalization project, with dialectically contradictory manner. On the one hand, it provides the possibility of its supporters existential experience of belonging to a potentially very powerful universal Self. On the other hand, the program starts the archetypal mechanisms bias - positive to "ours" negative and even hostile to the "others". We can assume that overcoming the contradictions generated by the archetype of corporativity will promote through the popular at the moment project of humanity unification into a single entity in the face of the so-called global threats. However, the implementation of this project is possible only if the imperatives of the universal "we-self" will be stronger than the imperatives of its constituent smaller selves, that would reliably block the work of the archetypal program "ours-others" on the levels of the we-groups included in the humanity. And this is unlikely to happen before a global catastrophe. Anyway, the solution to this problem is impossible without strengthening the cultural and symbolic components in the bundle of collective rational and collective unconscious, which instrumentally is rather formidable task.

References

1. Gritskov, Yu.V. & Lvov, D.V. (2015) Archetypes of in-group unity. *Vestnik OmGPU. Gumanitarnye issledovaniya – Newsletter of Omsk State Pedagogical University Humanitarian Research*. 3(7). pp. 17–20. (In Russian).
2. Parkinson, S.N. (1990) *Zakony Parkinsona* [Parkinson's Laws]. Translated from English. Moscow: Politizdat.
3. Fet, A.I. (2005) *Instinkt i sotsial'noe povedenie* [Instinct and social behavior]. Novosibirsk: Sovo. pp. 25–46.
4. Artanovskiy, S.N. (2011) Globalization and de-globalization. *Vestnik SPbGUKI – Bulletin of Saint Petersburg State University of Culture and Arts*. 4(9). St. Petersburg: Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet kul'tury i iskusstv, 2011. pp. 6–14. (In Russian).
5. Lvov, D.V. (2012) *Arkhetipicheskaya sostavlyayushchaya organizatsionnoy kul'tury* [Archetypal component of organizational culture]. Philosophy Cand. Diss. Krasnoyarsk.
6. Ritzer, J. (2002) *Sovremennye sotsiologicheskie teorii* [Modern sociological theories]. 5th ed. Translated from English. St. Petersburg: Piter.
7. Huntington, S. (2003) *Stolknovenie tsivilizatsiy* [The Clash of Civilizations]. Translated from English by T. Velimeev. Moscow: AST.
8. Penzina, E.V. (2012) Fenomen globalizatsii: globalizatsiya i vesternizatsiya [The phenomenon of globalization: Globalisation and westernisation]. *Vestnik KrasGAU – The Bulletin of KrasGAU*. 8. pp. 228–233.