

Фестиваль «Радость Пасхи» имеет большую представительскую географию христианских церквей, поскольку в БНТУ проходят обучение студенты из разных государств, где существуют богатые традиции духовной жизни и культуры. Это государства не только европейского, но и евразийского региона.

С уважением и наилучшими пожеланиями,
Ректор Белорусского национального
технического университета

Б. М. Хрусталеv

Пленарные выступления

Бровка Г. М. Методики исследования возникающих рисков и угроз в политических и социально-экономических системах

Одним из наиболее эффективных методов изучения угроз и рисков, возникающих в процессе обеспечения инновационной безопасности, является метод форсайта. Следует отметить, что на сегодняшний день ни одна страна, включая США и Японию, расходуящих на науку сотни миллионов долларов в год, не может вести полномасштабные исследования одновременно по всем научным направлениям, поскольку это потребовало бы сверхрасходов на оборудование и подготовку специалистов. В этих условиях они научились эффективно определять приоритеты своего научно-технического и инновационного развития, сохраняя лидирующие позиции в наиболее перспективных областях. С 1950-х гг. правительствам стран формируются специальные программы, определяющие приоритетные области развития науки и технологий. Методы, используемые в этих проектах и получившие обобщающее название Форсайт, от английского Foresight – «предвидение», зарекомендовали себя как наиболее эффективный инструмент выбора приоритетов в сфере науки и технологий, а в дальнейшем – и применительно к более широкому кругу проблем социально-экономического развития. Широкое и стремительное распространение методологии форсайта можно объяснить возникновением новых проблем и вызовов в мировой экономике: все более возрастающей конкуренцией; барьерами, возникающими при осуществлении государственного финансирования; возрастающей сложностью и повышением роли научной

и технологической компетенции. Необходимость решения данных проблем обуславливает применение форсайта как эффективного инструмента.

Основными причинами применения форсайта являются:

- потребность в более детальном и точном прогнозировании перспективы развития региона во взаимодействии с интересами участников процесса, следовательно, улучшения процесса принятия решений;

- потребность в создании сети субъектов, активно действующих в разработке будущего развития хозяйственной системы и являющихся потенциальными участниками (органы власти, бизнес, население, туристы, мигранты);

- необходимость создания альтернативных направлений для будущего развития;

- необходимость активизации имеющихся резервов хозяйствующего субъекта, мотивации изменений и др.

Исследования ученых в области российской и зарубежной теории и практики применения форсайта предлагают нам ряд определений, касающихся сущности данной методики.

Американский экономист профессор Бен Мартин предлагает нам классическое определение форсайта как «систематические попытки заглянуть в долгосрочное будущее развития науки, технологии, экономики и общества с целью предвидеть стратегические области научных исследований и появление базовых технологий, применение которых может принести весьма значительную экономическую и социальную выгоду».

Л. Георгио считает, что форсайт – это «средство систематической оценки тех направлений развития науки и технологии, которые могут иметь сильное влияние на конкурентоспособность компаний, создание богатства и качество жизни».

П. Беккер под форсайтом понимает «процесс активного познания будущего и создания видения среднесрочной и долгосрочной перспектив; систематическое исследование будущего науки, экономики и общества с целью поддержки принятия актуальных решений и мобилизации совместных усилий для их исполнения».

С точки зрения Организации объединенных наций по промышленному развитию форсайт представляет собой систематическую попытку заглянуть в долгосрочное будущее науки, технологии,

экономики и общества с целью идентификации зон стратегического исследования и создания родовых технологий, которые могут приносить самые крупные экономические и социальные выгоды. В.П. Третьяк считает, что «форсайт представляет собой созидательную технологию воздействия на формирующееся будущее с помощью согласования партикулярных интересов различных слоев гражданского общества и посредством стимулирования их активности в сфере использования ключевых технологий».

Суть форсайта заключается в создании механизма сбалансированности интересов различных целевых аудиторий на определенной территории, что позволяет нам сделать ряд выводов.

Форсайт отличается от традиционного прогнозирования. При разработке форсайт-проектов участвуют эксперты, привлекаемые из различных слоев гражданского общества – политики, ученые, представители бизнеса, потребители. Процесс форсайта, особенно в области создания связей между людьми, должен помочь сформулировать общий взгляд на будущее, его общую картину. Однако, если говорить о сходстве, следует отметить, что в форсайт включены различные методы разработки прогнозов, однако ориентирован он на выработку сверхдолгосрочных прогнозов. При помощи форсайта могут быть определены технологические области возможных эффективных прорывов. Рассматривая отличия и практику применения, можно выделить ряд основных признаков, присущих форсайт-технологии:

1. Форсайт направлен на выявление перспектив развития в будущем, потенциальных возможностей и проблем.

2. Форсайт объединяет основных субъектов политики для разработки стратегических документов и для исследования перспектив развития в будущем.

3. Форсайт направлен на «действие», т.е. на реализацию конкретных мер сегодня.

4. Форсайт основывается на интерактивных методах и моделях исследования будущего.

5. Форсайт, в отличие от прогнозирования, является активным процессом, способным привести к разработке действенных мер, подлежащих реализации на сегодняшний момент.

6. Форсайт прогнозирует возможный ущерб от отставания исходя из прогнозирования технологий к прогнозированию возможно-

стей занятия рынка и получения дохода от применяемых новых технологий.

Главным отличием форсайт-технологий от планирования и прогнозирования является характер информации на выходе: ориентирующий характер прогнозной информации «вероятно, будет»; нормативность плановой информации «должно быть». Форсайт, в отличие от традиционного прогнозирования, занимается проектированием из будущего в настоящее: мы представляем картинку будущего, описываем ее, после чего возвращаемся обратно и составляем план, как достичь этой картинки.

Форсайт и прогнозирование имеют общие черты. Прогноз – это научно обоснованное суждение о возможных состояниях некоторого объекта в будущем и (или) об альтернативных путях и сроках достижения этих состояний.

Как в форсайте так и в прогнозировании учитываются объективные тенденции и силы, которые влияют на развитие. В форсайте используются такие методы прогнозирования как сценарное планирование, метод Дельфи, экспертные обсуждения, мозговой штурм, фокус-группы, экспертные панели. В обоих методах определяются критические технологии.

Вместе с тем форсайт имеет существенные отличия:

- во-первых, если традиционное прогнозирование осуществляется учёными, то форсайт привлекает бизнес, правительство, научно-техническую сферу, общественность – всех ключевых участников развития;
- во-вторых форсайт способствует сотрудничеству и кооперации между государством, бизнесом, учёными и общественностью;
- в-третьих, форсайт развивает способность и культуру предвидения в обществе;
- в-четвертых, данная методология предусматривает возможность выбора варианта действий в зависимости от «видения» будущего;
- в-пятых, он содержит элементы активного влияния на будущее [9].

Одним из ключевых условий успешности форсайта является готовность общества совместно оценить долгосрочные перспективы развития страны, отвлекаясь от краткосрочных конъюнктурных моментов.

На выбор методов форсайт-исследований влияет ряд факторов: во-первых, наличие ресурсов (в первую очередь времени и денег); во-вторых, результаты, которые требуется получить; в-третьих, спонсорские предпочтения; в-четвертых, природа рассматриваемых предметных областей; в-пятых, целевые группы.

Набор подходов, которые используются в форсайте, постоянно расширяется и включает в себя десятки разнообразных методов: качественные (интервью, морфологический анализ, обзоры литературы, «дерево целей», метод сценариев, ролевые игры и др.); количественные (метод экстраполяции, анализ и прогноз индикаторов методов, моделирование и др.); синтетического характера (дорожное картирование, метод Дельфи, критические технологии, игровое моделирование, патентный анализ и др.).

Главным условием успешного использования форсайта является применение методов, которые обеспечивают эффективную работу привлекаемых экспертов. Любая программа форсайта требует определение комбинации методов использования и привлекаемых источников информации. Проблема выбора наиболее эффективной группы методов форсайта является всегда актуальной.

Метод экспертных панелей используется практически во всех форсайт-проектах: группам экспертов из 12-20 человек предлагается в течение нескольких месяцев обдумать возможные варианты будущего по заданной тематике, используя новейшие аналитические и информационные материалы и разработки. Основными преимуществами метода экспертных панелей являются: взаимодействие между представителями различных научных дисциплин и областей деятельности, которое трудно организовать в иных условиях; присутствие экспертов во время всего процесса работы; сильная доказательная база; может раскрывать потенциал инноваций или непредвиденные риски. К недостаткам можно отнести: ошибки экспертов (человеческий фактор); чрезмерно большое количество экспертов в группе может привести к значительной полярности полученных результатов; метод является одним из наиболее дорогостоящих, трудоемких и ресурсно-затратных методов.

Метод сценариев – одна из самых старых и эффективных технологий работы с будущим, предполагающая разработку нескольких развернутых картин будущего, каждая из которых реализуется при исполнении определенных условий. В процессе применения сцени-

рование предполагает набор альтернативных текстов, которые выстраиваются вокруг тщательно отобранных точек. В данном случае то, что произойдет прогнозируется и проектируется одновременно. Преимуществами сценарирования являются возможности: избегания непредвиденных кризисов; создания общего понимания реальных проблем; объективного выявления круга возможных вариантов развития хозяйствующего субъекта; формирования у экспертов навыков стратегического мышления; выработки навыков коллективной работы. Недостатками метода являются: проблема выбора профессиональной экспертной рабочей группы; высокая степень субъективности; результаты могут недостаточно аргументированы; высокая трудоемкость; немалые финансовые затраты.

Метод Дельфи – это технология, которая применяется для прогнозирования и экспертизы. Данный метод был разработан Гордоном и Хелмером в 1953 году в RAND Corp. (США). Данный метод заключается в структурировании процесса групповой коммуникации, который направлен на создание условий эффективной работы группы над комплексной проблемой. Метод Дельфи использует независимые опросы экспертной панели, позволяющие определять вероятность, значение и следствие факторов, тенденций и событий, которые связаны с поднимаемой проблемой. По результатам первого этапа опросов участники экспертной панели получают все ответы, которые даны другими участниками анонимно. Этот прием позволяет экспертам уточнить и скорректировать свои позиции. Основным преимуществом метода является возможность получить развернутые, прозрачные и объективные результаты. Метод Дельфи позволяет избежать влияния авторитетных и активных участников на остальных, а также снимает проблему сбора всех экспертов в одно время в одном месте.

В 1953 г. А. Осборн разработал метод мозгового штурма. Это эффективный метод решения проблемы, основанный на стимулировании творческой активности, при этом участникам во время обсуждения предлагается высказывать как можно большее количество вариантов решения. Далее из всех высказанных идей отбираются наиболее удачные, которые подлежат использованию на практике. Это хороший способ быстро определить основные возможности и риски, связанные с поставленной задачей, определить различные возможные варианты ее разрешения, а также сформулировать аль-

тернативные долгосрочные стратегии. Метод мозгового штурма требует достаточно маленьких финансовых затрат на реализацию, позволяет формировать нестандартные варианты развития поставленной задачи, имеет достаточно надежную и апробированную технику прогнозирования. Однако, он не дает 100% результатов в случае применения в качестве единственного метода.

Экстраполяция трендов – также один из наиболее широко используемых методов прогнозирования, заключающийся в экстраполяции, т.е. в продлении в будущее тенденции, наблюдавшейся в прошлом. Преимуществом метода является его быстрота и дешевизна при наличии необходимых данных. К недостаткам можно отнести: вероятность неверности количественных методов, неверного интерпретирования результатов экстраполяции; неспособность метода оценить движущие факторы изменений и эволюцию этих факторов; оценки границ экстраполяции могут базироваться на недостаточной информации.

Метод технологической дорожной карты был впервые применен в конце 1970-х гг. компанией Motorola. Он используется для выработки долгосрочных стратегий развития технологий. Технологические дорожные карты представляют собой создание визуального представления плана-сценария развития технологий, который фиксирует возможные сюжеты и точки критических решений.

Данный метод позволяет подготовиться к изменениям и извлечь преимущества из новых возможностей. Преимуществами технологических дорожных карт являются: возможность оценки угроз, возможностей и приоритетов; объединение важнейших факторов в последовательный стратегический план. В результате полученная карта способствует выявлению «узких» мест, конкретизации приоритетов в области инвестиций инноваций, исследований и разработок, кадровой политики. Недостатками метода можно назвать потребность: в большом количестве ресурсов, как временных, так и финансовых, для реализации; в специальной подготовке экспертов для участия в дорожном картировании.

Вне зависимости от уровня территории для реализации проектов форсайта необходимо учитывать ряд принципов.

1. Взаимодействие различных целевых аудиторий в процессе обсуждения и составления долгосрочных прогнозов, стратегий.
2. Наличие контакта между участниками.

3. Ориентация на долговременный период.

4. Согласование.

5. Системность процесса, которая основана на структурированных размышлениях экспертов [4].

В последнее время в белорусской экономике заметен рост конкурентоспособности абсолютно во всех отраслях деятельности компаний. Благодаря этому, чтобы обеспечить эффективное развитие бизнеса и компания имела высокую конкурентоспособность, становится очень актуальным вопрос о качественном стратегическом анализе и последующем планировании.

На сегодняшний день совершение ошибки руководством может привести к очень значимым потерям, вплоть до банкротства.

Одним из основных аспектов для гарантии успешного развития компании является процесс планирования. Он начинается с определения начальных целей или миссии развития и деятельности предприятия.

Миссии, или, иначе говоря, стратегические цели являются представлением того как должно выглядеть предприятие. Стратегические цели обязаны подчеркивать значимость предприятия для социума и учитывать интересы заинтересованных лиц. В миссиях должны быть указаны интересы всех групп влияния (от менеджеров до правительственных учреждений.).

Начальные цели анализируются через фильтр, имеющий такие составляющие, как результаты работы предприятия, окружающая среда и доступные ресурсы.

Результаты данного анализа суммируются и носят название «SWOT-анализ», названный по первым буквам следующих английских слов: strength (сила), weakness (слабость), opportunities (возможности), threats (угрозы, опасности).

Цель проведения SWOT-анализа состоит в формулировке основных течений развития компании путём систематизирования имеющейся информации о сильных и слабых сторонах компании, а также о вероятных возможностях и угрозах.

Грамотный SWOT-анализ, а также хорошо организованная деятельность компании, считая маркетинговую, могут обеспечить отличную конкурентоспособность предприятию на рынке в результате принятия грамотных решений на основе систематизированной информации.

SWOT-анализ позволяет определить причины эффективной или неэффективной работы компании на рынке, это сжатый анализ маркетинговой информации, на основании которого делается вывод о том, в каком направлении организации нужно развивать свой бизнес и распределять ресурсы по сегментам. Результат анализа используется для разработки маркетинговой стратегии для дальнейшего развития предприятия.

SWOT-анализ является одним из эффективнейших методов стратегического менеджмента, которые позволяют провести анализ внутренних и внешних факторов фирмы, а также оценить риски и способность товара выдержать конкуренцию в какой-либо отрасли.

Модель «SWOT-анализа» сформировалась в 1960-1970 годах. Альберт Хампрей, американский консультант по менеджменту, был основоположником данной теории. В процессе изучения неудач стратегического планирования предприятия, он создал методику под изначальным названием «SOFT-анализ», имеющую следующую расшифровку:

S – (Satisfactory) - приемлемые параметры компании в данный момент;

O – (Opportunities) – возможные будущие достижения;

F – (Fails) – ошибки и промахи компании на текущий момент;

T – (Threats) – возможные будущие угрозы.

К. Андриус впервые публично озвучил термин «SWOT» в 1963 году во время конференции по проблемам бизнес политики в Гарварде. С этого момента термин «SWOT-анализ» получил популярность.

С 60-х годов и по сегодняшний день SWOT-анализ получил огромную популярность в использовании стратегического планирования. Сегодня в любом бизнес-плане есть пункт «SWOT-анализ». Изначально SWOT-анализ основывался на систематизации данных о текущей ситуации. Позднее он стал применяться для проектирования стратегий [1].

Цель построения расширенной SWOT матрицы – акцентирование внимания на создание четырех групп и разных стратегий. Каждой группой используется комбинация из внешнего и внутреннего факторов: S-O (силы - возможности), S-T (силы-опасности), W-O (слабости-возможности), W-T (слабости – угрозы). По анализу показателей по каждой паре предлагается набор

стратегий, носящих имя по названию анализируемых внутренних и внешних обстоятельств.

Цель любой из стратегий вида WT состоит в минимизации слабости и угрозы. Стратегии группы WO пытаются уменьшить слабость, при этом максимизируя возможности. Стратегии типа ST состоят в максимальном развитии сил и минимизации угрозы. Стратегии SO состоят в стремлении к максимизации и силы, и возможности [2].

Таким образом, SWOT-анализ, претерпевший изменения, является самым удобным и надежным способом стратегического планирования. В настоящее время SWOT-анализ активно используется и постоянно совершенствуется.

Под традиционным SWOT-анализом понимается инструмент, позволяющий проводить подробное изучение внешней и внутренней среды. Результатом SWOT-анализа, направленного на выработку суммированной информации, должны быть решения, касающиеся уровня реакции (воздействия) субъекта в соответствии с сигналом внешней среды.

Стоит отметить, что метод SWOT анализа является универсальной методикой стратегического менеджмента. Объектом SWOT анализа может стать любой продукт, компания, магазин, завод, страна, образовательное учреждение и даже человек [3].

Существуют следующие виды SWOT анализа:

1. SWOT анализ деятельности фирмы или производственного предприятия;
2. SWOT анализ деятельности государственной или некоммерческой организации;
3. SWOT анализ деятельности образовательного учреждения;
4. SWOT анализ определенной территории: страны, региона, района или города;
5. SWOT анализ отдельного проекта, отдела;
6. SWOT анализ определенного рынка или отрасли;
7. SWOT анализ конкурентоспособности бренда, товара, продукта или услуги;
8. SWOT анализ личности.

Как сказано выше, SWOT - это аббревиатура из четырех слов: strength, weakness, opportunities, threats. Внутренняя обстановка

компания определяется в S и W, внешняя же обстановка соответственно в O и T [3].

Сила (strength) представляет собой признак организационной системы, который при контакте с внешней средой поможет ускорить прогресс системы к достижению стратегических целей. Стоит обратить внимание на «спираль развития» - траекторию, создающуюся в результате слияния сильных сторон организационной системы с благоприятными возможностями внешней среды. «Спираль развития» - является идеалом, до которого должна дорасти компания в своем стратегическом развитии. Дорога к ней идет через соединение возможностей и сильных сторон. В таком случае «спираль развития» из маловероятного развития способна стать источник долгого процветания компании.

Слабость (weakness) является негативной чертой любой компании, тормозящей её в течение достижения стратегических целей. При синтезе угроза внешней среды и основных слабостей организационной системы, торможение становится наиболее значимым. Но при этом не нужно забывать о возможностях внешней среды и сильных сторонах предприятия. Таким образом вырабатывается вариант пессимистичного пути организации. Он может стать «спиралью краха», если имеет место направление к усилению угроз внешней среды, ослаблению возможностей и сильных сторон организации стороны с нарастанием слабостей (так называемый «эффект домино»).

Возможности представляют собой тенденции или события во внешней среде, при наличии правильной ответной реакции на которые организация может достигнуть увеличения объемов продаж и прибыли.

Угрозы являются событиями или тенденциями во внешней среде, которые обуславливают значительное снижение параметров продаж и прибыли при отсутствии ответной реакции организации.

В упорядоченные ячейки матрицы заносятся сильные и слабые стороны компании, рыночные возможности и рыночные угрозы [3]. Рассмотрим каждый из показателей:

Сильные стороны компании, как говорилось выше, представляют собой черту или особенность, которая даёт дополнительные возможности. Сила может заключаться не только в, наличии передовых технологий и известности марки, но и в имеющемся опыте.

Слабые стороны предприятия — это недостаток какой-то детали для успешного функционирования компании или же что-то, ставящее компанию в неблагоприятные ситуации. В качестве примера слабых сторон можно привести плохую репутацию компании на рынке, недостаток финансирования и т.п.

Рыночные возможности — события, которые могут использоваться предприятием для получения приоритетного положения, а не все существующие возможности. Например, рост спроса, рост уровня доходов населения, появление новых технологий и т.п.

Рыночные угрозы — ситуации, которые могут плохо воздействовать на компанию. Например, выход на рынок новых конкурентов, падение доходов населения и т.п. SWOT-анализ выполняется с помощью определенного алгоритма.

Первым этапом SWOT-анализа является оценка собственных сил. Этот этап позволяет выделить сильные стороны и недостатки компании. Для этого нужно составить список пунктов, по которым оценивается компания, затем оценить, к какой стороне можно отнести каждый из пунктов. Затем выбрать наиболее важные сильные и слабые стороны компании и занести их в матрицу.

Второй этап SWOT-анализа — это определение рыночных возможностей и угроз. Данный шаг позволяет оценить условия вне предприятия и понять, каковы возможные угрозы и возможности. На этом этапе составляется перечень пунктов, по которому ведётся оценка рыночных условий, идёт определение возможностей и угроз, затем самые важные заносятся в матрицу SWOT-анализа.

Сопоставление сильных и слабых сторон с рыночными возможностями и угрозами является третьим шагом, и он позволяет найти ответ на вопросы, связанные с дальнейшим развитием бизнеса.

Для тех пар, оказавшихся на поле СЛВ, стратегия должна быть построена так, чтобы за счет возникших возможностей можно было преодолеть имеющиеся в организации слабости. При нахождении пары на поле СИУ стратегия должна предлагать использовать силы организации для устранения угроз. Пары, расположенные на поле СЛУ, предполагают создать стратегию, позволяющую как избавиться от слабостей, так и предотвратить нависшую над ней угрозу.

Для успешного применения SWOT-анализа нужно не только уметь находить угрозы и возможности, а и оценивать их с точки зрения того, сколь важным для организации является учет в страте-

гии ее поведения каждой из выявленных угроз и возможностей. В качестве дополнений к SWOT-матрице составляются вспомогательные матрицы. Информация, имеющаяся во вспомогательных матрицах переносится в основную и далее используется для обобщения результатов анализа.

Большую опасность для организации и наискорейшее устранение требуют угрозы на полях ВР, ВК, СР. Также должны быть устранены угрозы, расположенные на полях ВТ, СК, НР. Второстепенное значение по устранению имеют угрозы, расположенные на полях НК, СТ, ВЛ. Также должны наблюдаться угрозы, находящиеся на участках НТ, СЛ, НЛ [4].

Обобщить ситуацию на предприятии и на рынке, увидеть шансы и угрозы SWOT - анализ помогает через определение слабых и сильных сторон предприятия и его конкурентов. Процесс такого анализа охватывает три этапа: идентификацию сильных и слабых сторон; идентификацию шансов и угроз и отражения их с точки зрения слабых и сильных сторон предприятия, поиск возможности действовать на грани соответствующих характеристик предприятия и его конкурентов. Он позволяет избрать подходящий путь развития, а также уберечься от опасностей и максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы, попутно пользуясь предоставленными рынком возможностями.

SWOT-анализ позволяет выбрать оптимальный путь развития бизнеса, избежать опасностей и максимально эффективно использовать имеющиеся в распоряжении ресурсы.

Таким образом, в данной работе было рассмотрено понятие SWOT-анализа, история его возникновения и основные его направления. Была подробно рассмотрена методика проведения SWOT-анализа, в том числе рассмотрение матриц, на которых основывается анализ.

Литература

1. SWOT-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ> – Дата доступа: 28.03.2017;
2. Методика проведения SWOT-анализ. Образцы матриц SWOT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/novosti-rynka/metodika-provedeniya-swot-analiza-obraztsy-matrits-swot/> – Дата доступа: 28.03.2017;

3. Метод SWOT-анализа в стратегическом управлении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/> – Дата доступа: 28.03.2017;

4. SWOT-анализ. Основные положения SWOT-анализа предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stplan.ru/articles/theory/swot.htm> – Дата доступа: 28.03.2017;

5. SWOT-анализ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/SWOT-анализ> – Дата доступа: 28.03.2017.

Малыхина Г. И., Миськевич В. И. Нравственный кодекс вуза как «вторая навигация» и технология в духовном становлении личности

Рассуждая об облике человеческой цивилизации, Б. Шоу как-то остроумно заметил, когда мы научились летать по воздуху, как птицы, плавать под водой, как рыбы, нам не хватает только одного: научиться жить на земле, как люди. Несмотря на поразительные научно-технические достижения современной цивилизации, ее духовные ценности не столь впечатляющи, что позволяет специалистам говорить о таком болезненном синдроме XXI века как «цивилизационная дикость» и его многочисленных проявлениях во всех сферах жизни – в варварском отношении к природе, политической экспансии, социальном неравенстве, духовной нищете и потребительской «одномерности» человека.

Стремление к наилучшей организации индивидуальной и общественной жизни сопровождает всю историю человечества. Теоретическое оформление культуры связано с философией как рационально-теоретическим мировоззрением, конструирующим идеальный образ мира и идеальный способ существования человека в нем. Общественное предназначение философии, и ее особое место в культуре (включая этику как практическую философию) определяется тем, что она культивирует в качестве достойного образ жизни, ориентированный на интеллектуально-духовные ценности. Еще в античности греческие мыслители полагали, что философское познание мира, реализуемое через физику, логику и этику ведет к душевному преобразованию человека, максимально приближая его к мудрости (phileo + sophia (греч.) – любомудрие). Не случайно стои-