

УДК 316.324.8

М.Б. Колесниченко

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ПОСТКАРБОННОЕ ОБЩЕСТВО

Рассмотрены причины появления новой концепции посткаarbonной социологии, ее сущность, значение для современного общества. Проблемы снижения углеводородной зависимости разбираются на примере трех кейсов, описывающих развитие электромобилей, систем кондиционирования и ветрогенерации. Сделан вывод о влиянии семантических конструкций на реализацию проектов «посткаarbonного общества», которые способствуют решению актуальных социальных задач.

Ключевые слова: *посткаarbonное общество, посткаarbonная социология, ресурсный поворот, кейс, семиотика, энергоэффективность, экологичность, ветроэнергетика.*

Одной из новых концепций современности является посткаarbonная (постуглеродная) социология. Появление подобных социологических направлений обусловлено меняющимися условиями социальной реальности. Данные изменения, сопряженные с нелинейностью, сложностью, неопределенностью социальных процессов, получили названия «поворотов». Современные социологи Б. Латур, А. Мол, В. Вахштайн и др. описали повороты к материальности, топологии, телесности [1], Дж. Урри – повороты к мобильности, сложности (комплексности), ресурсам [2, с. 51, 105, 124].

Будучи автором концепции посткаarbonной социологии, Дж. Урри связывает ее в первую очередь именно с ресурсным поворотом, а также с ресурсной социологией. Это новая область социологических исследований, посвященных актуальной проблеме климатических преобразований, определяющих ресурсы XXI века. Климат и другие изменения природы приводят к трансформации отношений человека и окружающей среды.

В настоящее время природные, физические и социальные системы существуют в нестабильных ситуациях динамического напряжения, что повышает потребность в качественном планировании и управлении климатическими и социальными процессами. Посткаarbonное общество ориентировано на безуглеводородные источники ресурсов, на исчезновение зависимости от углеводородов. Новая концепция означает также усиление взаимосвязи в современных системах природного и социального, что расширяет область исследований социологии не только как науки об обществе.

© Колесниченко М.Б., 2015

Колесниченко Милана Борисовна – канд. социол. наук, доцент кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: socio@pstu.ru.

В публикациях, разрабатываемых социологами совместно с другими учеными в рамках деятельности международных организаций, в частности Евросоюза [3], речь идет о комплексе мер, направленных на уменьшение углеводородной зависимости. Помимо уменьшения потребления нефтепродуктов, целью становится также увеличение доли производимой энергии от возобновляемых источников, уменьшение выбросов парниковых газов, увеличение спроса на автомобили и т.д.

Динамика выбросов от автотранспорта загрязняющих веществ в атмосферный воздух в Российской Федерации за 2005–2009 годы [4] следующая (тыс. т/год): в 2005 году – 501,0; в 2006 – 523,4; 2007 – 569,7; 2008 – 589,51; 2009 – 591,84.

В других странах мира тренд на уменьшение потребности в углеводородном сырье также, как правило, не проявляется. Так, душевое потребление нефти и нефтепродуктов в США около 3 т/чел., в Германии – 1,5, в Китае – 0,5, в России чуть меньше 1 т/чел [5, с. 7].

Данные о развитии такого возобновляемого источника энергии, как ветрогенерация, показывают отсутствие роста в Российской Федерации и его наличие в соседних с Россией странах [6] (табл. 1).

Таблица 1

Суммарные установленные мощности, МВт,
по странам мира за 2005–2011 годы

Страна	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Чехия	29,5	54	116	150	192	215	217
Финляндия	82	86	110	140	146	197	197
Эстония	33	32	58	78	142	149	184
Литва	7	48	50	54	91	154	179
Украина	77,3	86	89	90	94	87	151
Россия	14	15,5	16,5	16,5	14	15,4	

Означают ли данные примеры то, что ориентация на «постуглеродное общество» как общество, снижающее потребление углеводородного сырья путем применения технологий энергосбережения, пока в России не проявляется? Можно ли доверять таким рассуждениям, как «люди у нас не готовы экономить», «государство уделяет мало внимания вопросу энергоэффективности», «чиновники не научены энергоменеджменту» и др.? В последнее время все реже появляются инициативы политиков и общественных деятелей, посвященные вопросам энергоэффективности и экологичности. В журнале «Энергоэффективность и энергосбережение» есть сообщения, характеризующие состояние данного вопроса как «пошумели и забыли» [7].

С позиции современной семиотики такие понятия, как «экологичность», «энергоэффективность», «энергосбережение» и «экономичность», часто объ-

единяются в одной теме и имеют близкое значение. Однако такие области, как ветрогенерация, потребление нефтепродуктов, электромобилей и т.д., не связаны технически. Именно риторика о защите окружающей среды, предотвращении экологической катастрофы, борьбе за чистоту воздуха, применяемая различными группами давления, влияет на принятие решений как потребителей, так и государственных органов. Кроме того, суждения о причинах неудач страны в области энергоэффективности свидетельствует скорее о появлении спроса на товары с характеристиками «экологичный», «энергоэффективный», чем о реальной проблеме неготовности общества к «экологичности».

Проиллюстрировать данные тезисы возможно на примере трех кейсов, посвященных современным направлениям – развитию электромобилей, систем кондиционирования и ветрогенерации, непосредственно отражающим тренды посткарбонного общества. В этих областях, фактически никак не связанных между собой, решения индивидов, общественных групп, государственных органов принимаются под влиянием заинтересованных групп, использующих для усиления риторики в отстаивании своей позиции суждения об экологичности, энергоэффективности, и далеких от таких соображений, как реальная экономия и защита природы.

Итак, первый кейс о ситуации с электромобилем в России. Специалисты разбираются в причинах неудач проекта «Ё-мобиль» и, напротив, успехов проекта «Тесла». Несмотря на влияние разнообразных, в том числе чисто технических, проблем на производство «Ё-мобиля» (не те специалисты, не те инновации, не тот завод, с упором на собственную разработку комплектующих, а не на работу с поставщиками, отсутствие инфраструктуры заправок и т.д.), на наш взгляд, существует определяющая причина сложившегося положения дел: «не тот сегмент (ориентация на потребителя эконом-класса, а не бизнес-класса)» [8, с. 47]. Электромобиль «Тесла» изначально задумывался как модный, продвинутый гаджет, и его продажи в России в 2014 году достигли 90 шт. В случае «Ё-мобиля», продемонстрировавшего неэффективность еще в начале реализации проекта, при инвестициях со стороны государства, возможно, проект был бы продолжен, однако инвестиционные потери были бы еще большими.

Характеристики экологичности и энергоэффективности в случае электромобиля – это в первую очередь атрибуты гаджета, определяющие его престиж и цену (например, наличие кондиционера, гидроусилителя руля, электростеклоподъемников, когда эти аксессуары только появились). Следовательно, возможность позиционировать электромобиль как экологичный и энергоэффективный значительно увеличивает его цену, т.е. не имеет реального отношения к экономии денег. При этом создание образа экологичного и энергоэффективного автомобиля используется компанией для продвижения проекта. На основе семиотических знаков, согласно социологической концепции Ж. Бодрийера, усиливается процесс симуляции в обществе потребления.

Второй кейс обращен к анализу рекламы новейших систем кондиционирования VRV Daikin, приводящему к аналогичным выводам. В современной рекламе активно используется позиционирование именно экологичности и энергоэффективности продукции. Так, генеральный директор компании, производящей системы кондиционирования, – настоящую, по его мнению, экологичную продукцию, аргументировал качество своей продукции: «Данные климатические решения предоставляют нашим заказчикам существенную экономию денежных средств, как при эксплуатации оборудования, так и при его сервисном обслуживании... Полностью интегрированные средства управления также являются значительным преимуществом при мониторинге энергопотребления» [9].

В обоих кейсах потенциальному покупателю дается логическая семантическая связка: «экологичная продукция» – «мониторинг (контроль, уменьшение) энергопотребления» – «экономию денежных средств». Использование эпитетов «экологичность», «энергоэффективность», «экономичность» позволяет продвигаться и успешно конкурировать на рынке более дорогому товару по отношению к более дешевому. Знаки экологичности и экономичности становятся определяющими при оценке потребителями такой тонкой материи, как качество продукции. Доказывается, что продукт стоит того, чтобы потребитель заплатил за него гораздо большую сумму, чем за аналогичный продукт, который не обладает такими свойствами.

Влияние групп интересов при реализации инвестиционных проектов «посткарбонного общества» наглядно показывает третий кейс из области ветроэнергетики. Ситуацию с проектами ВЭС (ветроэлектростанций) в России на 2014 год можно представить по данным табл. 2 [10].

Таблица 2

Ветряные электростанции в зоне централизованного энергоснабжения

Название	Регион	Установленная мощность на конец 2010 г., МВт	Выработка в 2010 г., млн кВт-ч	Год ввода первого блока
Останинская ВЭС	Республика Крым	25,00	?	2012
Сакская ВЭС	Республика Крым	19,00	10,58	1995
Тарханкутская ВЭС	Республика Крым	15,00	10,80	2001
Зеленоградская ВЭУ	Калининградская область	5,10	3,60	1998
Судакская ВЭС	Республика Крым	6,30	3,44	2002
Пресноводненская ВЭС	Республика Крым	6,00	?	2013
Донузлавская ВЭС	Республика Крым	2,90	1,00	1993
Калмыцкая ВЭС	Республика Калмыкия	1,00	0	1994
ВЭС Тюпкильды	Республика Башкортостан	2,20	0,30	2002
Марпосадская ВЭС	Республика Чувашия	0,20	?	1997

Из табл. 2 видно, что большая часть мощности проектов (82 %) в сфере ветроэнергетики реализована в Крыму. Все остальные проекты представляют собой скорее мелкие пробные инициативы, не получившие дальнейшего продвижения. Реализация проектов шла только в Крыму, целенаправленно и комплексно в рамках государственной программы развития ветроэнергетики при содействии иностранных компаний. Все объяснения истории ветроэнергетики сводятся к оперированию известными понятиями «экологичность», «энергоэффективность», «экономичность», которые конструируют семантический образ в пользу того или иного решения, но не разъясняют причину явления.

Объяснение лежит в совершенно другой сфере – в строительстве Крымской атомной электростанции. Данную АЭС строили с 1975 года (в 1980 году стройка была объявлена Республиканской ударной комсомольской, а в 1984 году – Всесоюзной ударной). Однако катастрофа на Чернобыльской АЭС привела к эскалации общественных страхов и вызвала приостановку проекта в 1987 году. В дальнейшем объект не был достроен, между тем потребности в электроэнергии никуда не делись. Поэтому обращение к ветроэнергетике со стороны государственных чиновников на фоне озабоченности общества «экологичностью» является вполне естественным. В данном кейсе отражены действия различных групп интересов при реализации инвестиционных проектов: общественного мнения, озабоченного «экологичностью» после Чернобыльской аварии; чиновников, озабоченных проблемой энергоснабжения территории в условиях остановки проекта АЭС и отсутствия средств; иностранных компаний, заинтересованных в поставке оборудования. Семантические образы «экологичности», «энергоэффективности» использовались для усиления позиций групп интересов, но не являлись причиной инициации проектов по аналогии с описанными ранее кейсами.

Современное состояние общества связано с климатическими изменениями, обусловленными преобразованием различных видов энергии и углеводородов. Природные изменения тесным образом переплетены с социальными, особенно с процессами адаптации и мобильности. Поэтому границы посткарбонной социологии могут расширяться, включая решение актуальных социальных задач. Такими задачами являются сферы городского планирования, развития инфраструктуры, государственного страхования, законодательного решения проблем безопасности, совершенствования корпоративных и маркетинговых стратегий, развития социального капитала и формирования поведенческих аттитюдов.

Список литературы

1. Вахштайн В. Социальная топология. 7 фактов о понимании материального объекта и пространства в социологической теории [Электронный ресурс] // Постнаука. – URL: <http://postnauka.ru/faq/32739> (дата обращения: 30.03.2015).

2. Урри Дж. Мобильности. – М.: Праксис, 2012. – 576 с.
3. Towards a «Post-Carbon Society». European research on economic incentives and social behaviour [Электронный ресурс] // Conference proceedings. – Brussels, 2008. – URL: http://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/towards_post_carbon_society_en.pdf (дата обращения: 30.03.2015).
4. Выбросы вредных веществ в атмосферный воздух [Электронный ресурс]. – URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-185100.html> (дата обращения: 30.03.2015).
5. Бушуев В.В. Экономика и нефть [Электронный ресурс] // Институт энергетической стратегии. – URL: www.energystrategy.ru/ab_ins/source/Bushuev-30.09.2010.ppt (дата обращения: 30.03.2015).
6. Ветроэнергетика [Электронный ресурс] // Википедия. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%E5%F2%F0%EE%FD%ED%E5%F0%E3%E5%F2%E8%EA%E0> (дата обращения: 30.03.2015).
7. Чернов В.Ф. Об энергоэффективности все пошумели и забыли... [Электронный ресурс] – URL: <http://e-generation.forum2x2.ru/t537-topic> (дата обращения: 30.03.2015).
8. Демидов Н. Пять ошибок Прохорова // Эксперт. – 2014. – № 10 (889). – С. 47–49.
9. VRV Daikin – самые экологичные системы кондиционирования [Электронный ресурс] // Сантехника. Отопление. Кондиционирование. – URL: http://www.c-o-k.ru/market_news/vrv-daikin-samyekologichnyesistemykondicionirovaniya (дата обращения: 30.03.2015).
10. Список ветряных электростанций России [Электронный ресурс]. – URL: http://gruzdoff.ru/wiki/Список_ветряных_электростанций_России (дата обращения: 30.03.2015).

Получено 30.03.2015

M.B. Kolesnichenko

SOCIOLOGICAL VIEW ON POSTCARBON SOCIETY

The article describes reasons for appearance of a new concept – postcarbon sociology, its essence and value for the modern society. The problems related to reducing hydrocarbon dependence are exemplified by three case studies where development of electric vehicles, air-conditioning systems and wind power are described. It is concluded that semantic structures influence on realization of the projects attributed to "postcarbon society" that contribute to solution of urgent social problems.

Keywords: *postcarbon society, postcarbon sociology, resource turn, case study, semiotics, energy efficiency, environmental friendliness, wind energy.*

Kolesnichenko Milana Borisovna – Candidate of Social Sciences, Docent, Dept. of Social and Political Sciences, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: socio@pstu.ru.