



## Феномен успеха в контексте отечественных и зарубежных социокультурных исследований

Г. В. Денисова<sup>1</sup>, Ю. В. Кузнецова<sup>2</sup>, А. С. Кузнецова<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия, g.v.denisova@gmail.com

<sup>2</sup>Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва, Саранск, Россия, kuv@bk.ru

<sup>3</sup>Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия, catann06@mail.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются отечественные и зарубежные социокультурные исследования феномена успеха. Было проведено глубинное полуструктурированное интервью с целью выявления соотношения внутренних и внешних составляющих понятия успеха, которые были рассмотрены в аксиологическом аспекте. В исследовании использовались следующие методики: плотное описание, конденсация смысла, контент-анализ, концептологический анализ. Проведенный анализ данных выявил дихотомию в определении феномена успеха: с одной стороны, успех является показателем результата собственной деятельности, с другой стороны, отражает место личности в социуме.

**Ключевые слова:** успех, внешний успех, внутренний успех, личность, интервью, социокультурная реальность, социокультурные исследования, культурная парадигма, аксиология

**Для цитирования:** Денисова Г. В., Кузнецова Ю. В., Кузнецова А. С. Феномен успеха в гуманитарной научной мысли // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 6 (887). С. 153–158.

Original article

## The Phenomenon of Success in the Context of Socio-Cultural Studies

Galina V. Denisova<sup>1</sup>, Yulia V. Kuznetsova<sup>2</sup>, Anna S. Kuznetsova<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, g.v.denisova@gmail.com

<sup>2</sup>N. P. Ogarev National Research Mordovian State University, Saransk, Russia, kuv@bk.ru

<sup>3</sup>Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia, catann06@mail.ru

**Abstract.** The article focuses on the phenomenon of success from the viewpoint of sociocultural approach performed in studies in this country and abroad. The aim of the research is to assess the ratio of internal and external axiological components comprising the phenomenon by means an in-depth semi-structured interview. The following methods were exploited to process the obtained data: dense description, condensation of meaning, content analysis, and conceptual analysis. The interpretation of the phenomenon under investigation appeared to demonstrate a dichotomy. On the one hand, success was shown to measure the level of appreciation of one's activity and its results; on the other, one's the position in society is indicated by means of success.

**Keywords:** success, external success, internal success, personality, interview, sociocultural studies, sociocultural reality, cultural paradigm, axiology

**For citation:** Denisova, G. V., Kuznetsova, Yu. V., Kuznetsova, A. S. (2024). The Phenomenon of Success in the Context of Socio-cultural Studies. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 6(887), 153–158. (In Russ.)

## ВВЕДЕНИЕ

Концептуализация феномена успеха началась задолго до его дисциплинарной тематизации и терминологического оформления. Успех как многогранный феномен был персонифицирован в образе успешного человека еще до его введения в научный и публицистический оборот и стал важной составляющей множества областей гуманитарного научного знания благодаря своей многокомпонентности и вариативности в социальном осмыслении.

Обращение к интерпретации феномена успеха в философской литературе позволяет выделить некоторые основополагающие представления, по-разному осмысляющие исследуемый феномен:

- успех соотносится с преодолением внешних обстоятельств и выражением сущности бытия человека. Например, в период античности Гесиод размышлял о социальных и личностных причинах успешности и понимал под успехом усилия, направленные на достижение результата в материальном уровне жизни;
- успех осмысляется как то, к чему может стремиться человек, обладающий свободой воли, несмотря на влияние объективных обстоятельств. Данное представление свойственно философским мыслителям эпохи Просвещения;
- в философии экзистенциализма поступки человека определяются свободным выбором (Ж.-П. Сартр, А. Фаллико), «то есть именно человек несет ответственность за свою жизнь, именно он уполномочен решать быть ему успешным или нет» [Нефедова, 2004, с. 57];
- осмысление успеха в качестве предмета научного изучения происходит в рамках философского прагматизма во взглядах Ф. Шиллера, У. Джеймса, Т. Т. Дьюи, определяющих успех как социально-утилитарную категорию, связанную, прежде всего, с феноменом денег, богатства, благосостояния;
- иной взгляд на успех, примиряющий личностную и социальную стороны данного феномена, выражается в теории пассионарности Л. Н. Гумилева. С его точки зрения, стремление к успеху у некоторых людей является врожденным. Причем успех не только является результатом личных достижений, но и носит общественный характер, являясь важным основанием для социальных преобразований;
- достижение успеха может рассматриваться как реализация личного интереса, исходя из направленности на собственные мотивы и цели, обращения к внутреннему миру

потребностей. Такой взгляд свойственен философии неопрагматизма, представитель которого философ Р. Рорти считал главной целью человека реализацию собственных утилитарных целей.

Предпосылки исследования феномена успеха в социологии культуры и культурологии прослеживаются в работах М. Вебера, К. Мангейма. Последний при изучении феномена успеха выявляет прямую связь между экономической системой и общественным поведением отдельной личности, указывая, что «в действительности полный успех всегда имеет две стороны: и достижение как таковое, и общественное признание автора как индивида» [Мангейм, 2000, с. 116].

Цель данного исследования состоит в выявлении процентного соотношения внутренних и внешних составляющих понятия успех в представлении респондентов от 18 до 25 лет.

## ФЕНОМЕН УСПЕХА В ГУМАНИТАРНОМ ЗНАНИИ

В отечественной культурологии феномен «успех» рассматривается с точки зрения соотношения внутренних характеристик личности и ее нахождения в социуме. В качестве примера можно привести точку зрения исследователя Н. В. Розенберг. Она определила понятие «успех» с точки зрения культурологии как феномен, включающий «достижительную активность личности», в результате которой деятельность человека получает положительное подкрепление и оценку со стороны общества и приводит к определенным социокультурным трансформациям [Розенберг, 2001, с. 7].

В социологии понимание успеха значимо как одобрение личных достижений со стороны социума, статусные характеристики человека, в том числе материальный уровень жизни [Якутина, 2009]. Особое внимание уделяется влиянию типа общественной системы, в рамках которой развивается социальный субъект, на восприятие достижения успеха. Например, в традиционном обществе успех определяется принадлежностью человека к определенной социальной группе; в буржуазном – успех меряется материальным благом, которое реализуется в экономической и политических сферах жизни общества.

С точки зрения Г. Л. Тульчинского, успех можно рассматривать с двух сторон: широкое признание со стороны социума, выражающееся в стремлении к популярности, и признание для определенного круга «значимых людей». По мнению исследователя, исходя из данных целей достижения успеха, часто происходит подстройка личности человека

под внешние средовые требования. Такого рода «успех» связан, в том числе, с концепцией «самоотчуждения» Э. Фромма. Второй вид успеха Г. Л. Тульчинский описывает как признание достижений конкретным учителем, родителями, друзьями, коллегами, сторонниками, т. е. не обществом «вообще» [Тульчинский, 2020].

Феномен успешности имеет двойственный характер, поскольку он может быть связан как с психологическими особенностями личности, так и с влиянием внешних факторов. Достижение успеха человеком, находящегося в рамках ценностно ориентированной социокультурной системы, может быть затруднено, если оно противоречит ценностным установкам личности [Карахнян, 2008]. В данной трактовке успех зависит от того, что под ним подразумевает конкретный человек и что считается успехом в рамках определенного социума. Однако понимание успеха отдельной личностью, с одной стороны, и социумом – с другой могут входить во взаимное противоречие [Кузнецова Ю., Кузнецова А., 2023].

Отмечая неизменный интерес представителей многих областей гуманитарного знания к феномену успеха, следует признать, что наибольшая разработанность смыслового поля успеха характерна для психологии. Феномен успеха исследовался в рамках социально-аналитической психологии (А. Адлер, К. Хорни, Э. Фромм), гуманистической психологии (А. Маслоу, К. Роджерс), экзистенциальной психологии (А. Лэнгле, Д. Леонтьев), в деятельностном подходе (А. Леонтьев, С. Рубинштейн), в теориях мотивации (М. Селигман, А. Маслоу, М. Роккич, Ш. Шварц, Т. О. Гордеева). Обратимся к некоторым из перечисленных подходов. Для данного исследования значимы подходы, которые, акцентируя влияние культуры на ценностные ориентации человека, способствуют пониманию успеха как преодоления трудностей в процессе самоопределения личности. При этом успех понимается как базовая потребность человека, удовлетворение которой способствует развитию личности [Бухаленкова, 2018]. В самом общем виде можно сказать, что в психологии успех, с одной стороны, является показателем результата собственной деятельности, с другой – отражает место личности среди других индивидов, таким образом, выявляя особенности его социальных отношений с окружающим миром.

## МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для исследования соотношения внутренних и внешних составляющих понятия успеха был выбран метод полуструктурированного интервью, которое

содержало 22 подготовленных вопроса (косвенных, прямых, закрытого и открытого типа). Материалом исследования послужили данные, собранные в ходе глубинного интервью с респондентами в период с января по февраль 2023 года. Для достижения поставленной цели были применены следующие методики: плотное описание, конденсация смысла, контент-анализ, концептологический анализ.

Характеристика выборки: в глубоком интервью приняло участие 60 человек в возрасте от 18 до 25 лет. Респонденты (32 женщины и 28 мужчин) имеют среднее профессиональное образование или высшее образование. На этапе подготовки были составлены 22 вопроса, формулировки которых уточнялись и дополнялись в ходе проведения исследования. Интервью было проведено при помощи анкетирования. Подготовленные вопросы касались представлений отдельной личности о понятии успеха через анализ внутренних и внешних его составляющих.

Анализ данных, полученных при анкетировании, позволил выделить две группы ответов в понимании успешности:

- 1) «внутренний» успех, в большей степени зависящий от личностного восприятия конкретного человека;
- 2) «внешний» успех, ориентированный на требования и ожидания со стороны общества.

Таким образом, была выявлена дихотомия различных представлений об успешности. Рисунок 1 отражает превалирование ответов о понимании успеха с точки зрения его внешнего проявления над пониманием успеха как субъективно-личностным ключом.

В результате анализа ответов респондентов при анкетировании было выделено четыре группы понятий.

1. Карьера, бизнес, материальное обеспечение;
2. Власть, статус, знаменитость;
3. Семья, социальные и культурные ценности;
4. Везение, удача.



Рис. 1. Процентное соотношение «внутренних» и «внешних» составляющих успеха (в %)



**Рис. 2.** Процентное соотношение частотности упоминания групп понятий, составляющих «внешний» успех (в %)



**Рис. 3.** Процентное соотношение частотности упоминания групп понятий, составляющих «внутренний» успеха (в %)

Данные понятия явились основными составляющими внешнего проявления успешности – «внешний успех».

Среди групп понятий внешнего успеха (см. рис. 2) наибольшую долю занимает группа «Карьера, бизнес, материальный достаток».

В результате анализа ответов, относящихся к личностным проявлениям и характеристикам успеха, были определены наиболее высокочастотные группы понятий «внутреннего» успеха (см. рис. 3):

1. Достижение целей, процесс и результат деятельности.
2. Качества характера, навыки и способности.
3. Чувства и эмоции.

Группа «Достижение, целей, процесс и результат деятельности» составляет наибольшее количество ответов респондентов в их понимании внутренних составляющих понятия успешности. Следует отметить, что данное понимание успеха, отражающее высокую мотивацию в достижении целей, эффективность деятельности, высокую продуктивность, в целом, соотносится с пониманием «внутреннего успеха» в социокультурном знании.

В подавляющем большинстве ответов успех отражает такие качества, как целеустремленность, мотивация, эффективное выполнение задач, что в целом коррелирует с пониманием «внутреннего успеха» в современных исследованиях в области социологии и психологии (см. рис. 3).

В проведенном исследовании понимания успеха было выявлено превалирование внешних атрибутов над внутренними составляющими. Тем не менее «внутренним» категориям успеха отводится важное место в системе представлений об успехе современной молодежи. Таким образом, успех, с одной стороны, является показателем результата собственной деятельности, с другой – отражает место личности среди других индивидов.

## РЕЗУЛЬТАТЫ

В настоящее время актуальность исследований успеха обусловлена определенными причинами:

- феномен успеха закрепился в дискурсивном пространстве постсоветской России и выполняет смыслообразующую функцию в определении поведения членов социума;
- современные медиа внедряют в массовое сознание образ успеха, конструируя и конституируя определенную социокультурную реальность, а также утверждая модели социального взаимодействия: «массмедиа выполняет роль формирующего общественное сознание средства, как с точки зрения теоретического и научного применения, так и с точки зрения быстрого и эффективного практического использования» [Социальные индикаторы конфликта в контексте медиа и журналистики, 2021, с. 422];
- культура играет ведущую роль в социализации личности, в связи с чем успех может рассматриваться через призму, внедренную в сознание социокультурную реальность: «современная ситуация информационно-культурной глобализации привела к изменению принципов взаимодействия разных культурных кодов, что вылилось в эклектичную мультикультурность «постнациональных» картин мира» [Денисова, 2018, с. 184].

Обращаясь к современной российской социокультурной среде, следует отметить, что она является ярким примером трансформации символизации успеха, который приобрел особую актуальность как феномен в период рыночных преобразований в России и активного влияния на массовое сознание ценностных образцов и ориентиров культурной парадигмы Запада, сформировавших устойчивую схему для личностного и общественного развития человека. Наиболее очевидно эти образцы, основанные на внешних атрибутах символов успешности, эксплуатируются массовой культурой и медиа, которые мифологизируют реальную действительность посредством игры со смыслами. Рассматривая понятие успеха в контексте современности,



Ю. В. Кузнецова отмечает: «В России социокультурные аспекты успеха связаны с возникновением социальных стереотипов, связанных с успешностью, которые получили развитие после разрушения советской идеологии. В данном контексте роль культуры, в особенности, массовой, можно представить как механизм формирования, трансляции и трансформации символов успеха, навязывания новых ценностных ориентиров» [Кузнецова Ю., Кузнецова А., 2023, с. 86].

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение различных подходов к феномену успеха в сфере гуманитарного знания позволяет сделать вывод о связи феномена успеха со смысловой составляющей личности и ее мотивационной сферой; успех также приобретает особую актуальность в аксиологическом аспекте, выражая ценностные ориентиры общества. В данном случае аксиологическая функция является важнейшей среди функций культуры, посредством которых фиксируется и символически выражается система

ценностей, влияющая на представления человека об успехе.

Обладая символической структурой и определенным набором смыслов, успешность является значимым ценностным ориентиром для членов социума. Таким образом, в настоящее время крайне актуальным становится изучение противоречивости успеха, выявление его индивидуально-личностных и социальных детерминант, их соотношения.

Дальнейшие исследования феномена успеха, с нашей точки зрения, должны быть направлены 1) на анализ значимых для трансформации представлений об успехе в обществе факторов, связанных с экономикой, культурой, политическими, социальными процессами на основе эмпирических данных представлений об успехе у разных поколений; 2) на построение семантического поля концепта «успех»: прототипом для возможного анализа индикаторов актуальных и резонансных тем в любых социокультурных сферах, связанных с пониманием успешности, может служить исследование [Социальные индикаторы конфликта в контексте медиа и журналистики, 2021].

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Нефедова Н. И. Социальные представления об успехе: дис. ... канд. псих. наук. Ярославль, 2004.
2. Мангейм К. Очерки социологии знания: Проблема поколений – состязательность – экономические амбиции. М.: ИНИОН, 2000.
3. Розенберг Н. В. Архитектоника успеха в культуре: дис. ... канд. философских наук. Тамбов, 2001.
4. Якутина О. И. Социальный успех: основные направления исследования феномена и понятия // Материалы науч. конф. (г. Донецк, 15 мая 2009 г.). Ростов-н/Д, 2009. С. 24–26.
5. Тульчинский Г. Л. Философия поступка: самоопределение личности в современном обществе. СПб.: Алетейя, 2020.
6. Караханян Е. В. Понятие успеха в Российской культуре // Вестник Башкирского университета. 2008. № 2. С. 362–365.
7. Кузнецова Ю. В., Кузнецова А. С. Феномен успеха в контексте российского медиадискурса (на примере глянцевого журнала) // Известия Самарского научного центра РАН. 2023. Том 25. № 90. С. 82–88.
8. Бухаленкова Д. А. Представления об успехе в подростковой возрасте: автореф. дис. ... канд. псих. наук. М., 2018.
9. Социальные индикаторы конфликта в контексте медиа и журналистики: анализ содержания российских СМИ / О. В. Смирнова и др. // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. № 3 (10). С. 422–436.
10. Денисова Г. В. Интертекстуальная компетенция личности: вектор культурной эволюции // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. Вып. 9 (801). С. 184–193.

## REFERENCES

1. Nefedova, N. I. (2004). Social'nye predstavleniya ob uspexе = Social perceptions of success: dis. ... candidate of psychological sciences. Yaroslavl'. (In Russ.)
2. Mangejm, K. (2000). Oчерki sociologii znaniya: Problema pokolenij – sostyazatel'nost' – e'konomicheskie ambicii = Essays on the Sociology of Knowledge: The Problem of Generations – Competitiveness – Economic ambitions. Moscow: INION. (In Russ.)
3. Rozenberg, N. V. (2001). Arxitektonika uspexа v kul'ture = Architectonics of success in culture: PhD dissertation. Tambov. (In Russ.)
4. Yakutina, O. I. (2009). Individual and social success within the format of a daily discourse. In Proceedings of the Scientific Conference (pp. 24–26). Donetsk, 15 May 2009. Rostov-na-Donu. (In Russ.)

5. Tul'chinskij, G. L. (2020). Razum, volya, uspex: O filosofii postupka = Reason, will, success: About the philosophy of action. St. Petersburg: Aleteya. (In Russ.)
6. Karaxanyan, E. V. (2008). The concept of success in Russian culture. Bulletin of Bashkir University, 2, 362–365. (In Russ.)
7. Kuznecova, Yu. V., Kuznecova, A. S. (2023). The phenomenon of success in the context of the Russian media discourse (on the example of glossy magazines). Izvestiya Samarskogo nauchnogo centra RAN, 25(90), 82–88. (In Russ.)
8. Bukhalenkova, D. A. (2018). Predstavleniya ob uspexe v podrostkovej vozraste = Ideas about success in adolescence. abstract of PhD in Psychology. Moscow. (In Russ.)
9. Smirnova, O. V. et al. (2021). Social indicators of conflict in the context of media and journalism: Analysis of the content of Russian media. Theoretical and Practical Issues of Journalism, 3(10), 422–436. (In Russ.)
10. Denissova, G. V. (2018). Intertextual competence and cultural evolution nowadays. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 9(801), 184–193. (In Russ.)

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

### Денисова Галина Валерьевна

доктор культурологии  
профессор кафедры семиотики и общей теории искусства факультета искусств  
зам. декана по научной работе Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

### Кузнецова Юлия Викторовна

кандидат филологических наук  
доцент кафедры дизайна и рекламы  
Национального исследовательского Мордовского государственного университета имени Н. П. Огарёва

### Кузнецова Анна Сергеевна

аспирант кафедры культурологии и социальной коммуникации  
Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

### Denisova Galina Valer'evna

Doctor of Culturology (Dr. habil.)  
Professor at the Department of Semiotics and general Theory of Art  
Deputy Dean for Research, Faculty of Arts, Lomonosov Moscow State University

### Kuznetsova Yulia Viktorovna

PhD (Philology)  
Associate Professor at the Department of Design and Advertising  
of the National Research Mordovian State University named after N. P. Ogarev

### Kuznetsova Anna Sergeevna

Postgraduate Student  
of the Department of Cultural Studies and Social Communication  
of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Статья поступила в редакцию  
одобрена после рецензирования  
принята к публикации

17.04.2024  
19.05.2024  
20.05.2024

The article was submitted  
approved after reviewing  
accepted for publication