

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФИЛОСОФСКОГО ОСМЫСЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

В. В. Негруль

Приднестровский государственный университет имени Т. Г. Шевченко

Поступила в редакцию 6 апреля 2016 г.

Аннотация: *в статье анализируется недостаточно исследованный в философской и социологической литературе аксиологический аспект экономического поведения. Рассматривается обусловленность характера экономического поведения социокультурными ценностями и менталитетом участников социального взаимодействия.*

Ключевые слова: *аксиология, экономическое поведение, менталитет, ценности.*

Abstract: *in article the axiological aspect of economic behavior is analyzed insufficiently investigated in philosophical and sociological literature. Conditionality of nature of economic behavior is considered by sociocultural values and mentality of participants of social interaction.*

Key words: *axiology, economic behavior, mentality, values.*

Одной из наиболее характерных черт в современных концепциях экономического поведения личности является акцентуация на аксиологических проблемах. Особое внимание экономистов и философов сосредоточено на исследованиях взаимосвязей моделей экономического поведения с ценностями культуры и нравственными установками личности.

Значительный вклад в философское осмысление экономических ценностей внесли М. Вебер, В. С. Автономов, В. Э. Бойков, С. А. Дятлов, А. И. Добрынин.

Аксиологический аспект исследования экономического поведения является логически обоснованным завершением социально-философского проникновения в субъективный смысл человеческих поступков, определяющих отношения между людьми в процессе социального взаимодействия, поскольку все его участники руководствуются при выборе своих целей и средств их достижения определенными предпочтениями, ценностями. Именно ценности и связанные с ними эмоции, в которых проявляются не только личные переживания, но и закрепленный в сознании, в менталитете опыт поколений, социально-этнических общностей ориентируют индивидуальный выбор линии экономического поведения. Сочетание в ценностном мире личности рационального и чувственного отношения к реальности создает основу для формирования интересов, для создания социальной мотивации к принятию решений и выбора возможностей для достижения целей по удовлетворению своих физических и духовных потребностей.

Аксиологические категории охватывают бесконечно разнообразный круг общечеловеческих «вечных» ценностей, заложенных в триаде «истина-добро-красота» и представленных в жизненных стремлениях к всё более полному удовлетворению личных, групповых и общественных экономических, политических и духовных потребностей человека. А поскольку удовлетворение потребностей зависит, с одной стороны, от достижения цели, т.е. объекта удовлетворения потребности, а с другой – это невозможно без совместных усилий, требующих соблюдения определенных норм сотрудничества и учета ценностных ориентаций других, во всей системе предпочтений различаются терминальные, целерациональные и инструментальные, ценностно-рациональные ценности. То есть они должны быть разумными, осмысленными субъектом и с точки зрения достижимости, действительного соответствия цели как ценности в удовлетворении потребностей, и с точки зрения нравственно-правовой допустимости, а также социальной эффективности тех средств, которые понадобятся для достижения цели [1].

К экономическим терминальным ценностям относятся ценности сферы значений: «благополучия» и «благополучия». Они определяют цели, смысл поведения. К экономическим инструментальным ценностям можно отнести этические ценности: «справедливое» и «несправедливое» – определяющие оценку средств достижения цели. В процессе осмысления, понимания целей и средств экономического поведения значительную роль играет социально-философский анализ их с позиции ценностной ситуации, что обеспечивает единство трех необходимых компонентов познания: субъекта – оценивающего цель и адекватные, по его мнению, средства достижения ее; объекта – оцениваемого фрагмента реальности и мыслительного, а также эмоционального акта, выражающего отношение субъекта к объекту – оценивания.

Терминальные ценности отражают степень предпочтений индивидом в сфере удовлетворения своих потребностей и направлены на взаимодействие с природой. По мере удовлетворения определенной потребности ее актуальность может угасать, что касается, в первую очередь, элементарных витальных потребностей, заменяться более значимыми по сравнению с удовлетворенными на данный момент.

Инструментальные ценности относятся к сфере социальных и межличностных отношений. Их значимость определяется актуальностью поддержания и развития систем кооперации усилий по удовлетворению потребностей, по поддержанию общественного порядка, личной и общественной безопасности. В основе инструментальных ценностей находятся нравственные и правовые нормы, духовное богатство общества.

Социальная значимость ценностей состоит в том, что они определяют мотивы деятельности, направленность и интенсивность всего поведения, в том числе и экономического. По классификации, предложенной А. Маршаллом, мотивы экономического поведения структурируются в следующем порядке. Ссылаясь на Вагнера, он подразделяет их на эгоистические и альтруистические. К первым Маршалл относит в порядке

убывания по значимости: стремление к собственной экономической выгоде и боязнь обнищания, надежду на вознаграждение и страх перед наказанием, стремление к общественному признанию и боязнь стыда и презрения. К этому же классу мотивов относится и привлекательность самого процесса труда, интерес к данному виду деятельности.

Альтруистические мотивы, по мнению А. Маршалла, могут иметь своим источником чувство долга и совести, воспринимаемое личностью как важную моральную ценность [2, с. 228].

Доминирующей концепцией о соотношении ценностей и мотивации экономического поведения является признание примата над альтруизмом эгоистических потребностей в материальных благах и власти. Ценность материальных благ коренится в том, что они составляют природную основу не только витальных потребностей как предпосылки выживания, но и базу для определения социального статуса и властных позиций личности. Власть же выступает в роли важнейшего инструмента удовлетворения всех материальных, социальных и духовных потребностей.

Таким образом, ценности, закрепленные опытом предшествующих поколений, играют важную роль в регулировании социально-экономического поведения, в организации общественного труда и во всей иерархии власти как в малых группах, так и в социуме, на уровне семьи, отдельной организации человеческой деятельности и общества в целом. Ценности, предпочтения, являясь исходным моментом рационального выбора поступков, ведущих в понимании экономического агента к достижению цели, составляют основу экономического мышления, обеспечивающего осмысление возможностей в процессе социального взаимодействия с другими производителями и потребностями товаров и услуг. Поэтому совокупность всех терминальных и инструментальных ценностей, воплощенных в результатах и организации деятельности, определяет уровень культуры и цивилизации, меру их гуманистической целесообразности, адекватности самому смыслу жизни. Экономика, ограниченная в своем функционировании максимизацией «чистой» материальной выгоды, утрачивает не только эффективность, но и свой гуманистический смысл в результате неизбежной при такой ориентации деградации человеческого социокультурного, духовного капитала, поскольку личность – воплощение всеобщего, а общество невозможно себе представить без воплощения личных ценностей. «В современном социальном теоретическом познании проблема ценностей вписывается в более широкую проблему, которая стремится найти выражение и решение таких альтернативных начал, как универсальное и конкретное, коллективное и индивидуальное, отвергнуть или признать необходимым “присутствие разума” в объективном мире общества» [3, с. 336].

В этих эпистемологических диллемах, требующих не только когнитивных, но и аксиологических подходов, нашли свое отражение основные проблемы современной социальной философии – поиска конкретных «человекоразмерных» параметров в абстрактных категориях универ-

сальности ценностного мира общества. «Человекоразмерность» категорий ценности раскрывается в их соотношении с деятельностью, с поведением. Как подчеркивает В. С. Кравец, «при ценностном подходе к вещи обращают внимание прежде всего на возможность включения ее в план своей жизнедеятельности или ее роль, место в культуре. Фокусом, в котором стягиваются и пересекаются все ценности, является человек, его интересы, потребности, ожидания, мотивы» [4, с. 71].

Это особенно важно иметь в виду в условиях современного мирового кризиса духовности и гуманизма как в странах Западной Европы и США, так и в тех, где «модернизация происходит по их образцу». Происходит деградация человеческих ценностей доброты, сопереживания, справедливости. Оценивание событий и отношений с позиций «двойных стандартов», где критерием является прагматический интерес, становится нормой не только межличностных, но и международных отношений.

Всячески проталкивается идея о том, что благосостояние представляет высшую ценность по сравнению со свободой и справедливостью. Но многие философы и экономисты, М. Фридман, Ф. Хайек, Л. Мозес, увидели в этом угрозу нового политического и экономического тоталитаризма, ущемления прав человека.

Еще намного раньше на это обратил внимание Н. А. Бердяев, который на ведущее место в жизнедеятельности индивида и общества выдвигал ценности «долга труда и духовной дисциплины труда... Максимальное народное богатство и преодоление нужды достигается тогда, когда целое становится выше части, когда становится не потребительское благо и удовлетворение людей, а благо и ценность государства, нации, культуры». Потребительский идеал ведет к нищете. Хозяйственная, материальная жизнь не может быть противоположаема жизни духовной, не может быть от нее совершенно отвлечена и оторвана. Дисциплина труда, организация труда и производительность труда зависят от духовных ценностей [5, с. 256–257].

Главной ценностью экономического поведения, имманентной его сущности, конечно, является максимизация доходов. Это основной мотив хозяйственной деятельности и средство материального стимулирования труда. Но экономическую деятельность необходимо отличать от нетрудовых источников получения доходов. Как подчеркивал М. Вебер, «стремление... к наибольшей денежной выгоде... наблюдалось и наблюдается у официантов, врачей, кучеров, художников, кокотов, чиновников-взяточников, солдат, разбойников... оно свойственно людям всех типов и сословий... повсюду, где для этого существовала или существует какая-либо объективная возможность» [1, с. 46–47].

А хозяйственная деятельность «ориентирована из сопоставления дохода и издержек». Она основывается на «рациональном праве» и «экономическом рационализме», который «зависит и от способности и предрасположенности людей к определенным видам практически рационального жизненного поведения» [1, с. 54].

Представляя собой ядро культуры, менталитета, ценности являются предпосылкой и основным средством формирования и функционирования экономического поведения. Непосредственно экономические ценности (богатство, собственность, справедливость вознаграждения за труд, правомерные источники доходов, стабильность финансовых систем и налогообложения) определяют смысл экономического поведения, морально и юридически санкционированные способы создания благосостояния. Традиционные, наиболее закрепившиеся в национальном, региональном, религиозном образе восприятия мира системы ценностей составляют менталитет. «Это – глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, включающий и бессознательное, совокупность готовностей, установок и предрасположений индивида или социальной группы действовать, мыслить, чувствовать и воспринимать мир определенным образом. Менталитет формируется в зависимости от традиций, культуры, социальных структур и всей среды обитания и сам, в свою очередь, их формирует, выступая как порождающее сознание; как трудно определяемый исток культурно-исторической динамики» [6, с. 176].

Менталитет существенно влияет на все формы поведения, в том числе и на экономическое. Часто ссылаются на менталитет, в частности на традиционные ценности, устаревшие стереотипы экономического мышления населения, чтобы оправдать неудачи в осуществлении социальной трансформации общества, указывая «на недостаточную активность» населения [7, с. 3]. Однако, как отмечает Н. И. Василюк, анализ ценностной специфики экономического поведения россиян позволяет раскрывать его более глубокие причины не только в рудиментах, но и новообразованиях, в экономико-поведенческих комплексах населения, его специфике ценностной адаптации к рыночным реформам. В этой специфике проявилось сочетание альтернативных моделей поведения, максимально соответствующих ценностям рынка и воспроизводящих отношения советского периода, реципрокного обмена и натурального хозяйства домашней экономики.

Обладая определенным набором ценностей, личность имеет предрасположенность (диспозицию) к восприятию конкретных условий и выбору соответствующей модели экономического поведения. Современные исследования социально-экономических стратегий адаптации показали различия субъектов в зависимости от степени адаптированности и предпочитаемых моделей поведения. У преуспевающих людей в большей степени выражены ценности достигательной работы и материального благосостояния. Для приверженцев альтернативных моделей экономического поведения характерны ценности традиционно-советской культуры: справедливость, коллективизм, патернализм [8, с. 41–44].

Ценности содержат устойчивые представления о предпочитаемых в обществе и его отдельных группах экономических благах (разные виды занятости, а также одобряемые окружением способы получения доходов) и связанных с ними преимуществах властных позиций, имущественных и социальных статусов. Через механизм общественного сознания и мне-

ния ценностные ориентации оказывают регулирующее воздействие на экономическое поведение, т.е. на выбор общей направленности целей и средств, способов их достижения в конкретных социальных ситуациях.

Господствующая в данной социальной среде система ценностей ориентирует индивида на определенную модель экономического поведения и связанный с ними характер мотивации хозяйственной деятельности. Кризис ценностной структуры общества в отечественной литературе характеризуется отсутствием не только общепринятых идеалов, но и значимых общественных сил, ответственно утверждающих новые нормы, принципы, вызывающие доверие людей [9]. «Ценности – это основополагающий элемент культуры, поскольку именно они задают вектор деятельности человека. Именно от их характера зависит, какие знания и навыки будет накапливать человек» [10].

Экономическая культура в аксиологическом контексте рассматривается как упорядоченная совокупность социальных ценностей, являющихся одним из основных факторов, регулирующих экономическое поведение. Культура обладает необходимыми формальными и неформальными средствами отбора и передачи из поколения в поколение тех ценностей и утверждающих их в повседневной жизни моральных норм, которые поддерживают и совершенствуют порядок организации труда, потребления, распределения производимых благ и мотивации соответствующего социально-экономического поведения. Мотивация действий и поступков экономических агентов зависит от степени информированности о целях и средствах совместной деятельности, соответствия их индивидуальным и групповым ценностным ориентациям, характера эмоционального восприятия этого соответствия – несоответствия, а также волевых качеств участников социального взаимодействия. При этом необходимо учитывать проблемы, порождаемые социальной трансформацией общества. Процесс движения к рыночной экономике предполагает институциональные изменения (экономические и политические), которые сами по себе являются основным препятствием для роста переходных экономик. Вся сложность заключается в том, что система веры и ценностей экономической культуры, которая сформировалась на основе прошлого опыта, не может помочь экономическим агентам решать новые проблемы [11, с. 87].

В литературе не сложилось единого мнения о степени зависимости поведения личности от ее ценностной ориентации, поскольку предположение о том, что ценности взаимосвязаны с поведением, еще не получило достаточной эмпирической проверки. Но в результате социологических исследований, осуществленных Международной научной лабораторией социокультурных исследований Высшей школы экономики, выявлены ценности, способствующие экономически прогрессивному или экономически регрессивному поведению.

По направленности и интенсивности детерминирующего воздействия ценностных позиций на экономическое поведение Л. К. Григорян выделяет две основных ценностных ориентации и соответствующие им модели экономического поведения. Первый класс ценностей (Достижения,

Власть, Самостоятельность, Благожелательность) способствует экономически прогрессивному поведению, т.е. стремлению к экономической активности, успешности, самореализации в профессии, ориентации на долгосрочное взаимовыгодное партнерство, разумное потребление. Второй класс ценностей (Традиции, Конформизм, Гедонизм) способствует проявлениям экономической пассивности, недальновидности в экономических решениях и следованию устоявшимся, не всегда эффективным моделям экономического поведения [12, с. 166–184].

Это подтверждает выводы, сделанные ранее Оливером И. Уильямсоном, который, анализируя различные поведенческие предпосылки экономической организации (рациональность и следование своим интересам), показал, что в условиях создания рыночного механизма сочетаются гипотезы неограниченной рациональности (при наличии у агентов исчерпывающей информации) и оппортунизма, т.е. исключительной ориентации всех участников рынка на свои собственные эгоистические интересы. Модели экономического поведения могут быть очень разнообразными по отношению к инструментальным ценностям: от конформизма и максимизации доходов в пределах ограниченных ресурсов до преднамеренного обмана [13, с. 43]. Реальность экономической жизнедеятельности такова, что устранить попытки дезинформации со стороны недобросовестных партнеров практически невозможно, но меры предосторожности на стадии заключения контрактов могут снизить угрозу девиации. И в настоящее время преобладает тип личности, сформировавшийся в условиях доминантной чувственной культуры, наполненной гедонистическими ценностями. Основной особенностью пространства этого типа личности является «исчезновение глубины», связанное с «заниженностью» ценностно-смысловой вертикали. Это значит, что в своей жизнедеятельности индивид руководствуется исключительно смыслами личной выгоды или, в лучшем случае, – выгоды своего окружения, группы, клана, корпорации. Одновременно уменьшается и степень усвоенности смыслового содержания, преобладают ситуативные смыслы. Личность, оставаясь в границах себя, не трансцендируя, утрачивает ценностно-смысловое отношение к жизни. Высказывается предположение, что это и есть массовый человек (К. Юнг, Хосе Ортега-и-Гассет, А. Грамши), основной особенностью которого является «замкнутость души», лишаящей его возможности выйти за свои пределы, «переселиться в своего ближнего» [14, с. 31].

Для системы типичных для России ценностей характерен низкий статус наемного труда и предпринимательской деятельности, рассматриваемой многими людьми не как общественно полезный труд, а скорее как средство личного обогащения [15, с. 154]. Деструктивная тенденция проявляется также в «теневилизации» экономического поведения, означающей отчуждение от государства и интересов общества, ограничивающей ценностную ориентацию максимизацией частной выгоды.

Таким образом, глобализация мировой экономики, обострение экологических проблем поставили перед человечеством как неотложную

задачу – выработку новых подходов к ценностным системам производства, его подчинения идеалам устойчивого развития общества, предотвращения техногенных катастроф. Поэтому в настоящее время особенно важным является внедрение всеми доступными способами в сознание экономического агента нового понимания рационализации и максимизации полезности, рассматриваемой за пределами частной выгоды, в сочетании с ориентацией на общее благосостояние (и не только ныне живущих, но и будущих поколений) [ООН]. Экономическая теория XX и XXI вв. позволила лучше понять сущность рынка, который предстал перед исследователями гораздо более разнообразным явлением, а участники рынка – более сложными субъектами («акторами») со сложными и противоречивыми мотивациями и действиями [16, с. 82].

Социально-философский анализ основных тенденций в ценностных ориентациях экономического поведения выявляет альтернативные модели, сочетающие в себе признаки достигательных стратегий и конформизма, экономического рационализма и частнособственнического крайнего эгоизма, способствующих экономически прогрессивному или экономически регрессивному отношению к бизнесу и труду.

Литература

1. Вебер М. Избранное. Образ общества : пер. с нем. – М. : Юрист, 1994. – 704 с.
2. Маршалл А. Принципы экономической науки : в 3 т. – Т. 3 : пер. с англ. / А. Маршалл. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – 350 с.
3. Микешина Л. А. Эпистемология ценностей / Л. А. Микешина. – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2007. – 439 с.
4. Кравец А. С. Субъективная форма бытия ценностей / А. С. Кравец // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Философия. – 2012. – № 2. – С. 71–82.
5. Бердяев Н. А. Философия неравенства / Н. А. Бердяев ; сост. и отв. ред. О. А. Платонов. – М. : Институт русской цивилизации, 2012. – 624 с.
6. Словарь современной западной философии. – М., 1991.
7. Василюк Н. И. Социально-аксиологическая мотивация экономического поведения россиян : автореф. дис. ... канд. социол. наук / Н. И. Василюк ; Южно-Рос. гос. техн. ун-т. – Новочеркасск, 2005. – 24 с.
8. Бондаренко О. В. Ценностно-аксиологические факторы выбора моделей экономического поведения / О. В. Бондаренко // Вестник ЮРГТУ (НИИ). – 2008. – № 1. – С. 41–44.
9. Принцип целостности в понимании социальной реальности (аксиологический аспект) : учеб. пособие / под ред. Л. П. Станкевича. – Липецк : ЛГТУ, 2010. – 110 с.
10. Курс институциональной экономики : институты, сети, трансакционные издержки, контракты : учебник для студентов вузов / Я. И. Кузьминов, К. А. Бендукидзе, М. М. Юдкевич. – М. : Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006. – 443 с.
11. Авдей О. В. Экономическая культура как фактор экономической социализации / О. В. Авдей // Социальные факторы инновационного развития

экономики : сб. науч. ст. / редкол.: И. В. Новикова [и др.]. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2011. – С. 85–88.

12. Григорян Л. К. Соотношение ценностей и моделей экономического поведения : межконфессиональный анализ / Л. К. Григорян // Ценности культуры и модели экономического поведения : монография / под ред. Н. М. Лебедевой, А. Н. Татарко. – М. : Спутник+, 2011. – 389 с.

13. Уильямсон О. И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа / О. И. Уильямсон // THESIS. – 1993. – Вып. 3. – С. 39–49.

14. Джерелиевская И. К. Личностная детерминанта социального порядка : аксиологический аспект : автореф. дис. ... канд. филос. наук / И. К. Джерелиевская. – М., 2009. – 38 с.

15. Россолов П. Г. Экономическое поведение россиян : институциональные и этносоциальные детерминанты развития : дис. ... канд. социол. наук / П. Г. Россолов. – Ростов н/Д., 2004. – 169 с.

16. Бельская Ю. В. Философские основания понимания экономического поведения человека в пространстве экономической теории и образования / Ю. В. Бельская // Философия образования. – 2010. – № 3. – С. 77–82.

Приднестровский государственный университет

*Негруль В. В., старший преподаватель кафедры социологии
E-mail: vika-n@yandex.ru
Тел.: (00373) 77757490*

Dneastr State University

Negrul V. V., Senior Lecturer of the Sociology Department

*E-mail: vika-n@yandex.ru
Tel.: (00373) 77757490*

В. В. Негруль. Аксиологический аспект философского осмысления...