

З.І.Галушка, к.е.н.,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича,
м. Чернівці

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

На основі вивчення підходів різних соціальних наук визначається специфіка формування економічної культури українців в історичному минулому та в процесі сучасного трансформаційного розвитку.

On the basis of study of approaches of different social sciences the specific of forming of economic culture of ukrainians is determined in a historical aspect and in the process of modern transformation development.

Досвід розвинених країн свідчить, що успішний бізнес обов'язково ґрунтується на врахуванні принципів національної економічної культури, яка створюється поступальним, тривалим розвитком суспільства, сукупною працею багатьох поколінь і вдосконалюється із накопиченням досвіду і врахуванням помилок, відбраковує або зберігаючи цінності і норми, необхідні для подальшого розвитку економіки. Накопичення такого досвіду складає основу економічної культури, яка в широкому розумінні включає такі складові: економічний раціоналізм; здатність засвоювати і застосовувати нові принципи управління економікою, новітні виробничі технології; використання різних моделей економічної поведінки у зв'язку з різноманітністю форм господарської діяльності; орієнтацію економічних суб'єктів не тільки на індивідуальні чи групові, але й на інституційні цінності; культуру партнерських трудових відносин; трудову мораль – чесність, відповідальність, старанність, дисциплінованість, високу якість праці тощо.

Спроби перейняти (скопювати) ці принципи в інших країнах зазвичай не дають успіху, й причини пов'язані із національною економічною культурою та факторами, які її визначають. Тому в Україні, з нашого погляду, однією з фундаментальних причин низької соціально-економічної ефективності та високих соціальних втрат під час ринкових перетворень стало якраз те, що гарантія їх успіху вбачалася в суто технологічних та організаційно-господарських чинниках, а соціокультурні та духовно-етичні фактори враховувалися і перекладалися на майбутнє.

Мета даної статті – на основі вивчення підходів різних соціальних наук виявити специфіку факторів, які впливали на

формування економічної культури українців в минулому й відіграють важливу роль у процесі сучасної трансформації українського суспільства.

У ХХ ст. поняття економічної культури, поведінки, ментальності активно досліджувалися представниками філософії, соціології, соціальної психології, етики, релігієзнавства, культурології, соціоісторії, етнології, історичної антропології, соціолінгвістики. Перші спроби економічного аналізу цих проблем належать раннім інституціоналістам (Т.Веблен, Дж.Коммонс, У.Мітчелл). Вони почали вивчати вплив звичаїв, традицій, способів мислення і поведінкових стереотипів індивідів на їхню економічну поведінку. Представники нового інституціоналізму (Ф.А.Хайек, Д.Норт, А.Сен та ін.) апелювали до економічної ментальності індивіда з позицій методологічного індивідуалізму. Д.Норт уперше розробив концепцію інститутів і інституційної динаміки, яка пояснювала найзагальніші закономірності розвитку людського суспільства та причини тієї чи іншої поведінки його членів. На початку ХХ ст. М.Вебер, Й.Шумпетер, Г.Зіммель, Е.Дюркгейм, Н.Смелзер, К.Поланьї заклали фундамент соціологічного підходу до вивчення економічних процесів. Уже з середини 50-х рр. економічна соціологія почала розвиватися як самостійна інституціоналізована наука, призначення якої полягає в дослідженні взаємодії економіки та суспільства, в аналізі неекономічних чинників економічного розвитку, в роз'ясненні мотивації та моделей економічної поведінки людей. М.Вебер у праці „Господарська етика світових релігій. Нариси з соціології релігії” (1915 р.) пояснив механізми впливу релігійних мотивацій особистості на її економічну поведінку. На думку М.Вебера, кожна із впливових світових релігій формує специфічну господарську етику – систему приписів, які визначають ставлення віруючого до праці, матеріальних цінностей, багатства тощо [1, с.43].

Використовуючи підходи, які склалися у світовій науці щодо вивчення чинників економічної культури, українські вчені, які є представниками різних соціальних наук, з різних боків описали особливості феномена економічної культури в нашому суспільстві.

Велика увага приділяється впливу релігії на формування моральних цінностей і принципів економічної поведінки українців. Учені дослідили, що українське православ'я, перебуваючи протягом століть під впливом протестантизму і католицизму, сформувало досить активний як у суспільно-політичному і релігійному, так і в економічному житті, тип особистості українців. Саме тому модель української моралі сучасного підприємництва відрізняється від вже існуючих. Вона, по-перше, створюється на західних традиціях; по-друге, формується на принципах моралі соціалістичного суспільства з усіма її вадами і перевагами; по-третє, на неї впливає і в найближчому майбутньому буде впливати східнослов'янська „православна” ментальність [7, с.279-285]. Виявляється, що навіть для однієї країни переважання певної релігії на певній території може зумовлювати специфіку господарського менталітету населення. Так, на думку Т.Гайдай, „...переважання протестантизму і греко-католицизму пояснює те, що саме у населення західних регіонів України – найбільш „проринкова”, „прокапіталістична” економічна свідомість. Економічна ментальність жителів Центрального і Східного регіонів України формувалася під переважним впливом православ'я. Це сприяло формуванню своєрідної пролетарсько-маргінальної свідомості етнічно некорінного населення, схильності до зрівняльно-розподільного типу відносин, колективізму, в протилежність селянському господарському індивідуалізму основної частини української нації” [5].

Дослідження економічних психологів підтвердили, що поведінка „економічної людини” не підпорядковується лише простим закономірностям максимізації вигоди, раціональних розрахунків і раціонального вибору. До структури економічної свідомості вони відносять: а) економічні емоції і почуття (задоволення від результатів і процесу праці, бажання визнання, почестей, подолати небезпеку, відчутти азарт, ризик, альтруїстичні або егоїстичні наміри); б) перцептивну сферу економічної поведінки (дослідження сприйняття грошей, ставлення до речей, товарів, послуг, психологія споживача, реклами, методи продажу); в) уявлення про те, як функціонує економіка, створюється суб'єктивний економічний образ;

г) здатність окремої людини або соціальної групи відображати, осмислювати економічні явища, пізнавати їх сутність, засвоювати і співвідносити економічні поняття, категорії, теорії з вимогами економічних законів; д) вольові компоненти економічної свідомості (економічні норми, інтереси, вчинки тощо) [8, с.162]. Економічна культура тісно пов'язана із економічною ментальністю, яка визначає мотиви і моделі поведінки людей. Т.Гайдай на прикладах економічної історії підкреслює такі визначальні елементи економічної ментальності української нації: індивідуалізм („самоцентризм”); прагнення до економічної самостійності (незалежності); антиобщинність, антиавторитаризм; антиетатизм; прагнення до достатку; національна працьовитість; схильність до естетизації праці і побуту. Більшість цих елементів економічної ментальності української нації, на її думку, відповідають набору основних рис психології ринкового типу, і тому українська національна економічна ментальність більш тяжіє до європейської (східноєвропейської) ментальності [6, с.14].

У книзі А.Фурмана „Психокультура української ментальності” автор так описує ментальність українців: „Психологічний портрет українця, мов вишитий рушник, відображає незвичайну гаму кольорів і відтінків, почасти суперечливих і взаємоне прийнятних. Передусім це пояснюється цілком придатними і водночас суворими природними умовами життя, з іншого – географічним розташуванням Праукраїни на карті Євразії як перехрестя доріг цивілізаційного розвитку народів, центру їхнього матеріального і культурного взаємообміну” [10, с.43]. Особливостями українського господарського менталітету дослідники також називають завзятість у праці, розвинуті приватновласницькі інстинкти, толерантність та відкритість до засвоєння чужого досвіду. Н.Г.Комих серед соціокультурних особливостей сучасного українського підприємництва підкреслює такі риси, як наявність інституту соціальних зв'язків (кумівство, дружба, родинні зв'язки) та патерналізм (очікування підтримки, захисту, допомоги, пільг з боку держави) [9, с.5].

Велике значення у формуванні економічної культури мають моральні передумови власності. Вони закріплюються правовими

нормами (володіння, користування, розпорядження, передачі у спадок, економічної відповідальності, на доход, на безпеку володіння тощо), але державні гарантії прав власності можуть виявитися недієвими через недостатню правосвідомість і зумовлене нею зловживання власністю. Наприклад, важливий моральний аспект тепер в Україні мають проблеми, пов'язані із земельною власністю (договори про оренду, обмеження на землекористування, процедури отримання дозволу на будівництво тощо), бо в цих випадках потрібне не тільки законодавче регулювання й державний контроль, а здебільшого розуміння соціальних наслідків приватизаційних процесів. Необхідно, щоб ці процеси узгоджувалися з суб'єктивними уявленнями про права власників та користувачів. Демократична свідомість як передумова економічної і підприємницької етики передбачає реальні можливості для груп, що представляють ті або інші інтереси, брати участь у процесі ухвалення політичних рішень (самі ж ці групи повинні проявити відповідну готовність). При цьому має враховуватися комплексність різних рішень і їх наслідків.

Під впливом формування нової системи економічних відносин може здійснюватися кардинальна „переоцінка цінностей”, яка пояснює труднощі адаптації як усього суспільства, так і окремої особистості до вимог нового часу, зумовлює проблеми її соціалізації. Дослідження моралі сучасного бізнесу в Україні показують тенденції до зростання егоїзму, кар'єрних міркувань, що ґрунтуються на високому рівні освіти й професіоналізмі, – їхня мораль не дуже відрізняється від традиційних уявлень про ідеального підприємця. Одночасно спостерігаються приклади приватного підприємництва, яке діє в умовах недосконалої юридичної відповідальності, не чітко визначених відносин власності, що дає можливість проявлятися таким негативним моральним принципам, як бажання наживитися за рахунок інших.

Специфіка становлення підприємництва та формування ринкових відносин в Україні полягає у тому, що, по-перше, це становлення було викликане більше політичними методами, ніж еволюційним шляхом, його принципи не були сформовані в свідомості більшості населення, не виступали наслідком змін в

устрої життя, ціннісних орієнтаціях, традиціях, світогляді людей; по-друге, для більшості підприємців їхня діяльність була вимушеною й означала лише можливість отримати додатковий прибуток, тоді як одним з механізмів виникнення крупного бізнесу був обмін влади на власність; по-третє, підприємці не схильні ставити глобальні цілі у своїй діяльності, вони мали індивідуалізований характер. Як зазначає Н.Г.Комих, пріоритетними були „фундаментальні, загальнолюдські цінності (сім'я, чесність, порядність, здоров'я) і тільки потім матеріальне благополуччя”. Цей факт, на її думку, підкреслює сімейну спрямованість українського підприємництва, що є сприятливою основою для розвитку малого бізнесу. Серед головних мотивів підприємницької активності вона виділяє прагнення до самореалізації, незалежності і самостійності та отримання прибутку [9].

Політологи великого значення надають ролі еліти та механізмам управління людьми, які складаються за певних умов. В основі концепцій демократичного елітизму лежать положення про ціннісні якості еліт. Еліта – це ієрархія, що ґрунтується на власних досягненнях, на відміну від класу, приналежність до якого визначається походженням. Так, до вищих верств населення в 60-80-х роках ХХ ст. дослідники відносили тих людей, що концентрували знання й інформацію про виробничий процес, розвиток суспільства загалом, а також брали участь у прийнятті управлінських рішень. Вони дістали назву „технократів” (Д.Белл, Дж.Гелбрейт, Е.Тоффлер та ін.). У 90-х роках теорія „нового вищого класу” набула свого подальшого розвитку в рамках теорії „постекономічного суспільства”. Ця теорія описує „новий вищий клас” як нову домінуючу соціальну групу, що володіє контролем над інформацією й знаннями, які стрімко перетворюються на основний ресурс виробництва.

В аналізі суспільства велике значення має те, яким шляхом окремі особи попадають до еліти та які способи підтримання й використання ними цього становища. Так, для структури й специфіки української політичної еліти характерне використання переважно неформальних каналів, коли оновлення відбувається здебільшого за рахунок елітарного резерву (родичі, знайомі, „корисні” і „потрібні” люди); переважне

використання неформальних каналів впливу на процес прийняття політичних рішень як найбільш ефективних; нерівномірний розподіл інноваційного потенціалу в різних ешелонах політичної еліти: більша консервативність регіональних еліт, ніж центральної; консолідація еліт, яка приводить не до плюралізму елітних груп, а до нівелювання ціннісних та ідеологічних відмінностей і внутрішньоелітної згоди заради загальних економічних і соціальних інтересів. Спостерігаються різні тенденції розвитку в різних елітних групах. Можна виділити три елітних групи, status quo який неоднаковий в Україні, як неоднакова й тенденція їхньої зміни. До першої групи входять політична й фінансова еліти, до другої – господарська й до третьої – духовна. Разом з офіційними у трансформаційній економіці складаються й неформальні, тіньові еліти. Інтеграційні процеси у тіньовій сфері призводять до виникнення територіальних владно-економічних кланів, завданням яких стає не лише утримати економічну, а згодом й політичну владу на певній території, але й розповсюдити її на інші. Інтереси клану знаходяться вже далеко за межами майна і бюджетних потоків його території, – їх предметом стають бюджетні кошти держави і майно загальнодержавного значення. І, як підкреслював В.Зомбарт, прагнення до влади і прагнення до грошей переходять одне в одне: підприємець прагне до влади, щоб здобувати прибуток і здобуває його, щоб добитися влади.

Отже, аналізуючи фактори економічної культури, ми бачимо необхідність взаємопроникнення соціальних наук та економічної науки, шляхи практичного застосування їхніх теоретичних положень для розв'язання суспільних проблем, які виникають в умовах невизначеності трансформаційної економіки.

Список використаних джерел:

1. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму // Проблеми соціології. – Вип. 1. – 1992. – 201 с.
2. Вебер М. Напрями і щаблі релігійного заперечення світу // Проблеми філософії. Вип. 87. – К., 1991.
3. Вебер М. До стану буржуазної демократії в Росії // Філософська і соціологічна думка. Вип. 10. – К., 1991.
4. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. Попередні зауваження // Проблеми соціології. Вип. 1. – 1992.
5. Гайдай Т.В. Інституційні аспекти теоретичної спадщини Київської політ-економічної школи // Вісник Київського національного університету ім. Т.Шевченка. Економіка. – Вип. 74. – К., 2005. – С.12-16.
6. Гайдай Т.В. Теоретико-методологічне основи дослідження економічної ментальності: інституційний аспект // Інтернет-конференція „Росія: варіанти

інституційного розвитку” (25.10.06 – 15.12.06).

7. Гутніна Т.О. Мораль підприємництва як елемент світогляду // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. – 1999. – №3. – С.279-285.

8. Дейнека О.С. Экономическая психология: Учебное пособие. – СПб.: С.-Петербургский университет, 2000. – 436 с.

9. Комих Н.Г. Соціокультурний контекст становлення та розвитку підприємництва в Україні // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук. – Харків, 2006. – 18 с.

10. Фурман А.В. Психокультура української ментальності: Наукове видання. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 132 с.

В.О.Соболев, к.е.н., М.В.Соболева,

Чернівецький національний університет ім. Ю.Федьковича,
м. Чернівці

ЕКОНОМІКА КУЛЬТУРИ ЯК ПРЕДМЕТ ЕКОНОМІКО-ТЕОРЕТИЧНОГО АНАЛІЗУ

Вивчаються проблеми розвитку економіки культури з точки зору специфіки культурного продукту, оцінювання його корисності, функціонування ринку культурного продукту та принципів державного регулювання культурної сфери.

The problems of development of economy of culture are studied from the point of view of the specific cultural product, evaluation of his utility, functioning of market of cultural product and principles of government control of cultural sphere.

Трансформаційні процеси в Україні відбуваються під впливом змін в усіх соціальних сферах, але особливе значення, з нашого погляду, має культура, бо вона справляє безпосередній вплив на формування ринкової економічної свідомості, споживчої поведінки, на розвиток робочої сили як фактора виробництва, на функціонування суспільства в цілому, виховуючи сучасне бачення світу. В останній четверті ХХ ст. в економічній науці поживалися дослідження різних сфер соціального життя з метою створення інтегрованого підходу до аналізу соціально-економічних процесів. У цей період з'явилися відгалуження економічних наук, до яких відноситься й економіка культури як напрямок науки культурології, з'явилися перші підручники [4; 8], у менеджменті велика увага почала приділятися аспектам корпоративної культури. У Росії в 2006 році вийшла книга О.Долгіна „Економіка символічного обміну”, яка стала вагомим внеском у наукове обґрунтування важливості економічного аналізу культури як елементу функціонування сучасних ринків. У книзі економіка символічного обміну визначається як наука, що працює з ресурсами особи: вільним часом, увагою, символічним капіталом. З цієї позиції аналізуються різноманітні