
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

ПИЛИПЕНКО Анна Николаевна, доктор экономических наук, доцент,
государственное высшее учебное заведение «Национальный горный университет», г.
Днепропетровск

*Потребности могут быть
удовлетворены только теми путями,
которые согласованы с ценностями*
К. Роджерс

Современное состояние и перспективы модернизации экономики Украины связаны не только с ее ресурсным и технологическим потенциалом, но и с влиянием социальных, социально-психологических и культурных факторов. Понимание того, что главной движущей силой социально-экономического прогресса является не мифическая «объективная реальность», а человек во всей совокупности своих био-социо-духовных потенций, склонило экономистов к более глубокому изучению факторов, обуславливающих экономическое поведение хозяйствующих субъектов. Исследования последних лет, посвященные данной проблематике, позволили развенчать неоклассический миф о Homo economicus и признать тот очевидный факт, что экономическая деятельность людей протекает в определенной социокультурной среде, которая формирует элементы их экономического сознания и, таким образом, влияет на их мысли и действия, направления экономической активности, и, в конечном итоге, содействует или противодействует развитию.

Признавая влияние на деятельность человека социокультурной среды, экономисты, однако, акцентируют свое внимание преимущественно на внешних формах ее воздействия на экономическое развитие, сосредотачиваясь на диагностике стереотипов поведения, норм и ценностей с последующим поиском связи этих культурных измерений с ВВП, среднедушевым доходом, уровнями экономической свободы и демократии и т. п. (см. напр.: [1–3]).

Никоим образом не умаляя значимости подобных исследований, следует обратить внимание на тот факт, что они сориентированы, прежде всего, на общественный уровень сознания. В научной литературе, которая посвящена изучению данной проблематики, по большей части доминирует объективистский подход, выносящий социокультурные ценности за пределы субъективности и не придающий должного значения процессу их возникновения непосредственно в самом человеке как главной движущей силе развития. Как отмечает Н. Лебедева, «в существующих исследованиях взаимосвязи культуры и экономики упущена очень важная деталь: продемонстрировано, что культура связана с национальными экономическими показателями, но не показано, каким образом она воздействует на социально-экономические установки и представления людей... Это не позволяет получить очень важную информацию об отношении людей к тем или иным культурным ценностям, а также о том, как они выражаются в реальном поведении человека и, таким образом, способствуют (или не способствуют) экономическому развитию страны» [4, с. 6].

Как представляется, для более глубокого понимания детерминантов экономического развития, равно как и установления причин его неравномерности для разных стран и регионов, мы должны рассматривать экономическую деятельность человека не просто как продукт общественных отношений и влияния социокультурной среды, но и «как процесс, несущий в себе те внутренние движущие противоречия, раздвоения и трансформации, которые порождают психику, являющуюся необходимым моментом собственного движения деятельности, ее развития» [5, с. 76].

Анализ экономической деятельности в таком контексте приводит нас к необходимости междисциплинарного синтеза знаний о человеке, который, в свою очередь, должен опираться на обновленную философскую картину мира, на общечеловеческие ценности. Как утверждает Г. Задорожный, «Выход из современного кризиса экономической науки не может лежать где-то за пределами новейших научных исследований, которые во главу угла поставили целостного человека, его сознание и его деятельность, определяемую его духовным миром и духовными потенциями» [6, с. 9]. Именно этими концептуальными подходами должны быть дополнены исследования взаимосвязи культуры и экономики, что, по нашему мнению, позволит получить более реальную картину экономического развития и, что не менее важно, воздействовать на него с помощью научно-обоснованной экономической политики.

Целью данной статьи является разработка методологического подхода, который бы позволял исследовать влияние культуры через объяснение действенной роли сознания и, особенно, его участия в процессе усвоения ценностей и введения их в сферу мотивационных компонентов экономической деятельности человека.

Отправным моментом изучения экономической деятельности является уяснение мотивов, которые выступают для субъекта непосредственной причиной для совершения определенных действий. Представители разных направлений экономической теории едины в том, что именно потребности находятся в основе всего комплекса мотивации человека. Этот комплекс, по мнению большинства ученых, составляют такие ориентационные компоненты, как собственно потребность, мотив, интерес и стимул. Мотив рассматривается как осознанное побуждение к действию – интенциональному поведению, вызванному желаниями и убеждениями субъекта. Он является определенным содержательным единством, выступающим для субъекта достаточной причиной его активности, и возникает только тогда, когда потребность в сознании человека воплощается в более-менее конкретный образ предмета, при помощи которого допускается ее удовлетворение. Осознание потребности и стремление ее удовлетворить побуждают к определенной целенаправленной деятельности. Последняя, в отличие от собственно действия, которому может предшествовать или не предшествовать сознательный выбор, всегда осмыслена и осознана, направлена на достижение определенной цели.

Цель – это идеальное, воображаемое предвидение результатов деятельности. Только тогда, когда удовлетворение потребности осознается как конкретная цель (максимизация полезности, максимизация прибыли и т. п.), возникает интерес. Он реализуется при условии достижения его носителями конкретных целей. Таким образом, генезис интереса заключается в отборе сознанием наиболее важных потребностей для удовлетворения, а также определения целей, за счет реализации которых это становится возможным. На этом этапе теоретического анализа, собственно, и останавливается большинство экономистов, сосредотачивая свое внимание на проблемах согласования противоречивых экономических интересов субъектов, а также на поиске факторов, обеспечивающих равновесные состояния экономики.

Рассматривая под таким углом мотивацию к экономической деятельности, экономическая наука оперирует высокой степенью абстракции, устраняя проблему многообразия реальных мотивов человека. Тем самым она замыкается в достаточно узких рамках анализа, совершая подчас редукцию реальной действительности к созданной теоретической модели. При таком подходе упускается из вида то немаловажное

обстоятельство, что мотивация к экономической деятельности включает еще один важнейший элемент – осознание путей и способов достижения необходимого результата, то есть стимул. Последний также выступает ориентационным компонентом мотивации, поскольку позволяет из существующих альтернатив избрать наиболее приемлемый вариант действий по реализации экономического интереса.

Включение в область экономических исследований стимулов неизбежно приводит экономистов к необходимости исследования нормативной составляющей экономической деятельности. Однако, это невозможно осуществить без разработки методологии, позволяющей оценить моральные установки и убеждения людей инструментально. Решая эту проблему, неоклассическая теория пошла по пути рассмотрения морали как средства удовлетворения определенных предпочтений и введения склонности к соблюдению моральных норм в круг предпочтений экономических субъектов. Однако, как следует из детального анализа подобных попыток, осуществленных Д. М. Хаусманом и М. С. Макферсоном, экономистам так и не удалось в полной мере согласовать весь спектр моральных явлений с теорией предельной полезности [7, с. 130]. Самым сложным оказался вопрос совмещения процесса следования моральным нормам с индивидуальной рациональностью, а также объяснения характера, причин и последствий морального поведения. Поэтому, не отрицая, в принципе, проблемы нормативной составляющей экономической деятельности, экономисты пошли по пути определения одного главного мотива и очищения его от мешающих открытию закономерных связей «наслоений».

Безусловно, работая в узких рамках неоклассической методологии, невозможно получить модель экономической деятельности с учетом нормативной составляющей. Но и оставить эту составляющую вне поля зрения теоретика-экономиста также невозможно, поскольку реальный человек не действует по «указанию» маржиналистских представлений. Действительно, совокупность потребностей направляет деятельность человека на определенные объекты, с помощью которых предполагается их удовлетворение. Однако объекты, на которые направляют свои усилия люди в ходе удовлетворения потребностей, уже имеют в их сознании специфические социальные определения, которые формируют положительные или отрицательные значения этих объектов для жизнедеятельности человека и общества, то есть ценности. Последние отображают должную и оценочную стороны реального мира и начинают управлять мотивацией человека уже на стадии осознания потребности. В последующем они воздействуют на определение целей через формирование дозволенности и запретности, а далее – формируют осознанный выбор человека конкретных путей реализации этих целей с учетом возможных последствий. Таким образом, мотив отражает не только осознанное побуждение к действию, но и приемлемость самой необходимости его осуществления. Об этом, собственно, писал еще М. Вебер, исследуя соотношение между целерациональным и ценностнорациональным способами детерминации социального действия [8, с. 628–629]. Для нас же в данном исследовании важным является то, через какие конкретные механизмы социокультурные ценности управляют мотивацией человека. А это неизбежно заставляет нас обратиться к теоретическим положениям социальной психологии и, таким образом, расширить предметную область экономических исследований человеческой деятельности.

На сегодняшний день в социальной психологии уже доказанным фактом является то, что ценности всегда имеют двойственную основу, концентрируясь в обществе как социокультурной системе и непосредственно в субъекте как системе индивидуальной. Соответственно, они являются элементами как общественного, так и индивидуального сознания. Как общественный феномен социокультурные ценности возникают на протяжении длительного исторического развития общества под влиянием географических, демографических, экономических, социальных и культурных условий жизнедеятельности людей и связаны с их деятельностью. Соответственно, источником ценностей выступает культура, общение и совместная деятельность людей. Формируясь в той или иной сфере

коллективного сознания и приобретая значение общечеловеческой духовной детерминанты, социокультурные ценности становятся неотъемлемой частью общественного сознания.

Экономическая наука всегда была склонна работать именно с этим, общественным уровнем сознания. Соответственно, целый ряд важнейших детерминантов экономического поведения оставался вне предметной области ее исследования и не мог быть учтен при выборе направлений социально-экономической модернизации. В психологии же утверждается понимание того, что социокультурная среда не может влиять на поведение человека, если не принята его сознанием и не «пропущена» через его внутренний мир. А. Леонтьев – автор учения о мотивационно-потребностной сфере – доказал, что только итеоризированные ценности включаются в психологическую структуру индивида и служат наряду с потребностями одним из источников его деятельности. Проходя через призму индивидуальной жизнедеятельности, через внутренний мир личности такие ценности отражаются в сознании человека в форме ценностных ориентаций – доминирующего компонента, отражающего относительно устойчивое избирательное отношение субъекта к миру ценностей и оказывающего значительное влияние на выбор формы поведения.

Ценностные ориентации занимают место на пересечении мировоззренческих структур сознания человека и его мотивационно-потребностной сферы. Поэтому совокупность сложившихся и устоявшихся ценностных ориентаций образует своего рода ось сознания, обеспечивающую устойчивость личности, преемственность определенного поведения и деятельности, выраженную в направленности потребностей и интересов [9]. Таким образом, механизмом, который непосредственно направляет деятельность человека, служит не социокультурная ценность как таковая, а ее итеоризированная форма, т. е. ценностная ориентация.

Наряду с этим, при исследовании влияния ценностей на экономическую деятельность, следует также учитывать тот факт, что весь мотивационный комплекс, как правило, не осознается человеком, а проявляется в форме сложного эмоционального отображения субъективного ценностного восприятия определенных объектов или явлений и закрепляется в особых регуляторных образованиях – социально-психологических установках. Последние определяют как неосознанное психическое состояние, внутреннее качество личности, которое базируется на ее предыдущем опыте, настроенности на определенное состояние активности при сложившихся обстоятельствах. Социально-психологическая установка реализуется как состояние мобилизованности, готовности к реализации определенной ценностной ориентации. На практике она мобилизует сознание, ориентирует его на поиск соответствующих целей и способов их достижения стереотипным образом.

В силу вышесказанного приходим к выводу, что социокультурные ценности как составляющая общественного сознания формируют внешнее условие экономической деятельности (ценностное содержание среды), а индивидуально-личностные особенности преобразовывают ее в конкретные механизмы регуляции поведения – ценностные ориентации и социально-психологические установки. Последние характеризует человеческое измерение общественного сознания, поскольку пропущены через личность, через ее внутренний мир и практическую деятельность.

В силу этого для исследования социокультурных факторов экономического развития важно знать не только ценности определенного общества, но и то как они воплощаются в конкретных регуляторных механизмах экономической деятельности субъектов. Эту информацию можно получить через проведение массовых социологических опросов с использованием исследовательского инструментария психологии. Следует отметить, что в некоторых странах постсоветского пространства уже проведены подобные исследования, что позволило охарактеризовать эмоциональный и поведенческий уровень влияния культуры на экономическую деятельность. Основу таких исследований составили методика индивидуального уровня сознания Ш. Шварца и ее модифицированный вариант, созданный Н. Лебедевой и А. Татарко, подходы к диагностике ценностей О. Дайнеки,

М. Рокича, О. Потемкиной [10-14]. В Украине, к сожалению, такие подходы к исследованию мотивации не получили широкого распространения, за исключением, разве что инициированного российскими коллегами социологического опроса индивидуальных ценностей населения по методике Ш. Шварца [15]. В итоге, мы не обладаем достаточной информацией относительно ценностных ориентаций и социально-психологических установок членов общества и, соответственно, не можем прогнозировать их деятельность, выявлять стереотипы и реакцию на изменение среды, в которой эта деятельность непосредственно реализуется. Для устранения этого недостатка отечественная экономическая наука должна более активно сотрудничать с другими науками, изучающими человека и его поведение, не бояться вторгаться в те сферы функционирования общества, которые традиционно не входили в предметное поле ее исследований. Только при таком подходе мы сможем понять окружающую нас экономическую действительность во всем многообразии форм проявлений, а также сознательно управлять ее развитием.

Литература.

1. Hofstede G. *Cultures and Organizations (Software of the Mind)* / G. Hofstede. – L. : Harper Collins Publishers, 1994. – 196 p.
2. House R. *Cultural influences on Leadership and Organizations. Project GLOBE* / R. House, P. Hanges // *Advances in Global Leadership*. – 1999. – Vol. 1. – P. 171–233.
3. Inglehart R. *Culture Shift in Advanced Industrial Society* / R. Inglehart. – L. : Princeton, 1990. – 268 p. Inglehart R. *Modernization and post modernization: Cultural economic and political change in 43 societies* / R. Inglehart. – L. : Princeton; N. J., Princeton University Press. – 1997. – 168 p.
4. Лебедева Н. М. *Культура как фактор общественного прогресса* / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. – М.: ЗАО «Юстицинформ», 2009. – 408 с.
5. Леонтьев А. Н. / А. Н. Леонтьев. – *Деятельность. Сознание. Личность*. – М.: Политиздат, 1975. – 324 с.
6. Задорожный Г. В. *Трансперсональная психология, духовный мир человека и социальная экономия как новая парадигма экономической науки* / Г. В. Задорожный. – Х. : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2009. – 39 с.
7. Д. М, Хаусман, М. С. *Макферсон. Серьезное отношение к этике: экономическая теория и современная моральная философия // Истоки: социокультурная среда экономической деятельности* / Хаусман Д. М, Макферсон М. С. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2004. – 204 с.
8. Вебер М. *Избранные произведения: пер. с англ.* / М. Вебер. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
9. Леонтьев Д. А. *Ценность как междисциплинарное понятие: опыт многомерной реконструкции* / Д. А. Леонтьев // *Вопросы философии*. – 1996. – № 4. – С. 36 – 42.
10. Schwarz S. *Cultural Value Orientation. Nature and Implication of Natural Differens* / S. Schwarz. – V. : Pabl. House SU HSE, 2008. – 426 p.
11. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. *Ценности культуры и развитие общества* / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. – М.: ГУ ВШЭ, 2007. – 386 с.
12. Дайнека О. С. *Экономико-психологические последствия переходного периода // Общество и политика: Современные исследования, поиск концепций* / Под ред. В. Ю. Большакова – Спб. : СпбГУ, 2002. – 342 с.
13. *Культура и экономическое поведение: сб. науч. ст.; под ред. Н. Лебедевой, А. Татарко*. – М.: Макс-пресс, 2011. – 544 с.
14. *Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф.Потемкиной // Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие.* / Ред. и сост. Райгородский Д.Я. – Самара, 2001. – С. 641-648.

15. Магун В. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами / В. Магун., М. Руднев // Украинское общество в европейском пространстве: под ред. Е. Головахи, В. Макеева. – К. : Суспільство, 2007. – 246 с.

УДК 304.5: 316.7

На основе объяснения действенной роли сознания в процессе усвоения ценностей и введения их в сферу мотивационных компонентов экономической деятельности человека разработан методологический подход к исследованию влияния культуры на экономическое развитие.

Ключевые слова: междисциплинарный подход, личность, общественное сознание, индивидуальное сознание, социокультурные ценности, ценностные ориентации, социально-психологические установки.

На основі пояснення дієвої ролі свідомості в процесі засвоєння цінностей і уведення їх у коло мотиваційних компонентів економічної діяльності людини розроблено методологічний підхід до дослідження впливу культури на економічний розвиток.

Ключові слова: міждисциплінарний підхід, особистість, суспільна свідомість, індивідуальна свідомість, соціокультурні цінності, ціннісні орієнтації, соціально-психологічні настанови.

On the basis of explanations effective role of consciousness in the process of acquiring values and introducing them into the sphere of motivational components of economic activity of the person developed a methodological approach to the study of the influence of culture on economic development.

Key words: a multidisciplinary approach, personality, social consciousness, individual consciousness, socio-cultural values, values, social attitudes.

Поступила в редколлегию 20.09.2013 г.