

УДК 316.2+330.1

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК «ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР» В ФИЛОСОФИИ ЭКОНОМИКИ

Чащин Елисей Владимирович

кандидат философских наук

доцент кафедры философии и права

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

614990, Пермь, Комсомольский пр., 29

e-mail: chashin86@mail.ru

Основной целью данной статьи является изучение феномена экономического мышления. Последнее является важным компонентом ментального комплекса современного человека, во многом определяющим его социальное бытие. Этот тип мышления не входит в число всесторонне исследованных, однако его изучение может раскрыть некоторые стороны современных экономических проблем. Экономическое мышление рассматривается как категория социальной гносеологии и социальной психологии в философии экономики. Именно последняя (при признании всей роли и значимости классических экономических теорий) способна дать ответы на многие «неудобные» вопросы, касающиеся противоречивых кризисных явлений, имеющих место в современном социуме. При ведущей роли объективных процессов, влияющих на формирование мировой хозяйственной системы, не стоит принижать значение ряда субъективных факторов. Формирование адекватного этим вызовам экономического сознания является важной задачей, стоящей перед современными общественными институтами.

Ключевые слова: мышление; социум; экономика; субъективность; симуляция; абстрактный товар; кризис.

Мышление человека, живущего в период глобального перехода от индустриальной к постиндустриальной цивилизации, представляет собой сложноорганизованную совокупность различных ментальных типов и стилей. Экономическое мышление, наряду с технологическим, экологическим, гуманитарным, составляют особые специфические компоненты современного ментального комплекса. Понимание роли и значения экономического мышления становится актуальным после постановки перед современным исследователем ряда задач, требующих ответов на сложные и противоречивые вопросы. Насколько поведение производительных сил современной глобальной экономики обусловлено некими объективными принципами, способными быть вписанными в математические модели, быть подверженными формализации, верификации и т.д.? Насколько оно зависит от настроений конкретных, отдельно взятых субъектов? И не зависит ли от того, в чём именно у последних будет потребность? Какие именно ментальные принципы, коллективные желания, импульсы социального мышления, страсти будут управлять вовлечённым в производство населением? Большинство современных экономи-

стов, разделяющих позиций как классической, так и неоклассической экономических парадигм [6], не отступает от строгости и математической рациональности основных принципов и положений современной экономической теории. Эта позиция не предполагает какого-либо опровержения. Однако помимо экономики как таковой в процесс исследования экономической стороны общественного бытия включена также и философия экономики. Последняя занимается исследованием широкого спектра вопросов, связанных, в частности, и с различными уровнями общественного сознания. Именно социально-психологический аспект и будет нас интересовать. Социально-психологическая сторона философии экономики предполагает отступление от традиционных законов и принципов, требующих «технологического» обоснования, поскольку рассматривает как обыденное, так и теоретическое мышление вкупе с эмоциональным и ценностным уровнями. Однако именно представление и осмысление ряда социально-психологических обстоятельств позволяет взглянуть на экономическую сторону общественного бытия более широко и многопланово, дать более развёрнутое объяснение её эволюции.

Первым таким обстоятельством можно считать механизм формирования кризисов. История раскрывает нам глаза на то, что наиболее разрушительные экономические кризисы, затрагивающие огромные массы населения, порождает не сам дефицит ресурсов или их переизбыток, не сами социальные потрясения (войны, революции) как таковые, а то, что всегда способствовало подобным кардинальным переменам в жизни общества, — социальная паника. Именно исходящее из инстинкта самосохранения желание обезопасить себя, спасти своё имущество, уменьшить влияние источника риска подталкивало людей на необдуманные и порой опасные поступки. В современном трансформирующемся обществе поводов для беспокойства становится больше, поэтому кризисы становятся сильнее, глубже, масштабнее. Их главная социально-психологическая причина, на наш взгляд, — порождаемая объективным движением капитала жадность и панические настроения. Именно желание одних получить максимальную прибыль, не считаясь с интересами других, подталкивает экономические элиты к стратегически непродуманным шагам. Влияние регулирующей «невидимой руки» рынка, о которой часто упоминали философы экономики недавнего прошлого, в настоящем на уровне общественного сознания оказывается опасным заблуждением. Демпинг, необоснованные манипуляции с ценами на те или иные товары провоцируют панику. И вот уже тысячи людей готовы избавиться от того, что ещё недавно было для них дорого, представляло ценность и интерес. Конкретная материальная ценность становится аморфной. Она бесконечно мимикрирует, превращается в симуляцию [2]. И вместе с этим само понимание ценности как такой в мировоззрении современного человека переживает девальвацию. Часто она проявляется в том, что материальные, а также и духовные и социальные ценности приобретают черты условностей. Это становится ещё одним фактором нестабильности и синкретизации мышления.

Вторым обстоятельством, требующим более гибкого подхода к пониманию современной социально-экономической ситуации на планете, следует считать распространение нового экономического мышления, не похожего на предшествующее. Каждый современный человек в той или иной степени обладает экономическим мышлением на обыденном уровне. Сложные общественные изменения распространили этот свойственный узким профессиональным сообществам тип мышления на широкие народные массы, сформировав в совокупности с другими металными типами — обыденным, групповым — новый стиль мышления.

Безусловно, экономическое мышление специалистов будет отличаться большей теоретической обоснованностью и профессиональной ориентированностью, однако и обыденная форма экономического мышления предполагает специфический взгляд на многие явления окружающей действительности. Одной из её особенностей будет то, что в мире абстрактного труда и мимикрирующей ценности человек оценивает всё окружающее как потенциальный товар. Каждый субъект ежедневно и многократно играет разные социальные роли. Выступая в различных ипостасях, он примеряет на себя обязанности продавца и покупателя. Это проявляется не только тогда, когда он приобретает тот или иной товар или услугу, но и тогда, когда он продает свой труд, когда договаривается с близкими людьми о какой-то совместной деятельности. Постиндустриальный принцип «производителя» (производителя и потребителя) [7] все более обретает черты «продокупателя» — продавца и покупателя (товаров, услуг). Товаром становится не только информация, но и эмоции, настроение. В качестве черт, свойственных товару, рассматриваются также вера и безопасность. Последнее оказывается особо ценным и важным товаром, когда приобретает форму оценки рисков. Абстрактность подобного товара приводит к тому, что у каждого человека возникают свои собственные представления об оценке стоимости своего труда, своих эмоций, мыслей — потенциально ценных идей, в конечном счёте своего таланта в той или иной отрасли. Субъективность, предполагающая отсутствие единых критериев, порождает сомнения в справедливости стоимости подобного товара. Поскольку информационное общество соединяет в себе черты «массовой уникальности» — неограниченного обмена и тиражирования бесконечно возникающих ноу-хау и «экономической целесообразности», сомнения отдельных людей становятся достоянием всего рынка. Вместе с предложенным обществу своим уникальным авторским товаром каждый из «продокупателей» предлагает другим участникам и свою субъективную цену, практически никогда не совпадающую с представлениями о цене на этот товар других «продокупателей». Субъективность переносится на разные сферы экономических взаимоотношений, поднимается на рыночные вершины глобального порядка. Распространение нового экономического мышления, предполагающего значительное влияние подобной субъективности, необходимо воспринимать не иначе, как субъективный фактор в экономической сфере общественного бытия. Субъективная оценка каждым субъектом своего труда на общем рынке в русле собственного мировоззрения — это ещё и оценка

всего рынка, всех условий формирования стоимости, в том числе и объективных, поскольку в конечном счёте за стоимостью любого товара будет скрываться труд конкретных людей. Получается, что на «объективные» социально-экономические условия накладывается печать субъективности, т.е. рынок в этом аспекте — эмоционально зависим. В непосредственном плане его будет определять и настроение масс, а не только его объективные законы и отражающие их математические модели. Последние способны с большой долей допущения прогнозировать поведение народных масс, которое становится менее предсказуемым в процессе движения к информационному обществу. Таким образом, при оценке современных социально-экономических процессов необходимо учитывать то, что не только объективные законы и закономерности, но и иррациональные факторы характеризуют собой экономическую сторону общественного бытия. В качестве близкого нам примера можно привести ситуацию, сложившуюся в России при переходе от плановой экономической системы к рыночной. В нашей стране в 90-х гг. XX в. низкий спрос на значительную часть дорогих товаров и услуг, вопреки многим прогнозам, не повлек за собой уменьшения их стоимости. Поставщик из-за разного рода социальных рисков предпочел ограничить объёмы предложения, сделав его более эксклюзивным, нежели получать прибыль за счёт увеличения товарооборота при снижении стоимости. Иными словами, продавец и покупатель тогда так и не смогли договориться. Каждый из нас, примеряя на себя роль продавца и опираясь на собственные представления, оценивает результаты как своего, так и чужого труда по разным критериям. Современное экономическое мышление заставляет нас осуществлять подобную оценку исходя, например, из категории престижности, брендовости (если речь идёт о конкретном товаре), т.е. критериев, обусловленных исключительно бэкономскими «идолами театра» [3], но не фактическим качеством, особой необходимостью, редкостью или незаменимостью данного товара или услуги. Абстрактный символический товар, связываемый в мышлении субъекта с конкретным товаром, также требует особых условий собственной оценки, задавая заинтересованному лицу неоднозначные вопросы. Например, для сферы страхования таким вопросом будет: правомерно ли считать стоимостью риска потенциальный убыток от его актуализации? Если да, то каким образом рационально обосновать стоимость того, что могло произойти, но не произошло? Если нет, то каким должен быть критерий оценки того, что, по сути, характеризует собой лишь меру человеческой тревожности? Со-

циальный риск при этом оказывается не самым трудным для оценки своей стоимости товаром. Так, ещё более сложной задачей является попытка обнаружить взаимосвязи между событиями как товарами. Сверхившееся событие, например победа той или иной футбольной команды, является товаром, имеющим значение не только для участников букмекерских сделок, но и для многочисленных болельщиков, получающих удовольствие от игры, для развитой спортивной бизнес-инфраструктуры, также ориентированной на достижение максимальной спортивной зрелищности. Поэтому установление стоимости подобного события с очень большой натяжкой можно считать исключительным делом наук, оперирующих в своей деятельности только объективными законами. Справедливее отнести это к делу междисциплинарного знания, всегда учитывающего субъективность, значение более открытого и независимого, чем в классической науке, творчества.

Таким образом, возникает третье обстоятельство, требующее большей осторожности в представлении философии, опирающейся на строгую экономическую теорию, как абсолютной доминанты в оценке социально-экономической стороны общественного бытия. Этим закономерно вытекающим из первых двух условий будет именно уникальность, субъективность, высокий творческий потенциал как самого товара, так и оценки его стоимости, т.е. превалирование человеческого фактора в самом широком смысле в обществе эпохи постиндустриальной трансформации. Именно формирование собственного представления каждого субъекта о стоимости чужого товара, обусловленное уникальностью мировоззрения этого человека, формирует конечную стоимость того или иного товара (особенно если этот товар является абстрактным). Не столько объективные условия ценообразования, сколько творческий, не шаблонный труд размывает привычные границы цены как совокупности трудозатрат. Последнее также имеет большое значение, поскольку экономическое мышление как специалиста, так и обывателя — это ещё и мышление менеджера, хозяйственника, заинтересованного в достижении наибольшей эффективности с минимальным расходом сил и средств. Одной из ключевых задач современного человека является то, как лучше распорядиться своим личным временем, так как оно представляет собой один из главных нематериальных ресурсов, а значит, и товаром (или средством производства в ряде случаев, когда именно время способствует приращению прибавочной стоимости, наряду с инструментарием и другими ресурсами). Именно желание организовать свою деятельность, эффектив-

но распределив интенсивность трудовой нагрузки и способов отдыха, заставило человека пересмотреть свои представления о производстве, сделав искусством умение достигать искомое. Творческий характер труда общества, стремящегося к постиндустриализму, превращает каждого вовлечённого в экономическую деятельность субъекта в «менеджера», управляющего своим внутренним индивидуальным производством. Шаблонный труд конвейерных производств индустриальной эпохи не мог быть охарактеризован чем-то подобным. Безусловно, современность также предполагает тиражирование, массовое распространение новых идей, но последние постоянно должны пополняться, иначе их стоимость будет неумолимо, а часто и катастрофически падать. Идея, понимаемая как единица ценной информации, в этом случае может быть рассмотрена в качестве своеобразного вида неистощимого ресурса. Умение работать с разного рода ресурсами, их комбинирование и эффективное распределение является залогом успешного решения поставленных современностью задач, а также возможностью уменьшения производственных рисков. Именно в работе с непосредственными ресурсами, а не в оценке их стоимости скрывается основной научный компонент экономического мышления.

Особенностями современного экономического мышления будут научность, рефлексивность, рациональность, понимаемая как умение эффективно с минимальными затратами решить поставленную задачу [1]. Развитие и массовое распространение экономического мышления происходит, в частности, в связи с ограниченностью ресурсов и необходимостью рационально и эффективно их использовать. Примером массовости экономического мышления могут стать некоторые страны Юго-Восточной Азии. Так, Сингапур, где успешно пытаются создать безотходное производство, является одним из ключевых экономических игроков региона. В производстве этого небольшого государства главенствует своеобразный замкнутый цикл, в котором, подобно жизнеобеспечению космической станции, всё предельно рационально, логично, взвешенно и ориентировано на многократное использование. Япония, взявшая за основу своей экономики плановую модель В.В. Леонтьева, во главе угла которой рациональность распределения усилий и ресурсов, эффективно противостоит как мировому кризису, так и местным катастрофам, обрушившимся на неё в 2011 г. [5]. Специалистам в области экономики и управления не удалось бы достичь подобных результатов без осознания широкими слоями населения необходимости рационального использования ресурсов. Понимание

сущности происходящих процессов, общественный отклик и поддержка предложенного курса стали возможны и благодаря развитости экономического компонента в ментальном комплексе общественного сознания этих азиатских народов.

Массовое экономическое мышление является одновременно достижением развития гуманитарной и технической мысли. Экономический тип мышления сходен с техническим тем, что требует от субъекта видения конкретных вещей за числами, абстрактными схемами, необходимыми для отображения происходящих вокруг него процессов. То есть абстрактное в ментальном акте человека должно быть ассоциировано с конкретным. Это остаётся характерным для экономического мышления и при общественном распространении, когда методика использования передовых технических средств из узких профессиональных сообществ стала достоянием общественности, будучи совмещенной с умением и стремлением масс мыслить категориями социальной экономики. Кроме того, экономическое мышление одновременно проявляет себя и в иррациональном, и в рациональном аспектах, причём первое оказывается фактически менее изученным, нежели второе. Большинство исследователей считают феномен экономического мышления как социальной категории исключительным проявлением влияния экономических связей на жизнь каждого человека [4]. Из профессионального обихода экономистов-практиков специальный экономический тип мышления при соединении с другими ментальными типами переходит в сферу разнообразных направлений науки. Постепенно новое экономическое мышление проникает и в другие отрасли человеческого бытия — образование, здравоохранение, сферу искусства и культуры. Иногда в случае сверхдоминирования над другими компонентами мышления это может привести к негативным последствиям, например, в чрезмерном стремлении за выгодой, нарушающем логику и гармонию развития соответствующей сферы жизни общества. Однако чаще всего распространение экономического мышления приносит пользу, поскольку позволяет взглянуть на проблему шире. Человек начинает рассматривать каждый акт своей деятельности и как локальную тактическую задачу, направленную на достижение личной цели, и как элемент общей стратегии, соизмеряя собственные шаги с шагами других людей. Осознание общего дела, ответственность перед другими людьми, которые могут пострадать от неэффективности принятия решения, формируют у личности особый взгляд на собственный труд и окружающую действительность. Умение экономически мыслить за-

кладывается у современного человека ещё на ранних этапах социализации. Во многом для социума это вынужденная мера, позволяющая не только адаптировать человека к изменчивым сторонам его бытия, но и сохранить баланс, сложившийся в системе производства и потребления.

Список литературы

1. *Абалкин Л.И.* Новый тип экономического мышления. М.: Экономика, 1987. 189 с.
2. *Бодрийяр Ж.* Система вещей. М.: РУДОМИНО, 2001. 220 с.
3. *Бэкон Ф.* Великое восстановление наук. Новый органон. Л.: ОГИЗ: СОЦЭКГИЗ, 1935. 384 с.
4. *Гринюк Ж.* Экономическое мышление. Социально-экономические аспекты развития // SATIO. URL: <http://www.satio.by/publications/business/33.html> (дата обращения 29.01.2013).
5. *Леонтьев В.В.* Экономические эссе. Теории, исследования, факты, политика. М.: Политиздат, 1990. 408 с.
6. *Маршалл А.* Принципы экономической науки. URL: <http://exsolver.narod.ru/Books/Econom/Marshall/index.html> (дата обращения 10.01.2013).
7. *Тоффлер О.* Третья волна. М.: АСТ, 1999. 261 с.

Получено: 26.07.2014.

References

1. *Abalkin L.I.* *Novyj tip ekonomicheskogo myshleniya* [New type of economic thinking]. Moscow, Ekonomika Publ., 1987, 189 p. (In Russian).
2. *Baudrillard J.* *Sistema veschej* [The system of objects]. Moscow, RUDOMINO, 2001, 220 p. (In Russian).
3. *Bacon F.* *Velikoe vosstanovlenie nauk. Novyj organon* [The Great Instauration. Novum Organum Scientiarum]. Leningrad, OGIZ-SOTSEKGIZ Publ., 1935, 384 p. (In Russian).
4. *Grinyuk Zh.* [Economic thinking. Social and economic aspects of development]. [SATIO]. Available at: <http://www.satio.by/publications/business/33.html> (accessed: 29.01.13). (In Russian).
5. *Leont'ev V.V.* *Ekonomicheskie esse. Teorii, issledovaniya, fakty, politika* [Economic essays. Theories, researches, facts, politics]. Moscow, Politizdat Publ., 1990, 408 p. (In Russian).
6. *Marshall A.* *Printsipy ekonomicheskoy nauki* [Principles of economics]. Available at: <http://exsolver.narod.ru/Books/Econom/Marshall/index.html> (accessed 10.01.13). (In Russian).
7. *Toffler A.* *Tret'ya volna* [The third wave]. Moscow, AST Publ., 1999, 261 p. (In Russian).

The date of the manuscript receipt: 26.07.2014.

ECONOMIC THINKING AS A «HUMAN FACTOR» IN PHILOSOPHY OF ECONOMICS

Elisey V. Chaschin

Perm National Research Polytechnic University; 29, Komsomolskiy av., Perm, 614990, Russia

The main purpose of this article is the exploration of economic thinking. It is an important component of the mental complex of modern man, in many respects defining its social life. This type of thinking is not included in the number of thoroughly investigated types, however, this study can reveal some of the contemporary economic problems. Economic thinking is considered as a category of social epistemology, and social psychology in the philosophy of economics. Only philosophy of economics (while recognizing the role and importance of all classical economic theory) can provide answers to many «inconvenient» questions concerning crisis in the contemporary society. The leading role of objective processes that influence the formation of the world economic system, do not belittle the importance of some subjective factors. Formation of the adequate by these challenges economic thinking is an important issue of modern social institutions.

Key words: thinking; society; economy; subjectivity; simulation; an abstract of the goods; the crisis.

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Чащин Е.В. Экономическое мышление как «человеческий фактор» в философии экономики // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2014. № 3(19). С. 46–50.

Please cite this article in English as:

Chaschin E.V. Economic thinking as a «human factor» in philosophy of economics // Perm University Bulletin. Series «Philosophy. Psychology. Sociology». 2014. No. 3(19). P. 46–50.