

Copyright © 2016 by Academic Publishing House *Researcher*

Published in the Russian Federation
 Russian Journal of Sociology
 Has been issued since 2015.
 ISSN: 2410-9118
 E-ISSN 2413-7545
 Vol. 4, Is. 2, pp. 38-43, 2016

DOI: 10.13187/rjs.2016.4.38
www.ejournal32.com



UDC 316.65

The New "Economic man": the Dialectics of Traditional and Contemporary Forms of Economic Motivation

A.P. Abramov ^{a, *}^a Southwest State University, Russian Federation

Abstract

The article discusses evolution of conceptual socio-economic approaches for various forms of economic behavior. The economic motivation is expressed by such forms of coercion as external economic, economic, technological and ideological coercion. The social norm is determined as the main source of motivation.

The new social reality presented by the non-institutional structures gives rise to the introduction of irrational motivational variables in terms of global economy and transition of cultures, where affective economic action becomes dominant, and value-oriented, based on cultural scrapie, religious faith and aesthetic taste is the least important. It is concluded that the socio-cultural approach is fundamental in the study of socio-economic systems, since it allows the systematically and holistically imagine a new model of "economic man".

Keywords: economic man, traditional, modern, economic motivation, sociocultural approach.

1. Введение

Новая социальная реальность порождает новые практики потребления, когда потребительский выбор выстраивается в рамках модели «паразитирующего субъекта». Содержание этой модели – получить материальные блага за счет других (государственные гарантии, ежемесячные пособия и выплаты). По своей сути, рынок – великий обман, но в риторике политиков, экономистов и социологов прочно закрепилась интерпретация этой категории, как «цивилизованный рынок», «социально-ориентированный рынок», «рынок – социальная конструкция» и т.п. Такие и подобные им дефиниции приводят к закреплению в современных практиках потребления «паразитической» установки. Поэтому актуализируются задачи, связанные и рассмотрением социально-экономических подходов в отношении различных форм экономического поведения и определения концептов, способных системно и целостно представить современную модель нового «экономического человека».

* Corresponding author

E-mail addresses: abramov_ap@inbox.ru (А.П. Абрамов)

2. Постановка проблемы

Поиск конструктивной методологии исследования модели потребления нового «экономического человека» и современных форм экономической мотивации, которая даст возможность получить наиболее полные представления о таком сложном феномене.

3. Анализ последних исследований и публикаций по теме статьи

Эволюция концептуальных социально-экономических подходов в отношении различных форм экономического поведения в научной литературе представлена теориями А. Смита, Дж. Бентама, К. Маркса, К. Поланьи, Дж. Хоманса, Дж. Коулмена, Х. Уайта, Р. Коуза, Д. Норта, М Вебера, П. Сорокина, Э. Гидденса и других.

Среди многочисленных существующих направлений моделирования потребительской мотивации экономического человека, достаточно полно разработанных современной наукой, необходимо выделить следующие теории и концепции:

- английская классическая школа, маржиналисты и неоклассики, в основе которых заложены постулаты о рациональном поведении человека с целью получения максимально полезного результата при минимальных издержках (Smith, 1776; Menger, 2007);

- кейнсианская школа, институционализм, историческая школа, где мотивационные стимулы представлены элементами психологического характера, а модели потребления выстраиваются исходя из необходимости вмешательства государства для поддержания социальной структуры общества в состоянии равновесия (Кейнс, 2002; Veblen, 1994; Scott & Moleski, 2005);

- марксистское направление, в котором анализируется зависимость поведения человека от объективных условий, от его классовой принадлежности и вытекающих отсюда конкретных форм экономического и социального поведения (Блауг, 1994: 246-264);

- социоэкономическое (гуманистическое) направление, которое определяет в качестве мотивационных целей экономического человека нравственный долг и собственные удовольствия. На выбор средств для достижения целей в большей степени влияют этические и эмоциональные соображения индивида. «Экономический человек» трактуется как сознательная абстракция, которая конструируется типом общества и его ментальными структурами. Экономическая мотивация выражается такими формами принуждения, как внешнеэкономическое, экономическое, технологическое и идеологическое принуждение. В качестве основного источника мотивации определяется социальная норма (Etzioni, 1997: 185);

- новая модель субъектов социально-экономического процесса, отражающая современные реалии, для которой характерно изменение мотивации деятельности в направлении возрастания значения тех ее составляющих, которые обеспечивают реализацию не столько материальных, сколько духовных потребностей личности. Такая модель функционирует в обществе с развитыми межгрупповыми связями и размытыми, нежесткими границами между социальными общностями. Потребительская мотивация выстраивается в соответствии с общеобразовательным и культурным уровнем, высокой информированностью, свободой духовного самоопределения «нового экономического человека» (Норт, 1997; Уильямсон, 1993).

Отсюда, можно заключить, что в современной науке изучение потребительской мотивации занимает существенное значение и достаточно разработано, прежде всего, в контексте экономической теории и политической экономии. Вместе с тем, с позиций современного социокультурного, социально-экономического знания новая модель нуждается в разработке методологического обоснования.

Поэтому социокультурный подход становится определяющим в исследовании социально-экономических систем, поскольку позволяет системно и целостно представить современную модель нового «экономического человека».

4. Цель статьи

– определение методологической основы изучения нового «экономического человека» в условиях традиционных и современных форм экономической мотивации.

5. Основные результаты проведенного исследования (с полным обоснованием полученных научных результатов)

Согласованность потребительской мотивации миллионов людей в разных концах света достигается по П. Хейне при условии отлаженности механизмов координации своих усилий. Если такие механизмы-регуляторы отсутствуют, то возникает хаос и бедствия (Heune, Boettke, Prychitko, 2009).

И таким регулятором становится культура поведения экономического субъекта. Для анализа этого взаимодействия воспользуемся методологией системного подхода, который позволяет с использованием социокультурных теорий и концепций наиболее полно раскрыть многообразие связей сложного объекта в целостную конструкцию (Сорокин, 1992; Лапин, 2000: 3-12).

В русле этих теорий и подходов решается основной социокультурный дискурс проблемы формирования нового экономического человека. В качестве основного источника мотивации определяется социальная норма. В условиях глобальной экономики и переходности культур новая социальная реальность, представленная не институциональными структурами, порождает введение мотивационных иррациональных переменных, где аффективное экономическое действие становится доминирующим, а ценностно-ориентированное, основанное на культурных скрепах, религиозной вере и эстетическом вкусе наименее значимыми. Поэтому, как отмечает Г. Соколова, основной задачей описания экономических отношений становится поиск «доискивания» причин и определения социокультурного механизма их регулирования (Соколова, 1998: 281).

Регулятивные свойства социокультурного механизма определяются правовыми, экономическими, социальными институтами общества – с одной стороны и социально-экономическим положением различных социальных субъектов, состоянием ментальных структур общества, религиозными установками, общей культурой поведения индивидов и состоянием их экономического мышления.

И действительно, достаточно стать гражданином одной из «продвинутых» стран Евросоюза, США или Канады, и основные жизненные проблемы решены. Или другой сюжет, касающийся финансового (фондового) рынка, когда потребителю предлагаются различные схемы обогащения и мечта «нищих» становится явью, когда финансовая грамотность становится инструментом «заманивания» потенциальных клиентов в различные формы кредитования, «игры» на рынке ценных бумаг, что к конечному счету приводит к получению дивидендов лишь «верхушке» этой пирамиды – самым «грамотным» и финансово обученным. В то же время, когда в одном из исследований банковским работникам был задан вопрос в отношении кредитов «Что бы Вы посоветовали своим родственникам?», большинство ответов распределилось вокруг утверждения – «Никогда не брать кредитов» (Подгорный, 2011: 110).

Исследования российских и зарубежных ученых фиксируют, что уже сейчас более четверти населения стран «золотого миллиарда» и России живут в кредит. И такая модель потребления устраивает и тех, кто играет, и, тем более, тех, кто устанавливает «правила игры».

В качестве подтверждения, российский исследователь В. Радаев выводит характеристики «нового экономического человека» в системе потребительских мотиваций:

- эгоистическое стремление к собственному благу;
- неограниченность потребления в рамках имеющихся ресурсов;
- рациональность принимаемых потребительских решений и устойчивость предпочтений;
- автономия потребительского выбора (Радаев, 2005: 8).

В современных практиках экономического взаимодействия сущность социокультурного механизма проявляется в функциях экономики как социального института. Передавая импульсы социокультурного регулирования из области социальных отношений в экономическую сферу и обратно такой механизм создает (или не создает) социокультурные условия для формирования экономической мотивации.

Социокультурный механизм - абстракция, обобщающая множество конкретных явлений экономического и социального характера, разнообразные связи между ними, в которых закрепляются практики традиционного и современного общества. При этом

социокультурный дискурс «традиционное» и «современное» становится определяющим в потребительских предпочтениях (Абрамов, 2011: 12).

В качестве основных элементов социокультурного механизма определяются:

- система управления экономикой, функционирующая в рамках хозяйственного механизма через систему нормативов, требований и санкций;
- социальная структура общества;
- экономическое сознание и экономическое мышление субъектов потребления, основанное на ментальности народа;
- культура потребления, воплощающая ценности и нормы, жизненные стратегии и ориентиры деятельности;
- экономическая мотивация и экономическое поведение, как связующий элемент между экономическими и социокультурными компонентами социального механизма.

Изменение социального объекта неизбежно приводит к трансформации социокультурного механизма регулирования (социализации) поведения субъекта в структуре потребительских предпочтений. Именно в процессе социализации происходит усвоение стандартов и идеалов экономического поведения.

Таким образом, в качестве методологической основы изучения «нового экономического человека» выступает социокультурный механизм традиционных и современных форм экономической мотивации, в которых традиционное и современное находится в состоянии гомеостаза.

6. Выводы

В качестве основного источника мотивации определяется социальная норма. В условиях глобальной экономики и переходности культур новая социальная реальность, представленная не институциональными структурами, порождает введение мотивационных иррациональных переменных, где аффективное экономическое действие становится доминирующим, а ценностно-ориентированное, основанное на культурных скрепах, религиозной вере и эстетическом вкусе наименее значимыми. Таким образом, социокультурный подход становится методологической основой в исследовании социально-экономических систем, поскольку он позволяет системно и целостно представить современную модель нового «экономического человека».

Литература

Абрамов, 2011 - Абрамов А.П. (2011). Концептуальные подходы и изучению личности в контексте научного и философского знания. Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики, № 8 (14), ч. II, с. 10-13.

Блауг, 1994 - Блауг М. (1994). Путеводитель по «Капиталу» // Экономическая мысль в ретроспективе. Economic Theory in Retrospect. М.: Дело, с. 246-264.

Кейнс, 2002 - Кейнс Дж.М. (2002). Общая теория занятости, процента и денег. Пер. с англ. Н.Н. Любимова; под ред. Л.П. Куракова. М.: Гелиос АРВ, 351 с.

Лاپин, 2000 - Лапин Н.И. (2000). Социокультурный подход и социально-функциональные структуры // Социологические исследования, № 7, с. 3-12.

Норт, 1997 - Норт Д. (1997). Институты, институциональные изменения и функционирование экономики // Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. М.: Фонд экономической книги Начала, 180 с.

Подгорный, 2011 - Подгорный Б.Б. (2011). Экономическое поведение и влияние религиозных традиций (к постановке проблемы). Социологические исследования, № 2, с. 108-118.

Радаев, 2005 - Радаев В.В. (2005). Социология потребления: основные подходы. Социологические исследования, № 1, с. 5-18.

Соколова, 1998 - Соколова Г.Н. (1998). Экономическая социология. Минск: Высш. школа, 368 с.

Сорокин, 1992 - Сорокин П.А. (1992). Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 251 с.

[Уильямсон, 1993](#) - Уильямсон О.И. (1993). Поведенческие предпосылки современного экономического анализа. THESIS, вып. 3, 11 с.

[Etzioni, 1997](#) - Etzioni A. (1997). The End of Cross-Cultural Relativism. Alternatives, Social Transformation and Humane Governance, vol. 22, № 2, pp. 185-190.

[Heyne, Boettke, Prychitko, 2009](#) - Heyne P., Boettke P., Prychitko D. (2009). The Economic Way of Thinking - 12th ed. New Jersey: Prentice Hall, 456 p.

[Menger, 2007](#) - Menger C. (2007). Principles of economics. Translated by J. Dingwall and B. Hoselitz. Ludwig von Mises Institute, Alabama, 328 p.

[Scott & Moleski, 2005](#) - Scott W. T., Moleski M. X. (2005). Michael Polanyi: Scientist and Philosopher. Oxford University Press, 316 p.

[Smith, 1776](#) - Smith A. (1776). An Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations, 814 p.

[Veblen, 1994](#) - Veblen T. (1994). The theory of the leisure class. Social Stratification. Class, Race, and Gender in Sociological Perspective, third edit. Ed. by David B. Grusky. Westview Press, 870 p.

References

[Abramov, 2011](#) - Abramov A.P. (2011). Kontseptual'nye podkhody i izucheniya lichnosti v kontekste nauchnogo i filosofskogo znaniya. Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki, № 8 (14), ch. II, s. 10-13.

[Blaug, 1994](#) - Blaug M. (1994). Putevoditel' po «Kapitalu»//Ekonomicheskaya mysl' v retrospektive. Economic Theory in Retrospect. M.: Delo, s. 246-264.

[Keins, 2002](#) - Keins Dzh.M. (2002). Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg. Per. s angl. N.N. Lyubimova; pod red. L.P. Kurakova. M.: Gelios ARV, 351 s.

[Lapin, 2000](#) - Lapin N.I. (2000). Sotsiokul'turnyi podkhod i sotsial'no-funktsional'nye struktury // Sotsiologicheskie issledovaniya, № 7, s. 3-12.

[Nort, 1997](#) - Nort D. (1997). Instituty, institutsional'nye izmeneniya i funktsionirovanie ekonomiki // Per. s angl. A.N. Nesterenko; predisl. i nauch. red. B.Z. Mil'nera. M.: Fond ekonomicheskoi knigi Nachala, 180 s.

[Podgornyi, 2011](#) - Podgornyi B.B. (2011). Ekonomicheskoe povedenie i vliyanie religioznykh traditsii (k postanovke problemy). Sotsiologicheskie issledovaniya, № 2, s. 108-118.

[Radaev, 2005](#) - Radaev V.V. (2005). Sotsiologiya potrebleniya: osnovnye podkhody. Sotsiologicheskie issledovaniya, № 1, s. 5-18.

[Sokolova, 1998](#) - Sokolova G.N. (1998). Ekonomicheskaya sotsiologiya. Minsk: Vyssh. shkola, 368 s.

[Sorokin, 1992](#) - Sorokin P.A. (1992). Chelovek. Tsivilizatsiya. Obshchestvo. M.: Politizdat, 251 s.

[Uil'yamson, 1993](#) - Uil'yamson O.I. (1993). Povedencheskie predposylki sovremennogo ekonomicheskogo analiza. THESIS, vyp. 3, 11 s.

[Etzioni, 1997](#) - Etzioni A. (1997). The End of Cross-Cultural Relativism. Alternatives, Social Transformation and Humane Governance, vol. 22, № 2, pp. 185-190.

[Heyne, Boettke, Prychitko, 2009](#) - Heyne P., Boettke R., Prychitko D. (2009). The Economic Way of Thinking - 12th ed. New Jersey: Prentice Hall, 456 p.

[Menger, 2007](#) - Menger C. (2007). Principles of economics. Translated by J. Dingwall and B. Hoselitz. Ludwig von Mises Institute, Alabama, 328 p.

[Scott & Moleski, 2005](#) - Scott W. T., Moleski M. X. (2005). Michael Polanyi: Scientist and Philosopher. Oxford University Press, 316 p.

[Smith, 1776](#) - Smith A. (1776). An Inquiry into the nature and causes of the wealth of nations, 814 p.

[Veblen, 1994](#) - Veblen T. (1994). The theory of the leisure class. Social Stratification. Class, Race, and Gender in Sociological Perspective, third edit. Ed. by David B. Grusky. Westview Press, 870 p.

УДК 316.65

Новый «экономический человек»: диалектика традиционных и современных форм экономической мотивации

А.П. Абрамов ^{a, *}

^a Юго-Западный государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается эволюция концептуальных социально-экономических подходов в отношении различных форм экономического поведения. Экономическая мотивация выражается такими формами принуждения, как внешнеэкономическое, экономическое, технологическое и идеологическое принуждение. В качестве основного источника мотивации определяется социальная норма. В условиях глобальной экономики и переходности культур новая социальная реальность, представленная не институциональными структурами, порождает введение мотивационных иррациональных переменных, где аффективное экономическое действие становится доминирующим, а ценностно-ориентированное, основанное на культурных скрепах, религиозной вере и эстетическом вкусе наименее значимыми. В результате делается вывод о том, что социокультурный подход становится определяющим в исследовании социально-экономических систем, поскольку он позволяет системно и целостно представить современную модель нового «экономического человека».

Ключевые слова: «экономический человек», традиционное, современное, экономическая мотивация, социокультурный подход.

* Корреспондирующий автор
E-mail addresses: abramov_ap@inbox.ru (А.П. Абрамов)