

ЧЕЛОВЕК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ. АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОСТЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА***

О.А. ЕФРЕМОВ

Понятия, обозначенные в названии, широко употребляются в современной социальной теории. Термин «постэкономическое общество», зародившийся на Западе, разрабатывается и в России, в частности, в трудах В.Л. Иноземцева. Данный термин близок понятиям «постиндустриальное общество», «информационное общество», «общество третьей волны» или «общество мечты» (Р. Йенсен). В любом случае — речь идет о выходе за пределы не только индустриализма, но и тесно связанного с ним капитализма (во всяком случае, в классическом понимании).

Однако в данном ряду термин «постэкономическое общество» все-таки стоит особняком. Он используется наряду с прочими как способ акцентировать определенные черты описываемого социального типа. Естественно, «постэкономическое» не может означать «общества без экономики» (даже для футурологов это было бы слишком смело). «Пост-экономизм» предполагает изменение ориентаций и мотиваций человеческого поведения, сдвиги в ценностных системах, существенно отличающие грядущее общество от его индустриально-капиталистического предшественника. Ценности «экономические», превалировавшие в капиталистическом обществе, уступают свои позиции иным ценностям, весьма разнообразным, но далеким от утилитаризма и приземленного «экономизма». Причем подобные изменения распространяются даже на самую хозяйственную деятельность, естественно считавшуюся цитаделью и фабрикой такого рода ценностных ориентаций.

Соответственно и человек постэкономического общества уже не должен быть «экономическим человеком», зарождение образа которого связывают с работами А. Смита, а развитие — с богатейшей литературой, вплоть до новейшего постмодернизма. Можно предположить, что «пост-экономическое общество» вытесняет экономизм из ценностных предпочтений современного человека и не только останавливает экспансию «экономического человека» в другие «неэкономические» сферы, но и преобразует даже те ценностно-мотивационные компоненты, которые управляют собственно хозяйственной деятельностью.

На наш взгляд, «экономический человек» — это абстракция, позволяющая определить господствующие в том или ином обществе модели хозяйственного поведения, а также соответствующие данным моделям ценностно-мотивационные системы. При таком понимании опреде-

*** Статья подготовлена в рамках проектов Российского фонда гуманитарных исследований (РГНФ) «Концептуализации общества в современном социально-гуманитарном, культурно-историческом знании», грант № 12-03-00514 и «Междисциплинарные основания социальной теории: информационные, системно-теоретические и этно-антропологические подходы к изучению общества», грант № 14-03-00796.

ленный тип «экономического человека» присущ каждому обществу, и классический капиталистический тип, описанный смитовской традицией, — лишь один из многих.

Впрочем, и данный тип не оставался неизменным — он эволюционировал вместе с развитием капитализма.

Классический образ рационального, активного, трудолюбивого, эгоистичного, стремящегося к личной выгоде, но умеющего играть по правилам человека, был вытеснен в итоге образом человека потребляющего. Потребитель уже не столь рационален, позволяет себе капризы, в нем есть элементы гедонизма, он устал только работать и хочет отдыхать. Данный потребитель тоже развивается. Например, он тотализирует потребление, превращая его в универсальную модель отношения к окружающему миру и самому себе. Питая иллюзию самостоятельности в этом беспредельном потреблении, он, уверовавший в свое потребительское величество, теряет всякую самостоятельность, становясь объектом манипуляций со стороны хитрых маркетологов, превращающих его в покорного исполнителя своей воли.

Последнее не исключает появление специфического производителя постиндустриальной эпохи — креативного, активного, стремящегося не к чистой прибыли, а к самореализации. Различные ипостаси пересекаются и формируют некую вариативность проявления «экономического человека» в современности. Но, на наш взгляд, несмотря на все декларации антикапиталистичности и антиэкономичности так называемый постиндустриализм в основе своей остается капитализмом, а соответствующий ему человек становится еще более «экономическим».

Специфической чертой «экономического человека» капиталистического общества всегда был экспансионизм — стремление поглотить собой человека вообще, заставив его на все смотреть под углом зрения хозяйственной деятельности, распространить хозяйственные ценностно-мотивационные модели на деятельность вообще. Удалось это не сразу. Перу А. Смита, например, принадлежало не только «Исследование о природе и причинах богатства народов», но и «Теория нравственных чувств», в которой центральное место занимало понятие симпатии, и формировался образ человека как сострадательного существа. Любопытно исследование американских ученых Р. и Х. Линд, на которое в частности обращает внимание известный польский автор М. Осовская¹. Там описывались быт и нравы вымышленного городка Мидллтаун, демонстрировавшего типичные образцы средних американцев. Так вот, отмечалось в частности, что жесткие и эгоистичные в бизнесе, они были милы и альтруистичны в быту. Вне хозяйственной деятельности они могли быть добрыми друзьями и соседями тем, кого не так давно разоряли в качестве конкурентов в бизнесе. Религиозное благочестие, традиционные представления о должном длительное время ограничивали экономизм рыночного человека.

Как ни странно, именно в «постэкономическом обществе» данное свойство достигает апогея. Во всех сферах жизни человек начинает вести себя по экономическому образцу. Конечно, в развитом обществе это многоплановый экономический человек, отличный от простой модели

Смита. Если обратиться к богатой философско-экономической литературе, посвященной анализу современного потребительского поведения², становится очевидным — сегодня по модели потребления человек покупает не только материальные блага, но и чувства, эмоции, общественное положение, самооценку, даже осуществляет самоидентификацию. И получается, что в этом плане «экономический человек» сегодня гораздо тотальнее, чем во времена Смита.

Еще интереснее данный процесс происходит в обществах с так называемой переходной экономикой, где он спрессовывается во времени и один этап накладывается на другой. Проявляется это, в частности, в тотализации своеобразного гибрида рыночного фундаменталиста эпохи «laissez-faire» и человека потребляющего в его почти современном понимании. Доходящий до безумия брендовый фанатизм, самоидентификация через потребление. Как бизнес рассматривается все — политика, образование, интеллектуальная деятельность. Ученик превращается в «потребителя образовательных услуг», а учитель — в их производителя, политические действия в проекты, оцениваемые в системе «затраты — прибыль». Люди, купившие диссертации и ученые степени, искренне недоумевают, когда их обвиняют в мошенничестве — ну и что, что не сами писали, они же честно купили. Никто же не отбирает у них приобретенный автомобиль на основании того, что не они его собрали и не они его обслуживают. А если исполнители работ подсунили им некачественный товар (плагиат), преследовать надо именно исполнителей, а не обманутых добросовестных приобретателей.

Итак, современность отличает не конец «экономического человека», а его многообразие и тотализация, экспансия хозяйственных поведенческих моделей и ценностных систем на совсем не «экономические» сферы.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Оссовская М. Рыцарь и буржуа. — М., 1987. С. 254 — 255.

² См.: Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений. — М., 2005; Йенсен Р. Общество мечты. — СПб., 2002; Нордстрем К.А., Риддерстралле Й.Р. Бизнес в стиле фанк. Капитализм пляшет под дудку таланта. — СПб., 2002; Нордстрем К.А., Риддерстралле Й.Р. Бизнес в стиле фанк. Капитализм в удовольствие. — СПб., 2008.

REFERENCES

Ossovskaia M. *Rytsar' i burzhua* [The Knight and the bourgeois]. Moscow, 1987. 528 p. (in Russ.).

Pine J.B., James H. Gilmore J.H. *Ekonomika vpechatleniy* [The Experience Economy]. Moscow, 2005. 304 p. (in Russ.).

Jensen R. *Obshchestvo mecht'y* [The Dream Society]. Saint Petersburg, 2002. 179 p. (in Russ.).

Nordstrom K.A., Ridderstralle J.R. *Biznes v stile fank. Kapitalizm plyashet pod dudku talanta* [Funky Business. Talent Makes Capital Dance]. Saint Petersburg, 2002. 296 p. (in Russ.).

Nordstrom K.A., Ridderstralle J.R. *Biznes v stile fank. Kapitalizm v udovol'stvie* [Funky Business Forever: How to Enjoy Capitalism]. Saint Petersburg, 2008. 328 p. (in Russ.).

Аннотация

Данная статья посвящена трансформациям, переживаемым «экономическим человеком» в современную эпоху, которую многие исследователи считают пере-

ходом к «постэкономическому обществу». Отмечается, что «экономический человек» не только не уходит в прошлое, но тотализируется, становясь определяющей ипостасью «человека вообще».

Ключевые слова: постэкономическое общество, экономический человек, тотализация экономического человека.

Summary

This article is devoted to the transformations that «economic man» experiences in the modern era, which is considered by many researchers as a transition to the «post-economic society». It is noted that the «economic man» not only is not going to the past, but is being totalized, becoming the determinative manifestation of the «man in general».

Keywords: post-economic society, economic man, the totalization of economic man.

ЧЕЛОВЕК ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ. ТРАНСФОРМАЦИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА****

В.А. ЕМЕЛИН

Проблему сохранения родовой сущности современного человека нельзя рассматривать вне контекста проблемы сохранения границ его идентичности в условиях технологического прогресса в информационном обществе. К пониманию идентичности в современных науках о человеке существует множество подходов — философский, социально-психологический, подход в рамках возрастной психологии, патопсихологии и ряд других. В широком смысле идентичность — это тождественность индивида самому себе в пространстве и времени, переживаемая как чувство принадлежности/непринадлежности. Традиционно идентичность рассматривается как те знания, представления и переживания, которые задают основу самотождественности, о которых человек может сказать «это Я». В рамках рассматриваемой проблемы нас будут интересовать процессы трансформации идентичности, изменения ее границ в результате технологического прогресса в условиях информационного общества. Масштаб распространения технологий в информационном обществе и степень вхождения их в саму ткань повседневности ставят перед гуманитарными науками задачу анализа взаимодействия человека и технологий. Понимание культурно-исторического процесса развития человека сегодня невозможно без описания того, каким образом это развитие трансформируется в новом контексте, опосредствованном влиянием технологий. Безусловно, технологии всегда присутствовали в жизни людей на протяжении истории, но сегодня мы наблюдаем их лавинообразное развитие, переход на другой качественный уровень, и данный процесс набирает все большие обороты. На протяжении тыся-

**** Статья подготовлена в рамках проекта Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ) «Трансформация высших психических функций в условиях развития информационного общества (культурно-исторический подход)», грант №14-06-00730.