

## **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). «Постэкономизм» предполагает изменение ориентаций и мотиваций человеческого поведения, сдвиги в ценностных системах, существенно отличающие грядущее общество от его индустриально-капиталистического предшественника. Ценности «экономические», преваляровавшие 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 «постэкономическое 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. Осовская<sup>1</sup>. 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 поведения<sup>2</sup>, 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

<sup>1</sup> Оссовская М. Рыцарь и буржуа. — М., 1987. С. 254 — 255.

<sup>2</sup> 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

Ossovskaya 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 mechty* [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.