

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

Научная статья

Original article

DOI 10.55186/02357801_2022_7_1_24



**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПОНИМАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ В ОБЩЕСТВЕ**

**STRATEGIC DEVELOPMENT OF UNDERSTANDING OF ECONOMIC
CULTURE IN SOCIETY**

Успаева Милана Гумкиевна, Кандидат экономических наук, кафедры «Финансов, кредита и антимонопольного регулирования», ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова» (364015 Россия, г. Грозный, ул. бульвар Султана Дудаева, д. 17), тел. +7(495)805-65-62, mguspaeva@mail.ru

Гачаев Ахмед Магомедович, Заведующий кафедрой « Высшая и прикладная математика», доцент, Академия наук Чеченской республики, ведущий научный сотрудник отдела физико-математических и химических наук, ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова» (364061 Россия, г. Грозный, ул. проспект Х. Исаева, д. 100), тел. +7(495)405-99-66, Gachaev-chr@mail.ru

Milana G. Uspaeva, Candidate of Economic Sciences, Department of Finance, Credit and Antimonopoly Regulation, Kadyrov Chechen State University (17 Sultan Dudayev Boulevard st., Grozny, 364015 Russia), tel. +7(495)805-65-62, mguspaeva@mail.ru

Ahmed M. Gachaev, Head of the Department of Higher and Applied Mathematics, Associate Professor, Academy of Sciences of the Chechen Republic, Leading Researcher of the Department of Physical, Mathematical and Chemical Sciences, Grozny State Petroleum Technical University named after Academician M.D. Millionshchikova" (100

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

prospect X Street . Isaeva st., Grozny, 364061 Russia), tel. +7(495)405-99-66, Gachaev-
chr@mail.ru

Аннотация. В начале XX столетия вопросы экономической культуры личности начали рассматривать в социально-психологическом ракурсе. Это было связано, прежде всего, с ростом психологического фактора в экономической деятельности человека. В зарубежной науке такие исследования осуществляются преимущественно в рамках экономической психологии (А. Маршалл, Г. Мюнстенберг, Г. Тард, Г. Риккерт, М. Вебер, О. Дюркгейм, В. Зомбард, Дж. Катона, Р. Рюттенгер, Р. Пайс, П. Монсон, М. Кастелье) и социологии (т. Парсонс, П. Сорокин, Ф. Тейлор, Э. Мейо). В отечественной науке советского периода исследование экономической культуры личности наиболее органично осуществлялось с позиций экономической социологии (т. Заславская, Р. Рывкина). В работах этого направления в 1980-х годах было акцентировано внимание на ценностях (В. Ядов, А. Здравомислов, В. Бранский, Н. Каган, В. Магун), что дало возможность в исследованиях экономической культуры личности отойти от жестких детерминистских концепций поведения человека до понимания „внутренних” свойств личности как факторов становления экономической культуры.

Abstract. At the beginning of the XX century, the issues of economic culture of the individual began to be considered from a socio-psychological perspective. This was primarily due to the growth of the psychological factor in human economic activity. In foreign science, such studies are carried out mainly within the framework of economic psychology (A. Marshall, G. Munstenberg, G. Tard, G. Rikkert, M. Weber, O. Durkheim, V. Zombard, J. Katona, R. Ruttenger, R. Pais, P. Monson, M. Castelier) and sociology (T. Parsons, P. Sorokin, F. Taylor, E. Mayo). In the domestic science of the Soviet period, the study of the economic culture of the individual was most organically carried out from the standpoint of economic sociology (T. Zaslavskaya, R. Ryvkina). In the works of this direction in the 1980s, attention was focused on values (V. Yadov, A. Zdravomislov, V. Bransky, N. Kagan, V. Magun), which made it possible in the research of the economic

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

culture of the individual to move away from rigid deterministic concepts of human behavior to an understanding of the "internal" properties of personality as factors of the formation of economic culture.

Ключевые слова: *стратегия, культура, общество, экономика, функционирование*

Keywords: *strategy, culture, society, economy, functioning*

Понятие экономической культуры является многоаспектным, поэтому в литературе оно определяется по-разному в зависимости от ракурса, в котором исследуется экономическая культура. В некоторых работах, посвященных „экономической культуре”, под этим термином понимают культуру корпораций (Г. Асонов, А. Хуторенко и др.), культуру мышления, культуру ведения переговоров (Г. Пискотин) и тому подобное. Так Н. Титова и Е. Пузырьков пишут, что экономической культурой следует считать то, как образование и усвоена совокупность экономических знаний, превратилась в убеждение и способствует активной трудовой и общественной деятельности. Т. Заславская и Р. Рывкина определяют экономическую культуру как совокупность социальных ценностей и норм, которые становятся регуляторами экономического поведения и выполняют роль социальной памяти экономического развития. Экономическая культура определяется и как система ценностей и норм, которые детерминируют экономическое поведение и деятельность индивидов, групп, способов мышления и восприятия, и как методы и способы реализации этих ценностей и норм [5].

В связи с этим возникает вопрос: каким образом всеобщие формы деятельности, аккумулярованные в системе экономических ценностей, становятся способами индивидуальной деятельности. Этот вопрос может быть раскрытым с помощью категорий „опредметнения-распредметнения”. Опредметнение является таким отношением человека к миру, в котором осуществляется переход сущностных сил человека из формы субъективного бытия в форму предмета, их объективирование. Переход предмета из своего предметного бытия в деятельностьную способность человека является распредметрированием. В экономической культуре экономические ценности, в которых опредметнен экономический опыт

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

человечества, находят отражение в своей заданности человеку. В этом отношении формирование экономической культуры личности – это распрямление не законов экономических отношений, а распрямление их значений и смыслов. Экономическое поведение личности происходит в соответствии с тем значением и смыслом, который она вкладывает в феномены экономической реальности, которая ею интериоризируется [4]. В связи с этим возникает проблема адекватности распрямления индивидами экономической культуры в процессе экономической социализации. Проблема заключается в следующем. Как материальное образование, предмет культуры имеет много сторон, свойств. Человек действует с этими предметами в соответствии с тем значением и смыслом, который он в них вкладывает. Но предмет как форма культуры обязательно должен иметь человекотворческое свойство. Адекватное распрямления – это деятельность, которая является распрямлением индивидом культурного смысла предмета, овладением предметом в соответствии с его культурным значением. Можно приобрести вещь, обладать ею, но не использовать тех ее свойств, которые соответствуют ее культурному смыслу. В этом случае не будет распрямлено культурное содержание вещи. Но адекватная деятельность не содержится изначально в предметах культуры, которые усваиваются. Она лишь задается ими [6].

Детерминация процесса социализации ценностями общества опосредуется внутренними психологическими особенностями человека, его потребностной системой. В этом отношении становится важным исследование потребностной системы личности как эндопсихологического комплекса (внутренних условий), что опосредует участия в конкурсе в сознании ценностей экономической институции. Следовательно, процесс экономической социализации будет происходить тем успешнее, чем больше форма экономических репрезентаций будет соответствовать согласованности требований общества (экспектаций) с потребностной системой индивида. Иначе говоря, успешность интериоризации экономических ценностей индивидом зависит от осознания им этих ценностей как своих потребностей, а также способности интериоризировать такие ценности, а с другой стороны – от тех

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

требований, которые выдвигает общество к этим индивидам (экономическим ожиданиям). Так, доминирование в эндopsихической системе подростка потребности "во взрослости" не может не сказаться на системе его экономических репрезентаций. Нами, например, были выявлены существенные различия между подростками и младшими школьниками в отношении к деньгам и понимании их функции, что обусловлено особенностями их нуждающейся системы. Если для ребенка определяющим в понимании денег есть их потребительская функция, а пространством экономического поведения – место купли-продажи (магазин), то подросток понимает функцию денег по-другому, видя в них, прежде всего, обеспечение материального благосостояния. Эти изменения в понимании подростками функции денег сказываются на изменении их места в экономической реальности, переходе в пространство производственной деятельности. Это новое пространство экономического поведения подростков, который отражается, прежде всего, в поведенческом компоненте системы экономических репрезентаций, соответствует основной потребности этого возрастного этапа развития личности – потребности во взрослости. Именно эта потребность влияет на форму экономических ценностных репрезентаций [1],

которая определяется конфигурацией их когнитивного, аффективного и конативной компонентов. Эта форма определяет особенности формирования экономико-психологических параметров личности.

В юношеском возрасте экономическая социализация происходит эффективно, если экономические ценности общества представляются молодым человеком в соответствии с ее главной потребностью – потребностью в самореализации.

Многими учеными юность признается важным этапом в формировании готовности к самореализации. Э. Эриксон отмечает стремление к независимости, самоутверждению и определению своего места в обществе [7].

В психологии выделяются периоды ранней (от 15 до 18 лет) и поздней юности (от 18 до 23 лет55).

Период ранней юности характеризуется следующими чертами: ростом самостоятельности и ответственности личности на фоне расширения диапазона

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

социальных ролей и качественного их преобразования в общественно значимые, ведь в этом возрасте молодой человек, приобретает новый социальный статус студента или рабочего и тому подобное. Возраст 16-17-летних характеризуется как период, когда происходит процесс постепенного включения в социальные связи, их расширение и усложнение, стоит вопрос профессионального самоопределения на основе осознания личностью себя как самостоятельного субъекта социальной деятельности, осуществляется разносторонняя подготовка и поиски путей для раскрытия собственных способностей [2].

Этап поздней юности отмечается профессиональным становлением личности, что, в свою очередь, сопровождается развитием специальных способностей, ростом самоуважения как обобщенной самооценки и осознания личностью своей социальной и человеческой ценности. В этом возрасте многие из молодых людей приобретает готовности взять на себя ответственность за других, делать сознательные и самостоятельные шаги не только в общественно значимой деятельности, но и в личной жизни, связанные с вступлением в брак, поиском работы.

А это требует такого уровня экономической культуры, который связывается не только и не столько с вступлением экономических знаний, а преимущественно с формированием таких личностных свойств, как самостоятельность, ответственность, настойчивость, целеустремленность.

Следовательно, анализ особенностей формирования экономической культуры личности предполагает необходимость учитывать не только особенности социально-экономического пространства, в который включены индивида, но и особенности его внутренних психологических свойств. На каждом возрастном этапе уровень экономической культуры человека разный. Разным он является и среди взрослых-в зависимости от принадлежности к той или иной группе социально-экономического пространства [3].

Следовательно, экономическая культура личности формируется в процессе ее экономической социализации как последовательное, поэтапное включение человека в различные сферы социально-экономического пространства, которые

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

соответствуют его возрастным потребностям и возможностям. Уровень экономической культуры определяется стратегиями экономического поведения, которого требуют те условия социально-экономического пространства, в которых реализуется экономическая жизнедеятельность индивида.

Проблема экономической социализации как формирование экономической культуры личности связана с определенной нормой, которая должна определяться с учетом особенностей двух составляющих (сторон) процесса экономической социализации: с одной стороны, особенностями экономических ценностей общества, а с другой – особенностями мотивационно-потребностной системы индивида. Соответствие этих сторон будет определять норму экономической культуры личности которая будет означать уровень ее экономической социализованности.

В связи с этим возникает вопрос определения условий, при которых обеспечивается соответствие этих двух детерминант в формировании экономической культуры личности. Это соответствие достигается в социальном образе „человека экономического”. Именно потому, что социальный образ отражает как систему отношений элементов объекта, так и состояние субъекта, который его воспринимает образ „экономического человека” согласовывает систему экономических ценностей общества с мотивационно-потребностной системой личности.

Индивидуальные различия в эндопсихической системе индивидов, обуславливающие способности и возможности интериоризировать экономические ценности, сказываясь на форме их экономических ценностных репрезентаций, определяют особенности экономической культуры личности. Следовательно, рассмотрение экономической культуры личности как субъектной стороны процесса экономической социализации требует определения структуры диспозиций нормативного образа „человека экономического” в соответствии с психологическими возможностями индивида и формами реализации этих возможностей, которые согласуются с внутренней культурологической системой личности.

Литература

1. Harsin, J. (2012). Cultural studies and/of economic rights: Neglect and promise. *Communication and Critical/ Cultural Studies*, 9(2), 115–145. <https://doi.org/10.1080/14791420.2012.675077>
2. Hayward, M. (2010). The economic crisis and after: Recovery, reconstruction and cultural studies. *Cultural Studies*, 24(3), 283–294. <https://doi.org/10.1080/09502381003750260>
3. Herrero, L. C., Sanz, J. Á., Devesa, M., Bedate, A., & del Barrio, M. J. (2006). The economic impact of cultural events: A case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European Urban and Regional Studies*, 13(1), 41–57. <https://doi.org/10.1177/0969776406058946>
4. Hu, S., & Zhang, Q.-F. (2020). An empirical study on cultural heterogeneity and regional economic disequilibrium: Evidence from Guangdong province of China. In *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3440094.3440395>
5. Huang, H.-C., Lai, Y.-H., Chen, L.-S., & Chang, C.-M. (2012). Influence of international mega sport event towards cognition of economic, social-cultural and environmental impact for residents: A case study of the 2009 Kaohsiung world games. *Advanced Materials Research*, 524–527, 3392–3397. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.524-527.3392>
6. Tubadji, A., & Nijkamp, P. (2016). Impact of intangible cultural capital on regional economic development: A study on culture-based development in Greece. *Journal of Regional Analysis and Policy*, 46(1), 1–21.
7. Whannel, G. (2020). Is it ‘the economy, stupid’? Economic relations and cultural studies: Some reflections on Jim McGuigan’s Cultural Populism. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 932–952. <https://doi.org/10.1177/1367549420921409>

References

1. Harsin, J. (2012). Cultural studies and/of economic rights: Neglect and promise. *Communication and Critical/ Cultural Studies*, 9(2), 115–145. <https://doi.org/10.1080/14791420.2012.675077>
2. Hayward, M. (2010). The economic crisis and after: Recovery, reconstruction and cultural studies. *Cultural Studies*, 24(3), 283–294. <https://doi.org/10.1080/09502381003750260>
3. Herrero, L. C., Sanz, J. Á., Devesa, M., Bedate, A., & del Barrio, M. J. (2006). The economic impact of cultural events: A case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European Urban and Regional Studies*, 13(1), 41–57. <https://doi.org/10.1177/0969776406058946>
4. Hu, S., & Zhang, Q.-F. (2020). An empirical study on cultural heterogeneity and regional economic disequilibrium: Evidence from Guangdong province of China. In *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3440094.3440395>
5. Huang, H.-C., Lai, Y.-H., Chen, L.-S., & Chang, C.-M. (2012). Influence of international mega sport event towards cognition of economic, social-cultural and environmental impact for residents: A case study of the 2009 Kaohsiung world games. *Advanced Materials Research*, 524–527, 3392–3397. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.524-527.3392>
6. Tubadji, A., & Nijkamp, P. (2016). Impact of intangible cultural capital on regional economic development: A study on culture-based development in Greece. *Journal of Regional Analysis and Policy*, 46(1), 1–21.
7. Whannel, G. (2020). Is it ‘the economy, stupid’? Economic relations and cultural studies: Some reflections on Jim McGuigan’s Cultural Populism. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 932–952. <https://doi.org/10.1177/1367549420921409>

© Успаева М.Г., Гачаев А.М., 2022 *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №3/2022*

Для цитирования: Успаева М.Г., Гачаев А.М. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПОНИМАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ОБЩЕСТВЕ // *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №3/2022*