



Экономическая культура и ценности

Морозов В.А.¹

¹ Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

АННОТАЦИЯ:

В статье рассмотрены проблемы экономической культуры и ценностей. Дана характеристика понятия и сущности экономической культуры и ценностей. Сформирована иерархия ценностей в сопоставлении с направлениями экономической культуры. Описаны функции и элементы экономической культуры. Рассмотрены типы экономической культуры. Отражено содержание признаков рыночной экономической культуры.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: экономическая культура, ценность, иерархия, элементы, типы, признаки и формы.

Economic culture and values

Morozov V.A.¹

¹ Lomonosov Moscow State University, Russia

Введение

Сегодня жизнеспособной может быть такая экономическая система, которая будет учитывать социальные аспекты жизни общества, факторы и предпосылки, ценности, которые действительно способствуют выживанию, сохранению и развитию человечества, укреплению его единства, раскрытию его потенциала. Учитывая это, формирование экономической культуры на общечеловеческих принципах в условиях действия новых тенденций социокультурного развития страны является одной из самых острых современных проблем.

Актуальность темы работы обусловлена тем, что экономическая культура и ценности выступает важным фактором традиционного и инновационного развития экономики, являясь регулятором экономического поведения людей и играя роль «социальной памяти» экономического развития.

В научной литературе существует множество взглядов на данную тему, что значительно облегчает исследование данного вопроса. Освещению данной проблематики посвящены публикации И.Г. Минервина, Л.Н. Мамаева, Н.М. Лебедевой, А.Н. Татарко, А.Р. Насырова, А.С. Кокшарова, И.В. Войтова и других.

Остановимся на понятии и сущности экономической культуры и ценностей. Экономическая культура – это не только часть или «вид» культуры наряду с другими ее видами (политической, правовой, культурой общения, культурой питания, физической культурой), но это также «проекция» всей культуры на сферу экономики и экономических отношений, потому что вся культура, все ее ценности и нормы так или иначе проявляются, работают и в области экономики.

Согласно определению И.Г. Минервина, «экономическая культура – это совокупность традиционных и инновационных знаний, социальных и духовных ценностей и норм, ценностей, регулирующих экономическое поведение людей и их трудовую деятельность» [5] (*Minervin, 2011*). Данное определение экономической культуры состоит из трех частей, объединяющих основные подходы к ней:

а) аксиологический (аксиология – наука о ценностях);

б) понимание экономической культуры как «социальной памяти», ее фрактальная структура, обеспечивающая связь времен, преемственность поколений;

в) понимание экономической культуры как особой характеристики экономического поведения и деятельности. Примерами экономического поведения служат найм на работу, выполнение работы, труд, повышение квалификации, акт купли-продажи, владение и управление собственностью и ценными бумагами и пр. Существуют также примеры девиантного экономического поведения, нарушающего установленные моральные нормы и законы, – собирание милостыни, воровство.

В самом широком смысле экономическое поведение – это такое поведение, которое связано с обеспечением условий жизни человека и направлено на удовлетворение его материальных и духовных потребностей.

Для того чтобы обладать экономическим мышлением и определенным уровнем экономической культуры, не обязательно получать специальное экономическое образование. Такие элементы экономической культуры, как потребности, ценности,

ABSTRACT:

The article considers the issues of economic culture and values. We characterize notion and characteristics of economic culture and values. We define the hierarchy of values in comparison with economic culture trends. We describe functions and elements of economic culture, examine types of economic culture. We show the content characteristics of market economic culture.

KEYWORDS: Economic culture, values, hierarchy, elements, types, forms and characteristics

Received: 01.01.2017 / Published: 31.01.2017

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Morozov V.A. (mva5500@mail.ru)

CITATION:

Morozov V.A. (2017) Ekonomicheskaya kultura i tsennosti [Economic culture and values]. Kreativnaya ekonomika. 11. (1). – 135-148. doi: [10.18334/ce.11.1.37476](https://doi.org/10.18334/ce.11.1.37476)

нормы, предпочтения, интересы, престиж, мотивация присутствуют во всех сферах общественной жизни.

Экономическая культура является подсистемой общей национальной культуры и тесно связана с другими ее составляющими: политической культурой, правовой, моральной, религиозной и другими. Экономическая культура является многомерным явлением, которое состоит как из рациональных, так и иррациональных компонентов. Она содержит такие базовые элементы, как:

- экономические ценности и нормы, сложившиеся и распространенные в определенном обществе;
- экономические стереотипы и мифологемы;
- идеи, концепции и убеждения;
- экономические традиции;
- установки и ориентации людей о существующей экономической системе в целом, определенных важных «правил игры» и принципов взаимоотношений индивида и экономических институтов.

Экономическая культура является более широким понятием, чем понятие «экономическое сознание». Последнее часто рассматривается как одна из форм общественного сознания, которая возникает как отражение социально-экономических условий бытия и означает субъективный мир экономического, то есть она предусматривает установки, ориентации, ценности, мотивации, предпочтения и т.д. Но экономическая культура, кроме элементов субъективного мира, охватывает и такие компоненты, как нормы и действующие «правила игры», модели массового экономического поведения, вербальные реакции, экономическую символику и знаковую систему, которые выражаются не только словесно, но и другими средствами и формами [7] (*Stepanov, Simonov, 2011*). В условиях рыночной системы хозяйствования каждый человек самостоятельно решает проблемы: что он хочет и может делать, как это надо делать, чтобы получить желаемый результат, и будет ли его работа признана обществом – человек находится перед постоянным выбором. Возможность иметь выбор всегда была средством и целью развития человечества. Рыночная форма хозяйствования позволяет осуществить выбор каждому человеку. В условиях рынка человек имеет больше шансов, чем при других формах хозяйствования, самостоятельно выбрать путь для улучшения своей жизни, лучшего и наиболее полного удовлетворения своих потребностей. Проблема выбора для каждого человека является проявлением и осуществлением высшей ценности чело-

ОБ АВТОРЕ:

Морозов Владимир Александрович, доктор экономических наук, профессор, экономический факультет (mva5500@mail.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Морозов В.А. Экономическая культура и ценности // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 1. – С. 135–148. doi: [10.18334/ce.11.1.37476](https://doi.org/10.18334/ce.11.1.37476)

века – свободы. Формой свободы в сфере экономики является экономическая свобода. Экономическая свобода становится реальностью только в условиях рыночной экономики. Рынок оказывает существенное влияние на экономическую культуру и ценности, которые имеют диалектический характер. Это выражается в следующих аспектах:

- во-первых, экономическая культура и ценности отражают уровень экономических свобод, характеризуют потенциал рыночной экономики;
- во-вторых, тип экономических отношений, формы хозяйствования влияют на содержание и формы экономической культуры и творческого процесса.

Одной из главных экономических ценностей является свобода, которая представляет собой возможность мыслить и действовать самостоятельно и без всякого принуждения. Ответственность является главным атрибутом свободы. Без ответственности нет свободы. Каждое самостоятельное решение в условиях рынка предполагает ответственность за него, за результаты деятельности согласно этому решению [4] (Манаева, 2014). Свобода экономического выбора – это проявление свободы в экономической сфере, возможность и способность самостоятельно принимать решения о видах и средствах экономической деятельности. Экономическая свобода служит фундаментом развития рынка и развития личности. В основе экономической свободы находятся экономические отношения. Экономическая культура как форма ценностного освоения экономической действительности предполагает выбор экономической роли и разработку моделей экономического поведения, осуществляющих экономическую свободу в конкретной экономической ситуации. Главными субъектами рынка являются производители и потребители, продавцы и покупатели. Каждый из этих субъектов имеет в условиях рынка реальную экономическую свободу. А это значит, что они имеют определенные права:

- без ограничений формулировать и выражать свои потребности (как для того, чтобы о них знали как производители, так и другие потребители, и, соответственно, продавцы и другие покупатели);
- свободно производить товар, пользующийся спросом;
- право выбирать из предложенных товаров те, которые наиболее полно удовлетворяют потребности потребителя или покупателя;
- осуществлять посредническую деятельность в отношениях «производитель – потребитель».

Эти проявления экономической свободы являются общими как для производителей, так и для потребителей. Выбор каждым отдельным человеком своей роли зависит в наибольшей степени от него самого. Каждая из экономических ролей имеет конкретное проявление экономической свободы. Экономическая свобода производителя является правом экономического субъекта на самостоятельный выбор во всем, что касается хозяйственной деятельности. Свобода действий производителя предусматривает:

- свободу выбора партнеров, покупателей, поставщиков;
- свободу в выборе форм распоряжения своей продукцией, свободную реализацию своих товаров на любом рынке, свободное установление цены на свою продукцию, свободное распоряжение полученным доходом.

Экономическая свобода производителя заключается в предоставлении ему возможностей действовать в соответствии с собственными интересами, ориентируясь на рыночную конъюнктуру. Рыночные механизмы работают только при условии экономической свободы производителя. Производитель выбирает только ту сферу деятельности, которая не противоречит его способностям, опыту, уровню знаний и соответствует его системе ценностных ориентаций. В условиях рынка с экономической свободой производителя связаны фундаментальные проблемы рыночной экономики: «что производить?», «как производить?» и «для кого производить?». Эти проблемы, которые ежедневно и постоянно возникают перед каждым производителем, являются проявлением экономической свободы производителя. От того, как решаются эти проблемы в рыночной экономике, зависит состояние экономической культуры [4] (Mamaeva, 2014).

В условиях рыночной экономики решить проблему «что производить» поможет модель рыночного экономического поведения. Она обеспечит поиск товара, пользующегося спросом потребителей (покупателей) и который они хотят и могут купить в реальной ситуации. В условиях рынка за этот товар покупатели голосуют деньгами, поскольку он должен удовлетворить их потребности. Количество потребителей (покупателей) товара – это информация о рынке для производителя. Она комплексная: включает количество и качество товара, который будет признан рынком. Саморегулируемая функция рынка осуществляется здесь через действие экономических законов: закона стоимости, закона спроса, закона предложения и др. Согласно этим законам на рынке появляется большее количество производителей (продавцов) данного товара, конкуренция между ними позволит потребителю (покупателю) иметь возможность выбора, у кого купить товар, предлагая за него свою цену (цену покупателя). Таким образом, экономическая свобода производителя тесно связана с экономической свободой покупателя, соответственно, экономическая культура является определителем экономического поведения как производителя, так и потребителя. Она является тем критерием, по которому осуществляется выбор. Поэтому модель рыночного поведения производителя предусматривает формирование рыночной экономической культуры.

Рыночная экономическая культура предполагает выбор рыночной модели экономического поведения на основе системы ценностей, норм, потребностей и интересов. Этот выбор невозможен без учета норм, устанавливаемых государством для каждого конкретного вида деятельности, но в то же время предусматривают невмешательство государственных структур в экономическую деятельность производителя при условии четкого выполнения им этих норм. Нормы, согласно которым производитель будет осуществлять свою деятельность, принимаются во внимание им еще до совершения выбора «что производить». Производитель сосредотачивается только на тех нормах, которые ему приемлемы, следовательно, не противоречат его системе ценностей. В процессе выбора «что производить» потребности и интересы производителя всегда не на первом месте. Они служат производителю толчком, стимулом, мотивацией именно для этой экономической деятельности. Производитель будет осуществлять

деятельность, отталкиваясь от того, что он сможет получить и каким образом сможет активизировать свою работу под влиянием своих потребностей, которые растут. Потребности производителя – это ощущение недостатка чего-то, что является для него важным, нужным. Ценности являются жизненным ориентиром каждого человека, в том числе и производителя, как отдельной экономической роли. Потребности всегда направлены на ценность и являются системой отдельных промежуточных целей. Следовательно, существует тесная взаимосвязь между потребностями, которые приобретают конкретные признаки с учетом ценностей. Поскольку экономическая культура – это система ценностей, норм, потребностей и интересов, определяющих экономическое поведение человека, то реальность экономической свободы производителя в условиях рынка осуществляется через его экономическую культуру.

Проблема производителя «как производить?» актуальна в течение всей его деятельности. В условиях рынка решение этой проблемы должно быть сформулировано производителем еще до начала его деятельности, но реальность постоянно нуждается в уточнении этого решения и поиске новых ответов. Рыночное экономическое поведение осуществляется различными производителями и образует рынок. Стратегическое направление для производителя – производить свою продукцию с высокой эффективностью. Это должна быть продукция высшего качества и с наименьшими затратами и с наиболее низкой ценой, чем у конкурентов. В условиях конкурентной борьбы на рынке выигрывает тот производитель, который постоянно уменьшает издержки производства и повышает качество своих товаров, что позволяет ему получать прибыль от своей деятельности.

Экономическая культура отражает уровень экономических свобод, которые характеризуют потенциал рыночной экономики. Способность экономической культуры как части культуры вообще к самовоспроизводству и самообновлению связывается с экономической свободой. Взаимосвязь экономической культуры и экономической свободы в условиях рынка расширяется. Экономическая культура является областью утверждения и расширения экономической свободы. Только на основе экономической культуры экономическая свобода осуществляется в своей многомерности и многогранности. В сочетании с экономической культурой экономическая свобода проявляется в форме самоутверждения субъектов рыночной экономики и развертывания их возможностей, а следовательно, в расширении и увеличении потенциала рыночной экономики. В свободном экономическом самовыражении субъектов в условиях рыночной экономики обязательно присутствует ответственность за все действия в сфере экономики. В осуществлении экономической свободы (в акте выбора) активность субъекта и его самоограничения переплетаются. Ответственность за выбор для субъекта – это, прежде всего, самоограничение в возможности осуществления этого же выбора повторно. Экономический выбор – это необратимый акт: выбрав конкретный вид экономического поведения и конкретный поступок, который является началом для осуществления выбранного экономического поведения, субъект экономических отношений не может использовать одновременно и другие варианты.

Таким образом, экономическая культура как обобщенный экономический опыт человека наполняет содержанием экономическую свободу и творчество в условиях рынка и обеспечивает реальность выбора экономического поведения. Вместе с тем экономическая культура предлагает формы осуществления человеком его свободных творческих усилий именно в сфере экономики. Остановимся на рассмотрении функции и элементов экономической культуры. В каждом экономическом акте человек как субъект экономических отношений самореализуется и предоставляет новые качества этим отношениям. К этому процессу причастны все: производители, потребители, продавцы, покупатели, работодатели, наемные работники. Каждый из них своими действиями создает новый ценностный смысл экономической культуры.

Экономическая культура выполняет следующие функции:

- коммуникативная функция;
- нормативно-регулирующая функция;
- инновационная функция;
- интеграционная функция.

Содержание функций экономической культуры показано в таблице 1.

Выполняя перечисленные функции, экономическая культура может влиять на формирование и функционирование экономической системы.

Характеристика основных составляющих элементов экономической культуры представлена в таблице 2.

Таблица 1

Содержание функций экономической культуры [10]

Наименование	Содержание
Коммуникативная функция	обеспечивает преемственность экономического опыта, тем самым осуществляется связь между поколениями. Она реализует сотрудничество всех членов общества в решении задач экономической безопасности и национального самосохранения, экономического прогресса и национального возрождения.
Нормативно-регулирующая функция	направлена на обеспечение устойчивости экономической жизни путем систематизации экономического поведения и возможности социально-экономических объектов конструктивно и своевременно решать экономические проблемы через структуры экономических институтов.
Инновационная функция	проявляется в способности экономической культуры к восприятию новых элементов культурного опыта, благодаря этому образуются новые формы хозяйствования, обеспечивающие ее саморазвитие и развитие экономических институтов при одновременном сохранении основных базовых ценностей.
Интеграционная функция	осуществляется, с одной стороны, через социализацию молодых поколений, трансляцию им укоренившихся в экономической культуре ценностей и образцов поведения, с другой – благодаря существующим экономическим ценностям, идеалам, нормам, традициям, привычкам экономическая культура вызывает определенный консенсус в обществе, согласования между различными субъектами экономического процесса.

Экономические мифы могут быть:

– статическими, то есть не соотносятся с историческим и социальным временем, они живут в особом временном измерении;

– полиморфными – один и тот же набор символов может наблюдаться в различных мифах, а одна и та же тема может иметь разное направление и разное эмоциональное восприятие;

– ограниченными – миф использует малое количество символов, но в мифах возможны их многочисленные комбинации;

– оторванными от реальности – миф не соотносится с эмпирической действительностью. Фундаментом мифа является вера, он основывается на предположениях, не требующих доказательств, независимо от того, истинны они или нет.

Каждый народ, нация производит свои мифологемы, которые фиксируют в рациональных и иррациональных формах социально-экономические архетипы и порождают массовые ожидания, представления, ориентации. Так, многие исследователи описывают такой феномен, как американская мечта. Она сформировалась как мечта о лучшей жизни,

Таблица 2

**Характеристика основных составляющих элементов экономической культуры
[2] (Koksharov, 2013)**

Наименование	Содержание
Экономические ценности	это общепринятые представления относительно целей, к которым должен стремиться человек в экономической деятельности. Они функционируют в форме идеала, основных принципов мышления и являются идеальными критериями оценки экономических событий, явлений и процессов. Экономические ценности содержат преимущества относительно таких понятий, как богатство, деньги, средства приобретения доходов, а также относительно более абстрактных категорий, таких как капитализм, социализм, индивидуализм, экономическая свобода, равенство.
Экономические идеалы	это произведенные экономическим сознанием и имеющимися в нем представления о совершенстве в сфере экономической жизни. Поэтому они не являются полностью достижимыми, но представляют собой мечту и образец, к которому стремятся люди.
Экономические нормы	это общие шаблоны, которые регулируют экономическое поведение в определенном направлении. Это система поведенческих ожиданий того, как люди должны действовать в экономической сфере.
Экономические стереотипы	это упрощенные, схематичные, деформированные и ценностно-ориентированные представления об экономических объектах, явлениях и процессах.
Экономическая мифологема	это статический образ, основанный на верованиях и позволяющий систематизировать и интерпретировать факты и события, не совсем понятные по смыслу, структурировать коллективные представления о настоящем и будущем.

как утопия. С ранних времен люди западных цивилизаций мечтали о потерянном рае, о Золотом веке, где было богатство, не было войн и изнурительного труда. По словам Дж. Адамса, это мечта о стране, в которой жизнь каждого человека будет лучше, богаче и полнее и в которой перед каждым откроются возможности, соответствующие его способностям или достижениям [3] (*Lebedeva, 2010*). То есть эта мечта фиксирует представление об Америке как стране равных и неограниченных возможностей. Безусловно, такие представления содержат идеалистическое восприятие действительности, но эта мифологема способствовала формированию важных элементов американского сознания. Речь идет об отношении к личной свободе как к высшей ценности, об уважении к частной жизни, частной собственности и к частному предпринимательству, о развитой способности и готовности людей к самоорганизации, об уважении к закону как правовому обеспечению равных возможностей всех и каждого, о вере в неограниченные возможности индивидуального жизненного творчества, ориентацию на личный успех. В течение определенного времени американская мечта видоизменялась, приспособлялась к действительности, но до сих пор она воплощает в себе опыт и привычки индивидуалистической Америки, а следовательно, влияет на психологию и поведение американцев.

Перейдем более подробно к изучению типов экономической культуры. Экономическая культура и ценности формируются специфическими социально-экономическими процессами и, в свою очередь, оказывает на всю совокупность экономических процессов определенного общества значительное влияние. Каждой экономической системе соответствует особая базовая модель экономической культуры и ценностей, в каждой конкретной стране проявляется в национальных специфических формах. Нет «хороших» и «плохих» экономических культур, есть культуры функциональные или дисфункциональные относительно экономической системы.

В целом экономико-культурные критерии являются попыткой преодолеть формально-институциональный подход к анализу экономической системы. Выявление различных моделей экономических культур дает возможность проанализировать, почему одинаковые по своей форме экономические институты действуют по-разному в разных странах, или почему те или иные институты являются дееспособными в одних странах и совершенно неприемлемыми для других стран.

Типы экономических культур могут быть рыночные и патерналистические. К основным составляющим экономической культуры стран с развитой капиталистической экономикой относят:

- экономический рационализм;
- инновационность;
- разнообразие моделей экономического поведения;
- высокую субъектность;
- ориентацию экономических субъектов на институциональные ценности;
- высокую культуру партнерских трудовых отношений;
- высокую трудовую мораль;

- законопослушность;
- политическую нейтральность экономической культуры.

Содержание перечисленных признаков рыночной экономической культуры раскрывается в таблице 3.

К основным составляющим экономической культуры патернализма относят:

- патрон-клиентские отношения;
- минималистскую трудовую стратегию;
- сравнительную психологию;
- экономическую неопытность;
- ценностно-рациональный характер;
- консерватизм.

Содержание перечисленных признаков экономической культуры патернализма перечислено в таблице 4.

Таблица 3

Содержание признаков рыночной экономической культуры [9]

Наименование	Содержание
Экономический рационализм	способность осуществлять экономические действия, имеющие целью экономическую выгоду.
Инновационность	способность усваивать и применять новые модели как в технологии производства, так и в управлении экономикой.
Разнообразие моделей экономического поведения	сосуществование государственных форм хозяйствования с частными, крупных корпораций с мелкими предприятиями, разнообразие отраслевых структур экономики.
Высокая субъектность	значительное влияние «человеческого фактора» (собственников предприятий, владельцев капитала и др.) на развитие экономики.
Ориентация экономических субъектов на институциональные ценности	независимо от национальных и других разногласий между странами, в каждой из них действуют политические, моральные, религиозные и другие общенациональные традиции и ценности, которые ограничивают влияние эгоистических интересов на экономическое поведение.
Высокая культура партнерских трудовых отношений	устоявшиеся средства согласования интересов различных участников трудовых процессов – государства, работодателей, профсоюзов, политических партий, разного рода общественных организаций; конструктивные формы взаимодействия между заинтересованными субъектами трудовых отношений и государством; существование правовых форм контроля и коррекции всей системы партнерских отношений.
Высокая трудовая мораль	распространение и поддержка ориентации субъектов экономических отношений на честность, ответственность, дисциплинированность, высокое качество труда.
Законопослушность	соблюдение участниками экономических процессов действующих правовых норм.
Политическая нейтральность экономической культуры	это независимость рыночной культуры от политических партий и групп, политическая беспристрастность, которая ограничивает до некоторой степени влияние политики, политических потрясений на экономическое развитие.

Таблица 4

Содержание признаков экономической культуры патернализма [9]

Наименование	Содержание
Патрон-клиентские отношения	государство является патроном, а население – его клиентом. Основу для патрон-клиентских взаимоотношений составляет обмен между действующими лицами, которые имеют неодинаковую власть и статусы. Патрон предлагает свою защиту и обеспечивает зависимым от него клиентам доступ к дефицитным ресурсам. Клиенты обеспечивают за это поддержку патрона.
Минималистская трудовая стратегия	гарантированность важнейших материальных благ является достижением социальной политики патерналистских государств, но она обуславливает привычку к этому, к страхованию от крайней бедности независимо от экономической деятельности человека (количества и качества труда, квалификации, инициативности, предприимчивости), а на уровне массового сознания формируются установки на социальное иждивенчество.
Сравнительная психология	уравнительный принцип распределения благ, оплаты труда и объективная невозможность подняться выше общепринятого уровня жизни не способствует развитию трудовой мотивации работников.
Экономическая неопытность	нежизнеспособность индивида в других экономических структурах, кроме патерналистских.
Ценностно-рациональный характер	игнорирование стоимостных прагматических оценок экономической деятельности человека и абсолютизация моральных.
Консерватизм	неспособность быстро приспосабливаться к инновационным тенденциям, которые обогащали экономическую культуру и способствовали развитию экономических отношений.

Уже привычным стало утверждение о том, что для России характерен переходный период. С одной стороны, осуществляется процесс приспособления старых институтов и структур к новым условиям существования, с другой – постепенно применяются новые идеи и подходы, образуются новые институты и механизмы рыночной экономики. В результате возникают типичные для транзитивного периода противоречия между содержанием и формой новых институтов.

Экономическая культура этого периода тоже имеет противоречивый переходный характер. Она укоренена в многовековую историю страны, вобрала и усвоила противоречивый опыт XX века, ее формирование осуществляется в процессе модернизации современного общества, слома старой системы централизованного управления экономикой, внедрения рыночных моделей хозяйствования [8] (*Shorokhova, 2014*).

Феномен постсоветской экономической культуры невозможно уложить в общепринятые типологизации и классификации, она характеризуется сочетанием нескольких разнородных слоев, элементов, которые можно сгруппировать в блоки (таблица 5).

Современная российская экономическая культура зависит от национальных социально-экономических архетипов, которые рассматриваются как бессознательные культурные структуры, ценностные коллективные представления народа, которые

Таблица 5

Особенности постсоветской экономической культуры [1] (Voytov, 2009)

Наименование	Содержание
Фрагментарность	проявляется в сочетании особенностей проявления элементов традиционных советских (ценностей патерналистской культуры) и модернистских (ценностей капиталистической культуры, заимствуются вместе с западными рыночными институтами).
Гетерогенность	существование многих классовых, национальных, региональных, конфессиональных и других субкультур.
Конфликтность	отсутствие базового консенсуса в обществе относительно экономических ценностей, высокая степень напряженности между социально-классовыми группировками.
Амбивалентность	проявляется в одновременном поддержании различных экономических ценностей.

сформировались на протяжении тысячелетий. Особенность ценностной идентификации современной России заключается в том, что она в цивилизационном и культурном отношении является и европейской, и евразийской державой. Для российского общества характерно устойчивое и почти бесконфликтное сосуществование глубинных и частично приобретенных за последние десятилетия признаков. На характер российской экономической культуры также повлияли основные ценности православной религии. Так, например, в отличие от протестантской традиции, православная обуславливает негативное отношение к получению и накоплению доходов, преобладание духовно-нравственных мотивов жизненного поведения и работы над материальными интересами. Некорыстолюбивый характер хозяйственной культуры православия обусловил низкий ранг ценностей богатства, индивидуального успеха, лидерства. Православие обусловило существование бедности как типа культуры. Бедность рассматривается как условие жизни, которая духовно облагораживает. Таким образом, стремление к накоплению капитала в российской экономической культуре не является самодостаточным началом.

Заключение

Подводя определенный итог проведенному исследованию, необходимо отметить следующее. Экономическая культура – это совокупность традиционных и инновационных знаний, социальных и духовных ценностей и норм, ценностей, регулирующих экономическое поведение людей и их трудовую деятельность. Она является подсистемой общей национальной культуры и тесно связана с другими ее составляющими: политической культурой, правовой, моральной, религиозной и другими.

Экономическая культура выполняет следующие функции: коммуникативная функция, нормативно-регулирующая функция, инновационная функция, интеграционная функция. Выполняя перечисленные функции, экономическая культура может влиять на формирование и функционирование экономической системы. Экономическая культура и ценности формируются специфическими социально-экономическими

процессами и, в свою очередь, оказывают на всю совокупность экономических процессов определенного общества значительное влияние. Каждой экономической системе соответствует особая базовая модель экономической культуры и ценностей, в каждой конкретной стране проявляется в национальных специфических формах. Нет «хороших» и «плохих» экономических культур, есть культуры функциональные или дисфункциональные относительно экономической системы.

Современная российская экономическая культура зависит от национальных социально-экономических архетипов, которые рассматриваются как бессознательные культурные структуры, ценностные коллективные представления народа, которые сформировались на протяжении тысячелетий. Особенность ценностной идентификации современной России заключается в том, что она в цивилизационном и культурном отношении является и европейской, и евразийской державой. Для российского общества характерно устойчивое и почти бесконфликтное сосуществование глубинных и частично приобретенных за последние десятилетия признаков. На характер российской экономической культуры также повлияли основные ценности православной религии.

Таким образом, составляющей экономической деятельности является экономическая культура и ценности, которые определяют степень развития экономики предприятия, темпы экономического роста; качество управления труда; отражают полноту использования экономических законов, степень их реализации; выступают качественной характеристикой участия человека в жизни общества, уровня его экономических знаний и умений хозяйствования. Такая культура и ценности воплощает результат деятельности человека в экономической среде и накопленный обществом опыт.

ИСТОЧНИКИ:

1. Войтов И.В. Экономическая культура и пути ее реформирования в России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. – 2009. – № 2. – с. 53-58.
2. Кокшаров А.С. Влияние культуры на экономическое развитие // Гуманитарные научные исследования. – 2013. – № 11. – с. 14-21.
3. Лебедева Н.М. Влияние ценностей культуры на оценку ситуаций социального и экономического поведения // Альманах современной науки и образования. – 2010. – № 10. – с. 104-106.
4. Мамаева Л. Н. Влияние экономической культуры на нормативное поведение // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2014. – с. 26-30.
5. Минервин И.Г. Культура и этика в экономике. Социокультурные факторы экономического роста. - Изд.: РАН. ИНИОН, 2011. – 246 с.
6. Насыров А.Р. Экономическая культура как способ экономической деятельности // Социально-гуманитарные знания. – 2013. – № 10. – с. 44-52.
7. Степанов Е.Б., Симонов Р.Д. Экономическая культура как структурообразующий элемент качества человеческого капитала // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2011. – № 3. – с. 403-406.

8. Шорохова Н.А. Экономическая культура в условиях перехода к инновационной экономике: проблемы и тенденции развития // Естник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. – 2014. – № 82. – с. 119-122.
9. Ценности культуры и модели экономического поведения. / Монография // под ред. Н. М. Лебедевой, А. Н. Татарко. - Москва; Нац. исследовательский ун-т \, 2011. – 389 с.
10. Экономическая культура: ценности и интересы: Сборник трудов конференции. СПб., 2013. – с. 76.

REFERENCES:

- (2013). Economic culture: values and interests. 76. (in Russian).
- Tsennosti kultury i modeli ekonomicheskogo povedeniya [Cultural values and economic behavior models](2011). Moscow: Nats. issledovatel'skiy un-t \. (in Russian)
- Koksharov A.S. (2013). Vliyanie kultury na ekonomicheskoe razvitiye [The impact of culture on economic development]. Gumanitarnye nauchnye issledovaniya. (11). 14-21. (in Russian).
- Lebedeva N.M. (2010). Vliyanie tsennostey kultury na otsenku situatsiy sotsialnogo i ekonomicheskogo povedeniya [Cultural values impact on social and economic behavior assesment]. Almanakh sovremennoy nauki i obrazovaniya. (10). 104-106. (in Russian).
- Mamaeva L. N. (2014). Vliyanie ekonomicheskoy kultury na normativnoe povedenie [Economic culture impact on normative behavior]. Nauchno-metodicheskiy elektronnyy zhurnal Kontsept. 26 26-30. (in Russian).
- Minervin I.G. (2011). Kultura i etika v ekonomike. Sotsiokulturnye faktory ekonomicheskogo rosta [Culture and ethics in economics. Social and cultural factors of economic growth] Izd.: RAN. INION. (in Russian).
- Nasyrov A.R. (2013). Ekonomicheskaya kultura kak sposob ekonomicheskoy deyatel'nosti [Economic culture as a way of economic activity]. Sotsialno-gumanitarnye znaniya. (10). 44-52. (in Russian).
- Shorokhova N.A. (2014). Ekonomicheskaya kultura v usloviyakh perekhoda k innovatsionnoy ekonomike: problemy i tendentsii razvitiya [Economic culture during the transition to innovative economy: problems and development trends]. Estnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Yaroslava Mudrogo. (82). 119-122. (in Russian).
- Stepanov E.B., Simonov R.D. (2011). Ekonomicheskaya kultura kak strukturoobrazuyuschiy element kachestva chelovecheskogo kapitala [Economic culture as a structure-forming element of the quality of human capital]. Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova. 17 (3). 403-406. (in Russian).
- Voytov I.V. (2009). Ekonomicheskaya kultura i puti ee reformirovaniya v Rossii [Economic culture and its reform path in Russia]. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Filosofskie nauki. (2). 53-58. (in Russian).