

**Виноградова Анна Ивановна**

кандидат философских наук,  
доцент кафедры рекламы и культурологии  
Сибирского государственного аэрокосмического  
университета имени академика М.Ф. Решетнева

**Петрова Оксана Александровна**

кандидат философских наук,  
доцент кафедры рекламы и культурологии  
Сибирского государственного аэрокосмического  
университета имени академика М.Ф. Решетнева

## **ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ МОДЕЛИ В РАМКАХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

### **Аннотация:**

*Статья посвящена изучению процессов становления и функционирования систем рыночной экономики. Выявлено, что рынок и его прогресс должны находиться под контролем социокультурных институтов, с тем чтобы путем сознательного планирования обеспечить развитие экономической системы в желаемом направлении. При этом субъекты рынка действуют в соответствии с социокультурными нормами (религиозными, идеологическими, правовыми или иными социальными нормами), реализация которых находится под контролем социокультурных институтов, занимающих господствующее положение в обществе.*

### **Ключевые слова:**

*социокультурная модель, идеология, рынок, система распределения, дуализм, социальный институт, государство, социокультурные нормы, общество.*

**Vinogradova Anna Ivanovna**

PhD in Philosophy,  
Assistant Professor,  
Advertising and Culture Studies Department,  
Siberian State Aerospace University

**Petrova Oksana Aleksandrovna**

PhD in Philosophy,  
Assistant Professor,  
Advertising and Culture Studies Department,  
Siberian State Aerospace University

## **DEVELOPMENT OF THE SOCIOCULTURAL MODEL IN THE FRAMEWORK OF MARKET ECONOMY**

### **Summary:**

*The article studies development and functioning of the market economy systems. It has been found that the market and its progress should be under the control of sociocultural institutions, so as by conscious planning to ensure development of the economic system in the desired direction. In this case the market actors act in accordance with the sociocultural norms (religious, ideological, legal, or other social norms), the implementation of which is under the control of sociocultural institutions with dominant status in the society.*

### **Keywords:**

*sociocultural model, ideology, market, distribution system, dualism, social institution, state, sociocultural norms, society.*

Рынок как элемент рыночной экономики предполагает формирование сознательно реализуемых экономических процессов и планомерное конструирование социальных институтов (религиозных, социокультурных, идеологических, правовых и т. д.). М. Шелер пишет, что «конструкции всех особых механизмов, которые мы строим, суть свободные конструкции нашего духа. Они не должны касаться чего-то, лежащего за вещами, или отражать его. Все они дают только некий план, в соответствии с которым становится принципиально возможным изменение и управление природой для достижения каких-либо целей» [1, с. 256]. Таким образом, предполагается определенное социокультурное пространство [2], согласно которому необходимость мобилизации общества для достижения определенного социокультурного идеала принимается как нечто обоснованное. Кроме того, все институты экономики, в том числе и рынок, предназначены для реализации в рамках социокультурной модели соответствующих направлений распределения: ресурсов, времени, мощностей, товаров, привилегий, благ, финансовых потоков и т. п.

В свою очередь, осуществление намеченных идеалов распределения предполагает, в частности, создание определенных институтов планирования. Основной принцип такого планирования состоит в том, что социокультурные институты должны играть активную, по существу, решающую роль в экономике, определять направления капиталовложений и предпринимательской деятельности, формулировать различные виды стимулирования. Социокультурные институты как системы консерватизма побуждают и направляют экономическое развитие. Эти меры должны разумно координироваться и получать четкое выражение во всеохватывающем перспективном плане.

Рынок и его прогресс должны находиться под контролем социокультурных институтов, с тем чтобы путем сознательного планирования обеспечить развитие экономической системы в желаемом направлении. При этом субъекты рынка действуют в соответствии с социокультурными нормами (религиозными, идеологическими, правовыми или иными социальными нормами),

реализация которых находится под контролем социокультурных институтов, занимающих господствующее положение в обществе.

В связи с этим социокультурной основой рынка является определенная идея, имеющая ценностное значение для становления и развития общества. Эта идея (например «рыночного государства благосостояния», «возрождения национальной культуры» и т. д.) выступает в качестве духовной ценности-репрезентанта, подлежащего определенной материализации. Согласно принципу репрезентации действительности она (идея-ценность), будучи догматически сформулированным репрезентантом, лишь в той или иной степени правдоподобности выражает реальность общественной жизни. Эта идея удваивает мир: рынок с его наличным содержанием – это одна реальность, а идея – совершенно другая. Так актуализируется принцип дуализма. В его рамках рынок предстает как трансцендентальный субъект. Такой тип рынка выявляет основы универсалистской модели мира, заключающиеся в принципах дуализма, антропоцентризма и репрезентации действительности.

В итоге мир рыночных объектов «...попадает в полную зависимость от субъекта, оказывается простой составной частью субъекта...» [3, с. 69]. В соответствии с принципом дуализма, трансцендентальный субъект, выступая в качестве духовной сущности, как бы «вбирает» в себя все содержание материального мира, который становится существованием, оторванным от сущности. Бытие материального мира вторично настолько, что в нем можно (и нужно) усомниться. Трансцендентальный субъект становится холистским началом, содержащим в мире своих интенциональных объектов все мироздание.

Такое понимание рынка как трансцендентального субъекта было востребовано в неореалистской (консервативной) социальной философии для обоснования роли института государства как первичного трансцендентального субъекта. Как пишет один из теоретиков консерватизма А.А. Френкин, «...консерватор, в отличие от либерала, – носитель интегративного сознания» [4, с. 14]. В рамках консерватизма утверждается идея о том, что подлинная институциональность рынка должна основываться на реализации всеобъемлющего значения института государства, который осуществляет идеалистическое начало в его жизни.

В соответствии с принципом дуализма, идеальная сущность рынка как трансцендентального субъекта (определенная идея-ценность) и ее материальное восполнение находятся во взаимной оппозиции, поскольку это восполнение предстает как попытка поместить рынок в рамки догматизированной схемы. Институт государства в процессе реализации консервативной методологии развития рынка пытается навязать ему свои идеи-ценности, что приводит к процессам институционального противостояния. В данном случае дуализм реализуется в стандарте отдельности субъекта и объекта рынка. Субъект рынка и объект выступают независимыми друг от друга, хотя и находятся в определенном взаимодействии.

В рамках реализации практики огосударствления как одного из важных проявлений консервативной методологии рыночной экономики в полной мере раскрывается принцип антропоцентризма. Институт государства выступает как средство реализации интересов социальной элиты, консервативной части демоса. Эти интересы как раз и выражаются в определенных идеальных ценностях, предстающих в качестве духовной сущности рынка. Материальному восполнению данных ценностей служит жесткая государственная политика в социокультурной сфере общества, предполагающая подчинение общества абстрактному теоретизированию или идеологии («общественному идеалу»). Эта политика осуществляется в условиях наличия определенной степени свободы – свободы государства, стоящей в одном ряду с индивидуальной автономией. Управление обществом осуществляется в соответствии с неореалистской практикой материального восполнения схем-паттернов трансцендентальной реальности.

Субъект рынка руководствуется в своей деятельности абстрактными планами, спроектированными с целью реализации его потребностей и интересов той части общества, которую он представляет. Данная практика предполагает преобладание социокультурной модели государства. Государство, реализуя данное преобладание, тем самым добивается осуществления своих холистских интересов, выраженных в абстрактных схемах общества потребления.

При всей эклектичности современного консерватизма очевидно, что его родовой чертой является антропоцентрическое стремление к подчинению жизни общества определенному замыслу государственной элиты, пропагандируемому в качестве абстрактного «общественного идеала» («сильное государство», «великая нация», «государство благосостояния» и т. п.). Необходимость его материального восполнения направляет действия консервативной власти к освобождению от всевозможных социальных обязательств и ограничений своей политики, возможность установления которых исходит от негосударственных институтов общества (при этом государство претендует на сохранение жесткого контроля во всех сферах общества).

Основные институты государства (законодательный, исполнительный, судебный) являются социокультурным механизмом изобретения норм права (законов) и институтом их контроля и исполнения. Теория права находит законченность в трансцендентальном субъекте, который предстает как мыслящее право (думающее право): «...в этом консервативном значении произвольно формируемая институциональность правового государства концептуализирует правовое государство в типичном неореалистском духе как трансцендентальный субъект, согласно которому правовое государство выступает как абстрактная сущность, восполняемая тем или иным произвольным сочетанием его институциональной оформленности» [5, с. 127].

Таким образом, рынок в качестве системы распределения предполагает определенное социокультурное пространство, согласно которому формируется соответствующая модель общества для достижения определенного общественного, социокультурного идеала, реализующаяся через распределительную форму удовлетворения потребностей. Субъекты рынка действуют в соответствии с социокультурными нормами, реализация которых находится под контролем социальных институтов, играющих ключевую роль в жизни общества.

#### **Ссылки:**

1. Шелер М. Избранные произведения. М., 1994.
2. Карпова Е.В. Социокультурное восприятие пространства. М., 2011.
3. Слинин Я.А. Трансцендентальный субъект: феноменологическое исследование. СПб., 2001.
4. Френкин А.А. Западногерманские консерваторы: кто они? М., 1990.
5. Чуринов Н.М. Оформление совершенства и ценности как сущности // Теория и история. 2010. № 1. С. 122–135.

#### **References:**

1. Scheler, M 1994, *Selected works*, Moscow.
2. Karpova, EV 2011, *Socio-cultural perception of space*, Moscow.
3. Slinin, YA 2001, *Transcendental subject: a phenomenological study*, St. Petersburg.
4. Frenkin, AA 1990, *West German conservatives: who are they?*, Moscow.
5. Churinov, NM 2010, 'Design excellence and values as an entity', *Theory and History*, no. 1, p. 122-135.