

УДК 338.3

DOI 10.14258/epb202318

ОПРЕДЕМЧИВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ВОСПРОИЗВОДСТВА НАТУРАЛЬНОЙ ФОРМЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОДУКТА

С. И. Добрыднев¹, Т. С. Добрыднева²¹Алтайский государственный институт культуры (Барнаул, Россия)²Алтайский государственный университет (Барнаул, Россия)

Статья посвящена обоснованию важности изучения натуральной стороны процесса воспроизводства общественного продукта и обоснованию методологических подходов к его исследованию. Авторы отмечают, что в современной действительности протекают важные социально-политические, культурно-психологические и другие процессы, связанные с производством натурального продукта, наблюдаются разного рода социально-экономические эксперименты, нацеленные на управление потреблением, которые остаются вне поля зрения экономической науки. Отмеченные процессы можно рассматривать как переход от управления производством жизненных благ к управлению их потреблением, что отражается на объеме и структуре производимого натурального продукта. В качестве методологического подхода впервые предложено определение полезности как опредмеченной потребности. Рассмотрены стадии процесса опредмечивания потребности в натуральной форме продукта труда. Показана связь потребностей с образом жизни и мировоззрением, как двумя сторонами культуры. На этом основании обоснован подход к культуре как конечному фактору воспроизводства натурального общественного продукта.

Ключевые слова: полезность продукта, натуральный общественный продукт, потребности, опредмечивание потребностей, управление потреблением, культура.

IDENTIFICATION OF NEEDS IN THE PROCESS OF REPRODUCTION OF THE NATURAL FORM OF THE PUBLIC PRODUCT

S. I. Dobrydnev¹, T. S. Dobrydneva²¹Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russia)²Altai State University (Barnaul, Russia)

The article is devoted to justifying the importance of self-study of the natural side of the process of reproduction of a public product and justifying methodological approaches to its research. The authors note that in modern reality there are important socio-political, cultural and psychological processes related to the production of a natural product, various kinds of socio-economic experiments related to consumption management are observed, which remain out of sight of economic science. The processes noted can be considered as a transition from managing the production of life benefits to managing their consumption, which affects the volume and structure of the natural product produced. As a methodological approach, the definition of utility as a designated need has been proposed for the first time. The stages of the process of determining the demand for a natural form of a labor product are considered. The connection of needs with lifestyle and worldview, as two sides of culture, is shown. On this basis, the approach to culture as the final factor of reproduction of a natural social product is justified.

Keywords: usefulness of the product, natural social product, needs, identification of needs, consumption management, culture.

В экономической науке объектом исследования воспроизводства общественно-го продукта является преимущественно воспроизводство стоимостной формы продукта, а предметом — познание законов воспроизводства стоимостной формы продукта. К ним относятся закон стоимости, законы спроса и предложения, многочисленные так называемые рыночные эффекты роста производительности труда, роста органического строения капитала, формирования и снижения средней нормы прибыли, стоимостные пропорции между подразделениями и отраслями общественного производства, взаимосвязи показателей национальных счетов и другие. Межотраслевой баланс также является стоимостным инструментом.

Закономерности же воспроизводства натуральной формы общественного продукта остаются на периферии экономической науки. Из значимых направлений в этой области можно отметить разве что теорию предельной полезности. Но и она также использует те же стоимостные инструменты, и основной целью этой теории является обоснование связи между степенью удовлетворения потребности, спросом и ценой на данное благо. Имеются отдельные наработки по формированию потребностей и в маркетинге. Но имеет ли актуальность вопрос об изучении законов воспроизводства натуральной формы общественно-го продукта, поскольку до сих пор экономическая теория обходилась минимумом знаний в данной области, испытывая лишь незначительные неудобства в отношении связи полезности и цены продукта? Полагаем, что имеет в силу следующих обстоятельств.

Во-первых, вследствие изменений в структуре потребляемых жизненных благ. Исторически совокупность производимых жизненных благ и соответствующая отраслевая структура производства были достаточно устойчивыми. К настоящему времени ситуация изменилась кардинальным образом. НТП привел к стремительному изменению в видах и структуре производимых жизненных благ. Возросшая сложность социально-экономических и политических процессов убедительно показывает, что развитие экономики в настоящее время происходит уже не столько под влиянием внутренних экономических законов, а в большей степени под влиянием социально-политических и психологических факторов.

Во-вторых, можно сказать, что происходит **переход от управления производством жизненных благ к управлению их потреблением**. Далеко не праздным становится вопрос о том, какие жизненные блага будут потребляться людьми в ближайшем и отдаленном будущем. Наблюдаются

разного рода социально-экономические эксперименты, связанные с управлением потреблением. К таковым можно отнести проекты теории «инклюзивного капитализма» относительно рационального экономического поведения и потребления масс, ограничения в рамках противоэпидемических мероприятий, продвижения генномодифицированных и искусственных продуктов и др. В отдельную самостоятельную сферу выделилась индустрия общения и досуга в виртуальной среде, позволяющая контролировать и направлять поведение и потребление масс в глобальных масштабах.

Среди стадий общественного процесса воспроизводства стадия потребления остается последней, до сих пор не подвергавшейся непосредственному управлению. Производство, распределение и обмен управляемы посредством стихийных рыночных механизмов, а также путем внедрения механизмов сознательного планомерного управления. В отношении планомерности в управлении экономикой можно предположить, что мы наблюдаем распространение социального управления на экономику и в странах с развитой рыночной капиталистической экономикой. Сфера социальных отношений в истории всегда была жестко управляема посредством применения силовых политических, религиозных, морально-этических, политических, культурно-психологических и других инструментов. Похоже, что сейчас очередь дошла до прямого регулирования производственной деятельности, осуществляемой через управление потреблением. При этом «... главной формой богатства становится массовый спрос, формирующий массовые рынки и обеспечивающий устойчивые темпы наращивания капиталов и производства, экономики и национального дохода» [1, с. 53].

Все шире применяются методы социально-психологического программирования, отработанные в социальной сфере и заимствуемые из нее, апелляции к культурной составляющей. Об этом, в частности, свидетельствует распространение идеологии предпринимательской и корпоративной культуры, потребительской этики, эксплуатирование алармистской проблематики экологического кризиса, истощения природных ресурсов, климатической катастрофы, продвижение глобалистских идей об «учете интересов будущих поколений», «защите природы», «социальной ответственности», «устойчивом развитии», «зеленой энергетике», «здоровье человека как высшей ценности» и др. [2].

В-третьих, появились инструменты глобального управления потреблением. Исторически воспроизводственное потребление «управлялось» естественными процессами использования продуктов, которые возможно было произвести на данном уровне научно-технического развития. Попытки

планового управления потреблением, структурой ценностей и потребностей можно отметить только в плановой экономике СССР. Они были обусловлены как идеологическими установками на ценностное развитие человека, так и низким уровнем развития производства, невозможностью удовлетворения массы материальных необходимых потребностей. В настоящее время потребление становится управляемым с появлением технической базы информатизации общества, возможности доведения информации до любого человека тем или иным способом, конструированием виртуальной реальности и перенесением в нее значительной части жизни людей. Как было отмечено еще более двадцати лет назад, а теперь стало реальностью, «...иллюзорная реальность становится все более и более достоверной, что делает задачу «обмана» человеческой психики все более простой и пугающе притягательной для «творцов» [3, с. 26].

Таким образом, мы видим, что в структуре производства и потребления жизненных благ, которые объединяются понятием воспроизводства натуральной формы общественного продукта, которую можно также назвать «*натуральным общественным продуктом — НОП*», произошли революционные изменения. Но теория производства потребительной полезности по сравнению с теорией производства стоимости развита слабо.

Важно подчеркнуть, что термин «потребительная полезность» продукта является предпочтительным по сравнению с термином «потребительная стоимость», который неудачен и только мешает четкому разделению понятий стоимости и полезности, установлению их диалектической связи как качественно разнородных сторон продукта. В этом можно полностью согласиться с точкой зрения В. Чеховского о происхождении данного термина как неточности первого перевода «Капитала» К. Маркса [4, с. 22], представленной в дискуссии на страницах журнала «Свободная мысль» [5]. Более точным и аутентичным переводом является термин «ценность», но его недостатком, по нашему мнению, является то, что в русском языке он вызывает ассоциации с экономической, денежной ценностью, ценой, стоимостью. В рассматриваемой коннотации более уместным будет термин «потребительная полезность», связанный только с полезными потребительскими свойствами продукта.

Полагаем, что в силу указанных обстоятельств исследование воспроизводства натуральной формы общественного продукта становится важным и открывает большое проблемное поле. Выделим два главных вопроса, ранее не относившихся к первоочередным в экономической теории.

1. Природа полезности. Связь продукта и потребностей.

2. Связь производства и потребления с культурой.

Попытаемся наметить методологические подходы к их исследованию.

Природа полезности. Полагаем, что *полезность — это опредмеченная потребность*. Такой подход в науке известен, он используется в психологии, когда, согласно распространенной точке зрения, узнавание потребностью своего предмета называется «опредмечением потребности». Близок по смыслу и подход, согласно которому потребность отождествляется с предметом удовлетворения нужды, когда «...потребностью считается не только образ предмета, но и сам предмет» [6, с. 23, 24]. Мы же предлагаем данное определение в экономическом понимании, аналогичном пониманию овеществления труда и опредмечиванию общественных отношений (фетишизации), когда появляется реально существующий материальный предмет, в котором воплощаются некоторые представления человека, и этот предмет становится материальным носителем идеальных представлений. В чем состоит разница таких подходов?

Психологи рассматривают опредмечивание как идеальный процесс, протекающий внутри психики человека и означающего возникновение образа предмета, способного удовлетворить потребность. Здесь «опредмечивание потребности» является только лишь формированием образа некоего предмета, способного удовлетворить потребность. Согласно одному из мнений (С. П. Манукян), деятельность человека вызывает не потребность, а предмет потребности или его образ [6, с. 53]. В психологии подразумевается, что предмет уже существует в окружающем мире, а потребность его распознает и выбирает. Остается в стороне вопрос о том, откуда появился этот предмет?

Экономику же интересует материальный процесс производства такого предмета, который является в результате предыдущего акта опредмечивания потребности в экономическом смысле, то есть в процессе производства как продукта труда. Каким образом происходит опредмечивание потребности? По известному выражению К. Маркса, «...потребление полагает предмет производства идеально, как внутренний образ, как потребность, как влечение и как цель. Оно создает предметы производства в их еще субъективной форме. Без потребности нет производства. Но именно потребление воспроизводит потребность» [7]. Другими словами, продукт становится целью деятельности из потребности, формирующей образ средства, способного удовлетворить потребность. Тогда процесс создания продукта, начинающийся с потребности, можно представить в следующей последовательности. **Образ потребности — образ свойств**

продукта — образ действий производителя — конкретная форма труда — конкретная форма продукта (потребительная полезность).

По сути, данный процесс является процессом преобразования элемента субъективной реальности «образ потребности» в элемент объективной реальности «продукт труда». Или акт преобразования идеальной реальности в материальную. Субъективная реальность отражает материальную в виде некоего образа, преобразует образ в различные формы, моделирует образ действий, возбуждает материальные действия, изменяющие материальную форму предмета труда и получает новую ранее не существовавшую форму материального продукта.

Данный процесс и представляет собой «опредмечивание потребностей» в продукте труда. Он осуществляется конкретной стороной труда, создающей полезные свойства продукта и переносящей на него старую стоимость, в отличие от абстрактного труда, создающего новую стоимость.

Связь производства и потребления с культурой. Потребности проистекают в конечном итоге из объективных материальных условий жизни и субъективных идеальных мировоззренческих установок, диалектическое единство которых и является **культурой**. Среди множества подходов к определению культуры авторы обосновывают собственную точку зрения, согласно которой понятие культуры характеризует качественную определенность образа жизни людей (материального) и их мировоззрения (идеального) и представляет собой совокупность качественных характеристик материального образа жизни и идеального мировоззрения. А саму культуру нужно понимать как качественно определенное единство образа жизни и мировоззрения людей [8].

Поэтому конечным фактором воспроизводства НОП является воспроизводство культуры, а их связь осуществляется следующим образом:

Продукт есть опредмеченная потребность — Потребность есть идеально отраженные и преобразованные посредством ценностных установок мировоззрения условия и цели жизни — Условия и цели жизни есть культура.

Воспроизводство НОП является материально-вещественной стороной воспроизводства культуры. А если учесть и духовное производство, формирующее мировоззрение, то воспроизводство культуры и будет являться воспроизводством всего продукта общества, включающего диалектически взаимосвязанные стороны материального и духовного производства. И если некоторые исследователи отмечают, что с философской точки зрения совре-

менные общественные изменения связаны с ускорением культурно-информационного обмена, возрастанием роли массовой культуры и потребления [9], то экономической их основой является воспроизводство культуры через опредмечивание потребностей.

Представляется, что предлагаемый подход будет продуктивен для решения самого разнообразного круга проблем, особенно на стыке экономики и других общественных наук, а также для экономической практики, которая всегда осуществляется в конкретной социально-психологической среде.

Например, американские социологи П. Бергер и Т. Лукман следующим образом ставят вопрос о происхождении мира вещей: «Тогда главный для социологической теории вопрос может быть поставлен следующим образом: каким образом субъективные значения становятся объективной фактичностью? Или, в терминах указанных выше теоретических позиций, как возможно создание мира вещей (choses) в человеческой деятельности (Handein). Иначе говоря, для правильного понимания «реальности sui generis» общества требуется исследование того, как эта реальность конструируется» [10].

Связь «продукт — потребность — культура» как раз и показывает, что, по крайней мере, часть «объективной фактичности», представляющая собой «произведенный мир вещей», создается конкретной стороной труда в результате опредмечивания потребностей.

Можно также представить следующую связь производства и культуры, осуществляющуюся через опредмечивание потребностей. Важнейшей проблемой современного менеджмента на всех уровнях хозяйствования является совершенствование экономических видов культуры — производственной, потребительской, предпринимательской и др. Они формируют соответствующие типы экономического поведения, важнейшими из которых являются трудовое поведение, потребительское и предпринимательское. Опредмечивание потребностей происходит в каждом из этих видов, а связь «культура — потребности — деятельность — результат деятельности» лежит в их основе. И если в трудовой деятельности опредмечиваются образы полезных свойств продукта, делающие возможным удовлетворение потребностей потребителя, то какие потребности опредмечиваются в предпринимательской, и даже в потребительской деятельности? И чьими потребностями они могут быть? Представляется, что соответствующие виды экономической культуры и являются конечными факторами формирования таких необычных потребностей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Васильчук Ю. А. К общей теории социального развития человека // Материалы постоянно действующего междисциплинарного семинара клуба ученых «Глобальный мир». Вып. 2 (14). М., 2002. 256 с.
2. Катасонов В. Ю. Читая Шваба. Инклюзивный капитализм и великая перезагрузка. Открытый заговор против человечества. М., 2021. 330 с.
3. Прохоров А. В., Разлогов К. Э., Рузин В. Д. Культура грядущего тысячелетия // Вопросы философии. 1998. № 6.
4. Чеховский В. Я. Введение // Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. Кн. 1. Процесс производства капитала / под ред. В. Я. Чеховского. М., 2015.
5. Кондрашов П. Н. Нелепость, ставшая привычкой // Свободная Мысль. 2016. № 5.
6. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. СПб., 2000. 512 с.
7. Маркс К. Введение (Из экономических рукописей 1857–1858 годов) // К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Изд. 2, Т. 12.
8. Добрыдnev С. И. Образ жизни и мировоззрение как сущностные стороны предпринимательской культуры // Креативная экономика. 2021. Том 15. № 6. С. 2335–2346. DOI: 10.18334/ce. 15.6.112197.
9. Петров И. Ф., Петров Л. И. Потребности и потребление в современном общественном развитии // Вестник ИМСИТ. 2013. № 3–4 (53–54). С. 3–8.
10. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995. 323 с.

REFERENCES

1. Vasilchuk Yu. A. To the general theory of human social development. Materials of the permanent interdisciplinary seminar of the club of scientists «Global World». No. 2 (14). Moscow, 2002. 256 p.
2. Katasonov V. Yu. Reading Schwab. Inclusive capitalism and veajubilant reboot. Open conspiracy against humanity. Moscow, 2021. 330 p.
3. Prokhorov A. V., Razlogov K. E., Ruzin V. D. Culture of the coming millennium. Questions of philosophy. 1998. № 6.
4. Chekhovsky V. Ya. Introduction. Marx K. Capital. Criticism of political economy. T. 1. Ch. 1. Capital production process / edited by V. Ya. Chekhovsky. Moscow, 2015.
5. Kondrashov P. N. Absurdity, which has become a habit. Free Thought. 2016. No 5.
6. Ilyin E. P. Motivation and motives. St. Petersburg, 2000. 512 p.
7. Marx K. Introduction (From the economic manuscripts of 1857–1858). K. Marx and F. Engels. Op. Ed. 2, vols. 12.
8. Dobrydnev S. I. Lifestyle and worldview as essential aspects of entrepreneurial culture. Creative economy. 2021. V. 15. No 6. Pp. 2335–2346. DOI: 10.18334/ce. 15.6.112197.
9. Petrov I. F., Petrov L. I. Needs and consumption in modern social development. Vestnik IMSIT. 2013. No 3–4 (53–54). Pp. 3–8.
10. Berger P., Lookman T. Social construction of reality. Treatise on the sociology of knowledge. Moscow, 1995. 323 p.

Поступила в редакцию: 04.04.2023.

Принята к печати: 03.05.2023.