

України до Верховної Ради України від 30.04.2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.zakon1.rada.gov.ua.

3. Концепція реформування системи соціальних послуг. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 квітня 2007р. N 178-р // Концепція реформування системи соціальних послуг. – Офіційний сайт Міністерства праці та соціальної політики України.

4. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, 2014 р. // Урядовий портал. – Режим доступу: kmu.gov.ua.



УДК 316.323+316.61

Шевчик Богдан

к.е.н., доцент

Львівська комерційна академія

м. Львів

СОЦІОКУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ РЕСУРС В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Анотація

У статті висвітлені особливості та цінності чуттєвої та ідеаційної культур в історичному аспекті. Зокрема, автором висловлено думки щодо діагностики згортання чуттєвої культури та економічної цінності результатів виробництва ідеаційної культури в онтологічному вимірі.

Ключові слова: чуттєва культура, цивілізація, глобалізація, ідеаційна культура.

Життя – це невинний потік змін існуючого. Наш час характерний тим, що зміни носять епохальний характер. Техногенна цивілізація підійшла до рубікону своїх начал – знову гостро стоїть проблема людини, але вже на новому, вищому, планетарному рівні. Якщо індустріальна цивілізація ринкового капіталізму, котра стала розвоєм чуттєвого типу культурної ментальності, запропонувала просту формулу взаємодії людини зі світом, де метою виступила максимізація матеріального добробуту, то чи може піти тим же шляхом і сучасна постіндустріально-інформаційно-інтелектуально-інноваційно-ноосферна цивілізація? Напрошується проста відповідь: а як же інакше? Однак, сформулюємо питання по-іншому: культурні ресурси якого типу економічної ментальності формують фідуціарно-інституціональний каркас нооекономіки? Ті ж, що і триста років тому?

Чуттєва культура економічної ментальності трактує людську душу як безодню потреб, для якої світ довозкола виступає дефіцитом лише в сенсі доступу до ресурсів; детермінізм долається експансією праці і капіталу; "утроба Молоха споживання" виправдовує будь-яку дію, справедливість віддано на відкуп механізму "невидимої руки". Філософія британського утилітаризму, у контексті

загрози планетарної екологічної катастрофи, нагадує сковородівську "глупомудрствующую мартишку", зводячи стан щастя до можливості безмежного збагачення, а в умовах світу як дефіциту – збагачення одних ціною зубожіння інших. Економічна поляризація у глобальному просторі вже сама собою несе серйозні виклики, починаючи від глобального тероризму до перспективи "зіткнення цивілізацій" (і вже навіть знайшовся новий божевільний фігур із Півночі). Якщо ж химера мальтузіанського вироку, антропогенний тиск на природу, зумовлений хибністю економічних імперативів, зробить проблемною можливість самовідтворення біосфери, цивілізація може замовляти по собі реквієм.

Першими забили на сполох адепти сталого розвитку. Розроблено біореанімаційні моделі "зеленої", "синьої" та інших типів еколого-економічних систем. Однак, проблеми не зникають, а, навпаки, загострюються.

Тож повернімося до запитання, з якого ми розпочали: яке соціокультурне середовище шахує мету економічного розвитку ноосферної цивілізації? Соціокультурні флуктуації ідуть циклами почергової зміни чуттєвих та ідеаційних типів культурної ментальності, де домінуючий тип культури визначає для економіки фідуціарне поле цінностей мотивації, поведінкових взірців та патернів відтворювальної діяльності. Цінності чуттєвої культури активізують свідомість для діяльності у сфері задоволення матеріальних потреб, а цінності ідеаційної культури – духовних. Індустріальний ринковий капіталізм – продукт чуттєвого типу культури; до цього було Середньовіччя – продукт ідеаційної культури; до того – тілесно-чуттєва Античність. Тепер, перефразовуючи М. Бердяєва, маємо світанок "постіндустріального середньовіччя", що характеризується становленням нового ідеаційного типу культурної ментальності та цінностей ідеаційної культури як домінуючих над чуттєвими у сферах відтворювальної діяльності суспільства. У цьому і полягає суть сучасних епохальних змін – становлення нової людини, носія нової свідомості.

Із сказаного логічно випливають два запитання: як виглядає діагностика згортання чуттєвої культури? що зумовлюватиме собою економічну цінність результатів виробництва ідеаційної культури в онтологічному вимірі? Відповідаємо тезисно:

1. Дискретний цикл соціокультурних флуктуацій в інерційній фазі породжує цивілізацію домінуючого типу культури, розвиток якої супроводжується наростаючою симулякризацією у системах відтворювальної діяльності і появою нової фази – обскурації, де симулякр як патерн набуває тотальності. Контрактатична фаза вміщує точку біфуркації, активовану атрактором полярного типу культури, і вже наступна фаза – регенерації, оперує цінностями альтернативного типу культури і стимулює свідомість носіїв нового типу культурної ментальності (наприклад, на чільне місце, як еліта і продуценти цінностей, висуваються носії ідеаційної культурної ментальності замість попередніх носіїв чуттєвої культурної ментальності).

2. Сучасний тип ідеаційної культури набуває поширення у формі постіндустріальних економічних систем, які ще ототожнюють із інформаційною

економікою. Однак, чи релевантні нооекономіка та інформаційна економіка? Інформаційна економічна система – це спосіб виробництва слова як товару. І відразу ж постає фундаментальне запитання: а що є субстанцією вартості слова як товару? Що є тим цілим, стосовно якого кожне окреме слово набуває споживної і мінової вартості реалізатора фрактальної функції синергічної дії, зумовлюючи буття того, чого ще не існувало? Функція споживної вартості слова – набуття нового досвіду можливості досконалого у відтворювальній діяльності. Тобто, це функція зростаючої свідомості, а не лише практичне знання управління новою технікою, інтелектуальна дифузія мімезису інновацій.

Засадничий дискурс економічної науки – це інтерпретація субстанції вартості: від "догми Сміта" до рикардіансько-марксистської трудової теорії вартості, від маржиналістської концепції граничних величин до бачення джерела вартості у живій речовині природи (фізіократи XVIII ст.) та космічному випромінюванні (українська школа фізичної економії). Тобто, у будь-якому випадку, вартість економічних продуктів має дискретні параметри, пов'язані із трансформацією речовини природи. Чи справедливо це стосовно слова, яке у процесі споживання самозростає кратно кількості споживачів, перетворюючи їхню свідомість у живий простір можливості тих ідеальних світів, які несе у собі слово? Ким тоді духовно стає споживач?

Усі люди різні, але всі вони – відбиток Єдиного. І споживаючи слово, яке орієнтує свідомість на можливість ідеального як реального, індивід втілює синергічну функцію того вищого метафізичного порядку, актуалізація якого є покликанням людини як творця власних світів та співтворця Світу Білого, другої природи у напрямі звершення цілісності духовної культури, що є сутністю метапраксеології. Економічна вартість слова зумовлюється тією таємницею покликання творчої актуалізації, яка не присутня у досвіді, але інтелегібельно, через розум і пам'ять серця конститує моральний обов'язок життя як творчості, прояву модальностей Єдиного у суспільному бутті в історичній долі народу. Тому онтологія вартості слова носить символічний характер, де позначуванням виступатиме те духовно бажане ідеально-невідоме, яке у поступових актах своєї матеріалізації через суспільно-економічну діяльність (де орієнтиром слугуватиме позначник як об'єкт досвіду і патерн відтворення), ототожнить процес виробництва із мистецькою творчістю. Це і буде початок ноосфери: життя за зростаючою совістю, виробництво за "зрідненою" працею, свідомість фрактальної онтології у процесах відтворювальної діяльності у напрямку до Слова, яке було на початку всього.

