
От экономических интересов – к нооценностям*

© 2022 г. С.Д. Бодрунов

*Институт нового индустриального развития (ИНИР) им. С.Ю. Витте,
Санкт-Петербург, 197101, ул. Большая Монетная, д. 16.*

E-mail: inir@inir.ru

Поступила 15.01.2022

Нарастающий кризис человеческой цивилизации настоятельно требует разобраться с тем, какую роль в развитии этого кризиса играет сложившаяся в современном обществе система интересов и ценностей. Не являются ли интересы, связанные с экономически рациональным поведением и возведением в ранг высших ценностей экономических выгод и объемов потребления, одной из причин этого кризиса? Поведение, основанное на критериях экономической рациональности, не может считаться подлинно разумным, если оно ведет нас в тупик перепотребления, вызывающего недопустимую нагрузку на природную среду и истощающего ее ресурсы. Для изменения таких ценностных установок уже складываются необходимые материальные предпосылки. Современные знаниеинтенсивные технологии, подготавливающие переход к новому индустриальному обществу второго поколения, позволяют удовлетворять развивающиеся человеческие потребности с гораздо меньшими затратами материальных ресурсов. Необходим переход от общества экономической рациональности к ноообществу, от экономики – к ноономике. Вместе с этим становится возможным и преобладание в системе ценностей человека таких, как развитие культуры, возвышение личности человека, формирование отношений солидарности, а не конфликтности, растущей на почве борьбы за поглощение все большего объема ресурсов.

Ключевые слова: цивилизационный кризис, экономические интересы, ценности, знаниеинтенсивное производство, симулятивные потребности, нооценности, развитие личности, разумные потребности, творчество, солидарность, ноономика.

DOI: 10.21146/0042-8744-2022-7-15-26

Цитирование: *Бодрунов С.Д.* От экономических интересов – к нооценностям // Вопросы философии. 2022. № 7. С. 15–26.

* Статья является продолжением предыдущей статьи автора по проблемам теории ноономики: *Бодрунов С.Д.* От хомо экономикус – к хомо сапиенс // Вопросы философии. 2021. № 12. С. 18–31.

From Economic Interests – to Noo Values

© 2022 Sergey D. Bodrunov

*S.Yu. Witte Institute for New Industrial Development,
16, Bolshaya Monetnaya str., St. Petersburg, 197101, Russian Federation.*

E-mail: inir@inir.ru

Received 15.01.2022

The growing crisis of human civilization urgently requires us to understand what role the system of interests and values that has developed in modern society plays in the development of this crisis. Are not the interests associated with economically rational behavior and the elevation to the rank of the highest values of economic benefits and consumption volumes, one of the reasons for this crisis? Behavior based on the criteria of economic rationality cannot be considered truly reasonable if it leads us to a dead end of overconsumption, which causes an unacceptable load on the natural environment and depletes its resources. The necessary material prerequisites are already being formed to change such value attitudes. Modern knowledge-intensive technologies, preparing the transition to a new industrial society of the second generation, allow us to meet the developing human needs with much less expenditure of material resources. It is necessary to move from the society of economic rationality to the noo-society, from the economy to noonomy. At the same time, it becomes possible to prevail in the system of human values such as the development of culture, the elevation of the human personality, the formation of relations of solidarity, and not of conflict, growing on the basis of the struggle to absorb more and more resources.

Keywords: civilizational crisis, economic interests, values, knowledge-intensive production, simulative needs, noovalues, personal development, reasonable needs, creativity, solidarity, noonomy.

DOI: 10.21146/0042-8744-2022-7-15-26

Citation: Bodrunov, Sergey D. (2022) “From Economic Interests – to Noo Values”, *Voprosy Filosofii*, Vol. 7 (2022), pp. 15–26.

Введение

В предыдущих статьях, опубликованных в журнале «Вопросы философии» [Бодрунов 2018а; Бодрунов 2021], мною были рассмотрены проблемы эволюции человека под влиянием происходящих технологических и социально-экономических перемен. Вызовы нарастающего цивилизационного кризиса ставят перед всеми нами вопросы о том, кто мы и как мы сможем ответить на эти вызовы. Для ответа на эти вопросы неизбежно требуется разобраться с тем, какова роль существующей системы интересов и ценностей в формировании кризиса человеческой цивилизации. Одновременно необходимо понять, как могут (и должны) меняться наши ценностные установки для того, чтобы выйти из кризиса, сохранив свое человеческое лицо, и, более того, сделать шаг вперед в своем развитии. Материальную основу такого развития составляет переход к новому индустриальному обществу второго поколения, а общественные условия создаются переходом от экономики к ноономике.

Но что произойдет с нашими интересами и ценностями в процессе такого перехода? Далее я постараюсь приблизиться к ответам на эти вопросы.

Интересы и ценности

Интересы современного человека являются отражением тех экономических отношений, в которые он вступает в ходе своей жизни. Само слово «интерес» первоначально (в Средние века) означало размер компенсации хозяйственного ущерба. Затем оно стало обозначать размер платы за пользование кредитом, то есть величину процента, уплачиваемого заемщиком. В английском языке слово *interest* используется в этом значении и поныне. Таким образом, даже с точки зрения процесса словообразования существует тесная связь между интересами и экономикой.

Разумеется, существуют и неэкономические интересы, подчас имеющие в индивидуальной судьбе человека едва ли не большее значение, чем экономические условия жизни и определяемые ими экономические интересы. Те интересы, которые порождены любовью, ревностью, стремлением к свободе, честолюбием или властолюбием, могут затмить собой экономические побуждения. Однако если вести речь о массовых социально-исторических процессах, то экономические интересы неизменно выходят на первый план. «...Вряд ли в любом обществе можно найти что-нибудь более разделяемое людьми, нежели то, что их разделяет. Вряд ли в современном обществе можно найти что-либо более объединяющее людей, нежели разделяющие их экономические различия; вряд ли в современном обществе существует более “всеобщий” тип связи между людьми, нежели экономика, которая разделяется людьми как способ проведения делений, разом сулящих и общность, и автономию» [Ашкерев 2002, 78–79].

Это неизбежно в обществе, где экономика занимает главенствующее положение, определяя основополагающие условия существования человека да и течение его повседневной жизни.

Понимание соотношения интересов и ценностей в современной философской науке распадается на очень широкий спектр трактовок, что связано со столь же широким спектром толкования самого понятия «ценность». Попытки же внесения в вопрос о фундаментальных теоретических основаниях этого понятия большей определенности, которые предпринимались в философской науке в последней трети XX в., так и не дали осязаемых результатов. «Исследователи аксиологии констатируют серьезные проблемы, связанные с ее “теоретическими каркасами”, и методологический хаос, который царит в определениях самого понятия “ценность” и трактовке ценностных отношений, не говоря уже о попытках локализации аксиологии в общей структуре философского дискурса» [Шохин 2010, 84]. Углубление в существо этих разногласий и выработка собственной позиции потребовали бы отдельной статьи, а может быть, и не одной. В то же время некоторые общие моменты в понимании ценностей присутствуют во взглядах значительной части философов, и на эти общие моменты мы и постараемся опереться.

Интересы могут превращаться в общественные ценности, когда они начинают разделяться множеством людей [Хабермас 2001, 166–167], получают массовое распространение, прочно закрепляются в общественном сознании и начинают определять нашу оценку вещей и событий, закрепляясь также и на индивидуальном уровне. Ценность всегда выступает как идеальный феномен – как субъективная оценка, оценивание объекта субъектом (в котором проявляется и самооценка субъекта), но такое оценивание, которое приобретает общественный смысл и значимость [Баева 2003, 14]. Приобретая общественный смысл и значимость, ценности тем не менее укореняются и закрепляются только через индивидуальную позицию человека, поскольку любой общественный феномен существует лишь через взаимодействие индивидов, через отношения между ними: «Всякая общезначимая ценность становится действительно значимой только в индивидуальном контексте» [Бахтин 1986, 108–109].

Дальнейшее уточнение диалектики общественных и индивидуальных ценностей – это задача аксиологии. Нас же интересует другое: какие именно ценности закрепляет современное экономическое общество, чему именно оно дает морально-нравственную санкцию и, наконец, какие индивидуальные ценности формируются в таких условиях?

Ценности экономического общества

Ответ, на первый взгляд, достаточно прост: в обществе закрепляются в нравственных нормах те ценности, которые поддерживают функционирование господствующей системы экономических отношений и позволяют индивиду реализовать свои интересы в рамках этой господствующей системы. «Рассуждение о нравственности в экономических терминах совпадает с провозглашением в качестве средоточия нравственной проблематики проблемы долга. Мораль должностования предъясвляет собой не что иное, как *ценностную легитимацию меновых отношений*» [Ашкеров 2002, 79] (курсив мой. – С.Б.).

Поэтому современные ценности несут на себе глубокий отпечаток экономической рациональности, причем в ее специфическом преломлении для рыночно-капиталистического общества. Ценности такого общества выступают в неприкрытой форме морали чистогана любой ценой. «Или всех грызи, или лежи в грязи». Бессмысленно морализировать по этому поводу, стараясь просто противопоставить этой морали иные ценностные основания, кажущиеся по каким-то соображениям более высокими. Тем более что проповедь о любви к ближнему никак не мешала существованию рабства или разбойному промыслу феодальных дружин.

Правда, это – не единственный вектор ценностей рыночно-капиталистического и вообще экономического общества. Другой – признание ценностей трудолюбия и бережливости. Вполне логичное дополнение, поскольку для большинства людей, не занятых бизнесом, именно трудолюбие и бережливость могут так или иначе, хотя бы частично, компенсировать их приниженный экономический и социальный статус и обеспечить некоторое индивидуальное благополучие. К примеру, участь средневекового крестьянина, не наделенного должным трудолюбием, была весьма незавидна.

Значит ли это, что в современном обществе нет ценностей иной направленности? Есть, и сколько угодно – альтруизм, солидарность, творчество... Их общественное значение весьма заметно. Однако в рамках нынешних социально-экономических порядков они не могут занять господствующие позиции.

И все же такое положение – не вечно.

Внутри экономического общества зреют объективные предпосылки для изменения этой ситуации, что находит свое отражение в нарастающем кризисе интересов и ценностей, ориентированных на денежную наживу. Начало этому процессу положили сами экономические ценности.

Некогда экономическая рациональность выступала сильнейшим двигателем общественного прогресса, формируя дух предприимчивости и новаторства, замешанных на трезвом экономическом расчете, с одной стороны, и дух упорного, дисциплинированного труда – с другой. Общество продвинулось далеко вперед в своем развитии, создав мощные производительные силы – как со стороны новейших технологий, так и со стороны человеческого знания, в них воплощенного.

Возникли новые возможности для развития человека, для изменения условий его существования, для развития и удовлетворения его многообразных потребностей. Все это дал капитализм. Он нарастил скорость технического и научного прогресса – ради того, чтобы удовлетворить запросы потребителей. Рост потребления выступает едва ли не в роли высшей ценности. «В цепочке ценностей “новые технологии – экономический рост – увеличение потребления” последнее звено рассматривается в качестве приоритетного компонента. В явной или неявной форме все акторы глобализации принимают эту ценностную цепочку как выражение общечеловеческих ценностей» [Степин 2015, 163].

Экспансия экономических ценностей как выражение их кризиса

Ценности экономического общества, вырастающие из экономических интересов, оказывают влияние и на те ценности, которые формируются за пределами собственно экономической сферы жизни общества. Моральные нормы, имеющие основания

в экономических отношениях, окрашивают в свои тона и те моральные нормы, которые регулируют отношения неэкономические. Соображения выгоды, эквивалентности обмена, максимизации потребления проникают в сферы творчества, в семейные узы, в любовь и дружбу, в религиозные воззрения.

Однако с определенного момента речь уже идет не просто о влиянии. Разумеется, такие явления, как, например, брак по расчету, возникли очень давно. Но, будучи достаточно распространенными, они все же не имели всеобщего характера и подвергались моральному осуждению, пусть зачастую и довольно лицемерному. Обзаводясь детьми, родители задумывались о том, кто будет содержать их в старости. Художник, стоя с мольбертом в руках, подумывал о том, купит ли кто-нибудь его картину, или не начинал работу, не имея заказа. «Не продается вдохновенье, но можно рукопись продать»...

И тем не менее эти экономические мотивы, оказывая существенное влияние на поведение людей, не могли заменить и отменить иные ценности, продолжавшие существовать наряду с рыночными. Люди продолжали ценить эмоциональные привязанности, чувство прекрасного, творческие порывы, знания и т.д. ради них самих, а не только ради выгод, которые они могли принести. В общественном мнении было принято отделять эти ценности от ценностей меркантильных и даже противопоставлять одни другим.

Ситуация стала существенно меняться в последние десятилетия. Нет, неэкономические ценности никуда не исчезли. Но они стали подвергаться агрессивному давлению со стороны той самой «общественной морали», которая ранее противопоставляла их жажде наживы, а теперь пытается подчинить этой жажде – как окольными путями, так и открыто, не стесняясь.

Все человеческие чувства и вообще все неэкономические социальные явления начинают мерить по меркам экономической рациональности. В экономической теории возникло влиятельное течение «экономического империализма», претендующее на то, чтобы объяснять все социальные процессы по законам экономики. При этом все ценности, лежащие за пределами экономики, объявляются консервативными, устаревшими, не соответствующими реалиям нового мира. Казалось бы, какие экономические интересы лежат за происходящей атакой, например, на традиционные семейные ценности? Прямо – почти никакие. Но главное заключается в том, чтобы размыть любые базовые понятия человеческой культуры и оставить на месте этой культурной пустыни одни лишь экономические соображения, служащие оберткой для жажды наживы, расшатать под видом расширения различных «прав» моральные устои, служащие естественными ограничителями меркантилистской экспансии; при этом «новые ценности» усиленно пытаются внести уже и в поле легитимных институтов – к примеру, прозвучавшее недавно предложение голландской «правозащитницы» признать права педофилов на уровне европейского законодательства, превратив тем самым детей в весьма специфический товар.

Критерии любви, добра, красоты, истины объявляются зыбкими, условными, относительными, чисто субъективными, в конце концов – несуществующими. Безусловными остаются лишь критерии выгоды.

Эти нападки нуждаются в безусловном отпоре. Не потому, что надо держаться «консервативных ценностей». Речь идет не о консервативных, а о фундаментальных ценностях, выработанных человеческой культурой на протяжении развития цивилизации. Не опираясь на критерии культуры, невозможно уйти от экономики чистогана и сверхпотребления и перейти к производству, основанному на удовлетворении разумных потребностей. Экономическая рациональность потому и проявляет сейчас свой агрессивный напор, что ей предстоит утратить свою общественную роль. Она сделала свое дело, и ей самое время уйти с арены.

Кризис экономического общества

Сегодня мы сталкиваемся с ситуацией, когда за движение по пути прогресса «капиталистического типа» человечеству приходится платить все возрастающую цену, которая угрожает стать непомерной. Чем же плоха цель – поднять уровень потребления? В.С. Степин, ссылаясь на данные Эрвина Ласло [Ласло 2004, 70], отмечает, что нынешнее поколение за последние 50 лет потребило столько же товаров и услуг (в стоимостной оценке), сколько все предыдущие поколения, вместе взятые. Это приводит Эрвина Ласло к выводу, что принцип «чем больше мы потребляем, тем лучше живем» выступает как путь к экологической катастрофе и новые стратегии развития цивилизации должны быть связаны с отказом от этого принципа [Степин 2015, 164].

В самом деле, стали уже привычными сообщения о катастрофических масштабах загрязнения земли и мирового океана самыми разнообразными отходами, об угрозе необратимых климатических сдвигов под влиянием растущей техногенной активности человека, о прогрессирующей утрате биоразнообразия и т.д.

Почему же человек в погоне за ростом потребления готов поставить под угрозу среду своего обитания да и собственное существование?

Широко цитируются известные слова Адама Смита: «Не от благожелательности мясника, пивовара или булочника ожидаем мы получить свой обед, а от соблюдения ими своих собственных интересов. Мы обращаемся не к гуманности, а к их эгоизму и никогда не говорим им о наших нуждах, а лишь об их выгодах» [Смит 1962, 28]. Обычно эта цитата приводится как доказательство гармонии интересов, достигаемой на основе рыночной выгоды. Хотя сам Адам Смит не мыслил столь плоско-упрощенно и подобный подход восходит скорее к Иеремии Бентamu, тем не менее именно на эти слова Смита ссылаются как на аргумент. Однако из этих слов можно сделать и иные выводы.

Раз наша современная экономическая система стремится к удовлетворению человеческих потребностей и росту потребления не ради них самих, а ради эгоистического экономического интереса производителей и продавцов, то никак нельзя исключить, что ради этих интересов они будут посягать на наши интересы. Булочник в погоне за выгодой будет фальсифицировать хлеб, пивовар – разбавлять пиво, а мясник – подсовывать несвежее мясо. Ведь ценностью для них является лишь их собственная выгода, но никак не наше благополучие. Разумеется, покупатель может отвернуться от некачественного товара и уйти к конкуренту в соседнюю булочную, и это служит достаточно сильным стимулом не переступать некую грань, предоставляя все же товары и услуги достаточно хорошего качества.

Но давно прошли те времена, когда своего булочника знали в лицо и экономический интерес удержать покупателя подкреплялся межличностным взаимодействием с ним. Сейчас мы живем в эпоху массового производства: производитель для нас является лишь абстрактным понятием, обозначенным мелкими буквами на упаковке товара (или огромными буквами рекламных слоганов). Покупатель уже не может заглянуть производителю в глаза, да и переход к другому тоже мало что изменит – ведь фактически он встретится с точно такой же обезличенной сущностью. Поэтому нам приходится полагаться уже не столько на экономические интересы производителя, сколько на государственную стандартизацию продукции и на организации защиты прав потребителей.

Впрочем, нельзя сказать, что сегодня производитель не интересуется нуждами потребителя. Интересуется, и значительно более активно, чем это было, скажем, в XIX в. Но в этом внимании, продиктованном все тем же экономическим интересом, таятся подводные камни.

Предприниматель удовлетворяет потребности людей, преследуя цель получения прибыли, и поэтому его интересует прежде всего объем сбыта и уровень выгоды. В результате бизнес еще на начальной стадии развития капитализма был готов удовлетворять любые прихоти, лишь бы это приносило прибыль. А с развитием монополистических тенденций у капитала появились инструменты манипулирования потребителем.

Это было отмечено еще Йозефом Шумпетером: «...даже в самых повседневных делах поведение потребителей не в полной мере соответствует постулатам, которые содержатся в учебниках экономики. С одной стороны, их желания не столь определены, а действия, направленные на выполнение желаний, не столь рациональны и быстры. С другой стороны, они столь подвержены рекламе и другим методам убеждения, что производители чаще диктуют условия вместо того, чтобы самим руководствоваться желаниями потребителей» [Шумпетер 1995, 339].

Сейчас это стало уже общим местом и руководства по манипулированию предпочтениями потребителей, опирающиеся на достижения психологии и нейролингвистики, можно найти на полках книжных магазинов [Дымшиц 2006] и в Интернете [Harris 2016 web]. Исследуются возможности искусственного интеллекта манипулировать нашим выбором [Dezfouli et al. 2020 web]. Через социальные сети собираются огромные массивы информации, позволяющие оценить привычные реакции каждого отдельного человека и сыграть на этих струнах.

Все эти методы направлены на то, чтобы заставить потребителя покупать как можно больше, работать больше, чтобы заработать на эти покупки, залезать в долги и покупать, покупать, покупать... Манипуляция потребителем может заставить его не просто покупать сверх необходимого, но и покупать такие товары, которые ему в принципе не нужны, и даже такие, потребление которых может приносить не пользу, а вред. Чтобы потребитель покупал все больше и больше, ему навязываются ложные, иллюзорные потребности и предлагаются товары, лишь симулирующие возможность удовлетворения потребностей. Поток таких симулятивных благ (товаров-симулякров) и процесс навязывания соответствующих симулятивных потребностей все нарастают. Эта тенденция оформилась уже очень давно, но в последние несколько десятилетий ее масштабы в развитых странах стали весьма впечатляющими и мир товаров-симулякров стал привлекать пристальное внимание исследователей [Бодрийяр 2003; Бузгалин, Колганов 2012а–б].

Иллюзия удовлетворения симулятивных потребностей заменяет собой развитие человеческой личности, отодвигает решение социальных проблем, не ведет к реальному росту производительности. При этом наращивание объемов производства товаров-симулякров еще и деформирует структуру потребностей, разворачивая производство и потребление в сторону напрасной растраты природных ресурсов.

Между тем производство симулякров является вполне экономически рациональным. Симулякры позволяют создавать новые рынки, увеличивая ассортимент товаров и услуг в дополнение к «обычным» товарам. А раз симулякры находят сбыт, то их производство приносит прибыль, увеличивает объем ВВП, то есть дает экономический эффект. Что же вам еще нужно? Тем самым потоки духовной жвачки, называемой «массовой культурой», или реально бездействующих косметических средств (в лучшем случае дающих мимолетный эффект), или нездоровых пищевых продуктов, очаровывающих потребителя за счет применения вкусовых добавок, и т.д. и т.п. превращаются в зримые свидетельства эффективного экономического развития – и отвечают экономическому интересу.

До тех пор, пока общество будет руководствоваться такой экономической рациональностью и возводить в высшую ценность культ потребления всего чего угодно, лишь бы это приносило прибыль, наша цивилизация с нарастающей скоростью будет двигаться в тупик экологического и – что, возможно, даже важнее – духовного кризиса. И отдельные шумные инициативы вроде «декарбонизации экономики» мало способны изменить общую направленность этого движения. Давайте спросим сами себя: можно ли в рамках нынешнего экономического устройства, нынешней экономической модели формирования и удовлетворения потребностей, не только поставить, но и практически решать задачу перехода, скажем, к модели автотрофного производства (то есть производства с замкнутым циклом оборота ресурсов)?

Разумеется, нет, ибо это приведет к снижению экономической эффективности и, не дай бог, к сокращению объема потребления.

Возможность выхода за пределы экономической рациональности

Однако есть тонкая разница между объемом потребления и степенью удовлетворения потребностей. Эти величины не тождественны, и вполне возможен рост степени удовлетворения потребностей при снижении объема потребления. Такую возможность вполне наглядно демонстрируют современные технологии. Один современный смартфон, который весит 110–120 граммов [Smil 2013, 127], удовлетворяет потребности, для обеспечения которых 30–40 лет назад потребовались бы телефон, радиоприемник, телевизор, диктофон, видеомагнитофон, фотоаппарат, часы, компьютер, записная книжка, географические карты, справочники и многое другое. Суммарный вес всех этих предметов и устройств превосходит вес смартфона во многие десятки раз. Таким образом, можно констатировать возможность роста уровня удовлетворения потребностей при резком снижении объема потребляемых материальных ресурсов.

То же самое можно сказать и о затратах на производство совокупности этих предметов в сравнении с затратами на производство одного смартфона. Такой эффект достигается благодаря резкому смещению в структуре затрат баланса между материальными затратами и затратами знания, интеллектуальных ресурсов, в пользу последних. Производство, не переставая быть материальным, превращается тем самым в знаниеинтенсивное производство, а его продукт становится знаниеемким.

Новейшие технологии создают возможность таких изменений в удовлетворении потребностей не только в сфере информационно-коммуникационных технологий, хотя здесь данная тенденция проявляется наиболее ярко. В традиционных отраслях материального производства значительное сокращение материалоёмкости производства единицы продукта может достигаться путем перехода от дистрактивных технологий (основанных на срезании, сплиливании, стачивании материала с заготовки) к аддитивным (основанным на добавлении или соединении исходных материалов). Такие технологии существуют довольно давно (например, литейные или гончарные), но с появлением 3D-принтирования они получили новую жизнь. 3D-принтирование позволяет точно воспроизводить предметы в соответствии с трехмерной компьютерной моделью, используя различные методы соединения исходных материалов – послойное наращивание, фотополимеризацию, спекание, плазменное напыление и множество других. Такие методы являются практически безотходными, обеспечивая значительную экономию материалов и энергии [Просвиринов web; Greenwood web].

В конечном итоге современные технологические платформы, основанные на гибридных технологиях 6-го технологического уклада, позволяют создавать безлюдное производство, опирающееся на искусственный интеллект, промышленный «Интернет вещей» [Boyes et al. 2018] или даже «Интернет всего» (internet of everything), на обработку больших массивов информации, поступающих от встроенных датчиков, и т.д. В результате проектируется переход к «умным фабрикам» (smart factories) и «индустрии 4.0». Последняя призвана преобразовать на основах автоматизации не только непосредственно производственный процесс, но и всю систему организации производства: формирование заказа и взаимодействие с заказчиком, определение производственной программы, кооперацию с поставщиками, субподрядчиками и аутсорсерами, процесс поставки материалов и комплектующих, изготовление продукции и доставку ее потребителю, послепродажное обслуживание [GTAI 2018 web; FY 2014 web].

И все это также происходит за счет развития знаниеинтенсивности производства. Человек, освобождаемый от участия в непосредственном производственном процессе, оставляет за собой творческие функции: исследования и разработки, целеполагание, управление. Все это открывает возможности выхода на новый уровень удовлетворения потребностей – не только с точки зрения обеспечения товарами и услугами, но и с точки зрения расширения возможностей для развития личности, создавая пространство свободного времени для совершенствования самого человека. Все эти сдвиги в совокупности и будут определять лицо формирующегося нового индустриального общества второго поколения и переход к ноономике [Bodrunov 2021a web].

Поскольку человек «выходит из производства», исчезают и отношения по поводу непосредственного процесса производства, хотя общественные отношения, определяющие целеполагание в сфере производства (начиная от исследований и разработок и заканчивая оценкой направлений развития), остаются. Ноономика строится на неэкономических критериях рациональности производства и потребления, ориентируясь не на прибыль или объем потребления, а на реальный уровень удовлетворения разумных потребностей [Бодрунов 2018b, 258–259].

Новые технологии и новые ценности

Однако технологии дают в руки человека лишь более широкие возможности. А вот как человек воспользуется этими возможностями – зависит от сложившихся в обществе ценностных установок. Те ценностные установки, которые преобладают в настоящее время, могут обратить новые технологические возможности лишь на дальнейшее наращивание объема потребляемых благ и превращение растущего свободного времени во время бездумного, расточительного, духовно опустошающего потребления.

Могут ли эти ценностные установки измениться?

Да, и предпосылки для такого изменения также заложены в новых технологических возможностях, ведущих к расширению спектра занятости в сферах, где растет удельный вес креативной деятельности. Участие в процессе познания, включение в творческую деятельность ведут к формированию соответствующих мотиваций и ценностных установок, среди которых наращивание объема потребления не стоит на первых местах.

Однако новые ценности не формируются автоматически, да и человечеству еще очень далеко до того, чтобы обеспечить творческими функциями весь контингент занятых. Ноономика для своего становления нуждается в усвоении людьми нооценностей. Поэтому необходима трансформация духовной сферы и вообще всей сферы человеческой культуры, которая будет ориентирована на рациональное отношение людей к своим потребностям и к природной среде, которая будет ориентировать производственную деятельность не на безграничный рост, а на развитие человека. Критерием нормального уровня потребления будет не объем потребляемых благ, а уровень удовлетворения конкретных разумных потребностей.

Но как перейти к разумному потреблению, к ноопотреблению? Ни определяемые извне ограничения, ни проповедь аскетизма не являются решением проблемы. Это решение может быть обеспечено только усвоением внутренних культурных критериев. Именно на основе этих культурных критериев происходит самоопределение человека как человека разумного. Если человек определяет себя таким образом, то тем самым он отделяет себя от человека неразумного и ставит границы собственному потреблению по критериям разума.

Именно поэтому культурное развитие человека является несколько не менее важным, чем научный и технический прогресс. Нооценности предполагают не только разумное отношение человека к своим потребностям и бережный подход к природной среде. Они предполагают изменение характера отношений между людьми по направлению снятия социальной конфликтности. Поэтому существенную роль в движении по направлению к ноономике играет идейная среда, ориентированная не на борьбу интересов, а на солидарные действия для их обеспечения. В этом смысле стоит присмотреться к идеологии солидаризма. Разумеется, в общественных системах, в которых рознь интересов, разворачивающаяся вокруг борьбы за экономические ресурсы, глубоко укоренена в их социально-экономических основаниях, ценности солидарности и сотрудничества, основанных на взаимном уважении, не могут завоевать себе преобладающие позиции. Но по мере преодоления тех корней социальных конфликтов, которые лежат в экономическом обществе, ориентирующемся на ценности экономической рациональности, и постепенного перехода к неэкономическим критериям производства стремление

к солидарным действиям в общих интересах и в интересах каждого человека будет все шире прокладывать себе дорогу и все более широкое принятие ценностей сотрудничества будет ставить преграду конфликтам.

Путь к утверждению нооценностей

Предпосылки для такой идейной ориентации могут начать складываться уже сейчас. Как уже отмечалось мною ранее [Бодрунов 2021], человек как общественное существо не является только слепком с общественных норм и стереотипов. Человек в своем становлении социализируется под воздействием социальной среды, но одновременно он сам воздействует на эту социальную среду, постепенно меняя принятые социальные нормы и укоренившиеся ценности.

Подчеркну еще раз: новые технологии и новые возможности производства сами по себе не осуществляют переворот в общественном и индивидуальном сознании человека, не создают автоматически новые нравственные ценности, хотя и формируют необходимые предпосылки для них. Поэтому без активной позиции людей в сфере развития и распространения культуры, в духовно-нравственной сфере, без борьбы за преобразование принятых в обществе ценностей в направлении нооценностей мы рискуем провалиться в разрыв между новыми возможностями, создаваемыми технологиями, и неразумным использованием этих возможностей. Разумеется, это потребует и соответствующей «адаптации» общества к этим новым ценностям, постепенной трансформации его социальных институтов и принятия соответствующих социальных норм, необходимых для создания благоприятных возможностей по формированию «человека культурного». Это позволит реализовать истинные ценностные параметры человеческого бытия, подлинно человеческое отношение людей друг к другу и к природе.

Здесь неслучайно использовано прилагательное «истинные». Это – не просто оборот речи, призванный подчеркнуть то значение, которое автор придает тем ценностям, на важности которых он настаивает. Нет, речь идет об истине именно в философском смысле слова и тем самым о ценностях, отвечающих философскому критерию истины. Речь не идет при этом о неких универсальных, неизменных, вневременных истинных ценностях. «Если истина абстрактна, то она – не истина» [Гегель 1993, 88].

Нет, общественные ценности являются истинными тогда, когда они соответствуют духу и истине своего времени. Но не той его части, которая обращена в прошлое и цепляется за это прошлое в тщетном и одновременно пагубном стремлении предотвратить развитие. Истинные ценности, ведущие нас в будущее, соответствуют той истине, которая рождается из общественного развития, из необходимого исторического движения вперед. В словах Христа, переданных нам евангелистом Иоанном, Иисус как раз символизирует объединение понятия истины с понятиями жизни и развития. Истина тем самым предстает и живой, и развивающейся: «Я есмь путь и истина, и жизнь» [Ин. 14:6].

Истинные ценности рождаются из необходимости и возможности сохранить и утвердить в человеке прежде всего его человеческую сторону. Это те ценности, которые не дают человеку встать на путь самоуничтожения – посредством ли взаимного истребления с помощью оружия массового поражения, посредством ли разрушения природной среды нашего обитания или же посредством такого вмешательства в нашу собственную природу, которое разрушит в нас человеческое. Речь идет не только о физическом или биологическом вмешательстве, но и о вмешательстве духовном – от манипулирования сознанием до подмены ценностей человеческой культуры отказом от всяких ценностей, от критериев разума и культуры (что фактически делает экономический интерес единственным мерилем всяких ценностей). Поэтому столь важна для нас борьба за истинные ценности, то есть за те ценности, которые выводят нас на путь возвышения человеческой личности – через развитие разума, через познание, через культуру, через гармонизацию взаимных отношений.

Снова и снова настаиваю на том, что эти ноценности не могут быть утверждены путем проповеди. Они вырастают из потребностей, рождаемых развитием объективных условий человеческой жизни. Но вырастают не как сорняк, а как культурное растение, взращиваемое нашими осознанными в своей безусловной необходимости усилиями, прикладываемыми в том числе и к самому себе, через осознание нашей ответственности перед миром. Только усвоив эти ценности, мы сможем выбраться из тупика противоречий, в который углубляется наша цивилизация. Только на этом пути можно уйти от преобладания в человеке его атавистических, «звериных», «зоо»-черт и прийти к торжеству сущности подлинно человеческой. Именно в этом состоит суть движения от «зоо» к «ноо», о чем я говорил в первой статье данного цикла [Бодрунов 2018a].

Источники и переводы – Primary Sources and Translations

- Бахтин 1986 – *Бахтин М.М.* Философия поступка // Философия и социология науки и техники. М.: Наука, 1986. С. 84–157 (Bakhtin, Mikhail M., *Philosophy of Action*, in Russian).
- Бодрийяр 2003 – *Бодрийяр Ж.* К критике политической экономии знака. М.: Библион – Русская книга, 2003 (Baudrillard, Jean, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Russian Translation).
- Гегель 1993 – *Гегель Г.* Лекции по истории философии. Книга первая. СПб.: Наука, 1993 (Hegel, Georg Wilhelm Friedrich, *Vorlesungen über die Geschichte der Philosophie. Band I*, Russian Translation).
- Смит 1962 – *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Соцэкгиз, 1962 (Smith, Adam, *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Russian Translation).
- Хабермас 2001 – *Хабермас Ю.* Вовлечение Другого. Очерки политической теории. СПб.: Наука, 2001 (Habermas, Jürgen, *Die Einbeziehung des Anderen: Studien zur politischen Theorie*, Russian Translation).
- Шумпетер 1995 – *Шумпетер Й.А.* Капитализм, социализм и демократия / Пер. с англ.; предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. М.: Экономика, 1995 (Schumpeter, Joseph A., *Capitalism, Socialism, and Democracy*, Russian Translation).

Ссылки – References in Russian

- Ашкеров 2002 – *Ашкеров А.Ю.* Мораль, разум, глобализация (О некоторых аспектах социально-политической теории Юргена Хабермаса) // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2. № 2. С. 69–84.
- Баева 2003 – *Баева Л.В.* Ценностные основания индивидуального бытия. Опыт экзистенциальной аксиологии. М.: Прометей, 2003.
- Бодрунов 2018a – *Бодрунов С.Д.* От ЗОО к НОО: человек, общество и производство в условиях новой технологической революции // Вопросы философии. 2018. № 7. С. 109–118.
- Бодрунов 2018b – *Бодрунов С.Д.* Ноономика. М.: Культурная революция, 2018.
- Бодрунов 2021 – *Бодрунов С.Д.* От хомо экономикус – к хомо сапиенс // Вопросы философии. 2021. № 12. С. 18–31.
- Бузгалин, Колганов 2012 а-б – *Бузгалин А.В., Колганов А.И.* Рынок симулякров: взгляд сквозь призму классической политической экономии. Часть I // Философия хозяйства. 2012а. № 2. С. 153–165; Часть II // Философия хозяйства. 2012б. № 3. С. 181–192.
- Дымшиц 2006 – *Дымшиц М.* Манипулирование покупателем. М.: Омега-Л, 2006.
- Ласло 2004 – *Ласло Э.* Макросдвиг (К устойчивости мира курсом перемен) / Предисл. А.Ч. Кларка; пер. с англ. Ю.А. Данилова. М.: Тайдекс Ко, 2004.
- Просвирнов web – *Просвирнов А.* Новая технологическая революция пронесется мимо нас. URL: <http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=4189>
- Степин 2015 – *Степин В.С.* Рациональные интересы и общечеловеческие ценности: проблема стратегии глобализации // Современные глобальные вызовы и национальные интересы: XV Международные Лихачевские научные чтения, 14–15 мая 2015 г. СПб.: СПбГУП, 2015. С. 162–165.
- Шохин 2010 – *Шохин В.К.* Аксиология // Новая философская энциклопедия. В 4 т. Т. 1 / Нац. обществ.-науч. фонд; предс. науч.-ред. совета В.С. Степин. 2-е изд., испр. и доп. М.: Мысль, 2010. С. 62–67.

References

- Ashkerov, Andrey Ju. (2002) "Morality, Reason, Globalization (On Some Aspects of the Socio-political Theory of Jurgen Habermas)", *Russian Sociological Review*, Vol. 2 (2002), No. 2, pp. 69–84 (in Russian).
- Baeva, Lyudmila V. (2003) *The Value Bases of Individual Existence. The Experience of Existential Axiology*, Prometey, Moscow (in Russian).
- Bodrunov, Sergey D. (2018a) "From ZOO to NOO: Man, Society and Production in the Context of a New Technological Revolution", *Voprosy Filosofii*, Vol. 7 (2018), pp. 109–118 (in Russian).
- Bodrunov, Sergey D. (2018b) *Noonomy*, Kulturnaja revoljucija, Moscow (in Russian).
- Bodrunov, Sergey (2021a web) "Noonomy as the Material Basis for a Prospective Humanitarian Model of Public Order", *Sustainability*, Vol. 13 (3), 1454, URL: <https://doi.org/10.3390/su13031454>
- Bodrunov, Sergey D. (2021b) "From Homo Economicus to Homo Sapiens", *Voprosy Filosofii*, Vol. 12 (2021), pp. 18–31 (in Russian).
- Boyes, Hugh, Hallaq, Bilal, Cunningham Joe, Watson, Tim (2018) "The Industrial Internet of Things (IIoT): An Analysis Framework", *Computers in Industry*, Vol. 101, pp. 1–12.
- Buzgalin, Alexander V., Kolganov, Andrey I. (2012a–b) "The Simulacrum Market: a Look through the Prism of Classical Political Economy", Part I, *Philosophy of Economy*, Vol. 2 (2012a), pp. 153–165; Part II, *Philosophy of Economy*, Vol. 3 (2012b), pp. 181–192 (in Russian).
- Dezfouli, Amir, Nock, Richard, Dayan, Peter (2020 web) "Adversarial Vulnerabilities of Human Decision-making", *PNAS*, November 17, 2020, Vol. 117 (46) 29221–29228, URL: <https://doi.org/10.1073/pnas.2016921117>
- Dymshits, Mikhail (2006) *Buyer Manipulation*, Omega-L, Moscow (in Russian).
- FY (2014 web) *Summary of the White Paper on Manufacturing Industries (Monodzukuri)*, URL: http://www.meti.go.jp/english/press/2015/pdf/0609_01a.pdf
- Greenwood, Matthew (2019 web) *2018 Was a Strong Year for the Global 3D Printer Market*, URL: <https://www.engineering.com/AdvancedManufacturing/ArticleID/18279/2018-Was-a-Strong-Year-for-the-Global-3D-Printer-Market.aspx>
- GTAI (2018 web) *Germany Trade&Invest. Industrie 4.0*, URL: <https://www.gtai.de/resource/blob/64500/8b7afcaa0cce1ebd42b178b4430edc82/industrie4-0-germany-market-outlook-progress-report-en-data.pdf>
- Harris, Tristan (2016 web) "How Technology is Hijacking Your Mind – from a Magician and Google Design Ethicist", *Medium. Thrive Global*, May 18, URL: <https://medium.com/thrive-global/how-technology-hijacks-peoples-minds-from-a-magician-and-google-s-design-ethicist-56d62ef5edf3#.4mpjo1twn>
- Laszlo, Ervin (2002) *Macrosift: Navigating the Transformation to a Sustainable World*, Foreword by Arthur C. Clarke, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco (Russian Translation).
- Prosvirnov, Alexander A. (2012 web) *A New Technological Revolution is Rushing Past Us*, URL: <http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=4189> (in Russian).
- Smil, Vaclav (2013) *Making the Modern World: Materials and Dematerialization*, Wiley, Hoboken.
- Stepin, Vyacheslav S. (2015) "Rational Interests and Universal Values: The Problem of Globalization Strategies", *Modern Global Challenges and National Interests: XV International Likhachev Scientific Readings*, SPGUP, Saint-Petersburg, pp. 162–165 (in Russian).
- Shokhin, Vladimir K. (2010) "Axiology", Stepin, Vyacheslav S., ed., *The New Philosophical Encyclopedia in 4 volumes. Vol. 1. 2nd ed., revisited. and add.*, Mysl, Moscow, pp. 62–67 (in Russian).

Сведения об авторе

БОДРУНОВ Сергей Дмитриевич –
член-корреспондент РАН,
доктор экономических наук, профессор,
президент Вольного экономического общества
России, директор Института нового
индустриального развития (ИНИР)
им. С.Ю. Витте.

Author's Information

BODRUNOV Sergey D. –
Corresponding Member of the Russian Academy
of Sciences, DSc in Economics, Professor,
Director of the S.Y. Witte Institute
of New Industrial Development.