

На правах рукописи



Акимкина Марина Андреевна

**Агональные аспекты европейской
экономической культуры**

24 00.01 – теория и история культуры

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук



Ростов-на-Дону – 2007

Работа выполнена на кафедре теории культуры, этики и эстетики факультета философии и культурологии Южного Федерального университета

Научный руководитель –

заслуженный деятель науки РФ,
доктор философских наук,
профессор Драч
Геннадий Владимирович

Официальные оппоненты:

доктор философских наук,
профессор Золотухин
Валерий Ефимович
Ростовский государственный
строительный университет

кандидат философских наук
Савенко
Наталья Васильевна
Ростовский государственный
медицинский университет

Ведущая организация –

Донской государственный
технический университет

Защита состоится 13 ноября 2007 года в 14 00 часов на заседании диссертационного совета Д 212 208 11 по философским наукам при Южном Федеральном университете по адресу. 344038, г Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина, 13, ЮФУ, ауд 434.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке ЮФУ (г Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 148)

Автореферат разослан октября 2007 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



М.В. Заковортная

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. На протяжении истории человечества европейская цивилизация всегда занимала особое положение. Для западного общества и в XX – XXI вв. характерны особенности развития, истоки которых следует искать в античности. Одним из способов осмысления европейской культуры в целом становится обращение к изучению ее отдельных элементов, в частности – экономического. Среди проблем экономического характера особое место занимает механизм конкуренции, которой пронизана определенная часть нашей повседневной жизни. Многие исследователи называют древнегреческую культуру агональной. Агонистика (от греч. агон), означала борьбу, соревнование, состязательность, и данное явление пронизывало все сферы жизни древнегреческого общества. Социокультурная роль агональности, т.е. функционирования агона, велика, так как она позволяет развиваться, функционировать всей культуре в целом. В экономической культуре Нового времени наиболее ярко проявлялась конкуренция, но данный механизм, несет в себе несколько иное значение по сравнению с агонистикой. Агонистика и конкуренция направлены на одну и ту же цель – победу любой ценой, но античная агонистика была направлена на самоутверждение личности, личное достоинство, в то время как конкуренция направлена на «выживание» соперника из экономической сферы.

Европейская цивилизация представляет собой развитую экономическую подсистему, а проблемы развития экономики являются насущными для всего мирового сообщества. В такой ситуации нельзя решать возникающие проблемы, реагируя на них привычным, традиционным образом. Актуальность обращения к прошлому определяется насущной необходимостью разобраться в настоящем, осмыслить и истолковать то, что происходит в наши дни. Агонистика выступает тем механизмом, который заставляет людей «стремиться», «достигать высот» и, соответственно, направлена на жизнеобеспечение индивида и общества в целом. Экономическая культура выступает сферой реализации механизма агональности, так как раскрывает духовную мотивацию субъекта, его цели, смысл осуществления экономической деятельности.

XXI век характеризуется все ускоряющейся инновизацией экономической и социальной жизни в глобальных масштабах, универсализацией технических средств, технологий, непрекращающимся ростом и обновлением техники. Это ведет к кризису техногенной цивилизации, где «дефицитом» становится живая природа, чистый воздух и вода, наблюдается общецивилизационный сдвиг, смещение мотивов и ценностей индивидов в общемировом масштабе. Настоящей ситуации способствовала конкуренция, которая в античности и средневековье проявлялась во внеэкономических сфе-

рах в форме агональности, а начиная с Нового времени воплотилась непосредственно в экономической сфере

Перечисленные особенности стали характерными для западного общества ввиду того, что важнейшей составляющей западной экономической культуры было соревновательное начало. Без скрупулезного анализа агонального фактора невозможно создание целостного представления о сущности европейской культуры в целом, и об особенностях ее формирования, развития и функционирования на современном этапе в экономической сфере. Указанные обстоятельства делают проблему изучения феномена агонистики на протяжении всего периода существования европейской (экономической) культуры актуальной для современной культурологии.

Степень научной разработанности проблемы. Весь массив исследований, так или иначе затрагивающих проблематику настоящей диссертационной работы, можно условно разделить на теоретические работы, посвященные проблеме агонистики, и работы, посвященные экономической культуре.

Обобщающих теоретических работ по проблеме агонистики достаточно много. Об агональных истоках европейской культуры писал Я Буркхардт, который называл агональный элемент «движущей силой, неизвестной никакому другому народу», имея в виду древних греков. Данное понятие можно встретить в работах как зарубежных историков философии и культурологов (Ж.П. Вернан), так и российских (Ю.В. Андреев, А.И. Зайцев, Ф.Х. Кессиди, Г.В. Драч). В игровой концепции Й. Хейзинги, где игра рассматривается в качестве основы человеческой деятельности, исследуется агональный характер греческой, а с ней и европейской культуры. Данные разработки дают возможность определения наиболее перспективных направлений в изучении агонистики.

Р.Х. Тауни отмечал, что на современном этапе, для конкурирующего индивида характерна уверенность в том, что общество выигрывает от его стремления к благосостоянию. Р. Мэй писал, что стремление индивида достичь успеха в ходе соперничества – это одновременно и доминирующая цель в нашей культуре.¹

В отношении изучения духовных, ценностных, ментальных факторов экономики свой вклад внесли А. Ахиезер, Б. Ерасов, О. Леонова, А. Панарин, В. Розин, Р. Рывкина и др. Социально-культурные – духовные, нравственные, религиозные – предпосылки капитализма рассматривает Н. Зарубина. Духовные причины возникновения капиталистической цивилизации выделяет А. Селезнев. Проблемой экономической культуры как своего рода связующего звена между экономикой и остальными сферами культуры занимались А. Пономарев, В. Попов, В. Чичкалов и др. Большое

¹ Мэй Р. Проблема тревоги – М., 2001. С. 195 – 196

значение для исследования интересующей нас проблематики имеют фундаментальные культурологические работы представителей ростовской школы - В Е Давидовича, Ю А Жданова, Г В Драча, О М Штомпеля, Т П Матяш² По теме развития современного общества и культуры большой вклад внесли Е Я Режабек, М В Заковоротная.³

Проблему становления и развития бизнеса и предпринимательства рассматривали Й Шумпетер, Р Хизрич, А Хоскинг, Д Макклелланд, Л Мизес и Ф Хайек Наряду с ними такие отечественные исследователи как В И Бакштановский, Ю В. Согомонов, С Перминова, Г Тульчинский, Ю А Замошкин, В.К Королев, Е В. Самойлов занимались изучением различных аспектов экономической культуры

Исследованием проблем европейского общества при переходе от средневековья к Новому времени рассматривали А Л Ястребицкая, Л М Баткин, В А Кондаков, И М Кулишер, среди зарубежных исследователей Ж Ле Гофф, Ф. Бродель, Дж. Арриги

Изучение связи философии и духовных факторов капитализма имеет достаточно выраженные научные традиции В частности, В Зомбарт в своей знаменитой работе «Буржуа» рассматривал становление капиталистического духа М Вебер провел глубокий анализ влияния религиозно-духовных основ на духовную составляющую экономической культуры Видный представитель русской общественной мысли С Булгаков в «Философии хозяйства» рассматривал религиозно-философские основы хозяйства, говорил о наличии у каждой хозяйственной эпохи своего духа, порождающего свой тип человека

Достаточно четко прослеживаются и западные традиции исследования связи экономики и культуры Связь экономики с культурой, прежде всего с сакральным миром, религией отметили такие исследователи, как Л Уайт, М Мосс, К Поланьи В частности К Поланьи выделяет три основные стадии историко-экономического развития Так или иначе, проблематика связи экономики и культуры отражена в работах следующих авторов: О Шпенглера, Э Фромма, Д Гелбрейта, Й Шумпетера, П Козловски и других известных ученых Тем не менее, ввиду обширности публикаций по заявленной теме многие элементы данной проблемы остаются без специального рассмотрения

² Жданов Ю А, Давидович В Е Сущность культуры – Ростов-на-Дону, РГУ, 2004, Культурология Под ред Драча Г В Ростов-на-Дону, 2005, Штомпель О М Социокультурный кризис (Теория и методология исследования проблемы) Ростов-на-Дону, 1999, Матяш Т П Постмодерн / Культурология Под ред Драча Г В Ростов н/Д, 2005

³ Режабек Е Я Капитализм проблема самоорганизации Ростов н/Д, 1993, Заковоротная М В Информационное общество новые пути организации повседневной деятельности Ростов-на-Дону, Логос, 1994

Объектом исследования является западноевропейская экономическая культура.

Предметом исследования выступает функционирование агона в западноевропейской экономической культуре

Цель исследования заключается в анализе трансформации агональных аспектов европейской экономической культуры от античности до современности

Достижению данной цели способствует решение следующих исследовательских задач:

- рассмотрение теоретических аспектов понятий «агонистика» и «экономическая культура»;
- выявление специфики агональных аспектов в становлении экономической культуры античности и средневековья,
- изучение трансформации агональности в европейской экономической культуре Нового времени;
- исследование проявлений агональности в экономической культуре современного европейского бизнеса и предпринимательства;
- исследование места агональности в культуре современного «общества потребления»;
- выявление особенностей агонистики в экономической культуре постиндустриального общества

Теоретико-методологическую основу диссертации составили классические произведения философской и культурологической мысли, работы зарубежных и отечественных исследователей, изучавших проблемы агональности и экономической культуры

В данной работе мы придерживаемся деятельностной концепции культуры и разделяем взгляды исследователей ростовской культурологической школы: Давидовича В Е, Жданова Ю А, Драча Г.В, Штомпеля О.М, Матяш Т П, Королева В К, согласно которой «культурой является процесс развития сущностных сил человека, способностей в ходе его сознательной деятельности по производству, распространению и потреблению определенных ценностей»⁴

В работе использованы общеполитические, социокультурные и общенаучные методы: анализа, сравнения, системности, обобщения, диалектический принцип объективности и всесторонности, метод единства исторического и логического, восхождения от абстрактного к конкретному. В работе также используется междисциплинарный подход, включающий в себя не только современное культурологическое знание, но и исследования по истории экономики, социологии, психологии, антропологии, политологии.

⁴ Жданов Ю А, Давидович В Е Сущность культуры Ростов н/Д РГУ, 2004 С 67

Научная новизна исследования, в отличие от работ других авторов, состоит в том, что

- агонистика определена как главный социокультурный механизм европейской экономической культуры, который, зародившись в древнегреческом обществе, продолжает существовать в современном европейском обществе, преимущественно в форме конкуренции;

- рассмотрена трансформация агональности как черты экономической культуры от античности до начала XXI в., где агональность доминировала в различных сферах, в зависимости от социокультурных факторов в различные эпохи,

- выявлено, что в античности экономическая сфера не являлась самостоятельной подсистемой общества, также как и в средневековье, где главным ограничением экономической деятельности выступал Бог, агональность в данные эпохи наиболее ярко проявлялась в досуговой сфере,

- определено, что в Новое время, с появлением жадности материального обогащения, успеха, агональность проявлялась непосредственно в сфере экономической культуры,

- проанализированы агональные аспекты экономической культуры современного бизнеса и предпринимательства, где доминирующими элементами экономической культуры остается индивидуализм, предприимчивость, инноватика, но данные элементы ограничены рамками социальной ответственности бизнеса,

- проанализировано место агональности в культуре «общества потребления», где агональность выходит за сдерживающие ее этические рамки, которые отходят на второй план и рыночные механизмы переносятся на сферу функционирования культуры,

- исследованы проявления агональности в экономической культуре постиндустриального общества, в котором доминирующим механизмом экономической культуры является конкуренция выходящая на глобальный уровень, направленная на «поражение» соперника с помощью таких современных средств, как менеджмент, public relations, использование рекламы

Выносимые на защиту тезисы.

1 Агонистика представляет собой уникальное свойство, присущее западноевропейской культуре, которое олицетворяет собой соревновательность, стремление к успеху, соперничество. Агональность является противоречивым культурно-историческим явлением, поскольку, зародившись в древнегреческом обществе, оно, с соответствующими изменениями, продолжало существовать и в последующие эпохи, включая современную, но уже в форме конкуренции. Агонистика является основой конкуренции, т.к. и агонистика и конкуренция направлены на победу любым способом, но агонистика направлена на личную победу, достижение славы, материаль-

ные блага являются следствием этих достижений. При конкуренции все качества личности подчинены экономической целесообразности, материальной выгоде. Агонистика является механизмом, который способствует появлению чрезвычайно инициативных, предприимчивых индивидов, чьи усилия направлены на достижение успеха любой ценой.

2 Сфера экономической культуры охватывает духовную мотивацию субъекта, его цели, хозяйственную этику. Агонистика является механизмом культуры, который «заставляет людей стремиться», осуществлять цели, мотивы, которые заложены в экономической культуре индивида и общества. В процессе исторического развития произошла трансформация агонистики, ее смысл изменился, теперь она влияет на механизмы развития в различных областях жизни общества, в том числе – и экономической. В этом контексте экономическая культура общества выступает системой норм экономической деятельности, которые формируют и направляют развитие субъектов экономических отношений в нужном обществе направлении.

3 В отличие от «благородного» успеха, характерного для древнегреческой культуры, для западной культуры с Нового времени характерна ориентация на успех, который является формой самореализации личности в любой сфере деятельности. В культуре Нового времени «полезность» является главным индикатором успеха. Для современной европейской цивилизации характерно стремление к успеху, реализуемое любой ценой. Ввиду «бешеного» темпа прогресса, все более отчетливо в повседневной жизни западного человека проявляется оборотная сторона стремления ко всему лучшему, как в жизни индивида, так и в развитии его личностных качеств.

4 В культуре древнегреческого общества агональное пространство охватывало прежде всего духовную, досуговую сферу общественной жизни: спортивные состязания, состязания поэтов, скульпторов и т. д. В древнегреческом обществе экономика еще не была самостоятельной подсистемой общества, а являлась функцией его социальной организации, экономическая культура только формировалась, поэтому агональность не могла проявляться в экономической культуре, а проявлялась в спорте, атлетике, при проведении Олимпийских и других игр, развивался агон мусический: состязания среди певцов и музыкантов. Агон в древней Греции почитался как божественное начало: победа на Олимпийских играх, была самым высшим достижением, так как считалось, что имя великого атлета прославится в веках.

5 В средневековом обществе агональность проявляется в основном среди высших сословий средневекового общества, в рыцарских турнирах, борьбе феодалов за лучшие поместья и т. д. Экономика в период средневековья, как и в античности, еще не носила самостоятельного характера, а

являлась функцией социальной организации общества В данную эпоху в экономике действовали внеэкономические мотивы, основным из которых был мотив служения Богу Агональность, также как и в античности, проявлялась в досуговой сфере рыцарских турнирах, богословских диспутах и т д

6 В Новое время (XV – XIX вв) наблюдается расширение агонального пространства, которое уже охватывает непосредственно сферу экономической культуры В данную эпоху происходит слияние индивидуализма и стремления к соперничеству Общество выступает, в основном, как арена для борьбы, ведущим мотивом которой является прибыль Наградой служит не просто самореализация индивида, которая достигается посредством завоевания превосходства и победы над другими людьми, а в денежном выражении Богатство выступает показателем реализации своих способностей и возможностей, богоугодности, что ярко выразилось в протестантизме Таким образом, произошла трансформация древнегреческой агонистики в следующие формы конкуренции продуктивную, соревновательную, партнерскую, соперничество, конфронтацию, проявляющиеся в экономической культуре Нового времени и современного этапа общественно-го развития

7 В эпоху Нового времени появляется слой предпринимателей, которые представляли собой субъектов свободной организационно-хозяйственной деятельности, в которой главной целью служила «погоня за наживой» и ведущей выступала интенция внедрения инноваций Сегодня наибольшее значение приобретают такие формы бизнеса, как фирмы, корпорации, организации, свободный предприниматель отходит на второй план Бизнес и предпринимательство, остаются доминирующими формами экономической жизни общества, в которых важнейшими аспектами экономической культуры остается индивидуализм, предприимчивость, инноватика, но, в то же время экономическая культура современного бизнеса и предпринимательства, выражающаяся такими аспектами ограничена рамками социальной ответственности, которая распространяется не только на свою фирму, корпорацию, но и на общество в целом

8 Для современного общества характерна тенденция к вытеснению нематериальных стимулов, ведущее положение начинает занимать «культ вещей», «потребительства», сохраняется и ориентация на успех Наблюдается ужесточение конкуренции, которое проявляется в том, что агональность в современном обществе выходит за свои классические рамки ее сдерживающие этические мотивы отходят на второй план, а материальные ценности являются преобладающими Агональность как конкурентность доминирует в сфере экономического развития, в частности она выходит на глобальный уровень, где все большее значение приобретает конкурентное влияние, оказываемое рекламой, модой, манипуляцией смыслами, ценно-

стями, знаками Агональность переносит рыночные механизмы и на сферу функционирования культуры (шоу-бизнес)

9 В XXI веке наблюдается становление постиндустриального общества, в котором доминирующее положение занимает производство услуг, проведение исследований, велика роль образования, информации, теоретического знания В современной европейской экономической культуре все больше просматриваются черты постмодернистского характера, что проявляется в доминировании гипертворческого начала, нестабильности, падении престижа индустриального труда Меняется сама концепция «экономического человека», из рационального человек все более становится ориентированным на удовлетворение игровых потребностей в экономической сфере Таким образом, в современном глобализирующемся обществе конкуренция все больше проявляется в сфере культуры, моды, рекламы, шоу-бизнеса Главными агентами глобальной экономической культуры выступают образованные специалисты, которые нацелены на инновации, без учета традиций В современном постиндустриальном обществе доминирующим механизмом экономической культуры является конкуренция, сущностью которой остается победа, путем поражения или полного уничтожения соперника, с помощью таких современных средств, как менеджмент, public relations (пиар), использование рекламы.

Научно-практическая значимость исследования. Результаты диссертационной работы позволяют углубить теоретические представления об экономической культуре западного типа, что важно для России, осуществляющей рыночную модернизацию своей экономики. Полученные результаты можно использовать в преподавании общих и специальных курсов по культурологии, истории культуры, в частности, по проблемам изучения европейской экономической культуры, в практике предпринимательской деятельности

Апробация работы. Основные положения и выводы диссертационного исследования докладывались и обсуждались на Первом Российском культурологическом конгрессе (г Санкт-Петербург, 2006 г), международной конференции в Варшавском университете «Что такое Средиземноморье? – перспективы Восточной и Центральной Европы» (г Варшава, 2005 г.), а также на Неделе науки в Ростовском государственном университете (2002 г , 2003 г) Основные теоретические положения и выводы диссертации опубликованы в пяти работах, общим объемом 1,2 п л

Диссертация обсуждалась на кафедре теории культуры, этики и эстетики факультета философии и культурологии Южного Федерального университета.

Структура диссертации. Текст работы состоит из введения, трех глав, включающих 9 параграфов, заключения и списка литературы, включающего 353 источника Объем диссертации – 201 страница

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во Введении обоснована актуальность избранной темы, показана степень ее научной разработанности, определены цель и задачи исследования, указана его теоретико-методологическая основа, отмечены элементы научной новизны, сформулированы основные положения диссертации, выносимые на защиту, представлена научно-практическая значимость работы и степень ее апробации.

Первая глава «Теоретические основы исследования агонистики в экономической культуре» состоит из трех параграфов. Данная глава посвящена рассмотрению базовых понятий - «агонистика» и «экономическая культура», в ней рассмотрены сущность и особенности данных понятий, что служит теоретической основой настоящего исследования.

В первом параграфе - «Подходы и оценки понятия «агонистика»» автор использует деятельностную концепцию культуры, в соответствии с которой, культура – это явление, которое « позволяет внести в мир и в личность смысл, человеческое значение. Она вбирает в себя способность использовать то, что накоплено в процессе многовекового развития человечества. Быть культурным – значит уметь»⁵ Умение и способности являются необходимыми факторами человеческой деятельности. При этом важно выявление их мотивационных начал, таковыми, в частности, являются конкуренция, состязание, соревнование. В древнегреческой культуре данные явления обозначались понятием «агон». Агонистика (от греч. *agon*) – это явление, олицетворяющее собой состязание, борьбу, стремление к успеху, соревнование, соперничество, пронизывающее многие сферы жизни древних греков. Таким образом, агон представляется автору как универсальное свойство, качество культуры, в то время как агональность представляет собой функционирование агона, т.е. включение данного качества в сферу культуры, в данном случае – экономической.

В параграфе рассматривается такая форма агональности, как конкуренция, которая в экономике представляет собой состязательное взаимодействие хозяйствующих субъектов, - взаимодействие, сопровождающееся процветанием одних и упадком или разорением других. В процессе функционирования экономики конкуренция проявляется в том, что участники экономического процесса предлагают лучшие возможности, нежели их конкуренты. В экономической культуре конкуренция направлена на победу над соперниками, на «выдворение» соперника из экономической сферы. Соревнованием являются отношения, складывающиеся в процессе совместной деятельности людей, выражающиеся во взаимном стимулировании активности друг друга, и, в конечном счете, увеличении полезных резуль-

⁵ Жданов Ю. А., Давидович В. Е. Сущность культуры. Ростов-на-Дону, 2004. С. 68

татов совокупных действий тех и других Соперничество подразумевает противоположность целей участвующих сторон, с увеличением шансов одной из сторон на достижение цели уменьшаются шансы другой стороны Соперничество – конкуренция, при которой только победитель монопольно обладает объектом конкуренции, а проигравшая сторона вытесняется из «пространства» конкуренции, но несет потери только в рамках собственных издержек, сохраняя потенциал в конкуренции на другие объекты⁶ А. Г. Шмелев выделил различные формы конкуренции, сложившиеся в ходе исторического развития западной цивилизации. В различных видах конкуренции так или иначе присутствовали агональные аспекты Эти аспекты существенно повлияли на сущность и специфику европейской экономической культуры. Исходя из мнений большинства исследователей по данной проблеме, автор рассматривает «агон», как культурную универсалию, характерную для европейской экономической культуры, а конкуренцию как форму вырождения агональности.

Во втором параграфе «Сущность феномена экономической культуры», автор рассматривает экономическую культуру как одну из сфер культуры, которая охватывает целый комплекс элементов и явлений культуры, стереотипов экономического сознания, которые формируют нормативные основы экономической деятельности Данная культура характеризует состояние развития субъектов хозяйственной деятельности общества на определенной ступени его развития «Экономическая культура отражает меру гуманизации общественного воспроизводства, способствует ее дальнейшему обогащению»⁷ По мнению большинства исследователей, ядром экономической культуры общества является общественное экономическое сознание, в рамках которого формируются ценностные, нормативные основы экономического бытия Тем самым, общественное экономическое сознание является идейным источником созидательной деятельности в экономической сфере.

Рассмотрение сущности экономической культуры, в центре которой стоит человек, а «двигателем» прогресса является конкуренция и стремление к первенству, позволяет осознать тесную взаимосвязь экономической культуры с типом мышления и традициями народа, так как именно данные факторы определяют ценности и идеалы, находящие выражение и закрепление в экономической системе общества

Категориями экономической культуры, наряду с экономическими категориями – собственностью и богатством, выступают прагматизм, профессионализм, предприимчивость Мы считаем, что агонистика является важнейшим аспектом западноевропейской экономической культуры, так

⁶ Шмелев А. Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции М., 1997 С. 15

⁷ Краткая экономическая энциклопедия – СПб 1998 С. 426

как в ее центре стоит человек, его духовная мотивация, цели хозяйственной деятельности, моральные нормы, а агонистика, которая изначально была ориентирована на этические ценности доблесть, честность, справедливость – выступает механизмом в достижении экономических целей Из анализа специфики экономической культуры следует, что в настоящее время стимулом к достижению вершин выступают материальные ценности и стремление к успеху

В третьем параграфе «Стремление к превосходству и успеху как основа агонистики» отмечается, что биологические предпосылки стремления к превосходству раскрыл еще Ч Дарвин, в учении о естественном отборе, в результате которого выживают особи, обладающие самыми лучшими качествами, как, например, привлекательная окраска, звучный голос и т п М Вебер, Макклелланд, Х Хекхаузен отмечают, что личность, ориентированную на успех, можно охарактеризовать как прогрессивную, поскольку она стремится вперед, к поиску новых решений, для нее характерна склонность к риску ⁸ Ряд исследователей считает, что именно в соревновании и посредством его человек может проявить свои социокультурные качества, например, совершить что-то лучше, совершеннее других Соревнование фактически является формой межличностных отношений, связанной с достижением успеха в повседневной деятельности индивидов. Целью соревнования является достижение результата, выполнение поставленной задачи, что формирует социальные качества личности, способствует утверждению жизненных принципов Соперничество в успешной деятельности можно понимать и как соревнование, и как конкуренцию В первом случае главным является достижение цели, а отношение к соперникам – второстепенным вопросом. Во втором случае главной целью выступает победа над соперниками, а достижение цели самой деятельности становится менее важной При конкуренции индивид жаждет собственного успеха за счет неудачи других ⁹ Таким образом, агонистика и конкуренция отличаются по своим целям, если агонистика была направлена на победу только честным путем, с соблюдением всех правил, уважением к сопернику, то цель конкуренции – победа над соперником, а, возможно, и его уничтожение Из изложенного выше можно сделать вывод, что агональность – это соревнование, а конкуренция – это вырождение агонистики, когда она выходит за свои моральные рамки.

Стремление к успеху является важным мотивом человеческой деятельности, т к успех является формой самореализации личности в любой деятельности, независимо от ее сферы Для европейской цивилизации характерно стремление к успеху, реализуемое любой ценой Такая одержи-

⁸ Хекхаузен Х Мотивация и деятельность В 2-х т Т 2, М, 1986 С 27

⁹ Соревнование и конкуренция М, 1983 С 7

мость успехом в современном обществе выразилась в идее прогресса, когда ради технических нововведений человек забывает, что природные ресурсы становятся ограниченными, в результате перед обществом стоит множество экологических проблем

Во второй главе «Историческая периодизация агонистики в контексте европейской экономической культуры» предлагается анализ исторической трансформации агональности в контексте экономической культуры

Первый параграф «Агонистика античности и процесс формирования европейской экономической культуры» посвящен выявлению специфики агональных аспектов в процессе формирования экономической культуры в античности. Сознание и поведение древних греков и римлян в области экономики подчинялось или, по крайней мере, обязано было подчиняться моральным нормам, существующим в обществе и подкрепленным властью и авторитетом государства – полиса. В древнеримской культуре агональность проявлялась в военной сфере, а также в досуговой – например, в гладиаторских боях. В целом же для античности характерна невыделенность экономической сферы, экономика в античности была направлена на удовлетворение естественных потребностей, а не на прибыль.

Вопрос о месте экономики в обществе фактически поставил Аристотель. Согласно Аристотелю, торговля возникла из неестественного стремления делать деньги, в то время как цены должны соответствовать нормам справедливости. Еще в произведениях Гесиода сказано, что труд является благом, а трудолюбие – высшей ценностью. Многие сферы жизни древнегреческого общества были проникнуты агональным духом, за исключением экономической. У Гомера, в его произведениях, явно прослеживается идея, что главную роль в обществе играет сильная героическая личность. А. И. Зайцев отмечает, что древнегреческая культура носит агональный характер, и в основе состязательного духа лежат традиции аристократии, что проявлялось в стремлении отличиться на охоте, в пышных пирах, в изготовлении предметов роскоши, затем эти устремления переносятся к свободным гражданам. Ф. Кессиди отмечает, что во всей истории человечества не было и нет народа, более проникнутого агональным духом, чем древние греки. Автор поддерживает точку зрения М. А. Фроловой, которая выделила следующие черты древнегреческой цивилизации: равенство граждан перед законом, сообщество свободных собственников, уважение к достоинству свободной личности, состязательный характер всей жизни.¹⁰ Мы считаем, что данные черты заложили основу европейской цивилизации.

¹⁰ Фролова М. А. Западная цивилизация: доминанты становления и развития // Социально-политический журнал, 1993, № 11 – 12. С. 20 – 21.

По характеру экономики древнегреческое общество было в большей степени сельскохозяйственным, т.к. не менее девяноста процентов населения жило за счет продуктов земледелия. Греки, также как и римляне, в случае лишения своей земли, превращались в пролетариев, которые были избавлены от обязанностей платить подати или прислуживать аристократам. Из них формировалась пехота античных государств.¹¹ Выходцы же из высших слоев античного общества стремились как к сохранению и умножению своего богатства, так и к созданию и поддержанию высокой репутации в глазах соотечественников. Элите античных государств были присущи идеалы красоты и гармонии, а также моральные стимулы к достижению этих идеалов. Следовательно, агональные аспекты в большей степени были характерны для внеэкономической сферы жизни античного общества.

Во втором параграфе «Влияние агональности на европейское общество средневековья» автор отмечает, что в средневековом обществе возникают мотивы, связанные с подчиненностью норм поведения в экономической сфере задачам служения Богу. В средневековой экономической культуре проявляется «индекс страха» совершить что-то «не богоугодное», что является тяжким грехом. Так как люди выступали «проводниками Бога» в миру, господствовало коллективистское сознание, рабская психология. Несмотря на то, что эпоха средневековья проходила под знаком религиозности, агональность проявлялась и в этот период, но также как и в античности, проявлялась во внеэкономической сфере рыцарских турнирах, карнавалах, состязаниях феодалов за лучшие поместья и земли. Экономика не носила еще самостоятельного характера, а проявлялась опосредованно, была подчинена религиозным и моральным нормам. Главным для средневекового человека было ведение праведной жизни, при которой не требовалось ничего сверх меры, так как Бог осуждал богатство и праздную жизнь. Эпоха Реформации дала толчок для развития агонистики, когда принцип «Трудись и преуспеешь, будешь угодным Богу!», перевернул рабскую психологию и послужил развитию капитализма.

В третьем параграфе «Агональные аспекты европейской экономической культуры Нового времени» отмечается, что проблема взаимоотношения экономики и культуры как проблема заявляет о себе с развитием капиталистических отношений. Начиная с эпохи Возрождения, отмечаются зримые перемены по сравнению с эпохой средневековья. Прежде всего, широко распространяется идея о ценности личности «обычного смертного человека». Провозглашается самодостаточность земной жизни с ее страстями, борьбой, наслаждениями, неудачами. Важной вехой в экономической культуре становится перевод кальвинизмом труда на религиозные «рельсы». Труд, от которого появляется богатство, становится бого-

¹¹ Finley M.I. Economy and society in Ancient Greece. London, 1981. P. 72.

угодным делом, главной установкой становится «идея личного преуспевания». Произошедший в эпоху Нового времени переворот, отмеченный А. Смитом, состоял в том, что эгоизм, личные интересы становятся залогом процветания человека и общества. Все это становится благодатной почвой для развития конкуренции, при которой каждый индивид старается предложить лучшие товары, чем у его конкурентов. Таким образом, после эпохи Реформации, складывается новый тип человека - «экономический», т. е. человек, который участвует в экономических отношениях абстрагируясь от всего иного. Этот человек уже по-другому относится к ценностям, которые становятся преобладающими в буржуазной культуре. Формируется новое отношение к богатству, расцветают такие ценности как практицизм, профессионализм, предприимчивость. В буржуазном обществе статус богатства как культурной ценности меняется. Появляется жажда наживы, которая не знает границ. В культуре протестантского Запада богатство приобретает самостоятельную ценность, поскольку служит зримым выражением успеха в трудах, которым Бог благословляет своего избранника. Богатство служит средством убеждения индивида в своей избранности и спасении. В эпоху Нового времени буржуазным индивидом движут индивидуализм, стремление к личному успеху, жажда преуспевания. Экономической основой такого осознания главной жизненной цели человека является господство частной собственности на средства производства и орудия труда и конкуренция.

В XV – XIX вв. в Европе происходит становление единого экономического пространства.¹² Наиболее значимыми проявлениями экономической культуры данного периода стали гонка за богатством, конкуренция за потребителя, за обладание наиболее лучшими товарами, распространение товарно-денежных отношений, превращение их в основу европейской экономики. Таким образом, в Новое время происходит «деформация» агонистики, когда конкуренция становится доминирующей в экономической культуре. Этические ценности агонистики, которые были характерны для всех предыдущих эпох, перестают играть решающую роль в жизни индивида и общества.

В третьей главе «Агональные аспекты европейской экономической культуры на современном этапе» диссертант сосредоточил основное внимание на рассмотрении агональных аспектов европейской экономической культуры XX - начале XXI вв.

В первом параграфе «Агональность в экономической культуре современного бизнеса и предпринимательства» автор рассматривает предпринимательство как один из видов экономической активности, на-

¹² Ф. Бродель «Время мира» М, 1988, Дж. Арриги «Долгий двадцатый век. Деньги, власть и истоки нашего времени» М, 2006

правленной на получение прибыли, при осуществлении самостоятельной инициативы, в основе которой лежит инновационная идея. Таким образом, субъектами, осуществляющими экономическую активность, являются предприниматели. Из данного выше определения видно, что предпринимательская деятельность является конкурентной. Т. Веблен считает, что стимулом и целью деятельности предпринимателя выступает получение прибыли, что проявляется в следующем его высказывании: «Мотив бизнеса – денежная выгода Его метод – купля-продажа Цель – накопление богатства».¹³ Веблен отмечает, что важной чертой капитализма является подчинение материальных интересов общества целям извлечения прибыли Таким образом, в XIX в наблюдается снижение уровня экономической культуры, проявившееся в снижении духовной составляющей экономики и наблюдается повсеместное распространение конкуренции, «стремление к наживе», к денежной выгоде.

В начале XX в культура предпринимательской деятельности распространяется повсеместно Основными ее императивами выступали: работа без усталости, активность и бережливость. Главным субъектом предпринимательства является человек, который определяет цели, средства, методы осуществления предпринимательской деятельности в соответствии со своими мотивами Внутренней координацией предпринимательской деятельности является конкуренция, допускающая планирование лишь во имя самой себя, что является ядром экономической культуры современного предпринимательства

К середине XX в предприниматель как свободный герой экономической сферы отходит на второй план, его заменяет бизнес в виде фирм, организаций, корпораций, где предприниматель выступает носителем инновационных идей, воплощаемых в различных бизнес-проектах. В этот период на первый план выходит идея социальной ответственности бизнеса, который олицетворяет собой деятельность, направленную на создание новых товаров и рабочих мест, которая активно формирует образ жизни, влияет на экономическую, политическую и социальную стороны жизни. Социальная ответственность бизнеса проявляется в том, что производимая продукция и услуги должны способствовать процветанию общества, без нанесения урона природным ресурсам Бизнес закладывает основы будущего, изменяя настоящее с помощью инновационных идей. Главной становится идея достижения эффективности бизнеса по всем направлениям его работы, без причинения ущерба экологической сфере, общественной безопасности. Таким образом, бизнес и предпринимательство выступают моторами экономического прогресса, где предпринимательство и бизнес носят конкурентный характер, т к наблюдается конкуренция за привнесение

¹³ Веблен Т Теория праздного класса М, 1984 С 40

ние новаций в общественную жизнь, и выигрывает тот, кто предложит то, чего ожидали, но чего не было до сих пор. В то же время экономическая культура современного бизнеса и предпринимательства, выражающаяся в индивидуализме, предприимчивости, инновационности, ограничена рамками социальной ответственности, которая распространяется не только на свою фирму, корпорацию, но и на общество в целом.

Во втором параграфе «Современная агональность и «общество потребления»: противоречия экономической культуры» автором отмечается, что расширяется производство и потребление товаров, в связи с чем многие исследователи современное западное общество называют «обществом потребления». Ж. Бодрийяр отмечает, что потребление является словом современного общества, высказанным им в отношении самого себя, так как оно потребляет себя в качестве общества потребления в идее, а реклама выступает гимном этой идеи.¹⁴ Ценности рыночных отношений становятся высшими ценностями. Наблюдается измерение жизненных целей и устремлений через материальные ценности. Уважение к самому себе зависит от того, чего достиг индивид, все измеряется успехом, наличием богатства. Возникает конкурентная борьба с окружающими, распространяется «культ вещей», созданный и поддерживаемый такими механизмами манипулирования человеческим сознанием, как реклама и СМИ. Образ вещи переходит, в итоге, на человека, сливается с ним и заменяет его, что приводит к большей ценности вещи по сравнению с человеком. В данном моменте наблюдается выход агональности за свои рамки. Как уже отмечалось, в древнегреческой агонистике, важна была победа, но победа честным путем с соблюдением всех установленных правил. Главным моментом выступало то, что сражались за славу, за доброе имя, которое будет пронесено через века, а символом победы служил лавровый венок. К настоящему времени ситуация кардинально изменилась, сражение идет за материальные ценности – деньги и вещи, – причем осуществляется борьба путем жесткой игры без правил, при которой этические ценности не имеют значения, главное – победа любой ценой.

«Культ потребления» создается с помощью различных бизнес-форм: фирм, корпораций, организаций. В современной экономической культуре наряду с культом потребления, который «создают» фирмы, корпорации с помощью рекламы, СМИ, сдерживающим механизмом является идея социальной ответственности бизнеса. Данная идея проявляется в том, что крупные фирмы и предприятия, должны удовлетворять не только свои нужды и потребности, но характер их деятельности должен удовлетворять социальные нужды индивидов и общества в целом. Появление социальной ответственности бизнеса и предпринимательства стало актуальным, т.к.

¹⁴ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006. С. 242.

появились глобальные проблемы экологическая, исчерпаемости природных ресурсов и др. В экономической сфере наблюдается ситуация когда предложение превышает спрос. Бизнес в этих условиях, для успешного осуществления предпринимательской деятельности должен считаться с общественными интересами. Появляется потребительская экономика, наряду с производительной. В потребительской экономической культуре конкуренция проявляется в «культе потребления», где потребитель со своими целями, потребностями выступает главной фигурой. В «производительной экономике» лидирующее положение занимают малые формы бизнеса, которые ориентированы на удовлетворение своих потребностей, но сдерживающим моментом выступает социальная ответственность бизнеса, которая проявляется в учете общественных интересов. Следствием социальной ответственности бизнеса является появление социальных издержек, которые делают привилегированным положение конкурентов не несущих социальных издержек.

Автор считает, что данные тенденции имманентно присущи современному миру, где ценность человека всецело определяется его материальным преуспеванием, что достигается ценой деформации личности. Широко распространенной становится индустрия досуга, важнейшее место в западноевропейской экономической культуре занимают маркетинговые стратегии, которые в досуговой сфере «сочленяют» повседневное потребление и зрелища. Потребитель становится избалованным, он уже практически не реагирует на товар и его качество, его интересует марка товара, причем брэнд выступает имиджево-репутационной составляющей марки, на первый план выходит уже имиджевая реклама. Таким образом, происходит еще большая прагматизация агонистики, в форме конкуренции, отход личных достижений, достоинств на второй план, подчиненность всех личностных качеств экономической целесообразности, достижению обогащения, личной выгоды.

В третьем параграфе «Место и роль агональности в экономической культуре постиндустриального европейского общества» проанализированы ценности, характерные для современной западной цивилизации: обновление, прогресс, рост. Средствами реализации этих ценностей служит развитие техники, технологии, научных знаний. Автор придерживается определения постиндустриального общества данного Дж. Беллом, из которого следует, что это общество, в экономике которого приоритет наблюдается в производстве услуг, проведении исследований, организации системы образования и повышении качества жизни, и в котором внедрение нововведений во все большей степени зависит от достижений теоретического знания. В переживающемся становлении постиндустриальном обществе приоритет за знаниями, специалистами – обладателями таких знаний, информацией, конкуренция по-прежнему выступает механизмом функ-

ционирования культуры, стимулирует технический прогресс. Наблюдается сосуществование конкуренции и сотрудничества, где сотрудничество проявляется в кооперации сотрудников фирмы либо корпорации по объединению усилий для достижения определенной цели, но конкуренция остается доминирующим механизмом, так по достижении цели, каждый индивид стремится занять лучшую нишу, опередить своих коллег. То, экономическая культура постиндустриального общества носит и конкурентный характер, и сотрудничающий, но мы считаем доминирующим конкурентное начало, т.к. сотрудничество и служит конкуренции индивидов.

В современной западноевропейской экономической культуре все больше просматриваются черты постмодернистского характера, что проявляется в акценте на гипертворческое начало, нестабильность, падение престижа индустриального труда. Растет плюрализм возможностей личности, все более освобождающейся от традиций. Меняется сама концепция «экономического человека». из рационального человек все более становится ориентированным на удовлетворение игровых потребностей в экономической сфере. На первый план выходят ценности самовыражения, престижа, имиджа, потребленческие мотивы. На смену «однопрофильному» профессионалу индустриального общества приходит «многопрофильный» человек, смысл деятельности которого, состоит в самовыражении личности. Производство постоянно требует новаций, поэтому всегда нужны новые идеи, наблюдается буквально гонка за новизной. Стремительно развивается индивидуализм, который в связи с резким возрастанием роли новаций и падения значения традиций ведет к необходимости постоянно выдумывать новое и не оглядываться на старое. Этим определяется главная установка культуры на индивидуальное творчество, она закономерно вписывается в плюрализм ценностных систем, задавая экономической культуре постмодерна явный «уникализм». Таким образом, постмодерн провозглашает кардинальную конкуренцию различных парадигм экономической культуры, множественность агональности и агонистичность многообразия.

Из сказанного выше следует, что в современном глобализирующемся обществе конкуренция все больше проявляется в сфере культуры. Это вызвано тем, что в процессе глобального взаимодействия культур доминирует западная культура, западный стиль жизни, т.е. соответствующие американские ценности. Тем самым глобализация, вместо того, чтобы стать средством обогащения каждой культуры в процессе их равноправного диалога, превратилась в форму унификации культур. В данном процессе под воздействием рекламы и СМИ происходит навязывание западных, прежде всего американских стандартов культуры, прежде всего в сфере массового потребления во всех его разнообразных и допускающих тиражирование видах. Мировая экономика не просто становится взаимозависимой, она

интегрируется практически в единое целое. Глобальная экономическая культура имеет тенденцию к навязыванию, с помощью рекламы и СМИ, западных ценностей, т.е. ценностей постмодернистской экономической культуры, ориентированной на творческое начало, инновизацию, самовыражение, престиж, имидж, «потребленческие» мотивы. Таким образом, в глобальном мире конкуренция остается доминирующим механизмом развития экономической культуры. Главными субъектами глобальной экономической культуры выступают образованные специалисты, которые нацелены на инновации, без учета традиций, используются любые способы менеджмент, public relations (пиар), различные рекламные приемы, характерно непрерывное обучение, т.к. знания быстро устаревают. То, в современном постиндустриальном обществе доминирующим механизмом экономической культуры остается конкуренция, сущностью которой остается победа, путем поражения или полного уничтожения соперника.

В **Заключении** отмечается, что феномен агонистики от античности до наших дней претерпел существенные изменения, особенно ярко это проявилось в воздействии агонистики, которая начиная с Нового времени трансформировалась в конкуренцию, (т.к. по своей сути перестала нести в себе этические принципы античной агонистики), и продолжает оказывать влияние на европейскую экономическую культуру.

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Акимкина М А Агональные основания современной европейской экономической культуры // **Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион, № 2, 2007.** – 0,5 п.л
2. Акимкина М А Агонистика как тип культуры (Древняя Греция) // Труды аспирантов и соискателей ростовского государственного университета. Том XI Ростов-на-Дону, РГУ, 2005. – 0,1 п.л.
3. Акимкина М А Агон в экономической культуре постмодерна: движение к целостности или деструкции // Сборник «Симпозиум», №2. Ростов-на-Дону, РГУ, 2005 – 0,4 п.л
4. Акимкина М А Агон в культуре постмодерна как движение к целостности или деструкции // Труды аспирантов и соискателей ростовского государственного университета Том XII Ростов-на-Дону, РГУ, 2006 – 0,1 п.л
5. Акимкина М А. Анализ экономической культуры в рамках Европейского союза // Первый Российский культурологический конгресс // Программа Тезисы докладов – Спб Эйдос, 2006 – 0,1 п.л

Подписано в печать 02 10 2007 Формат 60×84 1/16
Офсетная печать Объем 1 ф л ч
Тираж 100 экз Заказ № 457

ИПО ПИ ЮФУ 344082, г Ростов-на-Дону, ул Большая Садовая, 33