

## **ТРУДЫ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

УДК 330.101

DOI: 10.26456/2219-1453/2022.3.106–111

### **ЭКОНОМИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ, И КАК ОНА ПРОЯВЛЯЕТСЯ**

**А.Т. Иванова**

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет  
имени Г.В. Плеханова», г. Москва

Статья посвящена экономизации социальных отношений. Целью исследования является постановка проблемы и выявление причин проявления экономизации. В результате проведенной работы были определены характеристики, отражающие сущность экономизации: коммерциализированный характер социальных отношений, трансформация и смена ценностей у социальных субъектов, проявление рыночных законов в социальной сфере. Автором сформированы возможные причины проявления экономизации в социальных отношениях: делается попытка увязать проявление экономизации с навязыванием интересов крупного капитала, а также с нарастающим влиянием современных технологий, включая соцсети.

**Ключевые слова:** экономика; экономизация социальных отношений; критерии проявления экономизации.

XXI век всё больше ставит перед нами ряд проблем и вопросов, на которые мы пока еще не можем дать ответы. Серьезной проблемой стала растущая на сегодняшний день экономизация социальных отношений.

Что значит «экономизация»? Во-первых, это, прежде всего, когда тот или иной процесс этого явления направлен на извлечение выгоды, своего рода монетизацию, как иногда отмечается. Но это лишь одна сторона этого явления.

В своих трудах Корэй Калискани и Мишель Каллон под «экономизацией» понимают некий тип рациональности в процессах трансформации знания, формы, содержания и образа действий, характерных для прежде неэкономических сфер и практик [6].

Они отмечают и другую сторону экономизации, утверждая, что экономизация социальных отношений может проявляться и без монетизации. Не могу с ними не согласиться. Действительно, в нынешнем обществе мы можем наблюдать ситуации, когда даже к своей личной жизни люди относятся на манер предпринимателя или инвестора, при этом не пытаясь напрямую извлечь, накопить или инвестировать денежные средства в этой области. Так, некоторые приложения для знакомств определяют своих клиентов и предложения именно с позиции максимизации доходов на инвестиции в чувства – а не только во время или деньги.

То есть здесь социальные решения принимаются, исходя из критерия выгоды, исходя из соотношения затрат с результатом. Пользователи приложения рассматривают других пользователей не с целью поиска настоящей дружбы, любви, общения, а с некоей «экономически подкорректированной» целью – сколько потребуется времени, чтобы создать отношения; сможет ли тот или иной человек обеспечить финансовую устойчивость и т. д. Тем самым субъекты таких отношений действуют как участники рынка, только получение прибыли не является здесь непосредственной текущей задачей.

Рассмотрим еще один пример проявления экономизации. Часто даже в таком институте, как семья, наблюдается данный процесс, когда любовь, доверие между членами семьи проявляется с потребительской стороны: если ты мне что-то покупаешь, то ты меня любишь, и никак иначе. Т. е. по своей сути покупается специфичный «товар» – внимание. Так, родители борются за внимание детей, которых поглощают социальные сети, гаджеты, как раз, отчасти, навязывающие это потребительское начало ко всему, формируя ложные ценности, вырабатывая искусственный вкус на жизнь, направляя их любовь и внимание не на социальные объекты, а на объекты потребления [2]. Это явление может привести вплоть до трагедий. Крайне показательным случаем является случай Патриции и Эммануэль Картье, которые попытались убить своих детей после того, как поняли, что не могут обеспечить всё возрастающие запросы, как своих детей, так и себя [5]. Безусловно, они являются преступниками, но в то же время, если хорошо задуматься над тем, что привело их к содеянному, то можно будет назвать их и жертвами – жертвами повседневного отчаяния «опьяненного потребителя», жертвами, пойманными в ловушку экономической нищеты. После создания семьи им внушили, к сожалению, ложные установки: счастье заключается в потреблении и на пути к этому потреблению, что является абсурдом, навязываемым извне.

Если затронуть мотивационную составляющую людей, то и здесь можно наблюдать влияние экономизации. Многие компании считают, что мотивировать своих сотрудников экономическими методами эффективно. Для этого они повышают их доход, когда последние достигают определённого уровня в компании. И это, безусловно, хорошо. Однако, будет ли достигаться лучшая отдача и доверие со стороны такого сотрудника, который будет держать мысль в голове лишь о том, как максимизировать свой доход? На мой взгляд, нет. Прежде всего, человек – существо биосоциальное, а, значит, и воздействовать на него нужно теми методами, которые вписываются в эти рамки. Влияние социальных норм куда больше будет обладать полезностью. Интересным подтверждением стали проводимые эксперименты Дэном Ариели, израильско-американским экономистом, профессором психологии и поведенческой экономики, и Джеймсом

Хейманом, преподавателем университета [4]. Эксперимент заключался в том, что разным группам было предложено перенести на компьютере слева на право круг в квадрат. Каждой группе это занятие оплачивали по-разному: кто-то получал по завершении времени 10 центов, 50 центов, 5 долларов, а также были и те, кто не получал за участие деньги, т. к. к ним обратились с просьбой помочь в социальном эксперименте. По полученным результатам стало известно, что лучше справились с предложенной работой та группа, к которой обратились с просьбой помочь. Этот опыт показывает, как нельзя лучше, что социальные нормы эффективнее, чем рыночные, экономические. Именно они позволяют человеку ощутить себя частью чего-то единого, целого. Он начинает понимать, что он важен, а, следовательно, его цели и задачи касательно той же самой работы в компании будут становиться реально выполнимыми. Тем не менее, грань между экономическим и социальным также должна существовать.

Экономизация может наблюдаться и при формировании и накоплении человеческого потенциала, когда человек становится всё больше озадачен увеличением стоимости своего портфолио, причём во всех сферах жизни. И не потому, что ему самому этого хочется, а потому что так надо, такие установки диктует внешний мир. И тогда образование, досуг, потребление и другие аспекты жизни рассматриваются как повышение своей стоимости (ценности). Таким поведением человек становится похож на современные компании, которые конкурируют между собой, борясь за место в рейтинге.

И опять же это не все проявления экономизации. Медицина, образование, культура – всё это то, что ранее считалось не рыночным, не монетизировалось. Однако сейчас это активно становится на «рыночные рельсы». Высшее образование в некоторых странах заменяется индивидуальными кредитами на учёбу, а социальное обеспечение личными накоплениями; исследования, наука – частным спонсированием «нужных» проектов заказчиков [4]. Даже если коснуться полиции, которая должна стоять на страже справедливости и закона, можно увидеть, что она отчасти экономизирована. Ни для кого не является секретом, что в последнее время их качество работы определяется количеством задержанных по тому или иному делу. Т. е. показатель эффективности определяется некоей «цифрой».

Что же характерно для экономизации? Обобщим.

Во-первых, это подчинение «неэкономичных» сфер жизни экономическим критериям, показателям. А чрезмерное вмешательство может быть крайне опасно для них, не говоря уже о нормах морали.

Во-вторых, экономизация вызывает трансформацию социальных отношений: меняет в корне цели, характер взаимоотношений, вводит новые критерии качества для них – количественные, выраженные в «цифре». Но качество нельзя оценить лишь по количеству. Возможно,

в тех аспектах, которые являются техническими, рутинными, может присутствовать та самая «цифра», однако, что касается творческой и интеллектуальной деятельности – разве здесь может влиять цифра? Если бы это было так, то все выдающиеся люди, лауреаты Нобелевской премии не смогли бы создать тех шедевров и открытий, авторами которых они являются. Ведь творчество есть бескорыстность и полная свобода мысли, не отягощенной тем, что ей нужно создать как можно больше научных статей, к примеру.

В-третьих, экономизация под предлогом экономической свободы (свобода идеального потребителя, который может выбирать людей, место и др.) меняет наши ценности, освобождая их от традиций, социальных обязанностей, поскольку это становится просто-напросто не важным, ведь главное – это результат, который можно оценить экономически. Тем самым экономизация обрекает мир на другую зависимость – зависимость экономическую.

В конце концов, экономизация побуждает людей к бесконечной конкуренции не только с другими людьми, но и с самим собой. Такая конкуренция может заключаться в непрекращающемся стремлении достичь успеха по всем запланированным целям, а также в «экономизированном самоконтроле». С одной стороны, это хорошо, когда человек осуществляет то, что он хочет; с другой, если он в силу обстоятельств будет вынужден отступить от своих планов, то он может подвергнуться психологическому выгоранию, наконец, апатии. Ведь если он чего-то не выполнит, то начнет отставать от тех, кто ушёл вперёд. Это уже более философско-психологический вопрос, который оставим профессионалам в этой области знаний.

Чем же вызвана экономизация? Что лежит в её основании? Это остается пока глобальным и всё еще открытым вопросом. Можно лишь делать предположения.

Быть может, экономизация навязывается нам свыше капиталом, стремящимся увеличить свою производительность. Руководители крупных, и не только, компаний хотят, чтобы их сотрудники думали о работе постоянно – и за рулем машины по дороге домой, и перед сном. Они предоставляют им компьютеры, мобильные телефоны и прочие вещи для того, чтобы максимально сократить разрыв между их работой и домом. Ведь, если взрастить «человека экономического», который будет экономически активным, «независимым», то он будет стремиться повысить и общий доход компании, т. к. от этого будет зависеть его «социально-экономический рейтинг». Он будет работать «по своей воле» и «по свободному выбору», притом, что ему постоянно будут напоминать сверху, что и как он должен делать.

Еще одним предположением о причине распространения экономизации социальных отношений, на взгляд автора, является воздействие «умной техники». Сегодня мы используем технику, которая

сокращает наше знание о мире. Мы думаем, что используем смартфон, но в реальности это он использует нас. Социальные отношения и знания не успевают за логикой эволюции технологий. В результате технологии развиваются в отсутствие необходимого знания о них и критической способности решать, делать выбор [3]. Существует разница между использованием техники для образования, независимости, заботы о себе и использованием техники для получения экономической прибыли. Наше общество всё больше подвергается влиянию алгоритмов смартфонов, корректирую своё поведение, вкусы, отношение к тому или иному явлению через маркетинг, соцсети и др. Однозначно, нельзя говорить о том, что алгоритмы знают желания людей лучше, чем они сами. Вероятнее всего, они уничтожают их и заменяют потребностями. Желание – это не просто чистые потребности, а нечто большее. А алгоритмы лишь создают потребности и манипулируют нами, чтобы мы обслуживали интересы рынка. Тем самым, мы, сами того не замечая, можем трансформироваться, например, в активного покупателя, целью существования которого будет постоянное увеличение материального мира.

В завершение автор приходит к выводу о том, что людьми могут двигать разные мотивы в процессе их жизни. И экономические нормы, и принципы порой выходят за рамки той сферы, в которой они должны существовать. Всегда нужно помнить, кто мы, прежде всего. А мы люди – свободные, мыслящие и креативные. И если в каждом из нас будет преобладать, то самое «зерно гуманности», какой прекрасный мир нас может ожидать.

### **Список литературы**

1. Бернар Стиглер. Упразднённый индивид [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://syg.ma/@lacanalia/biarnar-stighlier-uprazdniennyi-individ-nieudobstvo-kultury-v-epokhu-psikhichieskoi-i-sotsialnoi-diezindividuatsii>.
2. Бернар Стиглер. Искусственный интеллект – это искусственная глупость [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://pikabu.ru/story/iskusstvennyiy\\_intellekt\\_yeto\\_iskusstvennaya\\_glupost\\_6798413](https://pikabu.ru/story/iskusstvennyiy_intellekt_yeto_iskusstvennaya_glupost_6798413).
3. Венди Браун. Неолиберализм распространяет рыночную модель на все области человеческой деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gazetaprotestant.ru/2019/03/neoliberalizm-rasprostranyaet-rynochnuyu-model-na-vse-oblasti-chelovecheskoj-deyatelnosti/>.
4. Дэн Ариели. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://mir-knig.com/read\\_225423-1](https://mir-knig.com/read_225423-1).
5. Патрисия и Эммануэль [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.hmong.press/wiki/Emmanuel\\_Cartier](https://www.hmong.press/wiki/Emmanuel_Cartier).
6. Caliskan K., Callon M. Op. cit.[Калискан К., Каллон М. Оп. цит.].

*Об авторе:*

ИВАНОВА Александра Тимофеевна – магистрант 1-го курса ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», направление подготовки «Финансы и кредит», г. Москва, 117997, Москва, Стремянный переулок, д.36, e-mail: alexivanova1719@mail.ru, ORCID: 0000-0002-7926-0096.

*Сведения о научном руководителе:*

КАРАСЁВА Людмила Аршавировна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории Института экономики и управления, ФГБОУ ВО «Тверской государственной университет», 170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33, e-mail: karasevatvgu@yandex.ru, ORCID: 0000-0003-0717-8971, SPIN-код: 7173-0098.

## **ECONOMIZATION OF SOCIAL RELATIONS AND HOW IT MANIFESTS ITSELF**

**A.T. Ivanova**

FSBEI HE «Russian Economic University  
named after G.V. Plekhanov», Moscow

The article is devoted to a new problem of society – the economization of social relations. The aim of the study is to formulate the problem and identify the causes of economization. As a result of the work carried out, characteristics were identified that reflect the essence of economization: the commercialized nature of social relations, the transformation and change of values among social actors, the manifestation of market laws in the social sphere. The author formed the possible reasons for the manifestation of economization in social relations: an attempt is made to link the manifestation of economization with the imposition of the interests of big capital, as well as with the growing influence of modern technologies, including social networks.

**Keywords:** *economics; economization of social relations; criteria for the manifestation of economization; reasons for economization; transformation of social relations; "economic man"; "smart technology", capital..*

*About the authors:*

IVANOVA Alexandra Timofeevna – master's student of the 1st year, FSBEI HE "Russian Economic University named after G.V. Plekhanova, "direction of preparation" Finance and Credit", Moscow, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, e-mail: alexivanova1719@mail.ru.

*About the research supervisor*

KARASJOVA Ljudmila Arshavirovna – doctor of economic Sciences, Professor, head of economic theory Department, Institute of Economics and management, FGBU VO "Tver state University", (170100, Tver, Zhelyabova street, 33), e-mail: [karasevatvgu@yandex.ru](mailto:karasevatvgu@yandex.ru)