

БЛАГО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ И ПОЛЬЗО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ АСПЕКТЫ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ПРЕДМЕТ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ

© 2012 О.С.Ильичева

Самарский торгово-экономический колледж

Статья поступила в редакцию 03.08.2012

В статье обосновывается сущность благо-ориентированного и пользо-ориентированного аспектов торгово-экономической деятельности, раскрывается педагогический смысл этического принципа конвертируемости натурального блага в моральную ценность.

Ключевые слова: ценность, благо, польза, субъект, торгово-экономическая деятельность.

В современных условиях характерное для человеческой цивилизации усложнение взаимосвязей между всеми сторонами жизни общества, между континентами, странами, регионами, усложнение целей, средств и условий деятельности вызывает необходимость становления нравственных отношений между людьми.

Следует отметить, что суть социально-экономических изменений в нашей стране осознается далеко не всеми людьми, что не только сказывается на отношениях между людьми, но и дестабилизирует нравственный контекст человеческого бытия, порождает нравственные коллизии между людьми, «расшатывает системы ценностных ориентаций»¹. Главное же заключается в том, что, если в дестабилизирующемся нравственном контексте человеческого бытия начинают действовать люди, страдающие «моральной недостаточностью»², то пространство отношений между людьми, которые (отношения) и есть мораль, также дестабилизируется.

В свете тех изменений, которые происходят в общественной жизни, все насущнее становится потребность в человеке, способном стабилизировать нравственный контекст бытия в целом и рыночных отношений в частности. Вовлеченность индивида в рыночные отношения, как подчеркивает Р.Г.Апресян, требует взаимного учета интересов и прав, требует известной «функциональности», обезличивания, подчинения ситуации и принятым установлениям. Однозначный для многих принцип «Ты – мне, я – тебе» как раз утверждает и контролирует отношения взаимопользования. Человек удовлетворяет свой интерес через другого человека, с

которым он вступает во взаимоотношения. Взаимопользование возможно лишь как обмен: вступающие в него люди взаимно поставляют средства удовлетворения своих интересов. Это отношения равенства, отношения воздающей справедливости. Отношения взаимопользования носят вещный характер, поскольку индивиды представлены друг для друга как носители товаров и услуг, как исполнители ролей и функций, но не как личности. В этом и проявляется безличный характер отношений взаимопользования. Деловой человек вершит свои дела не взвешивая на лица, и эта беспристрастность чревата тем, что человеческие отношения операционализируются, строятся по типу чисто функциональных, технических отношений и, таким образом, лишаются человечности³.

Утрате субъектом торгово-экономической деятельности человечности в рамках отношений взаимопользования, на наш взгляд, способствует не правильное понимание им пользы. Суть такого неправильного понимания пользы заключается в извлечении пользы только для себя, а принципом субъекта, понимающего пользу таким образом, является принцип: «Исходя из своего интереса, извлекай пользу только для себя». Руководствуясь таким принципом, субъект не мыслит об интересах других людей и их благе, не видит ситуацию глазами другого субъекта. Он максимизирует пользу для себя. Такой субъект не стремится споспешествовать извлечению пользы другим человеком. Извлечение пользы для себя затмевает глаза субъекту, и он, говоря словами Э.Фромма, «преживает в иллюзии, что он действует в своих интересах, тогда как в действительности он служит чему угодно, только не своим собственным ин-

⁰ Ильичева Оксана Сергеевна, заместитель директора по учебно-производственной работе.

E-mail: rednauka@mail.ru

¹ Зеленкова И.Л. Прикладная этика: учебное пособие. – Минск: 2002. – С. 173.

² Там же. – С. 178.

³ Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник. – М.: 1998. – С. 334.

тересам <...> Он живет для чего угодно, только не для себя»⁴.

Субъект торгово-экономической деятельности должен быть ориентирован не только и не столько на извлечение пользы для себя, на спешествование тому, чтобы другой субъект извлекал пользу для себя, но и на благо для себя и для других людей, где другие есть совокупный субъект, а не только субъекты торгово-экономической деятельности.

В этой связи интерес представляет различие благо-ориентированного аспекта торгово-экономической деятельности и пользо-ориентированного ее аспектов. Выявление такого различия требует обращения к этике блага и к этике пользы, центральным понятием которых является понятие добра. В первом случае благо синонимично добру. Во втором случае добро понимается как польза. Наша задача облегчается тем, что достаточно всесторонний научный анализ таких аспектов на примере нравственно-ценностной позиции социолога выполнен С.В.Пупковым⁵. Мы экстраполируем идеи С.В.Пупкова о благо-ориентированном и пользо-ориентированном аспектах нравственно-ценностной позиции социолога на наше исследование.

Ученый, осмыслив идеи Аристотеля о высшем благе как некоей цели, которая соответствует конкретному благу, о высшем благе как своего рода цели целей, обосновывает, что цель, которую ставит социолог, выступает благом тогда, когда при ее достижении он исходит не из того, как это необходимо власти, политике, менеджеру, бизнесмену и т.д., но рассматривает результаты своей деятельности в отношении, в первую очередь, к человеку, к людям по критерию «этично – неэтично»⁶.

Развивая данную мысль С.В.Пупкова, скажем, что субъект торгово-экономической деятельности нацелен на благо таким образом, что его деятельность находит свое продолжение в отношениях равенства, отношениях воздающей справедливости. Данное утверждение основывается на том, что, как подчеркивает Р.Г. Апресян, трудно назвать какой-либо иной, помимо взаимопользования, принцип, посредством которого равенство и справедливость утверждались в человеческих отношениях столь естественно и спонтанно⁷.

Субъект торгово-экономической деятельности является и свидетелем, и участником извлечения пользы другими субъектами. Осмысливая результаты своей деятельности и деятельности другого субъекта, он выражает ценностное отношение по критерию добра, правды и т.д., то есть по таким критериям, которые ценностно квалифицируют благо, которое, как подчеркивает Н.Гартман, снимает ценностную индифферентность целенаправленной деятельности и обеспечивает однозначное направление и ценностную определенность⁸.

В благо-ориентированном аспекте торгово-экономической деятельности, с нашей точки зрения, получает отражение центрация субъекта такой деятельности на другого субъекта, а «вместе с ней и его рефлексия на себя. Поэтому в ценностных квалификациях фиксируется не предметно-потребительский состав человеческой культуры, но конкретно-историческая самооценка людьми определенной эпохи своей выраженности в мире созданной ими культуры, а отсюда и сложившихся социальных отношений, вплоть до отношений общения»⁹.

Благо в данном случае «есть самоценность в ином смысле, нежели связанные с субъектом ценностные фундаменты личности <...> Это первая ценность, которая проявляется «с изнанки» действия, первая ценность умонастроения»¹⁰.

Торгово-экономическая деятельность не может не оказывать влияния на умонастроение субъектов этой деятельности, других людей, не затрагивать прямо либо опосредованно их интересы. При этом важно не столько понимание субъектом торгово-экономической деятельности того, что его деятельность затрагивает интересы других, сколько то, что, затрагивая интересы других людей, он (субъект) влияет и на их умонастроение. При этом такое умонастроение самого субъекта, ориентированного на благо для себя и для других, должно быть стойким.

Стойкость умонастроения, как подчеркивает С.В.Пупков, означает постоянство действий и поступков при достижении цели деятельности. Постоянство действий есть верность избранному нравственному ориентиру¹¹, каким может быть и благо, и польза как нравственная ценность, а не прагматическая ценность. «Всякая верность, поскольку она есть непрерывность умонастроения»

⁴ Фромм Э. Психоанализ и этика. – М.: 1993. – С. 32 – 33.

⁵ Пупков С.В. Нравственно-ценностная позиция социолога: теоретический аспект. – Самара: 2007. – С. 86 – 93.

⁶ Там же. – С. 87.

⁷ Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник – С. 334.

⁸ Гартман Н. Этика. – СПб.: 2002. – С. 375.

⁹ Туrowsкий М.Б. Философские основания культурологии. – М.: 1997. – С. 131.

¹⁰ Гартман Н. Этика.... – С. 371.

¹¹ Пупков С.В. Нравственно-ценностная позиция социолога: теоретический аспект.... – С. 88.

ния, есть одновременно устойчивость личности»¹².

Совершая действия, субъект торгово-экономической деятельности сознательно выбирает одно из многих предпочитаемых благ в конкретный момент деятельности. «Выбор предпочитаемого заставляет его оценивать различные виды блага. Выбор блага связан с оцениванием того, что имеет для него в данный момент значение, или ценность»¹³. Такое оценивание, как подчеркивает Ю.А.Шрейдер, основано на представлении о благе, о том, что является добром¹⁴. В связи с раскрытием смысла благо-ориентированного аспекта торгово-экономической деятельности интерес для нашего исследования представляет обоснованный Ю.А.Шрейдером этический принцип конвертируемости натурального блага.

Безусловное благо (возможность самореализации, достижения уровня благосостояния, комфортные душевные состояния – доброе имя, симпатии в жизни, жизненный успех, удовлетворение, счастье) может быть натуральным. К натуральному относятся все блага, связанные с жизнеобеспечением. Натуральное благо «конвертируется» в моральную ценность тогда, когда субъект торгово-экономической деятельности, совершая выбор, осознает, что он (выбор) является безусловным благом для других. Выбор того, как пишет Ю.А.Шрейдер, что является безусловным благом для других, есть тем самым выбор моральной ценности, выборы, которые в отношении себя, состоят в достижении лишь безусловного блага, приобретают моральную ценность, когда они направлены на других¹⁵. В этом и заключается этический принцип конвертируемости натурального блага: то, что в отношении себя является натуральным благом, будучи направленным на других, конвертируется в моральную ценность¹⁶.

С педагогической точки зрения это означает, что реализуя этический принцип конвертируемости натурального блага в моральную ценность, преподаватель колледжа ориентирует студентов на то, чтобы они представляли себе умонастроение, интересы других людей, и, оценивая результаты своей деятельности, предвидели, как их деятельность, влияя на умонастроения людей, будет смягчать конфликты в торгово-экономической сфере.

Важно отметить, что смягчение конфликтов – это есть вопрос безопасности общества, госу-

дарства, внутренней безопасности личности. Педагогический аспект внутренней безопасности, если исходить из того, что безопасность, как подчеркивает Н.Н.Рыбалкин, есть опосредованная отсутствием опасности определенность существования¹⁷, заключается в том, что субъект торгово-экономической деятельности при сохранении верности пути – благо – учитывает интересы и умонастроения как других субъектов такой деятельности, так и людей, которые либо прямо, либо опосредованно пользуются результатами его деятельности, осознавая при этом, что критериям такой оценки являются равенство и справедливость.

Деятельность субъекта может быть интерпретирована и с точки зрения получения им пользы, которая представляет собой положительную ценность тогда, когда «она отвечает интересам людей»¹⁸.

Полезным с точки зрения этической науки является то, что отвечает чьим-то интересам, обеспечивает достижение поставленных целей, позволяет достичь результаты, близкие поставленным целям с наименьшими затратами, способствует эффективности действий¹⁹. Любая ценность, если она осознается как нравственная, не только фиксирует отношение субъекта к реализуемой им торгово-экономической деятельности, но и воспринимается как должная к реализации. Ценность пользы, реализуемой и достигаемой в деятельности, становится нравственной тогда, когда «обязательства, вытекающие из ценности, касаются как достижения самой ценности, так и средств ее достижения»²⁰. Если из ценности пользы не вытекает никаких обязательств, то она не приобретает статуса нравственной ценности.

С этой точки зрения польза становится нравственной ценностью тогда, когда субъект торгово-экономической деятельности как получает пользу для себя, так и способствует получению пользы другими людьми. При этом обязательства субъекта такой деятельности вытекают из ценности пользы (и блага) и принимают форму императива. «Нравственные императивы, – пишет Р.Г.Апресян, – как и утверждаемые ими моральные ценности, имеют надситуативный и безличный, т.е. универсальный характер»²¹.

Следует отметить, что субъект торгово-экономической деятельности, независимо от того, является ли она пользо-ориентированной

¹² Гартман Н. Этика..... – С. 437.

¹³ Пупков С.В. Нравственно-ценностная позиция социолога: теоретический аспект – С. 89.

¹⁴ Шрейдер Ю.А. Этика. – М.: 1998. – С. 35.

¹⁵ Там же. – С. 39.

¹⁶ Там же. – С. 40.

¹⁷ Рыбалкин Н.Н. Философия безопасности: Учебное пособие. – М.: 2006. – С. 168.

¹⁸ Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник – С. 325.

¹⁹ Там же. – С. 324.

²⁰ Там же. – С. 254.

²¹ Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник

или благо-ориентированной, прямо либо опосредованно вступает в отношения с людьми. Там, где есть люди, как подчеркивает Р.Г.Апресян, там есть отношения – нравственные отношения – между ними. С этой точки зрения польза не может заменить нравственность. Однако принцип полезности в широком философско-этическом плане лежит в основе гражданского общества²², которое предстоит строить студенту как будущему субъекту торгово-экономической деятельности.

Возвращаясь к вопросу об утрате субъектом торгово-экономической деятельности человечности, скажем, что утрата им человечности становится (может стать) одним из факторов конфликтов в этой сфере между людьми. Между тем, как субъект торгово-экономической деятельности призван обслуживать других людей, способствовать становлению реальных рыночных отношений, становлению социально справедливого государства в контексте решения такой сформулированной авторами аналитического доклада «Национальная идея и национальная задача» национальной задачи, как повышение среднестатистического качества (уровня) жизни российских граждан. «В современных условиях в качестве российской национальной идеи может рассматриваться повышение среднестатистического качества (уровня) жизни российских граждан»²³. Подчеркнув, что повышение среднестатистического качества (уровня) жизни российских граждан – это необходимая составляющая национальной идеи, а не собственно идея, авторы доклада отметили, что эта идея, скажем идея-задача, есть идея социально справедливого государства²⁴.

Известно, что в любых отношениях между людьми, будь то межличностные, будь то правовые, политические или экономические отношения, присутствует моральный феномен, а люди, вступающие в различные отношения, в том числе и в торговые, экономические отношения, не смотря на безличный характер отношений взаимопользования, берут и несут ответственность не только за свои действия и поступки, но и за то, что происходит в пространстве таких отношений.

В силу своего всепроникающего характера, мораль, как отмечает А.А.Гусейнов, делает возможными отношения «между людьми во всем их конкретном многообразии. Она как бы связывает людей до всех связей, очерчивает тот идеальный универсум, внутри которого только

и может разворачиваться человеческое бытие как человеческое <...> Мораль и есть та самая человечность, без которой отношения людей никогда бы не приобрели человеческого (общественного) характера»²⁵.

Соглашаясь с В.П.Бездуховым и Т.В.Жирновой в том, что «правила цивилизованного рынка действуют только тогда, когда субъекты финансово-экономической деятельности придерживаются моральных ориентиров»²⁶, заметим, что немаловажное значение, наряду с моральными ориентирами имеют и нравственные убеждения субъектов. Убеждения «лежат в основе экспектаций человека по отношению к нравственности других людей; опираясь в большей степени на них, он анализирует моральную практику и самого себя»²⁷ как субъекта торгово-экономической деятельности, свою нравственность и нравственность другого субъекта такой деятельности.

Смягчению конфликтов в торгово-экономической сфере может способствовать деятельность преподавателя колледжа, формирующего нравственные убеждения студента. В этой связи актуальным становится формирование нравственных убеждений учащейся молодежи, в том числе и студентов торгово-экономического колледжа, у которых, как будущих субъектов такой деятельности, должны быть нравственные убеждения в том, что отсутствие моральных ориентиров в деятельности усугубит социальную ситуацию в обществе, породит конфликты в торгово-экономической сфере.

²² Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник.... – С. 354.

²³ Национальная идея и национальная задача. Аналитический доклад. – М.: 2010. – С. 12.

²⁴ Там же. – С. 13.

²⁵ Гусейнов А.А., Апресян Р.Г. Этика: учебник – С. 22 – 23.

²⁶ Бездухов В.П., Жирнова Т.В. Нравственно-ценностная сфера сознания студента: диагностика и формирование. – М.: 2008. – С. 3.

²⁷ Липина Т.С. Проблема индивидуальной нравственности // Мораль и этическая теория. – М.: 1974. – С. 106 – 143. – С. 120 – 121.

**BENEFIT -FOCUSED AND USE-FOCUSED ASPECTS OF COMMERCIAL
AND ECONOMIC ACTIVITY AS THE SUBJECT
OF PEDAGOGICAL REFLEXION**

© 2012 O.S.Ilyichova^o

Samara College of Commerce and Economy

The article grounds the essence of benefit-focused and use-focused aspects of commercial and economic activity. The author reveals pedagogical meaning of the ethic principle of conversion natural good into a moral value.

Key words: value, good, use, subject, commercial and economic activity.

^o *Oksana Sergeevna Ilyichova, the deputy director
of industrial practice work.
E-mail: pednauka@mail.ru*