


Определение возможности регионального развития культурной экономической общности

Зина Абдуловна Арсаханова

Доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, кредита и антимонопольного регулирования
Чеченский государственный университет имени А-Х.Кадырова

Грозный, Россия


mguspaeva@mail.ru

 0000-0000-0000-0000

Поступила в редакцию 15.04.2022

Принята 18.05.2022

Опубликована 15.06.2022

 10.25726/v8341-7427-9969-u

Аннотация

Как уже отмечалось, экономическая культура личности является результатом процесса социализации, в котором детерминирующую функцию выполняет нормативный образ «человека экономического». В связи с этим становится актуальным исследование регулятивных особенностей образа «человека экономического». Одной из форм психики человека, в которой внутренний мир и окружающая его среда субъективно существуют для нее, являются разнообразные образные явления. Можно говорить о целом классе психических явлений, которые переживаются человеком как при наличии непосредственно действующего стимула, так и в случае его отсутствия (вторичные образы). Невозможно назвать любую сторону человеческой жизнедеятельности, где бы ни функционировала «образность». А. Гостев говорит об образной сфере личности как важнейшем компоненте ее внутреннего мира. Образная сфера человека понимается им как «многомерная, многоуровневая динамическая подсистема психики, «образы-элементы» которой выполняют специфические функции в психическом отражении в соответствии с актуальными жизненными обстоятельствами. Образная сфера принимает участие в непрерывном, идеальном ее взаимодействии с окружающей реальностью, содержанием внутреннего мира, неосознанным психическим, в соответствующей форме выражая содержание таких взаимодействий». В психологии традиционно подчеркивается значение образных явлений в процессе познания, труда, общения, в научном и художественном творчестве. Образы сохраняют и актуализируют опыт человека, что особенно важно в ее целенаправленной деятельности, самопознании и саморегуляции. Образы помогают представить внутренний мир других людей. Значение изучения внутреннего образного опыта видно в психокоррекционной практике.

Ключевые слова

культура, экономика, регион, развитие, возможность.

Введение

Образная сфера человека изучается в психологии давно, она является многоуровневой системой, состоящей из разнородных взаимосвязанных классов первичных, вторичных и социальных образов, которые упорядочены в соответствии с уровнями активации сознания.

В изучении образов выделяется много ракурсов их исследования. В частности, обращается внимание на следующие основные:

- 1) исследование образов как субъективного переживания;
- 2) понимание образов как ментальной репрезентации;
- 3) изучение образов как атрибута стимульного материала;
- 4) рассматривание образов как когнитивной стратегии.
- 5) исследование такого большого класса образов как социальных образов.

Относительно последнего направления, то не смотря на то, что анализ различных социальных образов осуществляется различными отраслями науки давно, единой концепции социального образа, целостной теории этого феномена пока что не разработано. Между тем, поскольку образная сфера человека является многоуровневой, то ее исследование должно осуществляться не только на индивидуальном, но и на групповом и социальном уровнях (Devesa, 2012).

Материалы и методы исследования

Образ «человека экономического» – это один из очень широкого класса социальных образов, который рассматривается в рамках системы «человек-группа-общество». В этом ракурсе образ является не столько результатом работы соответствующих анализаторов, сколько результатом отношений между миром объекта и миром субъекта, как результат перцепции, что отражает, с одной стороны, систему отношений элементов объекта, а с другой – состояние субъекта, который воспринимает этот объект. Следовательно, он включает то, что отражено, усвоено и одновременно создано самим субъектом. Поэтому социальный образ является носителем человеческих взаимоотношений и благодаря этому становится универсальной основой согласования мировосприятия человека с объективными реалиями.

Законам построения образа посвящено немало работ в общей психологии, когнитивной психологии, гештальтпсихологии. В социальной психологии проблема образа, его структуры и функций исследуется в связи с изучением социальной перцепции и межгрупповых отношений, где образ является наиболее эффективным регулятором человеческого поведения. Как известно, сообщество создает социальные нормы для регулирования социального взаимодействия в пределах необходимой системы ценностей.

В связи с этим важным является исследование особенностей социального образа как фактора социализации и фактора культуры личности. Образ как социальный феномен, по словам П. Шихирева, создает третью реальность между объективной и субъективной реальностью. Он отражает как систему отношений элементов объекта, так и состояние субъекта, воспринимающего этот объект. Образ является мостиком между миром объекта и миром субъекта. В образе выделяется все то, что имеет значение в отношениях между субъектом и объектом.

Особенности социального образа важны для понимания тех сложных механизмов, которые связаны с характером его побудительной действия. Чтобы стать побуждением действия, например, всеобщность понятия, которая лишена чувственности, должна репрезентироваться в особых условиях действия с единичными предметами. Это возможно лишь в том случае, когда между понятием и действием стоит образ. В этой связи можно согласиться с мнением, в соответствии с которым для регулятивного действия социального образа характерно то, что здесь цели и их обоснования соединены, в то время, как в целях обычного типа обоснования является относительно самостоятельным компонентом целое возложение и выдвигается наряду с целью.

Результаты и обсуждение

Наиболее эффективно на регулятивную функцию социального образа влияет такая его особенность как визуальность и чувственность. Чувственность, а не абстрактность форм влияния является более убедительным для человека. Чтобы стать побуждением действия, например, всеобщность понятия, которая лишена чувственности, должна репрезентироваться в особых условиях действия с единичными предметами. Иллюстрацией такого действия является влияние персонифицированных образов исторических личностей. А. Петровский писал: «Если бы и не было Иисуса Христа как конкретного индивида, его» личность", сконструированная евангельскими легендами, оказывала огромное влияние на социальную жизнь и христианскую культуру в течение двух тысячелетий, структурируя и деформируя личности и судьбы людей, их взгляды, чувства, убеждения. Преобразующее действие квазиличности оказывается не менее действующим, чем другого исторического».

Определяющей характеристикой социального образа, обуславливающей его регулируемую и детерминирующую функцию является обобщенность. Обобщенность проявляется в том, что

социальный образ отражает не единичный объект, а класс аналогичных объектов. В образах происходит не только «сжатие» информации, но меняется структура образа (Ваһна, 2018).

Обобщенность в образе достигается путем выборочного выделения сознанием тех сторон предмета, которые зафиксированы практикой как значимые т. е. обобщенность достигается благодаря символическому свойству образа. Символом можно заменить численное множество явлений, выделив в них общее и отнести к единой категории те стороны предмета или явления, которые воспринимаются и зафиксированы общественной практикой как значимые (Shek, 2005).

К обобщенности как характеристики социального образа может быть отнесена типизация как отражение существенных, повторяющихся сторон объекта (Gaug, 2015).

Как уже отмечалось, социально-исторический тип человека, в котором воплощена система ценностей социетального уровня, воспринимается индивидами на межличностном уровне через определенный образ человека. Через образ «человека экономического» экономические ценности общества трансформируются в экономические ценностные ориентации людей, регулирующие их экономическую деятельность.

Эффективность регулятивно-детерминированной функции образа «человека экономического» обеспечивается всеми свойствами, которые присущи социальному образу вообще, а именно: его наглядно-чувственной форме; ценностно-эмоциональной стороной; обобщенностью, воплощенная в отражении не только объекта самого по себе, но и всего жизненного опыта предыдущих поколений. Поэтому образ "человека Экономического" не является точной копией реальности, а лишь моделью реальности. Этим самым им обеспечивается опережающая для субъекта функция целеполагания. Образ "человека экономического" относится к категории образов – идеалов, связанных с деонтической сферой человеческих взаимоотношений. Идеал-та проекция человеческого сознания, которая ориентирована на предвидение будущего. Одно из сущностных свойств человека проявляется в том, что он строит мир не только в соответствии со мерой своих потребностей, но и сверх этой меры, согласно идеалу.

В образах-идеалах отображаемая действительность одновременно оценивается с точки зрения перспектив будущего и возможных тенденций. Этот образ включает в себя то, что должно быть, чего хотят и к чему стремятся люди, он выступает как цель человеческой деятельности, включая в себя практическую направленность, что является сильным стимулом и регулятором человеческого поведения. О значении идеалов в поведении человека писал Г. Гегель: «содержание идеала наполняет человека чувством деятельностной силы. Она чувствует себя способной перестроить мир» (Crowson, 2009).

Привлекательность образа «человека экономического» объясняется тем, что будущее отражается в нем как должное, как высшая ценность. В нем большую регулятивную функцию выполняет сторона, которая отражает то, что должно быть выражением должного в сущностном, нужного в наличном бытии.

Выступая как особый тип целей, образ – идеал «человека экономического» выражает как бы «программу-максимум» данной экономической системы ценностей, характеризует ее как образец совершенной. Поэтому в психологической структуре образа-идеала особая роль принадлежит тем его элементам, которые способны придать этой модели будущего убедительную осязаемую реальность, придать ей наглядно-чувственную конкретность. Важное нагрудка в этом плане несет на себе наглядно-чувственная природа образа, те его особенности, которые позволяют ему выполнять функцию посредника между внеличным общественным богатством общего и чувственной конкретностью отдельного (Gomez-Lumbreras, 2019).

Из анализа психологической структуры образа-идеала, определения его наглядно-чувственной стороны, можно сделать вывод, что его регулятивная функция связана в значительной мере с эмоциональной стороной личности. Как известно, эмоциональное - это одна из важнейших структур сознания и мотивации поведения. Поэтому, чтобы образ-идеал выполнял свою регулятивную функцию, он должен эмоционально пережить личность. Если социальный опыт, усваивает личность, не опосредуется чувственным переживанием, он не приобретает статуса мотивирующей силы, а усваивается поверхностно. В связи с этим становится понятным, почему императивность воздействия

образа-идеала связана с наличием в нем определенного эстетического элемента. Неудивительно, что, исследуя идеалы В. Шинкарук и А. Яценко анализируют их через категорию совершенства. "Совершенство-это то, что достигло своей меры... явление, которое достигло степени своего развития, является совершенным к себе, превзойдено по отношению к своему генетического прошлого и несовершенно по отношению к своему будущему». Совершенство предопределяет привлекательность и великую жизненную силу идеала (Devesa, 2012). Совершенство как должное является целью деятельности человека. Поэтому характерной особенностью образа идеала является то, что в нем проявляется особое отношение человека к цели, а именно, как к самоцели его деятельности, такой цели, которая пронизывает все остальные цели человека, сводя их к роли средств достижения главной цели – идеала.

Существенным моментом, который дает основание для выводов о большой регулирующей функции образов-идеалов является их роль в случаях несогласованности потребностей и идеалов. Парадоксальной особенностью социальных образов-идеалов, которая проявляется в этих случаях, является то, что они могут «брать верх», то есть побуждать деятельность, что не соответствует потребностям индивида, и даже такую, которая противоречит им. Эффективность воздействия образов-идеалов в этих случаях определяется возможностями их опережающей функции. Именно благодаря ей авторитет общественного опыта, который стоит за образом-идеалом, воплощается в форму, аналогичную форме индивидуального опыта. Говоря о несогласованности потребностей и идеалов, важно подчеркнуть, что идеалы могут апеллировать к будущему развитию потребностей, воплощать в себе своеобразный прогноз, тем самым способствовать их формированию (Gaygisiz, 2017).

Заключение

В связи с этим актуальным становится вопрос особенностей трансформации социальных образов-идеалов на индивидуальный уровень, в частности, важным является выявление факторов, влияющих на этот процесс. Одним из факторов, влияющим на процесс трансформации социальных идеалов в индивидуально-личностные, является осознание индивидами их содержания. Нечеткость, расплывчатость содержания социального идеала не способствует их усвоению, лишая их мотивационной силы, приводит к неадекватной оценке условий их осуществления. Регулирующая функция социальных образов-идеалов обеспечивается четкостью определения содержания идеала, который делает его понятным, доступным индивиду. В связи с последним возникает проблема соотношения содержания, что отражено в образе-идеале и реальной действительности.

Список литературы

1. Bahna, M. (2018). Study choices and returns of international students: On the role of cultural and economic capital of the family. *Population, Space and Place*, 24(2). <https://doi.org/10.1002/psp.2082>
2. Crowson, H. M. (2009). Are all conservatives alike? A study of the psychological correlates of cultural and economic conservatism. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 143(5), 449–463. <https://doi.org/10.3200/JRL.143.5.449-463>
3. Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., & Herrero, L. C. (2012). Economic and social impacts of cultural festivals. The case study of the Valdivia International Film Festival [Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: El caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia]. *Eure*, 38(115), 95–115. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612012000300005>
4. Gaur, S. S., & Chapnerkar, M. (2015). Indian festivals: The contribution they make to cultural and economic wellbeing a case study of Ganapati festival. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(4), 367–376. <https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2015-0017>
5. Gaygisiz, Ü., Lajunen, T., & Gaygisiz, E. (2017). Socio-economic factors, cultural values, national personality and antibiotics use: A cross-cultural study among European countries. *Journal of Infection and Public Health*, 10(6), 755–760. <https://doi.org/10.1016/j.jiph.2016.11.011>
6. Gomez-Lumbreras, A., Ferrer, P., Ballarín, E., Sabaté, M., Vidal, X., Andretta, M., ... Ibáñez, L. (2019). Study of antidepressant use in 5 European settings. Could economic, sociodemographic and cultural

determinants be related to their use? *Journal of Affective Disorders*, 249, 278–285. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.01.039>

7. Shek, D. T. L. (2005). A longitudinal study of Chinese cultural beliefs about adversity, psychological well-being, delinquency and substance abuse in Chinese adolescents with economic disadvantage. *Social Indicators Research*, 71(1), 385–409. <https://doi.org/10.1007/s11205-004-8029-8>


Determination of the possibility of regional development of cultural and economic community

Zina A. Arsakhanova

Doctor of Economics, Professor of the Department of Finance, Credit and Antimonopoly Regulation
Chechen State University named after A-X.Kadyrova

Grozny, Russia


mguspaeva@mail.ru

 0000-0000-0000-0000

Received 15.04.2022

Accepted 18.05.2022

Published 15.06.2022

 10.25726/v8341-7427-9969-u

Abstract

As already noted, the economic culture of the individual is the result of the process of socialization, in which the normative image of the "economic person" performs a deterministic function. In this regard, the study of the regulatory features of the image of the "economic man" becomes relevant. One of the forms of the human psyche in which the inner world and its environment subjectively exist for it is a variety of figurative phenomena. We can talk about a whole class of mental phenomena that are experienced by a person both in the presence of a directly acting stimulus and in the absence of it (secondary images). It is impossible to name any side of human life activity, no matter where "imagery" functions. A. Gostev speaks about the figurative sphere of personality as the most important component of its inner world. The figurative sphere of a person is understood by him as a "multidimensional, multilevel dynamic subsystem of the psyche, "images-elements" of which perform specific functions in the mental reflection in accordance with actual life circumstances. The figurative sphere takes part in its continuous, ideal interaction with the surrounding reality, the content of the inner world, the unconscious psychic, expressing the content of such interactions in an appropriate form.» Psychology traditionally emphasizes the importance of figurative phenomena in the process of cognition, work, communication, in scientific and artistic creativity. Images preserve and actualize a person's experience, which is especially important in her purposeful activity, self-knowledge and self-regulation. Images help to imagine the inner world of other people. The importance of studying internal figurative experience can be seen in psychocorrective practice.

Keywords

culture, economy, region, development, opportunity.

References

1. Bahna, M. (2018). Study choices and returns of international students: On the role of cultural and economic capital of the family. *Population, Space and Place*, 24(2). <https://doi.org/10.1002/psp.2082>
2. Crowson, H. M. (2009). Are all conservatives alike? A study of the psychological correlates of cultural and economic conservatism. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 143(5), 449–463. <https://doi.org/10.3200/JRL.143.5.449-463>

3. Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., & Herrero, L. C. (2012). Economic and social impacts of cultural festivals. The case study of the Valdivia International Film Festival [Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: El caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia]. *Eure*, 38(115), 95–115. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612012000300005>
4. Gaur, S. S., & Chapnerkar, M. (2015). Indian festivals: The contribution they make to cultural and economic wellbeing a case study of Ganapati festival. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(4), 367–376. <https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2015-0017>
5. Gaygısız, Ü., Lajunen, T., & Gaygısız, E. (2017). Socio-economic factors, cultural values, national personality and antibiotics use: A cross-cultural study among European countries. *Journal of Infection and Public Health*, 10(6), 755–760. <https://doi.org/10.1016/j.jiph.2016.11.011>
6. Gomez-Lumbreras, A., Ferrer, P., Ballarín, E., Sabaté, M., Vidal, X., Andretta, M., ... Ibáñez, L. (2019). Study of antidepressant use in 5 European settings. Could economic, sociodemographic and cultural determinants be related to their use? *Journal of Affective Disorders*, 249, 278–285. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.01.039>
7. Shek, D. T. L. (2005). A longitudinal study of Chinese cultural beliefs about adversity, psychological well-being, delinquency and substance abuse in Chinese adolescents with economic disadvantage. *Social Indicators Research*, 71(1), 385–409. <https://doi.org/10.1007/s11205-004-8029-8>