

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

УДК 330.1:330.342+316.42

Башиянин Г. І.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів,

Шевчик Б. М.,

к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів,

ХОЛОТРОПНА АКСІОЛОГІЯ КОГНІТИВНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ ІДЕАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Анотація. Обґрунтовано та висунуто гіпотезу холотропної аксіології когнітивної економіки як інноваційного методологічного підходу дослідження джерела вартості інформаційних благ у каталактичному просторі ідеаційної культурної ментальності. Даний комунікаційний простір являтиме собою поєднання ринкових інституцій та мережі, в якій ринок виступатиме сегментом руху інформації. В основі вартості слова лежатиме його онтологічна новизна, у якій через образний знак виявлятиме себе принцип атрактивності, що зумовлюватиме праксеологічні способи розгортання імпліцитного порядку.

Ключові слова: аксіологія, нооекономіка, холотропія, когнітивістика, атрактор, мережа, патерн.

Bashnyanyn G. I.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv,

Shevchyk B. M.,

Ph.D, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv,

HOLOTROPIC AXIOLOGY OF COGNITIVE ECONOMIC SYSTEMS OF IDEATIVE CULTURE

Abstract. Substantiated and put forward the hypothesis of the holotropic axiology of the cognitive economy as an innovative methodological approach to the study of the source of the value of information goods in the catalactic space of ideative cultural mentality. This communication space will be a combination of market institutions and a network in which the market will act as a segment of information traffic. At the base of the value of the word lies its ontological novelty, in which through the figurative sign will reveal itself the principle of attraction, which will determine the praxeological methods of deployment of the implicit order.

Key words: axiology, nooeconomics, holotropy, cognitive science, attractor, network, pattern.

Постановка проблеми. Рівень розвитку науки і техніки у сучасну епоху ставить під сумнів парадигмальні підвалини існуючого образу світу, котрі сприймалися та сприймаються соціумом як фундаментальні істини, вічні і непорушні. І економіка тут – чи не в авангарді інноваційний, якісних, когнітивних зрушень. Інформаційні технології активно створюють такі соціокультурні континууми, де ринкові

інституції або не діють, або взагалі гальмують розвиток. Інформація, передусім інновація як основний продукт когнітивної економіки, має цілком іншу, нематеріальну (а отже, бездефіцитну) природу вартості, як споживної, так і мінові. У слові розгортається імпліцитний порядок буття: можливого як дійсного та інтегрально-синергетичного. Звична аксіологія (докласична, рикардіанська, марксистська,

маржиналістська, неокласична) в умовах когнітивної економіки виразно набуває ознак холотропності, орієнтованості на цілісність, атрактивність. І на ці “виклики” слід дати адекватну відповідь.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Холотропна аксіологія когнітивної економіки виявляє себе в пізнанні у соціокультурному просторі, тому, поруч із вже відомими концепціями соціокультурної динаміки П. Сорокіна [9], історичного проектизму К. Кантора [3], “нових комбінацій” Й. Шумпетера [11], базових патернальних бізнес-триад М. Кастельса [4], макротриад влади Е. Тоффлера [10], техноконвергенцій М. Кизима та І. Матюшенка [5], нооекономіки А. Гальчинського [2], нами було залучено в аналіз: футуросинергетичну когнітивістику П. Мейсона [6], культурологічну методологію економічних систем Ш. Бегельсдейка та Р. Маселанда [1], а також гіпотези “метаморфоз” капіталу Т. Пікетті [7] та когнітивістики культури Л. Саннікової [8].

Постановка завдання. Метою дослідження є висунення гіпотези холотропної аксіології як методологічного підходу розуміння джерела і природи вартості інформаційних благ нооекономіки ідеаційної культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наукові методи пізнання ґрунтуються на принципах дискретності й множинності, що дозволяє пізнавати замкнуті неживі системи, де життя і свідомість являють собою випадкові явища, а випадковість – це максимальна складність. Синергетична парадигма зв’язує в одну систему мислення явища випадковості й необхідності, знімаючи одвічний антагонізм ідеї порядку і хаосу. Коли дисипативна структура досягає точки біфуркації, тоді розвиток стає непередбачуваний, а випадковість виступає єдиним конструктивно-творчим джерелом, що виявляє інноваційно-якісні параметри еволюційної системи, ініційованої так званим “механізмом другого порядку” або атрактором. Але чи не виступає у цьому випадку атрактор вищим виявом якоїсь метафізичної необхідності? Невже справді світ твориться випадковістю, сліпим фатумом нез’ясованої доцільності життя? Тому чи не найскладнішим завданням вченого завжди є ідентифікація атрактора, точніше, інтегрального поля атрактивності, що зумовлює причинність і доцільність існування систем у просторі й часі. Складність цієї ідентифікації впливає з того, яка саме система є об’єктом дослідження: абстрактно-інтелектуальний конструкт уявної дійсності в межах кабінету вченого, чи потік життя поза вікнами його кабінету? В першому випадку роль атрактора відводиться науковій парадигмі, у другому – “природному атрактору”, що сформувався як антропосукцесія на зорі етногенезу того чи іншого народу і протягом історії з-поміж нібито безлічі траєкторій руху системи, тобто випадкових невизначених станів, активує той рух, що забезпечує виживання системи в умовах нових викликів.

До яких джерел атрактивності апелює сучасна економічна наука? Економіка, за визначенням, – це наука про способи життя людей в умовах світу як дефіциту. Ця наука вчить, як мінімумом засобів досягнути максимум цілей. Оскільки ресурси обмежені, то конфлікт інтересів невідворотний, а отже, синергія волі, стимульована атрактором, стає явищем суспільної дійсності, яке методологічними інструментами економічної науки складно пояснити (А. Сміт, наприклад, називав це явище “невидимою рукою”). Цей невідворотний конфлікт фіксувався: Марксом у сфері виробничих відносин; Кейнсом між мікро- та макроекономікою; чимало теоретиків пов’язують ці суперечності як вияв циклічної динаміки, де творча деструкція – це необхідна і бажана ціна страждання за футуросинергетичний проект інноваційного розвитку економіки загалом і т.п.

Системно-синергетичний принцип стверджує: якщо структурно-функціональні рівні системи активують лігатури, патерни і наративи відтворення у режимі “теза → антитеза”, то слід шукати надсистемне середовище вищого синтезу, тобто ідентифікувати атрактор. І таким атрактивним середовищем для кожної економічної системи виступає культура, яка являє собою патернальний ансамбль проектів триад-конфігурацій для забезпечення суспільного відтворення через патернальні практики. Таким чином, кожна економічна система – це соціокультурний патернальний проект.

Сучасні економісти дійшли компромісу, що культура “має значення”. Дискурс розгортається довкола того, чи є економіка культурою, чи культура економікою. Мейнстрім трактує економічний інститут в межах наративу раціонального вибору та методологічного індивідуалізму. При такому підході культура виступає як екзогенний фактор економіки, що вважається: а) джерелом активізації переваг; б) джерелом обмежень; в) причиною відхилення від моделі раціональної поведінки, що зумовлює появу екстерналій.

Культура “відповідальна” за прийняття рішень та кінцевий результат таким чином, що патерни культурної ментальності являють собою ніби вмонтовані інклюзивні фільтри, котрі забезпечують вибірковий спосіб прийняття рішення автономно-інтегрально, коли суб’єкт-частка синхронно-синергетично реалізує інтегральний проект зусиллями власної волі. Виходить так, що, з одного боку, культура уособлює колективні феномени буття, які виходять за межі раціонального вибору індивіда, а з іншого, – це останній рубіж інституціональних обмежень, що відповідає за збереження ядра патернальної матриці у формі когнітивної та естетичної оболонки.

Методологічний індивідуалізм раціонального актора передбачає моделювання поведінки в умовах невизначеності та нестачі інформації, де можливість досягнення бажаного результату закріплюється угодою. І ця угода слугує джерелом вибіркової ідентичності згідно з принципом мультикультуралізму. Якщо культурне обмеження у вигляді традиції стоїть на заваді реалізації практичних цілей, то його

слід усунути. Культура має бути економічно успішною, тобто техногенний мімесис у будь-якій точці соціального простору та історичного часу має утвердити єдиний мультикультурний проект тотальної уніфікації всіх в утилітарній одноподібності кожного. І кінцевим результатом цього мейнстрімівського шостого техноконвергентного NBIC-проекту має стати квазібезсмертний біокіборг-постандроїд.

Але життя за вікном кабінетного вченого – це кольорова мозаїка економічних систем, де культура слугує фоном, тобто ключовим фактором постійно уприсутненої поліідентичності та розмаїтості. Економіка – це не лише наука про раціональний вибір в умовах рідкості, а знання про те, як різні соціуми вирішують проблеми виживання. Тобто тип економічної системи зумовлює форма інтеграції, що забезпечує інституціоналізовану визначеність соціальної динаміки. Взаємодія ґрунтується на павутині смислів семантичного поля, де людина творчо розпаковує континуум сенсів, ущільнюючи ймовірність створенням текстів через слово. Слово – це об’явлений образ, це створений свідомістю через мовлення з сенсів текст, через який Первозданне постає як нове. Люди формують патерни поведінки і надають сенс пізнаному через інтерпретацію, а завдання науки – вивчення цих локально інтерпретованих світів, уможливлених станів семантичного поля. Під таким кутом зору економічна діяльність – це лише новий прояв первинно заданого імпліцитного порядку, семіотичною актуалізацією якого виступає культура. Таким чином, культура – це інструментальна сфера ущільнення вірогідності розпаковування потенційно закладених смислів смислового континууму семантичного світу, де через людину, через її когнітивну, праксеологічну та аксіологічну природу розкриваються первинні сутності Всесвіту, вічно існуючі сенси доцільності буття.

Сенс (селективно актуалізований свідомістю вищий ступінь свободи як інноваційно-ймовірнісний стан семантичного поля) через мовлення (Логос) створює текст – ущільнену ймовірність проявленого буття як перевагу, як волю, як вищий ступінь свободи первоімпліцитно заданого як нового. І цей текст постає як система цінностей, тобто культура. Цінності – це, передусім, символи співжиття; наративи уявлюваного бажаного, втілені у патерни переваги. Саме цінність інтегрально впорядковує очікування, а отже, уможливорює трансформацію парадигмального проекту в патернальні практики (економічну діяльність). Економічна імплікація цінності впливає з опредметнення індивідуалізованого як рідкісного, тому економічні вартості піддаються кількісному тиражуванню та грошовому виміру.

Теорія витрат виробництва бачить субстанцію вартості у праці, яка встановлюється на ринку під впливом попиту і пропозиції в еквівалентних мінових пропорціях, що виражаються в грошах (тобто праця опредметнюється, об’єктивується як “споживна вартість робочої сили”, виступаючи індивідуальним товаром, імплікованим у суб’єкт, а М. Бердяєв писав, що людина – це суб’єкт, який з об’єкта не виводиться). Отож, маємо перший поріг суперечності.

Фізична економія підняла питання вже безпосередньо про субстанцію вартості самої праці, знайшовши її у сонячному промінні, нагромадженому у злаках. Але якщо фотони світла несуть ейдоси речей, які людина з допомогою мозку здатна “зчитувати”, то у свідомості через словообраз постає те, що активує рух енергії спожитих злаків у м’язах трудівника як праці, як вартості, як доходу, як життя, тобто Й. Шумпетер починається там, де закінчується М. Руденко.

Якщо слово – це основний товар нооекономіки, то де знаходиться субстанція його вартості? Споживна вартість слова полягає в тому, що воно дозволяє змінювати світ як на рівні стану свідомості, так і фізичного простору. Як ресурс виробництва, слово діє в режимі нульових граничних витрат (адже інформація фізично не зношується), а витрати стосуються, передусім, розробки інформації нової якості, тобто інновації, яка виступає не екзогенним, а ендогенним фактором виробництва та каталізатором кумулятивних кіл збільшуваної прибутковості синергоінтегральної виробничої системи. Тобто слово продукує ефект мережі як особливого типу комунікаційного простору максимізації індивідуальної корисності. А мережа як структура є формою інтеграції, що включає як ринкові, так і позаринкові способи трансакції, передусім на основі спільної когнітивної ідентичності. Тобто, якщо структуротворчим принципом ринку виступає дефіцит, то мережа – це сутнісно холотропне явище. У структурі мережі ринок – це лише сегмент. Ефект корисності мережі прямо пропорційний кількості інтегрованих суб’єктів, тому, якщо витрати функціонування мережі зростають лінійно, то її корисність – експоненціально. А це означає, що грошовий дохід в когнітивній економіці чітко регламентований у часовому ланзі між прямою лінією та експонентою; тобто грошові доходи членів когнітивних бізнес-тріад (хакер-техномеритократ, венчурний капіталіст та маркетолог) можливі лише у проміжку між актуалізацією інновації через залучення фінансових ресурсів венчурного капіталу до першої трансакції, реалізованої на ринку інтелектуально-інноваційних благ певним маркеттехнологічним способом. Після цього слово потрапляє у мережу, де втрачається можливість контролю над його використанням, а отже, стає проблематичним привласнення ренти від його ментального “споживання”. Слово остаточно набуває статусу суспільного блага у прямому розумінні.

Слово мовлене (писемно фіксоване) активує буття через образний знак у свідомості. Означений словом образ – буття об’явлене, індивідуалізовано ідентифіковане, опредметнене та об’єктивоване, а отже, таке, яке вже не може бути усім іншим. Але те, що, з одного боку, ініціює буття словом, а з іншого, – зберігає потенціал бути чимось іншим, означає – бути всім. Так, слово апелює до власної ноуменальної природи, своєї метафізичної причинності, що зумовлює буття проявленого тут і тепер, а отже, проектує його доцільність, тобто виявляє атрактивність. Слово – це знак іпостасної локалізації

Первозданної повноти, що накладається на предмет, передусім, річ виготовлену, де в сотвореному поновлюється єдність можливого як дійсного, покликано-го до існування дочасно утаємниченого, що зумовлює творчість, а надалі – виробництво.

Якщо вартість праці, затраченої на виробництво конкретного товару, визначається працею інших людей, що уможливорює існування виробника через сукупність доступних йому життєвих благ як результатів суспільної праці, то економічна система виступає феноменом синергії волі, про яку писав ще А. Сміт, наводячи приклад куртки поденного робітника. В інтелектуальному континуумі нооекономіки – те ж саме: як і праця значної кількості людей, інтегрованих у виробництво куртки Смітівського поденщика, будь-який дослідник, хакер-програміст чи інший представник когнітаріату працює з соціальним знанням; розробка програмного забезпечення, створення коду містить тисячі бітів попереднього коду, написаного іншими людьми. Основний критерій вартості праці, затраченої на виробництво слова, – це емансипація від часу. Словообраз пронизує свідомість як торсіон – нівідки і миттєво; мають місце лише енергетичні затрати (а отже, затрати праці) на створення конструктивного носія збереження і відтворення слова (адже обробка інформації поглинає енергію), але це не витрати виробництва слова.

Таким чином можемо констатувати, що інформаційні технології: по-перше, витісняють працю з виробництва (інтелігібельний акт свідомості триває мить і не супроводжується енергетичними затратами робочої сили); по-друге, руйнують цінові механізми (бо інформація кількісно необмежена, а отже, не існує асиметрії дефіциту, що зумовлює потоки еквівалентного ринкового обміну); по-третє, заохочують неринкові форми обміну (інформаційну мережу, в якій ринкові трансакції – це лише структурний сегмент).

Але слово все ж вартісне, бо люди мають у ньому потребу; і не лише тому, що інновація розширює сферу енергопостачання, зокрема, виявляючи відновлювані джерела енерговидобутку, а й тому, що слово має такий самий потенціал споживної вартості для свідомості, як будь-який матеріальний продукт для потреб тіла. Отже, слово має вартість і джерело вартості, не пов'язане з фізичними затратами робочої сили.

Поріг інтелектуальних спроможностей людини – це пізнання властивостей “речі-у-собі”. Тому поставлене колись Е. Кантом питання: чи є інформація властивістю довколишніх речей, яку людина розумом відкриває, пізнаючи об’єктивований світ довкола себе, чи інформація імпліцитно і сутнісно знаходиться у самій людині, яка об’являє її зусиллями інтелекту і волі, тобто світ є проекцією людської уяви? – має прямий стосунок до визначення субстанції вартості слова когнітивної нооекономіки. К. Маркс писав, що властивості (а, отже, цінності) речей не створюються, а відкриваються інтелектуальними зусиллями (як платонівська душа “пригадує”), а далі живою й уречевленою працею матеріалізуються як товари індустріального виробництва. Тобто

кожному процесу матеріального виробництва (у сенсі шумпетерівського “поєднання нових комбінацій”) передуює когнітивний акт, де імпліцитно уприсутнюється така можливість вигоди, що у сфері розподілу з’являється як прибуток – мотиваційний двигун економічного розвитку. Якщо абстрагуватися від споживних вартостей усіх товарів, то залишиться одна-єдина спільна їм усім властивість – те, що вони є продуктами людської праці, втіленої в річ енергії людських м’язів. Але слово – не матеріальне, а отже, інформаційний вимір не еквівалентний енергетичному і тому міра упорядкованості системи не виражається в затратах енергії. У сучасних умовах з допомогою комп’ютера віртуально продукується кожен елемент товару як тримірний цифровий модель, що експериментально відтворює фізичні властивості, а отже ще на рівні проекту мінімізуються екстерналиї завдяки розширенню інтелектуального контенту товару, в який зміщується субстанція його цінності. Інтелектуальна робота передбачає реалізацію не енергії, а інформації – планів, розрахунків, цілей, проекту, тобто ідеально-образної моделі буття, призначеної для актуалізації у майбутньому. А це означає, що на інформаційному ринку торгують не минулою працею, у поті чола пролетарем втіленої в товарі, а проектами майбутнього, де цінність зводиться до актуалізації можливого та поєднання досі не поєднуваного. Тобто цінність знаходиться у такому ментальному лагові, що передбачає часову асиметрію як результат різниці між минулим і майбутнім, ті інваріантні перетворення ресурсами волі та уяви, що зумовлюють можливість вищого порядку бажаної дійсності.

Інновація – це відкрита інтелектом якісна властивість речі та втілена у слові як текст – розпакований сенс семантичного поля, де ціле виявляє свою локальну властивість в унікальному як онтологічна новизна. Тому вартість слова – це не субстанціональна, а есенціальна економічна категорія, адже суціль – єдиний, а отже, аксіологія нооекономіки холотропна в принципі.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Ми ставили перед собою мету висунути гіпотезу холотропності вартості слова когнітивно-інтелігібельного виробництва в умовах ідеаційного типу культури. Такий аксіологічний контекст виходить за інституційні межі ринкових трансакцій та вводить у континуум мережі, де знання набуває соціального виміру, реалізуючи ефект атрактивності, а отже, синергетичну визначеність актуалізації імпліцитного порядку. Перспектива подальших досліджень у даному напрямі полягатиме у більш глибокій та виразній ідентифікації джерела атрактивності, що виявляє себе у слові як проект онтологічної новизни сенсів семантичного поля.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бегельсдейн Ш. Культура в экономической науке: история, методологические рассуждения и области практического применения в современности / Ш. Бегельсдейн, Р. Маселанд. – М. : СПб : Изд-во Института Гайдара, 2016. – 464 с.

2. Гальчинський А. С. Політична нооекономіка: початок оновленої парадигми економічних знань / А. С. Гальчинський. – К. : Либідь, 2013. – 470 с.
3. Кантор К. Двойная спираль истории: Историософия проектизма. Т. 1: Общие проблемы / К. Кантор. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 904 с.
4. Кастельс М. Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс. – К. : “Видавництво “Ваклер” у формі ТОВ, 2007. – 304 с.
5. Кизим М. О. Перспективи розвитку і комерціалізації нанотехнологій в економіках країн світу та України : монографія / М. О. Кизим, І. Ю. Матюшенко. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2011. – 392 с.
6. Мейсон П. Посткапіталізм: путеводитель по нашему будущему / П. Мейсон. – М. : Ал Маргинем Пресс, 2016. – 416 с.
7. Пікетті Т. Капітал у ХХІ столітті / Т. Пікетті. – К. : Наш Формат, 2016. – 696 с.
8. Саннікова Л. П. Свята Мова Творця у Звичаї Народу: Еніофеноменологія староукраїнської культури / Л. П. Саннікова. – К. : Аратта, 2005. – 776 с.
9. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика / П. А. Сорокин. – М. : Астрель, 006. – 1176 с.
10. Тоффлер Е. Нова парадигма влади. Знання, багатство, сила / Е. Тоффлер. – К. : Акта, 2003. – 560 с.
11. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Й. А. Шумпетер. – К. : Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2011. – 242 с.

REFERENCES

1. Beugelsdijk, Sj. and Maseland, R. (2016), Kul'tura w ekonomicheskoy nauke: istoria, metodologicheskie rassuzhdenia I oblasti prakticheskogo primeneniya w sovremennosti, “Izdatel'stvo Instituta Gaidara”, S. Peterboorg.
2. Hal'chyns'kyi, A. (2013), Pilytychna nooeconomika : nachala onovlenoyi paradyhmy ekonomichmyh znan', "Lybid", Kyiv.
3. Kantor, K. (2002), Dvojnaja spiral' istorii: Istoriiosophiya proektyzma. T. 1. Obschchiye problemy, “Izdatel'stvo Jzyki slavianskoy kultury”, Moscow.
4. Kastel's, M. (2007), Internet-halakyta. Mirkuvannia shchodo Internetu, biznesu i suspil'stva, “Wydavnytstvo “Vakler”, Kyiv.
5. Kizim, M. O. and Matyushenko, I. Yu. (2011), Perspektyvy rozvytku i komercializacii nanotekhnologij v ekonomikach krain svitu ta Ukrainy, “VD “INZHEK”, Kharkiv.
6. Meyson, P. (2016), Postkapitalizm: putevoditel po nashemu budushchemu, Ad Marginem Press, Moscow, 416 p. 14.
7. Piketti, T. (2016), Kapital u XXI stolitti, Nash Format, Kyiv, 696 p.
8. Sannikova, L. P. (2005), Svyata Mova Tvortsya u Zvychai Narod: Eniofenomenolohiya staroukrayins'koyi kul'tury, “Aratta”, Kyiv.
9. Sorokin, P. (2006), Social'naya i kul'turnaya dynamika, “Izdatel'stvo Astrel”, Moscow.
10. Toffler, A. (2003), Nova paradyhma vlady : znannya, bahatstvo, syla, “Akta”, Kyiv.
11. Shumpeter, J. (2011), Teorija ekonomichnoho rozvytku. Doslijen'ya prybutkiv, kapitalu, kredytu, vid-sotka ta ekonomichnoho tcsiklu, “Wydavnychiy dim “Kyivo-Mohyl'ias'ka akademiya”, Kyiv.