



Научно-исследовательский журнал «International Journal of Medicine and Psychology / Международный журнал медицины и психологии»

<https://ijmp.ru>

2025, Том 8, № 2 / 2025, Vol. 8, Iss. 2 <https://ijmp.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки)

УДК 159.96 + 330.16

¹ Шабанов Л.В.,

¹ Лычагина С.В.,

¹ Суханов Д.Г.,

¹ Военная ордена Жукова академия войск национальной гвардии Российской Федерации

Взгляды на психологию потребительского поведения сквозь призму потребностно-мотивационной и мотивационно-потребностной сфер личности

Аннотация: в статье рассматриваются феномен экономического поведения с позиции первичного спроса (потребностно-мотивационной сферы личности) и вторичного, сформированного «извне» – например, через групповое давление или смещения ценностной значимости на незначительный предмет (т.е. обратная – мотивационно-потребностная сфера). Компаративный анализ экономических учений в рамках социальной, политической и экономической психологии показал, что в процессе социализации личности происходит изменение доминирования потребностно-мотивационной сферы личности через институты группового давления на диктат мотивационно-потребностной сферы. Это в свою очередь изменяет смысл социализации как воспитания и включения нового человека в общественно-полезную деятельность на потребительское поведение «I, Me, Mine» («Я, Мне, Моё»), что в реальности выключает человека из поля общественной коммуникации «Мы» в поле торгово-экономических отношений, заменяя гражданское общество на систему клиентелы.

Ключевые слова: потребность, мотив, потребительское поведение, объект, абъект, субъект, деятельность

Для цитирования: Шабанов Л.В., Лычагина С.В., Суханов Д.Г. Взгляды на психологию потребительского поведения сквозь призму потребностно-мотивационной и мотивационно-потребностной сфер личности // International Journal of Medicine and Psychology. 2025. Том 8. № 2. С. 158 – 168.

Поступила в редакцию: 4 декабря 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 7 февраля 2025 г.; Принята к публикации: 18 марта 2025 г.

¹ Shabanov L.V.,

¹ Lychagina S.V.,

¹ Sukhanov D.G.,

¹ Military Order of Zhukov Academy of the National Guard of the Russian Federation

Views on the psychology of consumer behavior through the prism of the need-motivation and motivation-need spheres of personality

Abstract: the article examines the phenomenon of economic behavior from the perspective of primary demand (the need-motivational sphere of personality) and secondary, formed "from the outside" – for example, through group pressure or shifting value significance to an insignificant subject (i.e. the reverse – the motivational-need sphere). A comparative analysis of economic doctrines within the framework of social, political and economic psychology has shown that in the process of personality socialization, there is a change in the dominance of the need-motivational sphere of personality through institutions of group pressure on the dictates of the motivational-need sphere. This, in turn, changes the meaning of socialization as education and the inclusion of a new person in social-

ly useful activities to consumer behavior "I, Me, Mine", which in reality turns a person off from the field of public communication "We" in the field of trade and economic relations, replacing civil society to the clientele system.

Keywords: motivational and need sphere of personality, consumer behavior, object, object, subject, activity

For citation: Shabanov L.V., Lychagina S.V., Sukhanov D.G. Views on the psychology of consumer behavior through the prism of the need-motivation and motivation-need spheres of personality. International Journal of Medicine and Psychology. 2025. 8 (2). P. 158 – 168.

The article was submitted: December 4, 2024; Approved after reviewing: February 7, 2025; Accepted for publication: March 18, 2025

Введение

Современный мир зашёл в один из самых больших кризисов цивилизации, возможно он соотносим с кризисами наступления «тёмных веков»: XI-IX вв. до Р.Х. нашествие «народов моря», VI-IX вв. н.э. падение Римской империи и великое переселение народов. Каждый крупный кризис имеет свои маркеры и один из них – изменение социально-психологического фона общественного потребления, а значит, изменение мотивационно-ценностных факторов жизни среднестатистического человека.

Действительно, в самом общем плане, мотив можно представить, как некую базовую платформу реагирования, понимание которой позволяет интерпретировать то или действие реципиента как в малой группе (эталонная ячейка или целевая группа), так и в большом коммуникативном поле.

Сторонники «старой классической» welfare state (общества потребления) пытаются сохранить психологию потребительского благополучия и социального спокойствия через концепции «нового» колониализма в виде монополизации контроля за технологиями и вывозом производства в страны с дешёвой рабочей силой. В целом это позиция природного неравенства XIX в. (социал-дарвинизм) вызрела в современный гегемонизм (глобализм, мондиализм, сообщество единой судьбы), меритократические модели неравенства (общество «золотого миллиарда»). Главным мотивом в продвижении этих идей стал образ расширяющейся линейки потребительских возможностей человека, а философия либерализма рационализировала отказ от идентификации социальных характеристик личности и либертарианство в отношении психофизиологических характеристик человека, прикрываясь идеями гедонизма.

Сторонники «старого консервативного» патриархального общества, вознося идею эволюционного развития, сейчас выдвигают целый веер «новых» концепций от религиозной фундаментальной утопии до изоляционистских или региональных объединений. При этом либеральная система цифрового контроля и либертарианский «электронный

концлагерь» не вызывает идиосинкразии и даже отражается в особых ценностях цифровизации личности (когда аналог «Супер Эго» в виде коллективного контроля фасилитирует поведение всех и каждого).

Третья парадигма – социалистическая, сейчас представлена «новыми» концептами социальных государств от «зелёного» троцкизма и трансгуманизма (где ценность человека вторична) до ноосферной коммуны (Космический Третий Рим или СССР 2.0).

В 2015 г. Генассамблея ООН представила «план достижения лучшего и более устойчивого будущего для всех: 2015-2030». Обозначенные цели в области устойчивого развития (Sustainable Development Goals) [1, с. 4-25]. с одной стороны заявляются как «Цели развития тысячелетия» (17 глобальных целей, включающих 169 шагов-задач), но с другой – по сути не имеют никакого содержания кроме декларативного [2, с. 6-8]. В реальности международные инициативы в области развития подчинены целям глобального сокращения населения, отсюда например предложение об инклюзивном капитализме лидеров Давоса (ВЭФ) и их фронтмена К. Шваба, разделение людей на «полезных» и «бесполезных», а также планах по сокращению населения [3, с. 1].

С позиции социальной психологии нельзя не видеть странные изменения потребностно-мотивационной сферы личности, рационализирующие отказ от самоидентификации, что губительно в рамках становления личности, мотивирующие отказы от поло-ролевых стандартов поведения, переход на иные виды еды, изменение психологии витальности (например, мотивационно-обоснованный выбор эвтаназии).

Материалы и методы исследований

В данной работе, через призму политической и экономической психологии, как производных социальной психологии – науки о динамике отношений «личность – группа», мы использовали сравнительный анализ потребностно-мотивационной сферы личности как зеркальную структуру, обратную мотивационно-потребностной сфере и имею-

щую не просто «зеркальность» характеристик, но и нелинейность обращения одна в другую. Это позволило точнее определить степень потребностно-мотивационного кризиса в поведении современного человека и не только описать его, но и предложить выход в виде возможно новой концепции социально-экономической психологии в эпоху нарастающих кризисных тенденций.

Проведение компаративного анализа позволяют сделать вывод, что начало современного кризиса лежит в конфликте социально-философских учений, ставших основанием для трёх «современных» идеологических школ:

1. Либеральная модель свободного поведения изначально базировалась на идее равенства мотива и потребности за счёт регулятора в лице суверена, которому всякий член общества должен делегировать свою политическую субъектность государству («Левиафан» и «Бегемот» Т. Гоббса, «О духе законов» Ш. Монтескьё), а государственная машина должна обеспечить человека правом собственности, которое и определяет свободу социально-экономического поведения («законы народонаселения» Т. Мальтуса, «провиденциальные законы рынка» А. Смита).

2. Консервативная модель строится на принципе «общее выше частного, коллектив важнее отдельной личности» («Разумный эгоизм» В.Г. Белинского, «Протестантская этика» М. Вебера, «Социальная логика» Г. Тарда), где мотивация превалирует над потребностями и чем более конформна личность, тем большее количество возможностей обеспечивается обществом, более независимая – наоборот («философия нищеты» П.Ж. Прудона, «маргинальный человек» Э.В. Стоунквиста).

3. Социалистическая модель строится на принципе Протагора «Человек – мера всех вещей», а значит (априори) потребности превалируют над мотивацией. Природа человека целесообразна и коллективна, при этом коллектив воспитывает человека, а человек создаёт своим поведением качество и характер своего коллектива. Значит все проблемы с излишествами в потребностях могут быть устранены воспитанием «Нового человека», лишённого вредных мотиваций за счёт включённости в большой созидательный труд («благородный простак» Ж.Ж. Руссо, «манифест коммунистической партии» К. Маркса, Ф. Энгельса, «экономические проблемы социализма» И.В. Сталина [24]).

При анализе трёх подходов к мотивации оказывается, что большая часть общепринятых терминов (свобода, воля, личность, целесообразность, потребность, мотивация и др.) имеют разные ин-

терпретации, а это значит, что любая попытка экспертов примирить указанные выше позиции будет обречена, т.к. выработать единую теорию кризиса невозможно.

Результаты и обсуждения

Для появления понятной большинству специалистов теории необходимо рассмотреть важное изменение в психологии личности современного человека: смена доминирования потребностно-мотивационной сферы личности на доминанту мотивационно-потребностной сферы, что привело к искажению направленности поведения и подмене важности выживания (коллективизму) к важности потребления (индивидуализму).

Различение понятий потребностно-мотивационной и мотивационно-потребностной сфер даст возможность увидеть, что для потребностно-мотивационной сферы определяющим фактором становится внутренний (ощущение недостаточности в состоянии организма), а для мотивационно-потребностной сферы, наоборот, определяющий факторы имеют внешний, социально-окрашенный характер (мотив устранения несоответствия личного «Я» с нормой, которую задаёт эталонная группа, «значимый другой»). Для этого необходимо рассмотреть и обобщить понятия потребностно-мотивационной и мотивационно-потребностной сфер личности; соотнести эти понятия с базовыми принципами психологии экономической деятельности; провести анализ этико-экономических исследований (А. Смит, Т. Мальтус, К. Маркс, М. Вебер) и психологических направлений зарубежных (Г. Тард, А. Маслоу) и ряда российских учёных А.Н. Леонтьева [9], С.Л. Рубинштейна [20], Д. Н. Узнадзе [26] в контексте становления современных концепций экономической психологии.

Мотивационно-потребностная сфера – это особая область психических состояний, вызывающая побуждающую, ориентировочную активность личности, направленную на цель. В этом определении можно увидеть влечения и желания, установки и ценности, интересы и склонности и наконец: нужду и потребности. Однако в реальности «мотивационно-потребностная сфера» скорее «*потребностно-мотивационная*», т.к. не мотив рождает нужду и потребность, а наоборот. Отсутствие удовлетворения или способа достижения удовлетворения какой-либо потребности мотивирует человека на действия.

Мотив, по определению – опредмеченная потребность – и значит вырастает из ориентировки, т.е. имеет установку на образ цели концентрации внимания, которая (с позиции телеологичности сознания человека) подкрепляется положительно-

заряженным интересом, представленным в виде воображаемой идеальной модели предмета или позитивного целевого состояния.

Эмоциональное беспокойство, вызванное неудовлетворённостью, имеет позитивную задачу в виде представления (информационной модели) о положительном образе будущего состояния организма (удовольствия) и отрицательную – собственно мотивирующую досаду (а вдруг не успею, а вдруг не получится) [7, 22 и др.].

Нарастающие противоречия между представлением о «представлении» относительно разворачивающегося события (аффектора) и образом восприятия приводит к разрушению устаревшей информационной модели (а значит, к потере связи с готовой запуститься реакцией на раздражитель). Внимание переключается на другой образ (объект, предмет, явление), обесценивая предыдущий мотиватор новым (меня психическое состояние и потребностный фон). Иное дело, когда информационная модель подкреплённая опытом (память о «представлении») входит в конфликт с той реальностью, которая предстаёт «здесь и сейчас» (данная нам в ощущениях). Внимание подкрепляется потребностью и интересом, генерализируя мотив и запуская целеполагание будущего процесса достижения цели (обладание объектом желания). Поэтому осознание мотива на первом этапе всегда эмоционально, а значит и не исключает (даже провоцирует) возможность получения сразу нескольких возрастающих мотивов, иногда противоположных и друг другу, и цели, и выполняемому в этот момент действию. Однако рационализация мотивов – цель которой вернуться к гомеостазу организма, через память о «памяти прежнего состояния», позволяет в результате борьбы мотивов выбрать наиболее значимый из них (относительно цели). При этом, само целеполагание, адресуясь к процессам саморегуляции, соотносится с представлением о «памяти прежнего спокойствия».

Немаловажную роль в процессе борьбы мотивов будут играть:

- широта мотивов – количество одновременных факторов, влияющих на выбор поведенческого ответа (какова нужда, силы потребностей, наличие желания и присутствие иных интересов);

- гибкость реагирования – возможность, снимая несколько очагов возбуждения в областях коры головного мозга, увеличить за счёт уменьшения количества центров – качество доминантности основного очага (т.е. рост дополнительных подкреплений, интерес, актуализация влечений, активация внутренних убеждений и направленности на ценность самих достижений);

- иерархии мотивов, борьба которых и позволя-

ет в конечном итоге выбрать способ и яркость реагирования (потребности → мотивы → (борьба мотивов) → (главный) ведущий мотив = целеполагание → цель).

Наконец, достижение / не достижение цели оформляет направленность на обладание или избегание через эмоциональный ответ [28, с. 97-103]. Классификатор эмоций П.В. Симонова делит их на «витальные» (онтогенез), имеющие направленность на удовлетворение потребностей выживания; «социальные» (социогенез), с направленностью на коллективный интерес, и – программы «саморазвития», т.е. уникальные ценности самоактуализации, формирующие качества личной самореализации человека [21].

Потребительская и трудовая деятельность в этом контексте будет интересна прежде всего двумя сторонами (присваивающей и производящей), которые составляют основу экономического поведения и психологии достижения цели (имей или будь [5, с. 216]). С точки зрения психологии, это поведение человека, обусловленное экономическими стимулами и эмоционально закрепляемое в социально-значимых чувствах, влияющих на предпочтения, выбор и принятие решения в большом коммуникативном поле общей связности субъектов труда (иерархии и субординации, система наказаний и вознаграждений, ориентация на демонстрацию или сокрытия успешности и т.д.).

Эмоциональные области личности на уровне предмета изучения «Общей психологии» могут быть представлены в виде формулы: «Аффект → Эмоция → Чувство». Здесь и сила аффекта, и сила эмоционального проявления связаны внутри себя силой факторов среды (всё, что есть «не-Я»). Если давление среды неожиданно больше ответа организма, то происходит аффект (нарушение внутреннего равновесия). Однако любой опыт, порождая рефлексию (оценку произошедшего с «Я» в системе «не-Я»), вынуждает человека учиться и отрабатывать реакцию на аффект, адаптируясь к дальнейшему столкновению с чем-то подобным.

Здесь можно зафиксировать не только инициацию эмоциональной сферы личности, но и начало социально-экономического поведения в среде («не-Я»), которое рассматривается социально-психологическим комплексом индивидуальной социализации («Я»). Однако, с появлением социальной перцепции – формула изменяется: «Аффект → Чувство → Эмоция». На базе полученного аффекта формируется чувство как принятая «Я» мера воздействия (отклик) на давление Среды, которая всегда меньше ответного «отзеркаливания», что и провоцирует на проявление эмоций за счёт сброса накопленной энергии. Таким образом, уже

сложившееся чувство к неожиданной проблеме запускает готовность к максимально эффективно реагированию на аффект, а эмоция начинает играть роль не только механизма саморегуляции, но и маркера идентичности (показателя социализации «Я»).

Таким образом, человек, присваивающего типа поведения становится «дефицитарным», а человек производящего типа – «холистическим». Для первого типа важна иерархия, в противном случае, сложно выделяться среди своих, отличаться от иных и самое главное – понимать, как и куда в дальнейшем развиваться по линии роста причастности, значимости, престижа и власти. Для второго – важна самодостаточность и свобода от лишних «зависимостей» (*Omnia mea mecum porto* – всё своё ношу с собой) [18].

Эта проблема возникает в эпоху Ренессанса как ответ на общественный заказ неравновесия «Я» производящего и потребляющего начала – что считать достаточным или недостаточным относительно личного понимания индивида. Например, общеупотребимый термин «Богатство» понимался как сбережение и приумножение в рамках семьи, общины, государства; достаток в мудрости и сила в здоровье соотносились с понятием изобилия Абундацию (самодостаточность). Приватность ведения дел (Приватацию) трактовалось однозначно – бедность духовности и постоянная жадность, отсюда и «приватизация» как накопительство вещей считалась показателем психического нездоровья (хоардинг или «синдром Плюшкина»). Бедность для людей того времени значила вечное стремление делать запасы и вкладывать деньги в сиюминутные ценности, а понятия «чернь» и «бедняки» – находились в разных категориях. «Чернь» – люди низкого происхождения, социальная категория, обозначающая человека, не имеющего высоких устремлений и живущего «коротким» горизонтом. «Бедняки» – люди, не сумевшие воспользоваться своими исходными возможностями, психологическая категория, обозначающего человека с неразвитой волевой сферой, потребности и капризы которого сделали его нищим в социальном, политическом, экономическом смыслах. То есть, резюмируя: ресурсы, имеющиеся у человека, формируют его место в обществе, составляя потенциал его способности управлять процессами жизнеустройства на практике (психология человека формирует не только его социальные отношения, но и экономическую деятельность – имей или будь) [27, с. 28-30].

Адам Смит, рассуждая о перипетиях психологии экономической деятельности, ставил во главу

угла не только «волшебную руку Проведения» на рынке, но и антагонизм:

а) психологию продавца – максимально выгодно для себя продать товар по максимальной к себестоимости цене;

б) психологию покупателя – максимально выгодно для себя купить по минимальной к себестоимости наценке.

Для Смита в психологии социальных отношениях была очевидна несправедливость, и он ставил выше рынка – нравственность человека, как базис этики капитализма: основа капитализма = свободный рынок; основа нравственного поведения на рынке = договороспособность и репутация [22]. Однако получается, что человек экономический и его психология у А. Смита соотнесены с законами экономического поведения (иерархического с позиции предложения «имей» и холистического с позиции спроса «будь»). Так мотивы регулируют потребности, а потребности формируют мотивацию, поэтому потребности должны быть соотнесены и созвучны мотивам (иначе они будут не востребованы – т.е. в них нет нужды; значит, это по-needs = непотребности).

Для Томаса Мальтуса ситуация обязательного соответствия экономической деятельности социальным отношениям нравственного человека оценивалась принципиально по-другому. Если есть разные психологические типы социальных отношений, значит есть разные и потребности – высшие и низшие, а значит должны быть и разные этики в экономической деятельности. «Ножницы» Мальтуса сразу же отделяют друг от друга блоки ресурсов, производительность труда, нравственность распределения продукта и постоянно возрастающее население. При этом производство будет всегда отставать от рождаемости, а распределение продукта – всегда несправедливым, т.к. будет сокращать количество сытых, увеличивая число голодных (насколько ты можешь «иметь», настолько ты и можешь «быть») [10].

Таким образом в двух личностных психологиях производителя и потребителя создаются разные этические принципы, которые могут выглядеть вполне согласовано: чтобы «иметь» нужно быть, а, чтобы «быть» нужно иметь. Для кого-то работает этика выживания и удовлетворения низших потребностей и мотивация его – в расширении линейки потребления экстенсивна; для иных – высшие мотивации связаны с потребностью в интенсификации получения прибыли через прогресс производства, конкуренции и личностного роста (и ради этого они готовы потерпеть). Формула «имей <=> будь» одна, но системы ценностей разные.

Так складывается западная политэкономическая школа, в рамках которой начиная с Ж.О. де Ламетри («Человек-Машина») и заканчивая Г. Тардом («Экономическая психология») [23], создаются работы по определению типов экономического поведения, соответственно:

1.1 Менялы (капитал на разнице курсов валют) – максимальная субъектность, договор о цене обмена производится не просто только в своей группе, но и соблюдается полностью. Волевая составляющая явно превалирует над эмоциональной (высокая цена репутации и доверия);

1.2 Клиенты (действующие в интересах своей эталонной группы). Волевая составляющая вуалируется внешним нонконформизмом, связанным с потребностью в эмоциональном доминировании (высокая цена престижа и компетентности в своей группе).

2.1 Процентчики (капитал, основанный на процентах с долговых обязательств). Волевая составляющая уравнивает эмоциональную сферу (высокая цена власти над попавшими в ловушку должниками компенсируется особым демонстративно аскетическим образом жизни);

2.2 Откупщики (покупатели для ренты, субарендаторы) – субъектность, договорённости внутри своей целевой группы соблюдаются, плюс, имеется негласный статус типа «воровского кодекса чести». Волевая составляющая вытесняет эмоциональную (иерархия ценностей варьируется от 100% интересов патрона до 0% интереса должника, развита клиентела и субординация прав и обязанностей).

3.1 Оценщики (посредники для обоснования цены и ценности продукта) – максимально возможная абъектность, ведут себя как открытая система (вне-субъектные и вне-объектные элементы), предлагающий свои услуги в качестве необязательного товара. Но являясь латентным субъектом, занятым в сфере страхования, гарантий, дериваций и контроля за движениями активов и пассивов, формируют дополнительную ценность на потребительском рынке. Волевая составляющая компенсируется эмпатией к эмоциональной сфере целевой группы (через групповое давление на конформное поведение единицы);

3.2 Потребители (приобретатели продукции рынка в меру своей возможности) максимальная объектность, открыты манипуляции и пропаганде. Эмоциональная составляющая доминирует над волевой (конформизм) [17, с. 43-57].

Русская школа политэкономии исходила из привязки к античным «школам жизни» эпохи Эллинизма и к их ведущим понятиям: свобода выбора (телеология), дисциплина потребления (атарак-

сия) и самодостаточность (автаркия). Типология психотипов строилась в системе философии отношений «Я» ↔ «не-Я»:

I. Гедонизм (первая ступень понимания, кто «Я» и что мне нужно относительно себя от других?). Эпикур учил: природа человека – это его желания. Управляя желаниями делаешь человека счастливым (насыщая) или несчастным (обделяя). Гедонист – дефицитарен и требует от потребления максимального разнообразия. Таким образом телеология этого Номо Еconomicus: чтобы «иметь» нужно «быть».

II. Скептицизм (вторая ступень понимания, что «Я» делаю в коллективе и как организована моя деятельность?). Гегель в «Науке Логике» постулировал: противоречие – вот что на самом деле движет миром, и смешно говорить, что противоречиями невозможно мыслить (оперировать и делать вывод) [8]. Скептик – дефицитарен и находится в конфликте с реальностью. Телеология Номо Scepticus: да, чтобы «быть» нужно быть, однако потребление позволяет только «иметь», значит ограничивает «Я» дисциплиной потребления (и мы имеем массу примеров такого noblesse oblige в литературе: Онегин, Печорин, Базаров, Безухов т.д.).

III. Стоицизм (третья ступень и её вопросы – почему мы это делаем и в чём смысл нашей деятельности?); это особое понимание: только в системе долга и заботы о ближних своих (не обязательно людях) человек может «быть» и творить, преодолевая любые невзгоды ради достижения цели, т.к. природа – целостное существо, со всеми функциями живого, а быть частью её – уже радость и наслаждение. Стоик – холистичен и самодостаточен как часть целого. Таким образом телеология стоицизма – не обязательно «иметь», обязательно «быть», ибо только личная дисциплина превращает индивида в человека (так у В. Г. Белинского: «прагматический эгоизм», это когда «Мы», ограничивая потребление «Я», делаем его человеком) [4].

IV. Кинизм (четвёртая ступень – почему мне это необходимо и в чём будет польза для всех?). Антисфен учил, что в общественной жизни мудрец руководствуется не общепринятыми законами, а законами добродетели (она проявляется в поступках и не требует ни обилия слов, ни обилия знаний). Кинизм – это во многом осознание ценности своего конкретного действия «быть», поэтому = индивидуальность превалирует над общественным – т.к. только «Я» имеет ответственность за себя и своё бытие. Киник – холистичен, т.к. самодостаточен как отдельная самость и отделённая целостность (как у Л. Н. Толстого в романе «Вой-

на и мир» князь Андрей Болконский в споре с Пьером Безуховым приходит к выводу: «Я» – это то, что останется после меня; на этом в последствии будет построено мировоззрение «толстовцев» [18]).

При этом русская политэкономия оказалась триалектична, что выражалось в конфликте и с политическим конституционализмом, и юридическим либерализмом. Отсюда политическая непримиримость вопроса о «четвёртом лишнем» («Что делать?» и «Кто виноват?»). Гедонист может понимать киника и скептика, но будет всегда конфликтовать со стоиком в отношении «имей» или «будь», избирая «имей» (меркантилизм); скептик, понимая психологию стоической дисциплины ума и тела или стремления к наслаждению гедониста, не станет терпеть рядом с собой циничного «равнодушия» киника – или «будь» или «имей» (прагматизм). Стоик, принимая позицию киника и скептика, останется врагом гедонизма, в отношении «имей или будь», избирая «будь» (коллективизм). А киник (не раздражаясь аскезе стоика или сибаритству гедониста) не сможет ужиться со скептиком – в отношении «имей» нужна заботливость, в отношении «будь» нужна ответственность, поэтому «не имею» и «не буду» (обломовщина). Поэтому понятие автаркия – для русской экономической школы станет главной научной проблемой в рамках психологии хозяйствования и производства (от планов индустриализации начала XX в. до планов импортозамещения начала XXI в.).

Так или иначе, но в XX в. остаются две главные исследовательские позиции: чисто экономическая теория рынка (экономикс) и междисциплинарная теория хозяйства (политэкономия). Однако начинается всё с работы А. Хиршмана «Страсти и интересы», где говорится об особых добродетелях «духа торговли» и целесообразности, которые заменили собой иллюзорный престиж (духовенства) и расточительный героизм (аристократии). Что симптоматично.

Показательно, что рядом с этой работой можно поставить «Философию нищеты» П.Ж. Прудона о том, что частная собственность – есть кража частника у общества [19]. А рядом с Прудоном – К. Маркса с «Нищетой философии», где поднимается вопрос не о честности распределения собственности, а о справедливости товарно-денежных отношений: как может соотноситься «психология волка» к «психологии овец»? [12]. Можно вспомнить известную басню «Волк и ягнёнок» И.А. Крылова: «ты виноват уж тем, что хочется мне кушать». Но Маркс вслед за Л. Фейербахом утверждал: Человек – есть высшее существо для человека. В русле немецкой классической философии он отстаивал

принцип самоценности личности и вытекающие из него требования к обществу, которое должно обеспечить самореализацию личности через построение социалистического государства [13].

Мотив этики поднимает и М. Вебер («Протестантская этика и дух капитализма»), указывая на особую психологию протестантизма, собственно создавшего в Северной Европе капиталистический уклад [6]. В отличие от Маркса, Вебер показывает ценность самоактуализации личности как реализацию экономического рационализма, находящегося за пределами понятия равнодушия (ничего личного, просто бизнес) или понятия благотворительности (я даю тебе деньги, чтобы ты получил время – я даю тебе время, чтобы ты заработал деньги). Так происходит смещение ценностной значимости на незначительный предмет – приватизацию, сочетающую сектантский аскетизм с накопленным богатством (главный итог XIX в. был в том, что Приватизацию победило Абундацию) [14]. Собственно, М. Вебер первый кто указал на разрыв связи между религиозностью (этикой деятельности А. Смита) и предпринимательством (эстетикой конкуренции Т. Мальтуса).

В рамках психологии в это время развиваются две крупнейшие школы: Бихевиоризм (который будет эволюционировать от поведения человека к поведению масс) [16] и Теория Деятельности (от личности к субъекту деятельности) [15]. Сделаем обобщение – если в бихевиоризме, говоря о поведении человека, рассматривали его и целевые, и вне-целевые характеристики (например, манипулятивное или подражательное поведение с узким горизонтом прогнозирования), то в деятельностном подходе – чётко постулировалось, что деятельность всегда имеет субъектность в определении цели (не имеющие целеполагания действия включались в неосознаваемые психические процессы, например, автоматизмы).

Между этих двух позиций находился А. Маслоу накануне создания «пирамиды потребностей», самого известного в системе психологических, политических и экономических наук теоретического конструкта [11]. Сам Маслоу изначально сравнивал сферу индивидуальных и общественных потребностей у обезьян (используя методологию бихевиоризма) и подобную же – у индейцев племени «черноногих» (используя методологию близкую к теории деятельности – бихевиоризм там не работал). Вывод по группе обезьян был прост: без удовлетворения одних (нижних потребностей) невозможно прийти к удовлетворению других (высших), а значит, не удовлетворив биологических потребностей организма, человек не получает мотивации к удовлетворению социальных и тем

более духовных. Но, если обезьяна не дрессируется, а человек не социализируется, получается нужна работа с потребностно-мотивационной сферой объекта наблюдения. Однако вывод по работе с индейцами показал, что человек может и способен терпеливо переносить недостаток удовлетворения низших потребностей ради удовлетворения более высоких. В этом случае получилось, что мотивация управляла потребностями. И если в первом случае побеждала целесообразность гедонизма «иметь» чтобы «быть», то в случае с индейцами, результат получился стоическим – «Общество», ограничивая «Я», делает его человеком. Перед нами предстаёт два типа психологии экономического поведения: «дефицитарный» человек (гедонист, скептик, либерал, мальтузианец) и человек «холистический» (стоик, киник, социалист, марксист).

Психологический тип «дефицитарного человека» связан с мотивацией на гомеостаз через потребление и гетеростаз неадекватного ощущения какого-либо недостатка (дефицита). Пирамида дефицитарных потребностей строится по линии: сначала удовлетворение биологической нужды «Мне», затем иерархический рост и расширение престижности «Я» и на верхнем уровне – удовлетворение духовных потребностей «Моё» (I-Me-Mine = классическая «Пирамида потребностей»). Так самореализация в привлечении партнёров, капиталовложение в наследников, использование своих талантов ради ценности выделения главной цели, создаёт эффект «отложенной самоактуализации». А достижение этой цели означает конец миссии и ситуацию, в которой больше нечего хотеть (рухнет весь смысл жизни).

«Холистический» человек – благородный проstack или просвещённый аскет, его пирамида биологических потребностей строится ради «Любви/Чувства причастности», но не имеет потребности в престиже, доминировании и власти. Над этой усечённой пирамидой висит конус духовных потребностей с «недрёманным оком» Самоактуализации для себя (атараксия), в котором отражается высшая цель – Самореализация для других (автаркия). Но и здесь происходит смещение ценностной значимости на незначительный предмет. Потому что ни самоактуализация, ни самореализация не предполагают ни вознаграждения со стороны социума, ни благодарности со стороны человечества (ты всё делаешь сам и по своей воле, вне зависимости от отношения к этому со стороны социальных объектов) [16].

В рамках теории Деятельности А.Н. Леонтьев описывал эффект «переноса мотива на цель», который даёт возможность не только развития экс-

тенсивного удовлетворения и выполнения целевых показателей, но и позволяет интенсифицировать личностный рост [10]. Однако у Маслоу – с его внешней мотивацией, социализация заканчивается выделением индивида в самостоятельную и независимую единицу, а самоактуализация (вершина пирамиды) уже не предполагает дальнейшего роста (нет мотивации – нет потребности). Для теории Деятельности факт остановки развития не фатален, напротив, личность движется от одной к другой зоны ближайшего развития (ЗБР) с помощью потребностно-мотивационных механизмов, но преодолеть препятствие «Я» может получив дополнительную мотивацию, а затем индивид, будучи мотивированным, сможет выработать потребность к волевому действию на преодоление препятствия.

Выводы

Итак, экономическое поведение индивида зависит не столько от потребностно-мотивационной сферы, сколько от мотивационно-потребностной – т.е. вторичной к первому состоянию за счёт внешнего воздействия на личность через институты общественного давления на потребительские возможности. И если в случае потребностно-мотивационной необходимости человек вынужден адаптироваться, чтобы решать спектр проблем витального и экзистенциального характера, то вопросы мотивационно-потребностной необходимости оказались связаны с социализацией и личностным устремлением социально-коммуникативного характера. Когда эмоциональное беспокойство возникает ввиду явно преувеличенной ценности предмета (обладание или не-обладание которым никак не может критически сказаться на жизнеустойчивости организма или качестве рассудочной деятельности)? Это всего лишь имидж, который уравнивает человека, делая его таким же «не похожим ни на кого, как и все» остальные реципиенты общественного пространства. Действительно, как может острое желание обладать новым модным аксессуаром или записью (пластинка, кассета, компакт-диск, файл) популярного исполнителя влиять на витальные функции пищеварения, экзистенции мышления или на жизнедеятельность организма? Оказывается – может.

Потребностно-мотивационная сфера – это часть общей психологии любого человека, жизнь которого априори связана с эмоционально-волевыми процессами, то мотивационно-потребностная сфера – это область социализации и коммуникации личности, её социальной психологии, политической и экономической жизни, психологии игры, обучения и труда.

Таким образом, можно конкретизировать выводы:

1. Все рассмотренные нами поведенческие модели (*гедонизм, скептицизм, стоицизм, кинизм*) – есть своеобразная зона потребностных рефлексов в виде «вложенного результата» в личность как продукт воспитания, и в этом смысле правы сторонники концепций консервативных ценностей и научного коммунизма: условия личностного роста создают безусловное поведение (неосознаваемые автоматизмы), когда человека совершает приобретение не по необходимости выживания, а для воссоздания позитивных эмоций от чувства приобретения (не важно полезного или бесполезного продукта).

2. Одним из самых главных условий для воспитания личности являются культурные нормы, которые определяют не просто поведение какой-то группы людей в режиме «здесь и сейчас», имеют фактор «долгой трансляции» на много поколений, что делает поведение человека и управляемым (закладка ценностей), и предсказуемым (культурно нормированное поведение). Однако, кризис идентификации, когда культурная норма заменяется рекламой имиджевого поведения, приводит к кризису идентичности, когда самостоятельный человек, уникальный субъект деятельности, становится одним из сотен тысяч подражателей в рамках модного тренда. А это уже потеря субъектности и новое мышление дефицитарного потребителя с коротким эффектом удовольствия от приобретения новой ценности (которая тоже имеет тенденцию к быстрой девальвации).

3. Культура как инструмент идентичности и идентификации из-за системы растущего потребления деградирует к неким глобальным параметрам «свой» и «чужой», но уже не в рамках культурного канона той или другой группы, а в рамках психологии потребления и возрастного ценза.

4. Так социальная склонность к идентификации с кем-то приводит к поиску эталонной группы по принципу прикладной идеологии (*меняла, клиент,*

оценщик, откупщик, процентищик, потребитель). Человеку навязывается новая клиентела, как система служения очередному идолу моды, поп-звезде, маркам машин, телефонов, спортивных команд и т.д. и т.п. Складывается новая задача коммуникаций «Патронат» – «посредник» – «клиент». Поэтому деление на либералов, консерваторов или традиционалистов устарело и скорее вредит, чем помогает определить коллизии развития социума в современной сложной ситуации кризиса цивилизации, общества, личности.

5. Пребывание в таком кризисе человека атомизированного общества только обостряет затяжной стресс, который сам по себе генерирует социальные депривации, последствия которых так же становятся результатом переключения доминирования потребностно-мотивационной сферы, на диктат внешне навязанных ценностей мотивационно-потребностного плана, что в свою очередь влияет на принятие решения «не создавать, а только потреблять».

6. Понятие потребления имеет исторически неравноценное понимание в разных парадигмах мирового «образа будущего», равно как и возвращение понятий «автаркия», «богатство», «бедность», «собственность» и т.п. – очень неоднозначно трактуются в базовых социально-философских школах (*абундацио и привацио*).

7. Концептуальные модели (социально-психологические, религиозные, политические и экономические) способны объединить людей только на уровне низших систем индивидуальной психологии личности – любопытство, любовь и ненависть. Система потребления перевернула отношение потребностно-мотивационной сферы личности и мотивационно-потребностной сферы, что является отдельным и очень важным в современной ситуации глобального кризиса фактором, который отражается и в социально-психологических кризисах «Я» – «Мы» и в кризисах личности «Я» – «Значимый другой».

Список источников

1. United Nations (2017) Resolution adopted by the General Assembly on 6 July 2017, Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development [Электронный документ] Код доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Файл:A_RES_71_313_E.pdf (Дата обращения: 13.11.2023; Архивировано 28 ноября 2020). С. 4 – 25.
2. Technical report by the Bureau of the United Nations Statistical Commission (UNSC) on the process of the development of an indicator framework for the goals and targets of the post-2015 development agenda (Working draft). Sustainable Development Knowledge Platform. United Nations (19 марта 2015). [Электронный документ] Код доступа: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/6754Technical.pdf> (дата обращения: 20.10.2023; Архивировано 3 марта 2016). С. 6 – 8.

3. Klaus Schwab Demands \$3.5 Trillion Per Year In Taxes To 'Decarbonize' The Planet. [Электронный документ] Код доступа: <https://www.planet-today.com/2023/12/klaus-schwab-demands-35-trillion-per.html> (дата обращения: 25.11.2023). С. 1.
4. Белинский В.Г. Взгляд на русскую литературу. Москва: Современник, 1988. 651 с.
5. Берн Э. Иметь или быть? СПб.: АСТ, 2016. 320 с.
6. Вебер М. Избранное: протестантская этика и дух капитализма. М.: РОССПЭН, 2006. 648 с.
7. Виллонас В. Психология развития мотивации. СПб.: Речь, 2006. 457 с.
8. Гегель Г. В.Ф. Наука логики. М.: Мысль, 1998. 1067 с.
9. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1977. 304 с.
10. Мальтус Т. Р. Опыт закона о народонаселении. М.: Концептуал, 2024. LXIV, 251 с.
11. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб.: Питер, 2019. 400 с.
12. Маркс К. Нищета философии. Ответ на «Философию нищеты» г-на Прудона. М.: ЭКСМО, 180 с.
13. Маркс К., Энгельс Ф. Манифест коммунистической партии // Маркс и Энгельс. Сочинения. 2-е изд. Т. 4. М.: Государственное издательство политической литературы, 1955. С. 419 – 459.
14. Панорама экономической мысли конца XX столетия. СПб.: Экономическая школа, 2002. С. 41 – 42.
15. Петровский А.В. Личность. Деятельность. Коллектив. М.: Политиздат, 1982. 255 с.
16. Пожарский С.Д. Акмеология и катабология (теория совершенствования человека). СПб.: Лема, 2013. 265 с.
17. Позняков В.П. Экономическая психология как отрасль психологической науки // Проблемы экономической психологии. Т.1. М.: ИП РАН, 2004. С. 43 – 57.
18. Посыпанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. Монография. Калуга: Изд-во КГПУ им. К.Э. Циолковского, 2012. 296 с.
19. Прудон П.-Ж. Система экономических противоречий или Философия нищеты». М.: ОМКО, 2021. С. 230-252.
20. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание. СПб.: Питер, 2017. 287 с.
21. Симонов П.В. Теория отражения и психофизиология эмоций / АН СССР. Объед. науч. совет «Физиология человека и животных». Москва: Наука, 1970. 141 с.
22. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Ось-89, 1997. 255 с.
23. Тард Г. де. Социальная логика. СПб.: Соц.-психол. центр, 1996. 427 с.
24. Сталин И.В. Экономические проблемы социализма в СССР. Монография. М., Госполитиздат, 1952. 92 с.
25. Турчин А.С., Шабанов Л.В. Философско-психологические и педагогические основания гносеологии и семантики образовательной деятельности военного вуза. Монография. СПб.: Изд-во НУ «Центр стратегических исследований», 2023. С. 3 – 66.
26. Узнадзе Д. Н. Психологические исследования. М.: Наука, 1966. 450 с.
27. Шабанов Л.В. Государство – как философия и психология коллективного субъекта. Монография. СПб.: Изд-во Академии Следственного комитета РФ, 2021. 194 с.
28. Шабанов Л.В. Эстетика горизонта // Управление персоналом: реалии настоящего и возможности будущего: I Международная научно-практическая конференция г. Донецк (20 апреля 2022 г.). Донецк., 2022. С. 97 – 103.

References

1. United Nations (2017) Resolution adopted by the General Assembly on July 6, 2017, Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development [Electronic document] Access code: https://ru.wikipedia.org/wiki/File:A_RES_71_313_E.pdf (Access date: 11/13/2023; Archived November 28, 2020). pp. 4 – 25.
2. Technical report by the Bureau of the United Nations Statistical Commission (UNSC) on the process of the development of an indicator framework for the goals and targets of the post-2015 development agenda (Working draft). Sustainable Development Knowledge Platform. United Nations (March 19, 2015). [Electronic document] Access code: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/6754Technical.pdf> (date of access: 20.10.2023; Archived March 3, 2016). P. 6 – 8.
3. Klaus Schwab Demands \$3.5 Trillion Per Year In Taxes To 'Decarbonize' The Planet. [Electronic document] Access code: <https://www.planet-today.com/2023/12/klaus-schwab-demands-35-trillion-per.html> (date of access: 25.11.2023). P. 1.
4. Belinsky V.G. A look at Russian literature. Moscow: Sovremennik, 1988. 651 p.

5. Berne E. To Have or to Be? St. Petersburg: AST, 2016. 320 p.
6. Weber M. Selected Works: Protestant Ethics and the Spirit of Capitalism. Moscow: ROSSPEN, 2006. 648 p.
7. Vilyunas V. Psychology of Motivation Development. St. Petersburg: Rech, 2006. 457 p.
8. Hegel G.V.F. Science of Logic. Moscow: Mysl, 1998. 1067 p.
9. Leontiev A.N. Activity. Consciousness. Personality. Moscow: Politizdat, 1977. 304 p.
10. Malthus T.R. Experience of the Law of Population. Moscow: Conceptual, 2024. LXIV, 251 p.
11. Maslow A. Motivation and Personality. SPb.: Piter, 2019. 400 p.
12. Marx K. The Poverty of Philosophy. Reply to Mr. Proudhon's "Philosophy of Poverty". Moscow: EKSMO, 180 p.
13. Marx K., Engels F. The Manifesto of the Communist Party. Marx and Engels. Works. 2nd ed. Vol. 4. Moscow: State Publishing House of Political Literature, 1955. P. 419 – 459.
14. Panorama of Economic Thought at the End of the Twentieth Century. SPb.: Economic School, 2002. P. 41 - 42.
15. Petrovsky A.V. Personality. Activity. Collective. Moscow: Politizdat, 1982. 255 p.
16. Pozharsky S.D. Acmeology and catabolism (theory of human improvement). SPb.: Lema, 2013. 265 p.
17. Poznyakov V.P. Economic psychology as a branch of psychological science. Problems of economic psychology. Vol. 1. M.: IP RAS, 2004. P. 43 – 57.
18. Posypanova O.S. Economic psychology: psychological aspects of consumer behavior. Monograph. Kaluga: Publishing house of KSPU named after K.E. Tsiolkovsky, 2012. 296 p.
19. Proudhon P.-J. The system of economic contradictions or the Philosophy of poverty. Moscow: OMIKO, 2021. Pp. 230-252.
20. Rubinstein S.L. Being and consciousness. SPb.: Piter, 2017. 287 p.
21. Simonov P.V. Theory of reflection and psychophysiology of emotions. USSR Academy of Sciences. United scientific council "Physiology of man and animals". Moscow: Nauka, 1970. 141 p.
22. Smith A. Research on the nature and causes of wealth of nations. Moscow: Os-89, 1997. 255 p.
23. Tarde G. de. Social logic. St. Petersburg: Soc.-psychological center, 1996. 427 p.
24. Stalin I.V. Economic problems of socialism in the USSR. Monograph. Moscow, Gospolitizdat, 1952. 92 p.
25. Turchin A.S., Shabanov L. V. Philosophical, psychological and pedagogical foundations of epistemology and semantics of educational activities of a military university. Monograph. SPb.: Publishing house of the National University "Center for Strategic Studies", 2023. P. 3 – 66.
26. Uznadze D.N. Psychological studies. Moscow: Nauka, 1966. 450 p.
27. Shabanov L.V. The state – as a philosophy and psychology of a collective subject. Monograph. SPb: Publishing house of the Academy of the Investigative Committee of the Russian Federation, 2021. 194 p.
28. Shabanov L.V. Aesthetics of the horizon. Personnel management: realities of the present and possibilities of the future: I International scientific and practical conference, Donetsk (April 20, 2022). Donetsk., 2022. P. 97 – 103.

Информация об авторах

Шабанов Л.В., доктор философских наук, кандидат психологических наук, профессор, Научно-исследовательский центр, Военная ордена Жукова академия войск национальной гвардии Российской Федерации, lev.shabanov@mail.ru

Лычагина С.В., кандидат педагогических наук, доцент, Военная ордена Жукова академия войск национальной гвардии Российской Федерации, svetlanalychagina@list.ru

Суханов Д.Г., кандидат педагогических наук, доцент, Военная ордена Жукова академия войск национальной гвардии Российской Федерации, dim.suhanow2013@yandex.ru

© Шабанов Л.В., Лычагина С.В., Суханов Д.Г., 2025