

ОТРАЖЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ НАЦИЙ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ АНЕКДОТОВ)

У. О. Игуменова

Белорусский государственный университет, г. Минск;

igmnvu@gmail.com;

науч. рук. – О. Г. Черненко, ст. преподаватель

В статье рассмотрены понятия «экономическое мышление», «анекдот», «экономическая культура». Сделаны выводы об основных чертах экономического мышления русских и евреев.

Ключевые слова: анекдот; экономическое мышления; экономическая культура; евреи, русские.

Анекдот – это неотъемлемая часть фольклора каждого народа. Анекдоты, как и остальные жанры устного народного творчества, отражают национальные особенности народа и связанные с ними стереотипы. Среди жанров анекдотов выделяется группа экономических анекдотов. Так как от экономики страны напрямую зависит качество жизни населения, люди любят обсуждать эту тему, размышлять о проблемах в экономике своего государства, об экономическом поведении тех или иных слоев населения и высмеивать их. Экономические анекдоты отражают экономическое мышление населения того или иного государства. Так как национальный состав даже в пределах одной страны неоднороден, то каждый народ рассматривает экономическую ситуацию со своей точки зрения, обусловленной особенностями его менталитета.

Предмет исследования – отражение экономического мышления в устном народном творчестве. Объект исследования – анекдоты экономической тематики, отражающие особенности мышления русских и евреев. Цель исследования – анализ особенностей экономического мышления русских и евреев в том виде, в каком оно представлено в анекдотах.

Экономическое мышление – особый вид мышления, который связан с умением выстраивать стратегию реагирования на определенные экономические ситуации, а также осмысливать текущую экономическое положение. Согласно Третьяку Г. Е., Гуреминой Н. В., Цыпленковой М. В., Султановой А. А., Лаптёнок А. Н., «Экономическое мышление выступает в качестве одного из форм мышления, познания, духовного освоения окружающего человека мира, своего бытия, прогнозирования событий и действий, создание новых идей, поиска путей его реализации» [1].

Экономическое мышление обладает множеством характеристик, важнейшая из которых – его широта и узость. На наш взгляд именно эта ха-

рактика наиболее значительна, поскольку оказывает непосредственное влияние на материальный успех индивидов. П. Хейне определяет понятие «экономический образ мышления» как предпосылку и направленность мышления – стремление индивидов предпринимать те действия, которые способны принести наибольшую пользу [2]. Наличие экономического мышления означает наличие определенных знаний из сферы экономики (например, об особенностях взаимодействия экономических субъектов, распределения средств производства, получения материальных ресурсов и т.д.), однако, на наш взгляд, для того, чтобы обладать экономическим мышлением, вовсе необязательно получать экономическое образование, поскольку экономическое мышление формируется на основе повседневной жизнедеятельности человека.

Любая человеческая деятельность связана с мыслительными процессами. С целью установления контакта с другими индивидами человек выражает их в языковой форме. Человек сам по себе может быть рассмотрен как носитель языка, а значит, и носитель культуры. Поскольку его деятельность в значительной степени направляется экономическими мотивами, мы можем сделать вывод, что культура и экономика неразрывно связаны между собой. Даже если определенные действия в сфере культуры не являются экономическими, то они все равно будут испытывать влияние со стороны экономической сферы. Культура является продуктом экономической деятельности человека и той средой, материальной и нематериальной, в которой экономическая деятельность осуществляется. «Культура есть нечто общее для какого-либо коллектива – группы людей, живущих одновременно и связанных определенной социальной организацией. Культура есть форма общения между людьми» [3].

Экономическая культура одновременно является предпосылкой экономического мышления и рассматривается как совокупность экономических ценностей и норм. Безусловно, данная совокупность является регулятором экономического поведения и выполняет роль социальной памяти экономического развития, а именно: способствует трансляции, отбирает и обновляет ценности и потребности, функционирующие в сфере экономики и ориентирующие ее субъектов на те или иные формы экономической активности [4]. Ценности, связанные с экономикой – это принятые в обществе и у его отдельных групп устойчивые представления о том, какие экономические блага наиболее важны, а какие совсем не важны для них и их семей.

Выработка национального экономического мышления является достаточно длительным процессом. Поскольку исторические пути, приведшие к образованию современных наций, существенно различались,

то различаются и психика и культура представителей отдельных наций. Например, китайцы относятся к любым бизнес-сделкам с повышенной настороженностью и осторожностью, они редко готовы рисковать. О. Северюхин отмечает: «Найти достойного партнера в Китае необычайно трудно, несмотря на многочисленность населения и высокую плотность различных коммерческих структур в городах. Любое предложение, исходящее от европейца, заранее воспринимается китайцем как «сюрприз с подвохом» [5]. Согласно П. В. Савченко, нации американского континента, образованные из потомков рабов, вывезенных из Африки, и европейских эмигрантов, характеризуются гибкостью, предприимчивостью, высоким уровнем индивидуализма, а объединяет их приоритет материальных ценностей [6].

Национальные отличия в экономическом мышлении отражаются в художественной культуре. Ярким примером отражения черт национального характера являются анекдоты, ведь в них он представлен, как правило, в утрированном виде. Очень часто в таких случаях речь заходит о чертах, превратившихся в стереотипы: помешанные на порядке немцы, легкомысленные французы, безэмоциональные глуповатые русские, хитрые и жадные или образованные евреи и т.д.

Приведенный анализ русских (российских) анекдотов на экономическую тематику (по темам отношение к труду, деньгам, индивидуальному предпринимательству/коллективной деятельности, риску, определенным профессиям, трудоустройству) позволил выделить экономическое мышление русских, обладающее следующими чертами: трактовка ленивости как нормы жизни русского человека, безответственное отношение к работе, отсутствие мотивации к работе, пессимизм в отношении успеха в профессиональной деятельности и в отношении заработка средств на жизнь, несерьезное отношение к трудоустройству, тревожность и боязливое отношение к конкурентам.

Экономическое мышление евреев в анекдотах о них обладает следующими чертами: предпочтение интеллектуального труда, избегание необходимости трудиться физически, предприимчивость, гибкость в адаптации во враждебно настроенной среде, установка на борьбу с антисемитским окружением, оптимистичное отношение к собственным предприятиям и находчивость, бережливость и привычка к экономии средств.

Высокая литература передает субъективное представление автора, несмотря на то, что основана на глубоких наблюдениях. В свою очередь анекдот, передаваемый из уст в уста, является всеобщим носителем бессознательного народа и более правдивого «мы». Международные анекдоты, которые полностью базируются на стереотипных представлениях

о том или ином народе или о его менталитете, не только просто отражают некие наиболее существенные и типичные черты народа, но и формируют их, воздействуя на того, кто слушает анекдот.

Библиографические ссылки

1. *Третьяк, Г. Е., Гуремина, Н. В., Цыпленкова, М. В., Султанова, А. А., Лаптёнок, А. Н.* – М. : Академия Естествознания, 2014
2. *Хейне, П.* Экономический образ мышления. – М. : Каталаксия, 1997
3. *Лотман, Ю. М.* Беседы о русской культуре: быт и традиции русского дворянства. – СПб.: Искусство-СПб, 1994
4. *Заславская, Т.Н., Рывкина, Р.В.* Социология экономической жизни. – Новосибирск, 1991
5. *Северюхин, О.* Организация бизнес-контактов с зарубежными партнерами
6. *Савченко, П.В.* Национальная экономика. – М.: Экономистъ, 2005.