Стереотипы

ОБЩЕСТВО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ЦЕННОСТИ

Несмотря на все изменения, произошедшие в последние годы в российском обществе, предпринимательские ценности, равно как и сама фигура предпринимателя еще не стали для него безусловно принимаемыми и положительно оцениваемыми (как, впрочем, если говорить всерьез, не были таковыми в России никогда). Конечно, легитимизация бизнеса в культуре и сознании общества будет происходить неизбежно по мере его самоизменения. Однако, этому будет противостоять огромная инерция российской культурной традиции, а если к этой инерции прибавится спланированная политика противостоящих бизнесу сил, то исход трудно предсказуем. Поэтому продуманная и систематически реализуемая программа внедрения в сознание общества ценностей предпринимательства - фактор, значение которого в стратегическом плане вряд ли можно переоценить.

Идеология экономического либерализма - органическая часть культуры как целого. Предпринимательство может нормально существовать только в соответствующей культурной среде. Иными словами, разговор надо вести не о пропаганде некоторого рода деятельности, а об изменении жизненной философии и мировосприятия всего общества. Предпринимательство и все, связанное с ним, должно из сомнительного или даже постыдного стать сначала приемлемым, а затем и достойным, высоко ценимым в культуре. Становление бизнеса неизбежно потребует утверждения права частной собственности как высшей социальной и нравственной ценности.

Идеология неотъемлемых прав человека рассматривает право частной собственности наряду с правом свободы выбора религиозных и политических убеждений как ядро прав и свобод человека. Идеологемма "Частная собственность порождает цивилизацию" - это такая картина мира и истории человечества, в которой цивилизация вырастает в результате утверждения частной собственности и экономической свободы, рыночных отношений, то есть в определенном смысле "из рынка". Цивилизации, основанной на священном праве частной собственности, при этом противостоят рабство и варварство. Варвар, отрицающий частную собственность (а значит и цивилизацию), несет с собой хаос и одичание. Рабство выступает в лице восточных империй и деспотий, базирующихся на отрицании частной собственности и порабощении всех и каждого государством.

Утверждение права частной собственности позволяет цивилизации побеждать в исторической борьбе. Отказ от этого права обрекает общество на нищету и маргинальность.

Эти идеологические конструкции должны многократно варьироваться и дублироваться. Это большая работа, требующая специальных усилий, привлечения талантливых и респектабельных ученых, идеологов, публицистов.

Становление в России предпринимательства с необходимостью потребует формирования правосознания общества и утверждения права как непреложного и всеобщего регулятора общественных отношений. Между тем, в стране нет ни уважения к Праву, ни должного его знания. Традиционной российской культуре присущ так называемый морализм, противостоящий юридизму, хорошо выраженный в знаменитой сентенции: "Суди меня не по закону, а по совести".

Внедрение права в жизнь общества, формирование правосознания, всеобщее правовое обучение, наделение права статусом высшей нравственной ценности, противопоставление права беспределу и варварству - без направленной на это работы бизнес в России не будет иметь никаких исторических перспектив.

В обществе необходимо утвердить положительный идеал социальной ответственности, предполагающий напряженный труд на себя и своих близких, строгую деловую этику, инициативу, предприимчивость, а также ценность индивидуального бытия. Все это составляет ядро "западной" культуры и прекрасно в ней разработано, в нашей же отсутствует напрочь.

Культурная политика, ориентированная на легитимизацию в общественном сознании бизнеса и предпринимательства, должна формироваться с учетом специфики различных возрастных, этнических, социально-профессиональных и других групп. Каждая из таких групп требует выработки специальной, адресованной к ней стратегии, учитывающей ее особенности, значение в обществе и перспективы.

Старшая возрастная группа (после 55 лет)

С точки зрения восприятия ценностей свободного предпринимательства и воздействия на общую ситуацию в обществе эта группа в целом абсолютно бесперспективна. Но и значение этой группы в формировании настроений активной части общества сейчас минимально. Ее представители в основном закончили трудовую деятельность. Люди эти в массе своей дезориентированы, растеряны. По отношению к этой группе речь может идти лишь о примирении с реальностью. Благотворительность бизнеса, дешевые столовые, раздача рождественских подарков поможет старикам смириться с новыми реалиями. Значимый с точки зрения интересов бизнеса результат такой работы скорее нужно ожидать в следующем за ними поколении. Помощь немощным должна стать аргументом, влияющим на жизненный выбор среднего поколения, которое несет на себе реальный груз помощи старикам и, в отличие от молодежи, само думает о старости, а потому более чувствительно к такой помощи.

Среднее поколение (30-55 лет)

Это основная деятельная часть общества, костяк экономики. По приблизительным оценкам, до 50 млн. чел. в этой группе придерживаются традиционалистских (для нашей страны) ориентацией. Нужно задействовать все традиционные ценности и стереотипы сознания для легитимации бизнеса, сделать принятие новых реалий психологически комфортным, безболезненным для традиционалиста. Основное направление этой работы - соединить образ предпринимателя (либеральной экономики) с безусловными ценностями традиционного сознания - честностью, патриотизмом, добротой, справедливостью, идеалом всеобщего достатка и т.д.

Молодежь (после окончания школы и до 30 лет)

Эта группа культурно и психологически наиболее готова к восприятию нового образа жизни и его ценностей и, в конечном счете, наиболее значима для судеб предпринимательства в России. Масса признаков говорит о том, что молодежь готова сделать жизненный выбор в пользу предпринимательства, что этот выбор индивидуализирован и делается в пользу свободы от государства.

В этом убеждает многое: и ничтожный процент молодежи в рядах движений, противостоящих новому, и крайне слабая ее политизированность, граничащая с сознательной аполитичностью, ориентация на личные проблемы, прагматизм. Молодежи чужды вечные интеллигентские страдания о судьбе России.

В последние десятилетия советской эпохи получило сильный размах явление, известное как "неформалы образа жизни" - хиппи, панки и др. группы, сознательно избирающие асоциальную позицию, маргинализацию. Сегодня эти движения явно сходят на нет. Асоциальность порождалась отсутствием социальных перспектив. С новыми реалиями молодежь качнулась от хиптусовок и кришнаистских радений к ларькам договорной торговли, в коммерческие структуры, на Арбат. Важно и то обстоятельство, что большинство лидеров молодежной среды, а также ее кумиры и идолы - представители рок культуры, ведущие "Взгляда" - давно и прочно вошли в бизнес.

Молодежь во все времена самоидентифицируется, отталкиваясь от предшествующего поколения. Сейчас это тем более легко, поскольку она лишена корежащего опыта "совковой" жизни. Остается предложить ей новые образцы, нормы и ценности.

Для молодежи необходимы два типа образцов:

Образец-сверстник ("я сегодня") - это тот идеал, на который он ориентируется сегодня. Это должен быть рок-певец, молодой предприниматель или выпускник МГУ, работающий по контракту в Бельгии, а не мальчик из солнцевской группировки или валютная проститутка.

Образец-старший ("я завтра") - тот, кем он мечтал бы стать лет через десять (дальше сознание молодого человека не заглядывает). Сегодня есть уникальная возможность вылепить галерею таких образов из молодых лидеров бизнеса, а также политиков и деятелей культуры, представляющих близкие бизнесу ценности.

Следует помнить о том, что молодежи чужды многие проблемы старших поколений. Так, чрезмерная политизация или любая внутренняя полемика, связанная с изживанием большевизма и социалистического прошлого, ее просто раздражает. Это не актуально. Гораздо актуальнее проблема соотношения с асоциальной ориентацией (хиппи, панки), которая должна восприниматься как не престижная; или с антисоциальной, паразитической (преступные структуры) - как аморальная.

Дети (дошкольного и школьного возраста).

Дети - огромная группа общества, решающая в стратегическом плане. По нашему убеждению, роль детей и потенциальные возможности в работе с ними совсем не осознаны. Сейчас они отданы на откуп стихийным процессам и разлагающейся советской школе, в то время как на работе с детьми должно быть сконцентрировано особое внимание.

Дело в том, что дети осознали себя уже "после коммунизма", и все, что памятно и актуально для нас, - для них история. Они оказались в обществе, переживающем глубокий вакуум позитивных моделей, мифов, архетипов, определяющих собой базовое отношение к миру. И сейчас дети черпают эти необходимые каждому человеку вещи из американских мультфильмов, видео и роккультуры.

Культурологи и социальные психологи отмечают, что базовые ценности общества формируются в сказках, детских стихах, историях для детей. Здесь в свернутом виде присутствует все то, что позднее разворачивается в сознание взрослого человека: мифы, нормы и ценности, жизненные ориентиры. Со всем этим в нашей стране полная катастрофа. Все то, что есть - глубоко вчерашнее и противостоит ценностям либерализма (уникальные исключения, такие, как "Стрекоза и муравей", теряются в общем потоке), а если же соответствует, то переводное. Русская народная сказка несет идею догосударственной, крестьянской утопии, асоциальна и антипрагматична. Не лучше и авторская литература для детей. Американские психологи, услышав переводы детских стихов советских поэтов типа "Зайку бросила хозяйка", "Идет бычок качается, вздыхает на ходу", заявили: теперь мы понимаем, почему у вас такие проблемы.

Сегодня стоит неотложная задача создать целый пласт отечественной литературы для детей, ориентированной на модели, сложившиеся в западной цивилизации. Это тем более необходимо, что сами дети уже отбросили предлагаемое им традиционное чтение. В 70-е годы в нашей культуре наблюдался знаменательный процесс - переводные Карлсоны, Мумми-Тролли, Мэри Поппинс и др. "заграничные" персонажи напрочь вытеснили отечественных Иванушек-дурачков. На самом деле произошло следующее - сменился базовый идеал культуры, формируемый и закрепляемый на уровне детских сказок.

Необходима огромная работа еще в одном направлении - создание массива популярной литературы для детей и подростков, вводящей их в мир либеральной экономики, раскрывающей историю человечества как историю становления и развития рынка. Книги, сплавляющие воедино образы рынка и цивилизации и противопоставляющие этому образы хаоса, варварства, всеобщей нищеты и большевизма. Такой литературы, адресованной не только к нашим детям, но и к молодежи, нет. Нужны конкурсы, престижные премии авторам, ученые звания для них, последовательная издательская политика.

Сегодня дети ищут пищу для души в видеопотоке. Между тем, масскультура видео содержит не только позитивные, но и негативные тенденции. Боевики, каратэ, гангстерские фильмы несут в себе агрессивный стержень культа силы. В этой связи можно пожалеть о том, что в 60-е годы иссякла великая традиция американского вестерна. Вестерн нес миру миф о личности, т.е. об отдельном человеке, который восставал против конкретного социального зла (банды), покусившегося на его собственность и достоинство. "Настоящий мужчина" из вестерна не ждал помощи от государства, а взяв в руки кольт, отстаивал свое имущество, своих близких, свою землю. И, конечно же, побеждал. Вестерн - один из величайших мифов 20 века, воплотивший ценности индивидуализма и либерализма. Вестерны надо было бы крутить по утрам каждое воскресенье на TV и распространять в видеопрокате.

Детей, и не только детей, надо завалить настольными, компьютерными бизнес-играми. В программу средней школы следует ввести мощный курс правовых знаний. Надо раскручивать школы менеджеров для школьников, различные региональные и общенациональные конкурсы, учреждать премии и т.д. - т.е. создавать многомерное культурное и мотивационное пространство, в котором будет формироваться молодое поколение.

Психологическая готовность к предпринимательству зависит не только от возраста. Вообще говоря, эта готовность пропорциональна мере распада традиционного сознания. В целом, города и южные районы России более готовы к новым реалиям, в сельской местности и в северных регионах готовность к предпринимательству в целом меньше. Самый тяжелый в этом отношении регион - Нечерноземье (за исключением крупных городов).

Отношение к либеральной экономике зависит также и от профессиональной принадлежности.

Техническая интеллигенция.

Здесь психологическая ситуация достаточно сложная. Внутри этой группы идет расслоение, которое сегодня особенно зависит от социальных перспектив конкретного человека, его близкого окружения в новой экономической реальности. В целом техническая интеллигенция демонстрирует существенно большую готовность к жизни по-новому, чем это казалось еще вчера.

Гуманитарная интеллигенция.

Здесь положение еще более напряженное. Это связано с тем, что российская гуманитарная интеллигенция традиционно является носителем антибуржуазных "интеллигентских" рефлексов, идеалов общинности и соборности, православных по своей природе, а также с тем, что социальное положение у значительной ее части сегодня самое низкое, а перспективы минимальные. Однако, сейчас наблюдается размежевание 30-летних интеллектуалов, публицистов, литераторов с шестидесятниками. Это явление может означать трудно переоценимый в своих последствиях процесс - слом антибуржуазной традиции российской интеллигенции и победу в молодом поколении индивидуалистического сознания и либеральной ориентации.

Рабочие. В этой группе идет процесс расслоения, во многом аналогичный тому, что происходит в среде технической интеллигенции (сегодня приблизительно в отношении 50/50). Особенно легко новые реалии принимают рабочие, которые по характеру своих производств связаны с "живыми" деньгами (например, в строительстве).

Сельские жители.

Традиционно консервативнее горожан. Однако и здесь степень включённости в рынок определяет психологическую готовность к предпринимательству. Так, на юге России она заметно выше, чем в социально деградировавшем и морально надломленном Нечерноземье.

Управленцы "(аппаратчики)".

Эта категория общества глубоко неоднородна. Часть ее, давно связанная с теневой экономикой, прекрасно вписывается в новые реалии. Часть сможет вписаться, используя накопленные личные связи и опыт. С другой стороны, значительная паразитарная часть аппарата по своим личным данным, образованию, подготовке обречена на маргинализацию. Эта часть неизбежно враждебна новым реалиям. Если же рассмотреть "аппарат" обобщенно, то можно заметить, что люди в возрасте до 45 в целом хорошо встраиваются в рыночную структуру.

Военнослужащие (офицеры) - огромная взрывоопасная масса, проникнутая государственной идеологией, т.е. ориентированная на принятие того курса (а значит и его ценностей), который проводится от лица Власти. Если бы не радикальное сокращение армии, никаких особых проблем с военными не было бы. Однако сейчас, в состоянии экономического краха, государство явно выбросит за борт значительную часть военнослужащих, и вокруг них уже сегодня группируются все силы, воплощающие идеологию социалистического выбора. Бизнес же до сих пор не сказал здесь своего слова. Необходимо выработать специальную политику бизнеса по отношению к военнослужащим. Она может обрести форму программ. Например, программа трудоустройства отставных офицеров в деловых структурах. Для этого проводится общероссийский конкурс. Далее, скажем, в Подмосковье на участках в 10-15 соток строится 100-200 типовых домов и победители конкурса подписывают контракт на 20 лет работы, в течение которых они выкупают стоимость строений.

Политический и социокультурный эффект такой программы многократно превысит вложенные ресурсы и оправдает все усилия. Конкурс нужно широко освещать. К участию в нем допускать офицеров в чине не старше полковника.

Казаки - значительная группа общества, сосредоточенная на Юге России и окраинных территориях. Сегодня казачество оказалось полем борьбы разных сил - правые, партократы, фундаменталистские круги РПЦ пытаются получить его поддержку, задав ему имперские и традиционалистские ориентиры, противопоставив национальностям России, городам, педалируя принципы общественного землепользования и т.д. С другой стороны, казачество несет в себе определенный демократический потенциал и высокую хозяйственную активность, охотно сотрудничает с бизнесом.

Патриархальная установка, культ старших, принципы общественного землепользования и хозяйствования - это все моменты, противостоящие либеральной экономике. В то же время, казачество всегда было включено в рыночное хозяйство, живет на прекрасной земле и умеет работать, знает толк в сытой жизни. Представляется целесообразным разрабатывать программы сотрудничества, ориентирующие казачество на кооперативные и индивидуальные формы экономической активности. При всех обстоятельствах, нельзя оставить казачество на откуп правым.

Наиболее сложна проблема взаимоотношений бизнеса и Русской православной церкви. Суть ее состоит в том, что РПЦ и культурная традиция, которую она олицетворяет, по своей природе онтологически противостоят ценностям предпринимательства, и всякая попытка связать распространение идеологии бизнеса с РПЦ -дело совершенно безнадежное.

Активная коммерческая деятельность некоторых структур РПЦ (например, общества "Радонеж") свидетельствует лишь о внешней адаптации, не затрагивающей культурного ядра. Конфликт фундаменталистского православия с бизнесом и миром, из него рождающимся, неизбежен, поскольку православная соборность не приемлет главного субъекта предпринимательской деятельности - автономную, независимую и самодостаточную личность.

Возвращение к религиозному сознанию поддерживается как большей частью общества, так и подавляющим большинством политических деятелей России. Сейчас Русская православная церковь по сравнению с другими конфессиями, естественно, имеет самые сильные позиции и безусловную поддержку в правительственных кругах, армии, деловом мире, в среде интеллигенции. Вместе с тем, паралельно с ожидаемым ростом влияния РПЦ происходит интенсивное распространение влияния различных протестанских церквей - адвентистской, баптистской, лютеранской. Протестанские конфессии обнаруживают динамическое развитие, способность к сочетанию религиозной пропаганды с современным стилем, легко охватывают молодежную аудиторию, особенно студенческую и в крупных городах. Есть основание полагать, что в атеистических семьях, не имеющих глубоких православных традиций, а также в среде, ориентированной на западные ценности, протестанская пропаганда будет иметь значительный успех. Можно ожидать, что в ближайшие годы возникнет противостояние РПЦ и протестанских церквей (а также католичества). Не исключено, что и в самой РПЦ выплеснется наружу ныне сдерживаемый конфликт между модернистским, неоправославным и фундаменталистским крылом.

Бизнесу как носителю либеральных ценностей свободного общества не только не следует участвовать самому, но и по возможности стараться блокировать участие государства в межконфессиональных спорах. В отношениях с церковью необходим сбалансированный подход, предполагающий, в частности, выделение пожертвований на нужды всех конфессий.

Светская культура, утверждая ценности индивидуального бытия, противостоящая аскетизму и внеположенным для отдельной личности целям (типа счастья будущих поколений) - прямо коррелирует с либеральной идеологией и ценностями предпринимательства. По мере секуляризации общества значение светской культуры будет возрастать (примерно, для 40% общества религия сохранится в качестве важнейшего культурного ориентира).

Рассматривая секуляризацию как неизбежный и положительный в целом процесс, следует помнить также и об опасности "либерализации нравов", связанной с разворачиванием "ярмарки тщеславия", акцентом на гедонизме, чувственных удовольствиях при недостаточном внимании к "этике труда". На этом пути формируется люмпен. Речь идет о "маргинальной субкультуре" со свойственным ей приоритетом потребления, отвращением к труду, культом уголовного и политического насилия. Такая "третьемирская" перспектива культурной эволюции - реальная опасность, стоящая перед нашим обществом (особенно перед молодежью и особенно в случае обострения проблем, связанных с началом трудовой деятельности). Реклама престижных потребительских товаров, конкурсы красоты и т.п. должны накладываться на утверждение ценностей упорного труда, самоограничения, жертвы сегодня во имя того, чтобы пожать втрое и вчетверо завтра. Весь этот блок, связанный с ценностями труда ради себя и своих близких, совершенно неведом нашему сознанию.

В силу коллективистского духа русской традиционной культуры сознание широких масс проникнуто сильнейшим конформизмом. Массовый субъект остро чувствителен к различению доминирующей и маргинальной точек зрения. С того момента, как идеология предпринимательства становится государственной, т.е. разделяется Властью, изменяется на доосознанном уровне отношение к ней самых широких масс. Теперь маргиналом, отщепенцем становится защитник социалистического выбора или антибуржуазной самобытности.

Следует стократно использовать эту особенность массового сознания. Идеология предпринимательства должна быть продублирована на всех возможных уровнях и в самой различной семантике от лубка и плаката до утонченно-философской с привлечением Лютера, Хайдеггера и Хайека.

Вместе с тем, использование авторитета Власти (государства) для укоренения бизнеса в современном российском обществе (по типу "бизнес - это большое государственное дело") представляется малопродуктивным - в силу десакрализации Власти в последние годы, и, более того, нецелесообразным и даже опасным, поскольку при этом предпринимательству отводится заведомо служебная, подчиненная роль. В культурном отношении такая стратегия легитимизирует скорее государственное, а не частное, предпринимательство и откроет дорогу слабой, зависимой буржуазии "третьемирского" типа.

В известном смысле и либеральная, и тоталитарная пропаганда используют, хотя и по-разному, одни и те же психологические механизмы. Если тоталитарная пропаганда, рассчитанная на гомогенизацию и унификацию общества, состоит в многократном заклинательном повторении одних и тех же примитивных формулировок-лозунгов, то пропаганда в свободном обществе представляет собой многообразное варьирование в самой различной семантике различающихся и даже как бы противостоящих внешне позиций, за которыми стоит одна и та же сущность. При этом четко осознается и отслеживается, что должно оставаться сферой свободного выбора индивида, а где выбора нет и не может быть. Например, идеологическое пространство формируется таким образом, что индивид может в соответствии со своими склонностями выбирать между тем, чтобы покупать удобные и престижные вещи или ограничивать себя, сколачивая капитал и формируя основу будущего процветания. Однако, работать, как вол, для того, чтобы делать деньги для реализации и первого, и второго, он должен в любом случае, здесь выбора нет.

Если к пропаганде тоталитарной сознание нашего общества давно адаптировалось и не воспринимает ее, то с пропагандой либерального типа оно не знакомо. Тем эффективнее будет ее воздействие.

Одна из фундаментальных особенностей любой культуры состоит в следующем: мера разработки и детализации той или иной сферы однозначно задается мерой значимости последней в культуре. Чем подробнее разворачивается нечто, чем больше об этом пишут и говорят, чем чаще каждый человек встречается с данной темой, тем более высокой значимостью наделяет ее сознание.

Ценности бизнеса утвердятся как нечто самоочевидное и непреложное, если каждый человек будет пребывать в поле обсуждения либеральной экономики, ее механизмов и проблем (которое должно одинаково формироваться и аналитическими обзорами, и романами, и детективами).

Идеология, противостоящая бизнесу, должна быть обозначена в два-три штриха броскими лозунгами и карикатурными образами. Пройдет совсем немного времени, и вся эта сфера будет восприниматься как не заслуживающая сколько-нибудь серьезного внимания. Во взрослой аудитории сейчас почти все могут ответить на вопросы "когда возникла партия нового типа? какова ленинская формулировка членства в РСДРП?", и практически никто - на вопросы "чем отличается бартер от клиринга? что такое тройская унция? чему она равняется? как соотносятся цены на золото и серебро и сколько сегодня стоит унция золота?" Эту культурную ситуацию необходимо перевернуть.

В теории модернизации давно сформулировано положение о тактике внедрения нового в традиционное сознание. Она состоит в том, что нововведения надо обязательно "насаживать" на какие то, действительные или мнимые, элементы культурной традиции. В нашем случае идеологию предпринимательства следует сращивать в массовом сознании с традицией дореволюционного предпринимательства, представляя бизнес исконным делом русского человека, прерванным злокозненными большевиками. В серии ЖЗЛ, пользующейся массовой популярностью, можно начать многотомное издание жизнеописаний выдающихся российских предпринимателей. Выстраивая их образы, можно будет сформировать идеальный образ предпринимателя со всеми его добродетелями: преданностью делу, честностью, самоограничением, купеческой этикой и т.д. Особенно стоит обращать внимание на такие моменты, как благотворительность и патриотизм. Это позволит сформировать связь ценностей предпринимательства с глубоко закрепленными в массовом сознании ценностями "национальной идеи", "государственности", "российской славы".

Необходимы многообразные работы, освещающие место предпринимательства в мировой истории (в рамках упоминавшейся идеологеммы "Частная собственность порождает цивилизацию"), задача которых - установить устойчивую связь - поначалу ассоциативную, а затем и смысловую - "предпринимательства" с идеями "развития", "прогресса" и благосостояния.

В ближайшее время представляется продуктивным использовать идеологемму "Возвращение в Европейский дом". В этой схеме советская эпоха трактуется как насильственный отрыв России от процесса уверенного вхождения ее в культурное и экономическое пространство Европы. Теперь, с крахом большевизма, прерванный процесс можно продолжить.

Необходимо последовательно и целенаправлено внедрять имидж и ценности устойчивой, удобной и комфортной буржуазной жизни, подчеркивая фундаментальное отличие создаваемого на века и базирующегося на честном труде буржуазного быта от воровской "малины" или скоротечной мафиозной роскоши, в основе которых лежит награбленное.

В культуру следует внедрять образ "налогоплательщика" гражданина, который трудится, платит налоги, своим трудом содержит государство и имеет право требовать от властей отчета в расходовании средств. Это настоящий, полноценный гражданин, обладающий и правами, и обязанностями по отношению к обществу и государству. Ему противостоит люмпен, злостный безработный, уклоняющиеся от общественной деятельности и социальной ответственности.

Нужно создать ряд "звезд", конкретизирующих и персонифицирующих ценности предпринимательства. Ряд этот должен охватывать все крупные возрастные, половые и социальные категории - "молодой парень", "зрелый мужчина", "деловая женщина", "отставник-бизнесмен" и т. д. Сама жизнь требует создать такой набор образов-образцов, и он уже складывается стихийно, надо лишь отточить его, передав в разработку специалистам по имиджу.

Наконец, надо выстроить и галерею образов отрицательной идентификации - антиподов, антиобразцов - люмпен, преступник, террорист, наркоман и т.д.

Работа по легитимизации бизнеса в российской культуре и общественном сознании не может быть успешной без добротного научного, теоретического обеспечения. Необходимо организовать и финансировать культурологические и социально-психологические исследования. (Один пример: в области экономической антропологии, которая занимается исследованием традиций экономического поведения и детерминацией экономики традиционной культурой общества, в нашей стране работает буквально два-три исследователя. Работа эта не имеет заказчиков, делается в стол). В равной степени необходима обратная связь, т.е. грамотный мониторинг общественных настроений, отношения к бизнесу, который позволил бы оценивать и корректировать культурную работу.

СОВРЕМЕННЫЙ МУЖЧИНА.

**Н**а фоне социальных и политических потрясений последнего времени мало кто обращает внимание на менее заметные изменения. Тем не менее они оказывают глубокое и долговременное влияние на весь строй нашей жизни, поскольку затрагивают унаследованные из прошлого представления о норме и отклонении от нормы, о долге и свободе, о социальных ролях, которые должен играть человек. К явлениям такого рода принадлежит и происходящее на наших глазах изменение мужской роли в обществе.

Для успешного функционирования в обществе мужчине, по определению французских социологов Д.Берто и К. Делкруа, требуется "двойное подкрепление": *профессиональная занятость и семья*. Однако к концу ХХ века самоутверждение мужчины и в семейной, и в профессиональной сферах делается все более сложным.

Обретение и сохранение мужчиной статуса мужа и отца стало серьезной социальной проблемой из-за роста разводов и увеличения количества детей, рожденных вне брака. О масштабах этого процесса говорят следующие цифры: в "благополучных" странах, входящих в Европейское сообщество, показатель числа разводов на 1000 населения увеличился более чем в три раза между 1960 и 1992. В течение последних пяти лет процесс несколько замедлился, но это объясняется не столько тенденцией укрепления семьи, сколько снижением численности браков. В странах Европейского сообщества число детей, рожденных вне брака, выросло с 8,8% процента в 1980 году до 20% в 1992 году. Число семей с одним родителем (как правило, - матерью) составляло в начале 1990-ых годов около 11,2% всех семей.

Одновременно с угрозой потери супружеской и отцовской ролей, подвергается эрозии и профессиональная роль мужчины. Прежде всего, это связано с растущей угрозой безработицы, с увеличением ее масштабов. Потеря работы или ее смена, требующая снижения амбиций, становятся непременной частью жизненного опыта все большего числа мужчин. Кроме того, в профессиональной сфере обостряется конкуренция между мужчинами и женщинами. Профессиональная конкуренция "проникла" и в семью. В начале 1970-х годов западные социологи попытались исследовать и описать семью двух работающих супругов и семью "с двумя карьерами" как принципиально новые типы, рождающие новые отношения в сфере семейной власти и новые типы конфликтов. Изменения, неминуемо происходящие в этих семьях, затрагивают обе супружеские и родительские роли.

Все более многочисленные западные исследования описывают изменение мужской роли в обществе через термин "кризис маскулинности". Он выражается, прежде всего, в том, что так называемые традиционные нормы мужского поведения, формирующие стереотип мужественности, усваиваемый мальчиками и юношами в ходе социализации, все в меньшей степени обеспечивает успешность или даже простую адаптацию взрослого мужчины в обществе. Выделяют несколько основных норм, на которых строится образ "настоящего мужчины":

**- избежание в поведении любого намека на "женственность", запрет на эмоциональность, то есть крайняя сдержанность в проявлении чувств (прежде всего таких, как нежность, любовь, доверчивость, ласка),**

- постоянное стремление к достижениям и социальному статусу, уверенность в себе,

**- агрессивность,**

**- нетерпимость к гомосексуалистам,**

**- высокая и "безрассудная" сексуальность.**

Мужчина, обладающий таким набором качеств, предстает как властный и жесткий победитель, призванный доминировать в семье и обществе. Предполагается, что он всегда сумеет достигнуть поставленных - пусть даже самых высоких - целей, безусловно, выиграет у конкурента, оказавшегося почему-либо не на высоте предъявляемых настоящему мужчине требований. Такому герою, естественно, нужна подруга, нормы поведения которой во всем противоположны, а сфера деятельности которой, практически, никак не пересекается с "мужской".

Нет нужды доказывать, что реальность, в которой мы живем, отрицает жесткую нормативность как женской, так и мужской ролей. Однако нормы женской роли оказались гораздо более гибкими, способными к изменениям, а женственность в сознании людей в гораздо меньшей степени отождествляется со слабостью и пассивностью, чем мужественность с физической силой, стремлением к доминированию и высоким социальным достижениям. Секрет состоит в том, что с давних пор именно эти качества мужчины обеспечивали эффективное исполнение его ключевой общественной роли - роли кормильца семьи. Знаменитая исследовательница культуры, этнограф Маргарет Мид, считала эту роль "социальным изобретением" и специфически человеческой ценностью. Суть ее состоит в следующем: **"будущий мужчина усваивает, что, когда он подрастет, одной из обязательных вещей, которые ему придется делать, чтобы стать полноправным членом общества, будет обеспечение пищей какой-нибудь женщины и ее потомства. Даже в очень простых обществах немногие мужчины могут уклониться от выполнения этой обязанности, стать бродягами, мизантропами, живущими в одиночестве в лесах."**

Вглядываясь в то, как устроены "простые общества", и наблюдая, как меняется жизнь сложных современных обществ, Маргарет Мид предупреждала, что мужская роль кормильца семьи **"может быть утеряна."** Возможно, именно этим подсознательным страхом человечества обусловлено упорное сохранение и даже своеобразный Ренессанс, который переживает периодически образ "классической" мужественности. В России этот страх проявляется гораздо сильнее, чем в странах современного Запада.

Обратимся к современному российскому опыту социализации мальчиков и юношей, который строится на образах героев фильмов-боевиков, "новых" героев современного российского бизнеса. Здесь можно отметить все более очевидную компрометацию "классического" интеллигента, неспособного добиться успеха в "крутом бизнесе" и потому теряющего в глазах молодых людей всякую привлекательность и престиж. Общество как бы спрашивает мужчину: *если ты не победитель в жестокой борьбе за деньги и влияние, то кто же ты?* И отвечает вполне определенно: *ты не мужчина, поскольку даже не можешь содержать свою семью "на должном уровне".* Как и в "простых обществах", описанных Маргарет Мид, требование содержать семью у нас вменяется мужчине в качестве не просто главной, но единственной обязанности.

В начале 1990-х годов мы провели сравнительное исследование "Семья: Восток-Запад" в России и нескольких европейских странах. Его результаты показали, что именно среди российских респондентов оказался самый высокий процент семейных мужчин, однозначно ориентированных на профессиональную сферу - 11% процентов. В Западной Германии эта группа составила 5%, в Польше - 4%, в Восточной Германии - 3%, а в Венгрии и Швеции - лишь 2%.

По числу "семейно-ориентированных" мужчин Россия (19%) "похожа" только на Западную Германию (18%), единственную страну в нашем исследовании, где среди мужчин-респондентов была самая большая группа мужей неработающих жен, то есть фактических "единственных кормильцев". Во всех остальных странах эта группа "семейно-ориентированных" мужчин оказалась в полтора-два раза выше. Ответы респондентов на вопросы о внутрисемейной жизни показали, что тенденция к конструированию новой мужской роли, характерная для Европейских стран, в России гораздо слабее, а "кризис маскулинности", судя по некоторым результатам, гораздо ярче. Так, российские мужчины в два раза чаще высказывают неудовлетворение своими отношениями с детьми и супружескими взаимоотношениями. В тоже время, они в четыре раза чаще утверждают, что "участие отца в уходе за ребенком рождает много проблем". Подавляющее большинство российских мужчин рассматривают период, когда жена находилась в отпуске по уходу за ребенком, как исключительно тяжелое временя, осложненное частыми семейными конфликтами. В целом, их ответы создают отчетливое впечатление, что семейные мужчины в России существуют в рамках очень жесткой нормы и практического отсутствия выбора: они должны быть или традиционными "добытчиками" или оказаться полными и окончательными неудачниками.

Этот результат довольно неожидан, если учесть многочисленные исследования советского времени, показывавшие, что в нашем недавнем прошлом тенденция к равноправию доминировала в семье. "Базовая" советская модель - семья с двумя работающими супругами - была, конечно, несовершенна, но ее принципиальная новизна по сравнению с прошлым состояла в том, что работающая вне дома жена была в достаточной мере самостоятельной фигурой и могла ваполнять роль независимого, а иногда и главного, кормильца в семье. Интересно, что в советской равноправной семье, функционировавшей в значительной мере за счет двойной занятости женщины, сохранилась тоска по традиционным нормам и реальное воспроизводство их прежде всего в социализации мальчиков и юношей.

В 1995 году я проводила опрос среди московских студентов-экономистов. Они описали современного успешного российского бизнесмена, как будто бы имея перед глазами вышеперечисленные нормы поведения "истинного" мужчины. Ребята подчеркивали, что ему необходимы жесткость и жестокость, властность, агрессивность, упорство в достижении цели, уверенность в себе, скрытность. И объясняли, что мир устроен "для сильных мужчин". Как видите, современное российское общество актуализировало традиционные нормы мужского поведения: жить за пределами семьи, которая тем не менее является важным показателем общественного статуса мужчины, и которую необходимо быть в состоянии содержать. Отклонение же от этих норм грозит неуспехом и даже настоящим жизненным крахом. А поскольку удержаться на нормальном "среднем уровне" в России становится все более и более трудно, мужчина все чаще рискует потерять статус, в том числе и семейный.

Но если все-таки взять не одно лишь "денежное измерение" жизни, как ни актуально оно сейчас для России, а более широкую перспективу и вспомнить наш собственный недавний опыт, то окажется, что "кризис маскулинности" отнюдь не выдумка. Культура властно требует изменения жестких норм мужского поведения и закрепления в сознании и опыте новых поколений иных социальных и психологических навыков, вступающих в очевидное противоречие с традиционными нормами мужского поведения. Возникает вопрос: не последует ли вслед за разрушением традиционной модели кормильца разрушение мужской модели поведения вообще? Какой выход здесь возможен?

Исследования последних лет показали, что современные молодые мужчины на Западе значительно в большей степени, чем их отцы, стали связывать самореализацию с семейной жизнью и, сравнительно с отцами, меньше с самоутверждением в профессиональной сфере. Можно даже утверждать, что они уже не просто хотят "иметь" семью, как подкрепление своего социального статуса, но хотят "быть" в ней. Одним из свидетельств этого является то, что современные отцы значительно больше вникают в воспитание детей, больше проводят с ними времени и даже берут по отношению к детям часть традиционно "материнских" обязанностей.

Эта тенденция оказалось достаточно значимой для того, чтобы начать описывать современных семейно-ориентированных мужчин как социальный феномен постиндустриального общества. Например, норвежские социологи Холтер, Аарсет и Нильсон смогли выделить среди "семейно-ориентированных" мужчин четыре типических фигуры.

Во-первых, - это **мужчина, для которого семья является продолжением карьеры** и который через отношения с детьми как бы увеличивает свою общую социальную компетентность.

Во-вторых, - это **"заботливый мужчина"**, который, по-настоящему, глубоко эмоциольнально включен в домашнюю жизнь, в отношения с детьми, видящий в семье главную сферу своей самореализации.

В-третьих, - **"справедливый мужчина",** принимающий на себя часть семейных обязанностей, которые он выполняет неуклонно и регулярно.

И наконец, - **"семейный идеалист"**, который всячески превозносит семью, объявляет ее своей главной ценностью, но в действительности, проводит резкую грань между домашней и профессиональной жизнью, участвуя в первой лишь на словах, на уровне признания важности "семейной идеологии".

Новые требования жизни отразилось в современных представлениях об идеальном мужчине. Исследования, проведенные в 1995 году в Швеции Б.Бергстен и М. Бэк-Виклинг, показали, что наиболее часто в "идеал" входят" двенадцать характеристик. Порядок наиболее часто упоминаемых качеств отражает их значимость для отвечавших мужчин и женщин.

С точки зрения самих мужчин, идеальный мужчина должен быть: **честен, хорошо образован, справедлив, жизнерадостен, деликатен, надежен, ответственен, энергичен, уверен в себе, спокоен, находчив, способен к сопереживанию.**

С точки же зрения женщин, современный идеальный мужчина: **честен, деликатен, способен к сопереживанию, хорошо образован, находчив, жизнерадостен, энергичен, ответственен, независим, справедлив, великодушен и надежен.**

Как видно, мужчины и женщины рисуют образ, весьма мало соответствующий нормам традиционной маскулинности. В нем нет прежде всего "избежания любого намека на женственность" и "запрета на эмоциональность". Напротив, и сами мужчины и особенно женщины подчеркивают эмоциональную открытость и как раз те качества, которые делают мужчину прежде всего способным к общению с женщинами и детьми, к пониманию, а не подчинению других. В этом новом идеале нет даже намека на властность, агрессивность и не упоминается сила. Вспомним, что семейная жизнь становится для мужчины продолжением карьеры и даже "второй карьерой" - не в смысле простого подкрепления его социального статуса, а в том, что отношения с женой и детьми, полноценное участие в жизни семьи становятся для него способом самореализации не в меньшей (а иногда и в большей!) степени, чем профессия. Это заметно даже когда мужчина, живущий отдельно от семьи, продолжает оставаться полноценным отцом своего ребенка - ситуация, которая становится все более массовой и "нормальной" на Западе.

Нет сомнения в том, что "мужская" и "женская" культуры, традиционно четко разделенные, сближаются и перемешиваются: женщины все больше времени посвящают профессиональной работе, а мужчины все больше личного времени отдают домашней жизни. Благодаря этому, роль "добытчика", она теряет свою жесткость и определенность, ее границы постепенно размываются.

Разумеется, это создает огромные трудности для мужской социализации, все еще "привязанной" к традиционной модели кормильца. Последнее чрезвычайно характерно для современной России, где пока гораздо чаще говорят и пишут о возвращении к неким традиционным нормам, искаженным в советский период, чем о кризисе самих этих норм, в том числе кризисе классических представлений о мужественности. Именно поэтому для российских мужчин более реальна опасность оказаться маргиналами - неудачниками с точки зрения требований традиционной мужской роли и в то же время неудачниками в современной роли, пока еще не устоявшейся и открытой для экспериментов.

Обобщение.

1. Состояние массового сознания российского общества отличается крайней противоречивостью, сегментацией, идейно-политической пестротой. Для него характерны различные проявления и тенденции, две из которых являются основными: демократическая и авторитарная. Социальные основания этих тенденций имеют довольно сложную структуру. Помимо относительно устойчивого "ядра" как демократическая, так и авторитарная тенденции могут опираться на одинаковые, причем весьма значительные слои населения, которые по одним вопросам занимают демократическую позицию, а по другим - выглядят как приверженцы авторитаристских устремлений. Такая, казалось бы, парадоксальная ситуация является вполне закономерным выражением социально-экономических и политических процессов, характерных для общества переходного, трансформационного типа.

2. Авторитарные тенденции порождены во многом социальным расслоением российского общества, угрозами, проистекающими из экономической и политической нестабильности, затянувшимся поиском выхода страны из кризиса. Признаки авторитарных настроений в разной степени прослеживаются как в тех слоях общества, которые больше других выиграли от реформ так и в тех, материальное положение которых заметно ухудшилось. Наиболее демократически ориентированным выглядит социальный слой, благосостояние которого возросло при одновременной утрате ощущения уверенности в завтрашнем дне, то есть речь идет о людях, воспринимающих рыночную экономику как сочетание возросших возможностей, но и большего риска.

3. Экономические представления населения отличаются спонтанностью и непоследовательностью. Отдельные направления хозяйственной политики властей, несовместимые с тоталитарным режимом, встречают мало возражений. Значительная часть респондентов согласна и со свободной куплей-продажей земли. Наибольший протест вызывают характер приватизации, рост цен и отсутствие государственного контроля над предпринимательской деятельностью. Почти половина российского общества резко отрицательно реагирует на обогащение "новых русских", требуя экспроприации неправедно нажитого ими богатства. Вместе с тем, только 20% населения испытывают негативные чувства вообще ко всем согражданам, ставшим богатыми за последние годы. Перед нами - специфический социальный антагонизм, порожденный своеобразием условий, в которых проводится российская хозяйственная реформа и, прежде всего, приватизация. Объект этого антагонизма четко локализован, и трактовать ситуацию расширительно, как нарастание угрозы авторитаризма вследствие перераспределения собственности вообще, нет оснований. Подобных требований общественное мнение не выдвигает.

4. Результаты исследования опровергают ряд весьма распространенных мифов (стереотипов) о характере сознания российского общества:

* об исключительно патерналистском характере сознания и ценностей россиян, несовместимых с рыночным типом хозяйствования;
* о подавляющем господстве уравнительного подхода к проблеме социальной дифференциации, нежелании россиян жить в условиях общества с имущественным расслоением;
* о глубоком кризисе ценностей россиян в условиях рыночной трансформации, влекущем за собой как моральную деградацию общества, так и утрату национальной самобытности.

В настоящее время в российском обществе существует два основных типа ценностных установок: ценности, в основе которых лежат ориентации уравнительного характера, и ценности, где главное - ориентация на общество равных возможностей. В целом первая ориентация распространена заметно меньше, чем вторая. Основную значимость для большинства опрошенных имеют ценности приватной жизни и возможность самореализации.

С точки зрения распространенности патерналистско-конформистского и индивидуалистического типа ментальности, преобладающей является индивидуалистическая ориентация личности и соответствующий этому тип сознания. Патерналистский тип сознания характерен для меньшей части населения России.

Несколько иначе выглядит психоэмоциональное состояние россиян. Здесь особенности индивидуальной жизненной ситуации, в сочетании с ощущением стыда за нынешнее состояние страны, чувством страха перед разгулом преступности и пониманием невозможности оказать влияние на происходящее, дают резкий всплеск авторитарных настроений.

5. Россияне в целом позитивно воспринимают демократию, но прежде всего как нормативную ценность. Демократия же как совокупность институтов, правил и процедур пока воспринимается явно недостаточно. Массовое разочарование в "демократических реформах" 80-90-х годов породило в обществе заметную тягу к "сильной руке".

Мифологичность российского исторического сознания, безусловно, предрасполагает к культу личностей и создает возможность перерождения демократии в режим личной власти. Эта возможность будет сохраняться в течение всего периода трансформации, пока новые социальные слои и группы и их интересы находятся в стадии формирования. Будут сохраняться и надежды общества на некую сильную личность, на нового "Отца Отечества", который бы смог извне, "сверху", объединить социум, создать некие скрепы, внести элементы упорядоченности в общественную жизнь.

Вместе с тем россияне в целом не поддерживают насильственные действия как основное средство выведения страны из кризиса. За социальную стабильность, порядок и рост благополучия большинство населения страны не согласно (во всяком случае в настоящее время) платить слишком высокую "демократическую цену", отказываться от фундаментальных демократических институтов. Само признание демократических ценностей, пусть даже на уровне символов, остается хотя и хрупким, но все-таки барьером на пути тоталитарного перерождения власти.

6. Мера жесткости власти, на которую в принципе готово согласиться сегодня население России, соответствует умеренно авторитарному правлению. При этом авторитаризм выступает, по существу, как альтернатива тоталитарному перерождению власти и общества, альтернатива, которая людям кажется в нынешних условиях более реальной, чем укрепление собственно демократических институтов. Историческая память народа подсказывает ему: лучше уж умеренно авторитарный режим, в условиях которого сохранится возможность "дозревания" ростков демократического общества, чем анархия, хаос и, как следствие, откаты к железу и крови нового тоталитаризма.

Такой выбор - это не столько вопрос нравственности, сколько реакция массового сознания на реально сужающееся поле альтернатив общественного развития России.

7. Этноцентризм как базовая идея тоталитарного реванша не опирается на сколько-нибудь массовую поддержку населения. Не находит отклика у большинства россиян как изоляционистский проект обустройства России, так и упование на возрождение России через восстановление СССР. Все большее число людей идентифицирует себя с нынешним российским государством и его будущее видит в "общем доме народов, обладающих равными правами".

8. Большинство россиян рассматривает свою страну в качестве великой державы, опираясь на исторический компонент национального самосознания и на оценку вклада России в развитие мировой культуры. Подавляющему большинству населения чуждо стремление силой доказывать свои права на статус великой державы в мировом сообществе. Ощущение того, что с Россией перестали считаться в соответствии с ее ролью в мировой истории, не порождает в настоящее время массовые настроения реваншизма. Консенсус наблюдается в осознании того факта, что главным средством повышения авторитета современной России в мировом сообществе должны стать успехи страны в развитии экономики и укреплении подлинной демократии.