

Опубликовано в журнале:
«Неприкосновенный запас» (/nz/) 2003, №3(29) (/nz/2003/29)

Юрий Латов (/authors/Latov)

Антикапиталистическая ментальность россиян - барьер на пути к легализации

Юрий Латов (р. 1965) - экономист, доцент Государственного университета - Высшей школы экономики и Тульского филиала Московского университета МВД России.

В современной России понятие «предприниматель» стало ругательным.

(Из контрольной работы курсанта Московского университета МВД России, 2003 год)

Тот факт, что постсоветскую Россию захлестывает «девятый вал» теневой экономики, считается сегодня общепризнанным. В середине 1990-х годов, когда наша страна находилась в «эпицентре бури», масштабы теневого сектора, по оценкам, составляли около 40% ВВП. Сейчас «буря» начала стихать, однако и современные оценки теневой экономики остаются довольно высокими - 20-30% ВВП.

В объяснении причин глубокой «затененности» постсоветской экономики сталкиваются два подхода - правовой и культурологический[1]. Сторонники первого подхода обращают основное внимание на несовершенство правовых норм и правоприменительных практик, не дающих предпринимателю «честно» заниматься бизнесом. Другой подход нацелен на выявление более глубинных корней российской «теневизации», связывая ее с особенностями российской ментальности. Оба этих подхода во многом взаимодополняют друг друга - подобно тому как для исследования айсберга необходимо знать как то, что выситя над водой, так и то, что скрыто в глубине. Однако изучение «подводной» части представляется все же более важным, поскольку именно она образует «глубинную» основу изучаемого явления.

Сторонникам либеральной идеологии хорошо известно понятие «антикапиталистическая ментальность», предложенное Людвигом фон Мизесом в полемике с «левыми» критиками капитализма. Хотя в наши дни книга Мизеса «Антикапиталистическая ментальность», опубликованная в 1956 году, кажется больше похожей на политический памфлет, чем на научное исследование, однако предложенное им понятие кажется весьма удачным. Мы попробуем доказать, что чрезмерное развитие теневой экономики в постсоветской России во многом связано именно с «антикапиталистической ментальностью», являющейся одной из ключевых характеристик российской хозяйственной культуры.

Негативный имидж постсоветского предпринимательства

Среди зарубежных экономистов в последнее время широкое распространение получила концепция, согласно которой постсоветскую экономику называют экономикой «грабящей руки»[2]. Американские транзитологи имеют в виду следующее: предприниматель в России 1990-х годов де-факто рассматривался государственными чиновниками как объект не заботы и попечения, но надуманных придирок и вымогательства. Поскольку предприниматели не могли в такой атмосфере законопослушно заниматься бизнесом, то они были вынуждены «уходить в тень».

Эта концепция лежит в русле правового подхода к анализу теневой экономики. Но она порождает вопросы, на которые трудно ответить, не обращаясь к культурологическим соображениям.

Главный вопрос таков: почему же беды предпринимателя в современной России чиновники не считали, да и сейчас не считают объектом своих первостепенных забот?

Для «простого» россиянина ответ не составит особого труда. Все дело в том, что в бизнесменах видят не трудолюбивых производителей, а нахрапистых и аморальных хищников, грабить которых - не преступление, а своего рода восстановление социальной справедливости («экспроприация экспроприаторов»).

Негативный имидж бизнесменов в глазах большинства россиян выглядит аксиомой, не требующей доказательств. Вынесенная в эпиграф фраза отражает типичнейший шаблон современных умонастроений. Приведем некоторые данные социологических исследований, подтверждающих наличие у россиян «антикапиталистической ментальности».

Первые опросы по поводу отношения к бизнесменам проводились под руководством В.В. Радаева еще в СССР, когда предпринимательская деятельность маскировалась под деятельность кооперативов. Если в 1989 году 45% респондентов по общесоюзной выборке выражали положительное отношение к кооператорам и 30% отрицательное, то вскоре пропорция зеркально изменилась - в 1990 году она стала, соответственно, 30 и 42%[3].

В постсоветской России, после полной легализации предпринимательства, на бизнесменов по-прежнему смотрели крайне настороженно.

Мнения россиян о том, что необходимо для занятия бизнесом

Названные Факторы	Доля опрошенных, давших ответы, %	Совокупная доля опрошенных по категориям ответов, %
Факторы, ассоциируемые с негативными человеческими чертами		
Иметь связи, покровительство	17,3	47,4
Преступать закон	14,2	
Нарушать нормы морали	10,9	
Крутиться, приспосабливаться	5,0	
Неопределенные факторы[4]		
Иметь деньги	16,6	28,4
Изменить жизнь в российском обществе	6,7	
Хитрость	2,0	
Победить преступность	1,8	
Удача	1,3	
Факторы, ассоциируемые с положительными человеческими чертами		
Обладать умом, творческими способностями	9,7	30,9
Иметь знания, навыки, опыт	7,6	
Иметь силу, волю, энергию, целеустремленность	6,2	
Работать	4,7	
Обладать честностью, порядочностью	2,7	

По данным социологического исследования в Санкт-Петербурге, 1998 год[5].

Когда в 1992-1995-х годах под руководством Н.Е. Тихоновой проводилось мониторинговое исследование поведения и сознания россиян, то вновь было обнаружено преобладание негативных оценок тех, кто смог «взлететь» на волне «перестроечных» реформ. Негативное отношение к тем, кто разбогател в последние годы, проявляли 31%, позитивное - только 22%, остальные 47% были нейтральны. Если учесть, что при этом 45% опрошенных были готовы поддержать принудительное изъятие у современных богачей «неправедно нажитых ими состояний», то преобладание нейтральных оценок надо рассматривать как проявление скорее скрытой неприязни к «новым русским», чем скрытого их одобрения[6].

Может быть, с течением времени, когда «шок» от рыночных реформ начал проходить, «антикапиталистическая ментальность» россиян рассеялась? Увы, негативный имидж «новых русских» стал устойчивой чертой общественных умонастроений в новой России.

В табл. 1 показаны результаты исследования, выполненного в 1998 году в Санкт-Петербурге Центром социологических исследований факультета социологии СПбГУ[7]. Отвечая на открытый вопрос «Закончите следующее предложение: “В России, чтобы достичь успеха в бизнесе, нужно...”», наиболее значительная часть опрошенных (47,4%) недвусмысленно

называла такие качества, нужные, по их мнению, для занятия бизнесом, которые вызывают однозначно негативные ассоциации, - наличие «лапы», готовность нарушать нормы закона и морали, умение изворачиваться. Петербуржцы, для которых занятие предпринимательством ассоциируется с положительными человеческими качествами, составили менее трети респондентов (30,9%). Более четверти опрошенных называли такие факторы, которые трудно однозначно атрибутировать как позитивные или негативные[8].

В «глубинке», где люди живут беднее, чем в «столицах», и где либеральная ментальность укоренилась гораздо слабее, имидж «рыцарей наживы» вряд ли более привлекателен.

Таблица 2

Мнения россиян о том, что необходимо, чтобы стать богатым

Регион, где проводился опрос	Доля опрошенных, указавших, что «чтобы стать богатым в России, больше всего необходимо...», %	
	быть безнравственным	быть порядочным
Нижний Новгород	15%	12%
Тула	13%	12%
Уфа	14%	7%
Тюмень	85%	91%

По данным социологических обследований 2001-2002 годов.

Когда в 2001-2002-х годах по программе Центра конфликтологии Института социологии РАН проводили анкетирование в некоторых «провинциальных» областях (табл. 2), то на предложение закончить фразу «Чтобы стать богатым в России, больше всего необходимо...» респонденты указывали, что необходимо «быть безнравственным человеком», не менее часто, чем - «быть порядочным». Впрочем, большинство нижегородцев и туляков вообще игнорировали дилемму «порядочность - безнравственность»: они, очевидно, считали «богатеньких» бизнесменов людьми не откровенно безнравственными, но и явно не порядочными. Среди уфимцев число сторонников безнравственности богатства вдвое превысило число тех, кто считал богатых порядочными людьми. Парадоксальны результаты, полученные во время опроса в Тюмени. Здесь тоже примерно одинаковы доли тех, кто считает богатых безнравственными, и тех, кто считает их порядочными, но при этом большинство опрошенных выбирали оба ответа, не замечая их взаимоотрицания.

Негативные оценки россиян по отношению к предпринимателям можно было бы счесть наследием антикапиталистической пропаганды советских времен, если бы с конца 1980-х годов - последние 15 лет - ей не противодействовала мощная прокапиталистическая пропаганда. Данные опросов, однако, показывают, что убедить россиян в моральности бизнеса так и не удалось.

Если бизнес прочно ассоциируется с аморальностью, то вполне понятно, почему никто (включая тех, кому это положено по долгу службы) не торопится протянуть молодому российскому бизнесу руку помощи. Большинство явно или неявно считает предпринимателей своего рода «легальными преступниками» - людьми, которым «оторванные от народа» власть имущие разрешили заниматься тем, что всеми осуждается. Раз они занимаются «нечистым» делом, то все уверены, что относиться к ним надо именно в соответствии с криминальными «понятиями», то есть по принципу «права силы».

Этическая оценка предпринимательства в российской экономической культуре

Итак, можно констатировать, что россиянам, согласно данным социологических опросов, свойственна «антикапиталистическая ментальность». Они убеждены, что бизнес и честность - «две вещи несовместные».

Про «антикапиталистическую ментальность» ее первооткрыватель Людвиг фон Мизес писал: «...Многие, особенно люди умственного труда, страстно ненавидят капитализм ... По их представлениям, эта отвратительная форма экономической организации общества способна породить только зло и нищету»[9]. Изображая антикапиталистическую ментальность как

предубеждение американских и европейских интеллектуалов, Мизес объяснял ее ненавистью страдающих от неудовлетворенного честолюбия неудачников к более способным согражданам.

Не будем обсуждать, насколько правильно это объяснение по отношению к странам Запада. Очевидно, однако, что для современной России оно категорически не подходит. У нас антикапиталистическую ментальность демонстрируют не столько «оторванные от жизни» интеллигенты (в России для них типичны, напротив, либеральные умонастроения), сколько «простые» россияне. Поэтому для понимания причин антикапиталистической ментальности необходимо взглянуть на нее не как на мировоззрение ущербных маргиналов, а как на архетип национальной экономической культуры.

Экономисты определяют бизнес, или предпринимательство, как самостоятельную экономическую деятельность, направленную на получение прибыли. Соответственно, предприниматель - это самостоятельный субъект рыночных отношений, действующий на свой страх и риск ради извлечения прибыли. Таким образом, для предпринимателя типичны индивидуализм (самостоятельность), стремление к обогащению (максимизации прибыли), готовность к риску.

Когда радикал-реформаторы начала 1990-х годов закладывали фундамент российской модели переходной экономики, то за желаемый образец явно или неявно бралось американское хозяйство. Американская либеральная модель рыночного хозяйства есть наиболее чистое выражение идеологии «протестантской этики» с характерными для нее фигурой образцового *self-made man*'а (в буквальном переводе - «человек, который сделал себя сам») и культом «честной наживы». Американский идеал практически совпадает с идеальным типом предпринимателя. Но в какой степени подобные этические нормы совместимы с российской культурой?

Существует ли в российской экономической культуре благожелательное отношение к деятельному индивиду, стремящемуся к богатству и обязанному своим успехам только самому себе? Для ответа на этот вопрос необходимо выяснить, насколько велика в российской культуре ценность индивидуализма и склонности к риску.

Мнение, что русские, в отличие от западноевропейцев и тем более американцев, ставят коллективистские ценности намного выше индивидуалистических, встречается настолько часто, что его можно считать тривиальной банальностью. Сравнительные этнокультурологические исследования подтверждают эту точку зрения. Англосаксонские страны (США, Великобритания, Австралия), где доминирует протестантская этика, характеризуются самыми высокими индексами индивидуализма, в странах Западной Европы с преобладанием католицизма индивидуализм развит слабее, еще слабее - в конфуцианских и мусульманских странах Азии и в православной Восточной Европе[10]. При слабости индивидуалистических ценностей *self-made man* воспринимается большинством окружающих как выскочка, который делает свою карьеру, «идя по головам». Естественно, что в таких условиях бизнесмен классического типа - бизнесмен как одиночный лидер - выглядит аномалией, антиобщественным элементом.

Аналогично, степень неприятия неопределенности в России более высокая, чем в англосаксонских странах, - она примерно такая же, как в западноевропейских странах с «социальным рыночным хозяйством» (например, Германии).

Благодаря исследованиям Макса Вебера давно осознано, что для успешного развития предпринимательство должно иметь моральную санкцию. Люди должны научиться различать «честный бизнес» («игру по правилам») и «нечестный бизнес» («наживу любой ценой»).

Существует ли в российской экономической культуре качественное разграничение «честного» и «нечестного» бизнеса? На этот вопрос также приходится дать отрицательный ответ. Дело отнюдь не сводится к тому, что в советскую эпоху жажда богатства клеймилась как моральное извращение.

Характерная деталь: в классической русской литературе XIX века нет буквально ни одного в достаточной степени положительного образа предпринимателя, зато отрицательных - сколько угодно. Дореволюционные русские писатели, от А.С. Грибоедова до А.П. Чехова, считали людей, отдавших свои силы презренной материальной наживе, «мертвыми душами», рядом с которыми даже лентяй Обломов выглядит положительным персонажем. Ничего похожего на поэтизацию предпринимательства в духе О. Бальзака, Д. Лондона и Т. Драйзера в отечественной литературе нет и в помине. Едва ли не единственный популярный литературный персонаж с предпринимательской «жилкой», который вызывает у читателя хоть какую-то симпатию, - Остап Бендер.

Схожую картину рисует знакомство с русским фольклором. Среди народных пословиц многие осуждают погоню за богатством («От трудов праведных не наживешь палат каменных»), но трудно найти ее одобряющие. В основе американской культуры лежат знаменитые «Поучения Простака Ричарда» Бенджамина Франклина, проповедующие культ «честной наживы». В России о чем-либо похожем не может быть и речи. Действительно, сложно представить какого-нибудь русского мыслителя, прославляющего «умеренность и аккуратность».

Этнологический подход к анализу русского языкового сознания, развиваемый Н.В. Уфимцевой, также подтверждает глубокую укорененность «антикапиталистической ментальности» в сознании многих наших граждан. По ее наблюдениям, в российской культуре краеугольное для рыночного хозяйства понятие «деньги» ассоциируется главным образом с эпитетами «бешенные», «шалые» и «грязные», но крайне слабо - с эпитетами «заработанные» и «трудолюбивые»[11].

Очевидно, можно утверждать, что традиционная *российская экономическая ментальность в принципе не знает понятия «честная нажива» и склонна осуждать индивидуалистическое обогащение как таковое*. Конечно, в советский период это осуждение индивидуалистического стремления к богатству не могло не усилиться, но семена падали на хорошо подготовленную почву[12].

Культурные стереотипы как фактор экономических реформ

Есть мнение, что с падением коммунистического режима исчезли и «советские» предрассудки о «греховности» личного обогащения. На самом деле российская традиция этического осуждения погони за богатством не исчезла, а приобрела иную форму.

«Прорабы реформ» были революционерами, стремясь сделать индивидуалистический бизнес вместо третируемой аномалии одобряемой нормой. Но, как это часто бывает у революционеров, они, сами того не замечая, находились в плену у тех культурных норм, с которыми боролись. Изначально, в полном соответствии с российской традицией, либеральные радикал-реформаторы не провели четкой границы между «честным» и «бесчестным» бизнесом, равно приветствуя любое частное предпринимательство. При отсутствии этики бизнеса и господстве представлений о заведомой аморальности бизнеса это было воспринято (не могло не быть воспринято) как разрешение «делать деньги» любыми средствами.

С 1992 года предпринимательство стало вполне легальным и официально одобряемым видом деятельности, однако культурный стереотип, рассматривающий занятие бизнесом как этическую аномалию, остался. Человек, решившийся стать предпринимателем, сразу попадал в ситуацию *морального вакуума*: для подавляющего большинства россиян бизнес (любой бизнес!) однозначно ассоциируется не столько с «трудолюбием» и «инициативностью», сколько с «нечестностью» и «обманом». Начиная предприниматель априори подвергнут со стороны общества моральному осуждению и не может не смотреть на себя как на лицо, стоящее во многом за чертой общепринятых норм. Поскольку бизнесмен обречен (независимо от своего личного поведения) олицетворять для сограждан вора и жулика, то у него отсутствуют этические «тормоза». Заранее «осужденный», он с легкостью совершает противоправные действия: его уже подвергли моральному ostracismu, и потому действительно совершаемые правонарушения мало вредят его репутации. Бизнесмен не стесняется действовать против общества, общество также не стесняется действовать против любого предпринимателя, не разбирая правых и виноватых. Государственные чиновники глядят на предпринимателя как на жирную дойную корову, а рядовой российский гражданин интерпретирует конфликт между властью и бизнесом по пословице «вор у вора дубинку украл».

В результате «новорожденный» российский предприниматель оказался отторгнут от легальных систем защиты прав собственности, и едва ли не главным его защитником стали «частные силовые структуры» - рэкетеры, близкие к ним частные охранные агентства или, в лучшем случае, «милицейские крыши». Что касается чиновников, то их «потребительское» отношение к бизнесменам лишь отражает в несколько утрированной форме общенародные представления о том, какого отношения заслуживают «легальные жулики».

Таким образом, главную причину криминальности российского бизнеса, соответственно, слабости легальной защиты прав бизнесменов мы видим не столько в законотворческих ошибках политической элиты, сколько в *принципиальной рассогласованности ценностей классического либерализма и российских культурных традиций*. Попытка механически привить к российской «почве» западную модель индивидуалистического бизнеса ведет к тотальной криминализации экономики. Российская экономическая этика неизбежно провоцирует развитие в процессе рыночных реформ криминального капитализма, который, в свою очередь, закрепляет стереотип аморальности предпринимательства. Образуются порочные круги отчуждения (см. рис.), обрекающие отечественного предпринимателя на незавидную роль «чужого среди своих», к которому испытывают сложную смесь чувств зависти и брезгливости и к которому ни официальные лица, ни рядовые граждане не торопятся прийти на помощь.



Рис. Порочные круги отчуждения российского бизнеса от общества

Неуспех попыток убедить россиян в том, что бизнесмен может быть «хорошим», заставляет задуматься о более общих проблемах трансплантации (заимствования) инокультурных институтов[13]. Дело в том, что отчуждение бизнеса от общества стало результатом внедрения в России предпринимательства западного типа. Однако правильно ли мы избрали, «делать жизнь с кого»?

По мере нарастания процессов слияния национальных экономик в единое глобальное хозяйство усиливается унификация национальных институтов, то есть правил и норм тех «игр, в которые играют люди». Происходит некоторое сближение правил «игры» в бизнесе - принципов государственного регулирования, правил взаимоотношений менеджеров и акционеров или работников и предпринимателей, норм бухгалтерской отчетности и т.д.

Характерно, что если на мировом товарном рынке роль стран Востока довольно велика и имеет ярко выраженную тенденцию к росту, то на мировом «рынке» институтов они почти не заметны. Всем, например, известно стремление Америки «поделиться» своим антитрестовским законодательством или опытом «рабочего капитализма». Но кто слышал о пропаганде японского опыта пожизненной занятости либо южнокорейской «чеболизации»? Вслед за Иммануилом

Валлерстайном можно констатировать, что в современной мировой системе наблюдается не многополярность, а сохранение гегемонии стран Запада - по крайней мере, на идеологическом уровне. Иначе говоря, в экспорте институтов (в отличие от экспорта товаров) наблюдается не глобализм, а «западнизм» (вестернизация).

Этот экономико-культурный феномен уже осознан и уже стал получать отпор со стороны тех некогда периферийных стран, которые учатся изменяться, не изменяя своей национальной культуре (наиболее яркий пример - опыт Японии). Однако если Запад экстравертен и целенаправленно стремится переделать всех вокруг под «свой аршин», то Восток интровертен, для него подобный прозелитизм не типичен. Поскольку в институциональной трансплантации восточные страны-«экспортеры» не проявляют инициативы, ее должны проявлять страны-«импортеры».

Для того чтобы помочь российским бизнесменам избавиться от вредного имиджа «легального преступника» и тем самым осуществить легитимизацию бизнеса, надо задуматься, не следует ли нам переориентироваться именно на опыт стран Востока, чьи ценности нам не менее близки, чем западные. Конструирование привлекательного для россиян образа бизнесмена должно стать объектом специальных исследований. Чтобы оно дало эффективные результаты, нужно, видимо, переключить внимание с американских «звезд бизнеса» на предпринимателей восточного типа - японских, южнокорейских, китайских. В самом первом приближении можно предположить, что следует пропагандировать лидерство во главе команды единомышленников вместо индивидуального успеха, стремление к личному обогащению надо заменить повышением благосостояния работников фирмы, а на место конфронтации с государством поставить союз бизнеса и власти во имя национального успеха. Конечно, и здесь следует задуматься над критериями отбора, поскольку, отличаясь от Запада, российская цивилизация не относится в полной мере и к Востоку.

Если *российскому предпринимателю удастся создать образ, привлекательный в глазах подавляющего большинства россиян*, то он перестанет быть обреченным на конфликт со своим социальным окружением и начнет наконец восприниматься согражданами как истинный представитель национальной элиты. Только в этом случае можно ожидать коренного перелома в борьбе с «теневизацией» экономики.

[1] Подробнее см.: *Латов Ю.В., Несвик Т.А.* Что виновато - «плохие» законы или культурные традиции? // *Общественные науки и современность*. 2002. № 5.

[2] См., например: *Shleifer A., Vishny R.* The grabbing hand: government pathologies and their cures. Cambridge: Harvard University Press, 1999.

[3] *Radaev V.* Practicing and potential entrepreneurs in Russia // *International Journal of Sociology*. 1997. Vol. 27. № 3. P. 25.

[4] В рубрику «Неопределенные факторы» сведены те ответы, в которых названы качества предпринимателей или иные условия, не определяемые однозначно как позитивные или негативные.

[5] Составлено по: *Безгодов А.В.* Очерки социологии предпринимательства. СПб.: «Петрополис», 1999. С. 201.

[6] Рыночная трансформация в Восточной Европе: модели и реальность. Материалы международного colloквиума 8-9 декабря 1995 г., Москва. М.: Инфомарт, 1996. С. 89-92.

[7] *Безгодов А.В.* Очерки социологии предпринимательства. СПб.: «Петрополис», 1999.

[8] Например, почти каждый четырнадцатый (6,7%) указывал, что для успеха в бизнесе «нужно изменить жизнь в российском обществе». Этот ответ можно рассматривать как бессодержательное клише. Но его можно интерпретировать и так, что коммерческий успех в условиях, когда жизнь не изменилась, - это мнимый успех.

[9] *Мизес Л. фон.* Бюрократия. Запланированный хаос. Антикапиталистическая ментальность. М.: Дело, 1993.

С. 169.

[10] См.: *Латова Н.В., Латов Ю.В.* Российская экономическая ментальность на мировом фоне // *Общественные науки и современность*. 2001. № 4. С. 31-43.

[11] *Уфимцева Н.В.* Русские: опыт еще одного самопознания // *Этнокультурная специфика языкового сознания*. М., 1996. С. 196.

[12] Кстати, схожие черты антикапиталистической ментальности как национального культурного стереотипа отмечают и для некоторых стран Западной Европы. «Богатство рассматривается как проклятие, деньги - как порождение и даже воплощение дьявола, богатый - как дурной, нечестный человек...» Как вы думаете, о ком это - о россиянах, «испорченных» православием и коммунизмом? Нет, о французах! (См.: *Островская Е.* Политическая жизнь Франции в свете выборов 2002 г. // *Мировая экономика и международные отношения*. 2003. № 3. С. 40.) Видимо, католическая хозяйственная культура тоже генерирует «антикапиталистическую ментальность», хотя и менее мощно, чем православная.

[13] В отечественной научной литературе осмысление этой проблемы началось только в последние годы. См., например: *Фомичев О.В.* Процесс экономических реформ в России и импорт (трансплантация) институтов // *Модернизация экономики России: итоги и перспективы*. Кн. 1. М.: ГУ-ВШЭ, 2003. С. 246-262.

