

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

УДК: 33.03

КЕНТАВР-ПАРАДОКСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

М.Н. МИХЕЕВ

(Донской государственный технический университет)

Рассмотрены основные координаты экономического сознания российского предпринимательства. Выявлено, что бессубъектность, эксплоярность, диффузность российской экономики сформировали разнонаправленные установки в экономическом сознании предпринимательства, способствовали развитию в нем кентавр-парадоксов. Показано, что противоречивость экономического сознания предпринимательства снижает его инновационный и креативный потенциал.

Ключевые слова: креативность, субъектность, социальное время, эксплоярная экономика, кентавр-парадокс, самоидентификация, антиномичность.

Введение. В настоящее время одна из основных целей социально-экономического развития России – создание эффективной инновационной экономики. Несмотря на затраченные усилия, количественного скачка в становлении инновационной экономики не происходит, так как любые трансформации могут рассчитывать на успех только в том случае, если есть субъект деятельности, социальная группа, класс или другое сообщество, заинтересованные в инновациях. Потребность общества в инновационных изменениях ведет к формированию нового класса, который известный американский социолог Р. Флорида назвал «креативным» [1]. Креативность – это способность человека создавать новые формы, производить идеи, ломать стереотипы мышления, разрушать старый гештальд ради создания нового. Анализ феномена нового класса, его роста характерных ценностей, положения в обществе произведен в научных публикациях Д. Пинкта, Ч. Лэндри, М. Румизена, Дж. Гилфорда. В российской литературе эту проблему исследовали Д. Зеленин, М. Хрусталева, А. Ермолин, А. Торкунов, М. Савина, О. Оскара, И. Ермаченко, А. Подберезкин. Аналитики современного общества убеждены, что особенности ценностной ориентации этого слоя людей, проявляющиеся в таких понятиях, как «Открытость инновациям», «Толерантность», «Интеллектуальный капитал», «Творчество», «Свобода», «Индивидуальность», позволили ему стать генератором идей, ускоряющих общественно-экономический прогресс.

На наш взгляд, сущностью креативного класса является его способность к конструированию социально-экономической реальности. В современных мировоззренческих установках обозначилось более четкое понимание единства Бытия и Человека. Философы рассматривают не только силы, направленные от Бытия к Человеку, но и обратно, воздействие Человека на Бытие. Убеждение, что человек способен создавать жизненные и социальные миры на основе конструкторов-символов, возникающих в его сознании, нашло воплощение в философии конструктивизма, получившей развитие в трудах Э. Кассирера, Ф.Л. Ланге, М. Адлера, П. Бергера, Т. Лукмана, Н. Лумана. Центральной темой этой философии является утверждение, что действия человека могут быть существенными для общества и определять становление нового образца социального поведения, в результате которого появляется возможность формирования социального будущего. Итак, существующая интерактивная связь между обществом и конструирующим человеком способствует перестройке социального мира.

Аксиологический эклектизм экономического сознания предпринимательства. Для создания инновационной экономической системы необходим прорыв в экономическом мышлении. Инновационная экономика – это экономика действия, поэтому для ее формирования имеет значение наличие субъекта, готового взять на себя ответственность за осуществление намеченных целей и задач. Но радикальные реформы, проведенные в России в 90-е гг. XX в., привели российское общество к состоянию системной дезорганизации, выразившейся в практической бессубъ-

ектности [2]. «Бессубъектность» как болезнь общества проявляется в блокировке рефлексий, неспособности адекватно воспринимать и оценивать сложившиеся ситуации, подниматься над ними, отсутствии смелых, хорошо продуманных прорывных идей и готовности их реализовывать. Современные аналитики российского общества В.В. Рябов [3], В.Е. Лепский [4], Л.Г. Бызов [5] объясняют формирование «бессубъектности» неразвитостью гражданского общества, криминализацией бизнеса, конфликтом между традиционализмом и догоняющей модернизацией. Опросы российского населения, проведенные в рамках Европейского социального исследования [6], а также Центром изучения социокультурных изменений Институтом философии РАН [7], Институтом социологии РАН [8], подтвердили наличие этого феномена в российском обществе. Аксиологические исследования показали низкий рейтинг в сознании россиян ценностей «Инициативность», «Своевольность», «Независимость», которые формируют инновационную экономическую деятельность. А в работе по проекту «Социокультурная модернизация России как фактор повышения конкурентоспособности страны в глобализирующемся мире (субъективный подход)», обобщающей эмпирический анализ индикаторов модернизованности сознания и поведения россиян, известный исследователь современного общества Н.Е. Тихонова отметила, что только для 27–30% граждан России значимы ценности «Модернизация», «Новации», «Демократия» [9].

В ситуации «бессубъектности» становится актуальной проблема поиска субъектной субстанциональности инновационной экономической системы. Такой субстанциональностью, по мнению экономистов, обладает важная составляющая креативного класса – предпринимательство. Цель данной работы – выявить основные координаты экономического сознания российского предпринимательства.

На протяжении последних трех столетий крупнейшие философы, социологи, экономисты отмечали различные особенности этого социального субъекта. Так, Р. Кантильон, Ж.-Б. Сэй, А. Смит, Ф. Х. Найт связывали предпринимательскую деятельность с ситуациями риска и неопределенности в экономической сфере. Л. Мизес, И. Кирцнер, Р. Хоутри обращали в своих работах внимание на предпринимательскую инициативность. По мнению известного австрийского и американского экономиста Й. Шумпетера, предпринимательская деятельность является новаторской и служит постоянным источником реструктуризации экономики. Эволюционный процесс Й. Шумпетер назвал процессом «созидательного разрушения». Представители эволюционной экономики А. Алчиан, Р. Нельсон, С. Уинтер, К. Фримен, Ш. Перес, В. Маевский пришли к выводу, что важную часть генотипа предпринимательства составляют процедуры поиска новых технологических и организационных решений. Инновационная проблематика предпринимательской деятельности представлена в работах российских авторов: Ю.Н. Воробьева, Ю.А. Арутюнова, М.Ю. Одинцова, Е.В. Бережной, Т.А. Масловой, И.В. Дронова, Ж.Ю. Назаровой, А.С. Красиковой и др. Итак, в предпринимательской деятельности инновационность занимает значительный сегмент.

Становление российского предпринимательства в конце XX в. и формирование его ценностного сознания проходили в период «доминирующей нестабильности» [10], которая проявлялась в углублении кризисных явлений, усилении бифуркационных процессов, росте всевозможных рисков, усилении неопределенностей, увеличении экстремальных ситуаций. Слабость институциональных структур рынка привела к формированию таких феноменов, как эксплоярная экономика, короткие жизненные проекты, социальный кентавризм.

Экономические либеральные реформы, проведенные в России в 90-е гг. XX в., способствовали переходу страны к экономике обмена в ущерб промышленному производству. Рынок открылся торговле, бартеру, придал новый смысл мафии – теневой власти, обеспечивавшей транзакции в отсутствие эффективно действующих государственных структур. В этот период Россия переживала «инволюционную дегенерацию» или «транзит без трансформации» [11]. Экономическая инволюция способствовала развитию эксплоярной экономики. В экономической литературе под эксплоярной экономикой понимают формы хозяйствования и прибыльно ориентированного поведения рыночных агентов, которые не попадают в официальный статистический учет, но реально существуют. Впервые понятие «эксплоярная экономика» ввели в научный оборот английские социологи К. Харт и Т. Шанин. В России теневая экономика изучалась В. Радаевым, Т. Ярыгиной, С. Барсуковой, Р. Рывкиной, Т. Долгопятовой, В. Титовым, Ю. Латовым, А. Афанасьевым, И. Клям-

киным, В. Лунеевым, Р. Айдинян, Т. Шипуновой. Исследователи пришли к выводу, что экономика страны оказалась разделенной на два взаимосвязанных сектора – официальный и теневой, происходили сращивание представителей госаппарата и коммерческих структур, криминализация бизнеса. Инволюционное развитие и теневая экономика способствовали формированию двух экономических систем: для одной (сырьевая индустрия) – прямая господдержка, доступное финансирование, мягкие бюджетные ограничения, доступность ресурсов; для другой (высокотехнологичное производство) – избыточное внимание фискальных и контролирующих органов, серьезные ресурсные ограничения.

Гетерогенность российской экономики сформировала социальный феномен, который получил название в современной литературе «ситуация коротких жизненных проектов» [12]. У каждого человека существует видение своих перспектив на определенное социальное время. За физическую жизнь он проживает несколько социальных жизней. Инволюционная экономика российского общества способствует укорачиванию социальной жизни, что вызывает у человека ощущения непрочности, ненадежности, необходимости непрерывного приспособления к изменчивости мира. Антиномичность российской социально-экономической системы способствовала формированию в ценностном сознании россиян противоречивых установок. Это проявление социальной болезни общества Ж.Т. Тощенко, Л.А. Гуцаленко, А.Е. Чусин-Русов назвали «социальный кентавризм» [13]. «Кентавр» – это особая форма противоречия, специфическое проявление парадоксов. Кентавризм представляет собой состояние сознания, в котором сочетается несочетаемое, когда разум не может объяснить существование двух или несколько взаимоисключающих начал.

Диффузность российской социально-экономической системы стала источником дисгармонии сознания предпринимательства, в котором формируются две разновекторные установки экономического поведения: желание максимальной прибыли в «укороченное социальное время» и понимание, что существует необходимость долгосрочных целей развития бизнеса, т. е. в одном лице сочетаются разнонаправленные интересы. Ситуация «укороченного социального времени» вызвала доминирование предпринимательской активности в сферах торговли и услуг в ущерб высокотехнологичным секторам экономики, так как высокотехнологичные проекты несут в себе значительную степень неопределенности, огромные затраты на научные разработки, большую значимость человеческого фактора, сложность формирования инфраструктуры, тесную связь с интеллектуальной средой. Максимальный уровень рентабельности в областях высоких технологий оценивается в 8–10% годовых, а отечественная кредитно-финансовая система предлагает деньги под 14–17%. Инвесторы не хотят рисковать средствами и вкладывать капитал в эти отрасли производства. Механизм перетока денег из финансового сектора в промышленный не работает, так как объем инвестиций в промышленность – весомый, а срок окупаемости вложений достаточно длительный.

Но одновременно в предпринимательской среде растет убеждение, что экономический прогресс зависит от развития реального сектора экономики – высокотехнологичной промышленности. Уверенность в необходимости модернизации экономики для устойчивого долгосрочного развития страны и потребность в выражении интересов предпринимательства несырьевого сектора промышленности привели к созданию в 2001 г. общественной организации «Деловая Россия». Ее главная задача – помочь предпринимательству стать лидером инновационного процесса, а для самой организации – центром кристаллизации национальной элиты несырьевого бизнеса.

Антиномичность экономического сознания предпринимательства заключается также в том, что одновременно существуют противоположные представления о ведении бизнеса. Большинство представителей этого социального слоя убеждены, что источником экономического развития являются свободный рынок, частная инициатива, благоприятный инвестиционный климат, прозрачные правила деловой игры и жесткое соблюдение законодательства. Но, по мнению российских аналитиков, для современного предпринимательства характерен также такой феномен, как рейдерство. Рейдерство – это недружественный корпоративный захват чужой собственности, чужого бизнеса. В.В. Староверов, М.И. Фаянсон, А.А. Пиманова, В.В. Ярославский, Н.Б. Рудык связывали распространение рейдерства в российской экономике с расширением коррупционности и эксплолярностью. Крупный бизнес оценивает рейдерство с некой положительной стороны, считая, что

выживает сильнейший, происходит естественный отбор в бизнес-среде. Но представители мелкого и среднего бизнеса убеждены, что рейдерство подрывает фундамент функционирования и воспроизводства предпринимательства.

Отметим еще одну особенность экономического сознания российских предпринимателей – сочетание социального нарциссизма и социальной ответственности. Социальный нарциссизм представляет собой такое эмоциональное состояние, при котором социальная группа проявляет интерес только к собственной персоне, своим потребностям, мыслям, чувствам, собственности. Впервые это понятие в социогуманитарную литературу ввел известный философ Э. Фромм, считая социальный нарциссизм следствием установления в обществе рынка, имеющего непродуктивный характер. В краткосрочной перспективе нарциссизм способен привести к успеху, а так как он и креативность сосуществуют довольно тесно, «нарциссов» много в предпринимательской среде. М. Хансен, Р. Аллен, Н. Козлов, М. Лучко в своих исследованиях увидели взаимосвязь между свободой, успехом, победой, с одной стороны, и уверенностью в собственной уникальности, с другой стороны.

Но в долгосрочной перспективе, по мнению К. Кэмпбелла, Дж. Твенга, М.К. Горшкова, Н.Е. Тихоновой, Н.Н. Зарубиной [14], нарциссизм разрушителен для общества: он развивает социал-дарвинизм, культ силы и чувство презрения к тем, кто не добился социального и экономического успеха, выстраивает и символические, и реальные границы между богатыми и бедными, пространственную и временную сегрегацию.

В то же время в предпринимательской среде наблюдается высокая социальная ответственность российского бизнеса. По данным авторитетных источников в деловых кругах (в частности, Российского союза промышленников и предпринимателей, Ассоциации менеджеров России), ежегодные расходы российских предпринимателей на благотворительные нужды оцениваются миллиардами долларов [15]. Благотворительность российского бизнеса объясняется не только «теплым свечением» (желанием творить Добро), но и существованием в сознании предпринимательства этических принципов разумного эгоизма. Этика разумного эгоизма представляет собой нормативную программу, которая предполагает этически обязательным не только учитывать интересы других индивидов, но и совершать поступки, направленные на общую пользу. Руководствуясь этой этикой, российский бизнес производит масштабные инвестиции в человеческий капитал, реализует инфраструктурные проекты, вкладывает средства в здравоохранение и образование. Эти пожертвования становятся правилом и императивом.

Кентавризм экономического сознания предпринимательства обнаруживается в модификации его субъектности. По мнению российских аналитиков, предпринимательство в 90-е гг. XX в. не было готово к подчеркиванию своей субъектной сущности. М.Н. Горшков, Н.Е. Тихонова, В.В. Петухов, Н.П. Ващекин, С.И. Королева, С.Г. Климова, Е.Н. Ядова отмечали отсутствие самоорганизации предпринимательства, его самоидентификации. Предпринимательство представляло собой в российской общественной системе «молчаливое меньшинство, временно проживающее на экономической сцене страны» [16]. Но в начале XXI в. в среде предпринимателей начался процесс осознания своей субстанциальности, вылившийся в появлении общественных организаций бизнеса. Интересы крупного бизнеса выражают Российский союз промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленная палата. Средний и мелкий бизнес консолидируют такие организации, как «Опора России», «Деловая Россия». Созданы отраслевые объединения предпринимателей: Союзы строителей, химиков, машиностроения, транспортников.

Однако Л.В. Орлова отмечает, что самоидентификация предпринимательства иллюзорна [17]. При опросе предпринимательства более половины респондентов заявили, что о деятельности профессиональных организаций не знают, и опираться в своем поведении на утвержденные обществом предпринимателей нормы делового поведения готова только одна треть опрошенных. Общественные организации бизнеса – элемент публичной деловой инфраструктуры страны, с которой в современных условиях активно конкурируют иные деловые связи предпринимателей («бизнес-услуги за взятку», «бизнес-помощь друзьям», «бизнес-помощь криминала», «бизнес-помощь родственникам»).

Заключение. Диффузное состояние современной российской экономики, сочетающей несочетаемые модели развития, сформировали разнонаправленные установки в экономическом сознании российского предпринимательства. Его можно сравнить с кентавром: это мифологическое существо, объединившее в себе силу и ум различных существ, но страдавшее от дисгармонии такого бытия. В одном лице параллельно сосуществуют следующие смысловые координаты: ориентации «Кратковременная прибыль» и «Стратегия долговременных перспектив развития бизнеса», «Социальная ответственность» и «Социальный нарциссизм», «Эйфория богатства» и «Этика разумного эгоизма», «Свободная конкуренция» и «Рейдерство», «Бессубъектность» и «Субъектная самоидентификация». Выявленная противоречивость мешает сублимации предпринимательства в креативный и инновационный ресурс российского общества.

Библиографический список

1. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М., 2007.
2. Лепский В.Е. «Бессубъектность» – главный источник угроз безопасности и развития России / В.Е. Лепский // Проблемы управления безопасностью сложных систем: тр. X междунар. конф. (Москва, дек. 2002 г.) / под ред. Н.И. Архиповой и В.В. Кульбы. Ч. 1. – М., 2002. – С. 79–81.
3. Рябов В.В. Гражданское общество современной России: проблемы и перспективы становления / В.В. Рябов // Вестн. МГТУ. – 2010. – Т. 13. – № 2. – С. 439–444.
4. Проблемы субъектов в постнеклассической науке / под ред. В.А. Аршинова и В.Е. Лепского. – Препринт. – М., 2007. – С. 176.
5. Бызов Л.Г. Социокультурная трансформация российского общества и формирование российской идентичности / Л.Г. Бызов // Мир России. – 2002. – № 1. – С. 117.
6. Магун В.С. Базовые ценности россиян в современном контексте / В.С. Магун, М.Г. Руднев // Общественные науки и современность. – 2010. – № 3. – С. 5–21.
7. Лапин Н.И. Функционально-организующие кластеры базовых ценностей населения России и ее регионов / Н.И. Лапин // Социс. – 2010. – № 1. – С. 28–36.
8. Бессокирная Г.П. Динамика ценностей и мотивов труда рабочих (2003–2007 гг.) / Г.П. Бессокирная // Социс. – 2010. – № 2. – С. 56–63.
9. Тихонова Н.Е. Социокультурная модернизация в России / Н.Е. Тихонова // Общественные науки и современность. – 2008. – № 2. – С. 5–23.
10. Штайльманн К. Новая философия бизнеса. Т. 1 / К. Штайльманн. – М.; Берлин, 1998. – Т. 1. – С. 650.
11. Буравой М. Транзит без трансформации: инволюция России к капитализму / М. Буравой // Социс. – 2009. – № 9. – С. 3–11.
12. Кривошеев В.В. Короткие жизненные проекты: проявление аномии в современном обществе / В.В. Кривошеев // Социс. – 2009. – № 3. – С. 57–67.
13. Тощенко Ж.Т. Кентавр-проблема как особый случай парадоксальности общественного сознания / Ж.Т. Тощенко // Вопр. философии. – 2002. – № 6. – С. 29–37.
14. Зарубина Н.Н. Деньги и культура богатства: перспективы социальной ответственности бизнеса в условиях глобализации / Н.Н. Зарубина // Социс. – 2008. – № 10. – С. 13–23.
15. Полищук Л. Бизнесмены и филантропы / Л. Полищук // Pro et contra. – 2006. – № 1. – С. 59–73.
16. Щербатова И.В. Советская предыстория челночества: от мешочников до кооперативов / И.В. Щербатова // Социс. – 2008. – № 4. – С. 44–52.
17. Орлова Л.В. Региональные общественные организации предпринимателей: отношение и оценки / Л.В. Орлова // Социс. – 2010. – № 5. – С. 140–142.

Материал поступил 03.03.11.

References

1. Florida R. Kreativnyi klass: lyudi, kotorye menyayut budushee / R. Florida. – M., 2007. – In Russian.
2. Lepskii V.E. «Bessub'ektnost'» – glavnyi istochnik ugroz bezopasnosti i razvitiya Rossii / V.E. Lepskii // Problemy upravleniya bezopasnost'yu slojnyh sistem: tr. X mejdunar. konf. (Moskva, dek. 2002 g.) / pod red. N.I. Arhipovoi i V.V. Kul'by. Ch. 1. – M., 2002. – S. 79–81. – In Russian.
3. Ryabov V.V. Grajdanskoe obschestvo sovremennoi Rossii: problemy i perspektivy stanovleniya / V.V. Ryabov // Vestn. MGTU. – 2010. – T. 13. – № 2. – S. 439–444. – In Russian.
4. Problemy sub'ektov v postneklassicheskoj nauke / pod red. V.A. Arshinova i V.E. Lepskogo. – Preprint. – M., 2007. – S. 176. – In Russian.
5. Byzov L.G. Sociokul'turnaya transformaciya rossiiskogo obschestva i formirovanie rossiiskoi identichnosti / L.G. Byzov // Mir Rossii. – 2002. – № 1. – S. 117. – In Russian.
6. Magun V.S. Bazovye cennosti rossiyan v sovremennom kontekste / V.S. Magun, M.G. Rudnev // Obschestvennye nauki i sovremennost'. – 2010. – № 3. – S. 5–21. – In Russian.
7. Lapin N.I. Funkcional'no-organizuyuschie klastery bazovyh cennostei naseleniya Rossii i ee regionov / N.I. Lapin // Socis. – 2010. – № 1. – S. 28–36. – In Russian.
8. Bessokirnaya G.P. Dinamika cennostei i motivov truda rabochih (2003–2007 gg.) / G.P. Bessokirnaya // Socis. – 2010. – № 2. – S. 56–63. – In Russian.
9. Tihonova N.E. Sociokul'turnaya modernizaciya v Rossii / N.E. Tihonova // Obschestvennye nauki i sovremennost'. – 2008. – № 2. – S. 5–23. – In Russian.
10. Shtail'mann K. Novaya filosofiya biznesa. T. 1 / K. Shtail'mann. – M.; Berlin, 1998. – T. 1. – S. 650. – In Russian.
11. Buravoi M. Tranzit bez transformacii: involyuciya Rossii k kapitalizmu / M. Buravoi // Socis. – 2009. – № 9. – S. 3–11. – In Russian.
12. Krivosheev V.V. Korotkie jiznennye proekty: proyavlenie anomii v sovremennom obschestve / V.V. Krivosheev // Socis. – 2009. – № 3. – S. 57–67. – In Russian.
13. Toschenko J.T. Kentavr-problema kak osobyi sluchai paradoksal'nosti obschestvennogo soznaniya / J.T. Toschenko // Vopr. filosofii. – 2002. – № 6. – S. 29–37. – In Russian.
14. Zarubina N.N. Den'gi i kul'tura bogatstva: perspektivy social'noi otvetstvennosti biznesa v usloviyah globalizacii / N.N. Zarubina // Socis. – 2008. – № 10. – S. 13–23. – In Russian.
15. Polischuk L. Biznesmeny i filantropy / L. Polischuk // Pro et contra. – 2006. – № 1. – S. 59–73. – In Russian.
16. Scherbatova I.V. Sovetskaya predystoriya chelnochestva: ot meshochnikov do kooperativov / I.V. Scherbatova // Socis. – 2008. – № 4. – S. 44–52. – In Russian.
17. Orlova L.V. Regional'nye obschestvennye organizacii predprinimatelei: otnoshenie i ocenki / L.V. Orlova // Socis. – 2010. – № 5. – S. 140–142. – In Russian.

CENTAUR-PARADOXES OF ECONOMIC CONSCIOUSNESS OF RUSSIAN ENTREPRENEURSHIP

M.N. MIKHEYEV

(Don State Technical University)

Basic coordinates of the economic consciousness of the Russian business are considered. It is revealed, that subjectlessness, expolarity, diffusion of the Russian economy have formed multidirectional attitudes in the economic consciousness of business, fostered centaur-paradoxes in it. It is shown, that discrepancy of business economic consciousness reduces its innovative and creative potential.

Keywords: *creativity, subjectness, social time, expolar economy, centaur-paradox, self-identification, antinomy.*