

**ГЕННАДИЙ КОРЖОВ,**

*доцент Макеевского экономико-гуманитарного института*

**Социокультурная легитимность  
предпринимательства в украинском обществе  
первого десятилетия трансформаций**

*Abstract*

*There are analyzed the social and cultural legitimacy level and essence of entrepreneurship in Ukrainian society. Basing on historical and sociological polling data, the author characterizes the main factors which determined such a low level and ambivalent nature of entrepreneurship legitimacy in Ukraine.*

***Введение***

Экономические реформы, инициированные в начале 1990-х годов с целью создания эффективных рыночных институтов в посткоммунистических обществах по единой для всех стран неолиберальной модели, привели к удивительно непохожим результатам. Частично это объясняется различиями в экономических и политических условиях этих стран. Однако не менее значимыми являются иные, малозаметные культурные и исторические силы, способные служить и катализаторами, и ингибиторами общественных преобразований.

В статье предпринята попытка макросоциального анализа социокультурных факторов, существенно влияющих на процессы институционализации предпринимательства в современном украинском обществе. Главной целью исследования является поиск взаимосвязей и взаимодействий предпринимательства с рядом внеэкономических феноменов, анализ его укорененности в системе социокультурных символов, норм, ценностей, образцов взаимодействия и поведения. Заметим, что хотя культура не определяет структуру и динамику остальных социальных институтов и не имеет преимущества перед ними, тем не менее она не является эпифеноменом, полностью зависящим от других социальных явлений. Культура — это промежуточное звено, опосре-

дующее и уравнивающее оппозицию между социальной структурой и индивидуальным действием, между макро- и микроуровнем социальной реальности, между стабильностью и изменчивостью.

Предлагаемое исследование основано на методологических разработках М.Вебера, в частности на его концепции о влиянии религиозной (протестантской) этики на формирование духа капитализма, воплотившегося в деловой активности предпринимателей Нового времени. В методологическом плане наше исследование также находится в русле аналитической традиции “новой экономической социологии”. Наиболее ярким представителем этого направления является М.Грановеттер, разработавший концепцию структурной укорененности экономического действия, его глубинной связи со всем многообразием социальных и культурных отношений и явлений [1]. Еще одним родственным направлением в современной социологии, уделяющим особое внимание социокультурным фактам при объяснении процессов возникновения и развития экономических институтов, выступает “социоэкономика”. Ее основоположник А.Этциони огромное значение придает моральным диспозициям, рассматривая их в качестве мотиваторов хозяйственной деятельности [2].

Ключевым концептуальным понятием нашего исследования служит *социокультурная легитимность предпринимательства* (далее — СКЛП). Термин “легитимность предпринимательства”, введенный в научный оборот Полем Уилкеном [3], определяет в узком смысле уровень одобрения предпринимательства в обществе, а в более широком — наличие в социально-культурном контексте системы ценностей и норм, способствующих возникновению и успешному развитию предпринимательства. Согласно такому пониманию, одни общества создают более благоприятные условия для проявления частной инициативы в сфере бизнеса по сравнению с другими. В этих обществах получают распространение и одобрение такие ценности и культурные образцы, как индивидуализм, выраженная мотивация достижения и личного успеха, склонность к умеренному риску, поощрение методичных усилий и конкуренции и т.п.

Можно выделить два пласта СКЛП — внутренний, связанный с глубинными ценностями и ментальностью, и внешний, проявляющийся в господствующих в определенное время и в определенном месте оценках, установках, диспозициях и общественном мнении. Исходя из этого аналитического деления, мы и рассмотрим феномен СКЛП в украинском обществе.

Следует отметить, что уровень СКЛП не является постоянной величиной и может варьировать в зависимости от исторической эпохи. Однако пределы этого варьирования незначительны, поскольку СКЛП — это неотъемлемая часть культуры, которая, по мнению многих исследователей, имеет высшую степень постоянства и инерционности, нежели экономические и политические институты. Эта особенность делает культуру не просто объектом влияния со стороны остальных социальных институтов и структур, но и активным фактором, способным с помощью усвоенных социальными агентами габитусов оказывать существенное влияние на характер, интенсивность, направление и скорость институциональных реформ, в том числе в экономической сфере. Таким образом, проведение экономических реформ исключительно на основе культурно нейтральной монетаристской модели представляет собой механистический подход к социальным процессам и не

дает желаемых результатов. Любые экономические рецепты требуют творческого переосмысления и приспособления к исторической и социокультурной специфике конкретного общества.

В нашем контексте решающее значение приобретает выяснение того, каким образом украинские культурные образцы соотносятся с установками, мотивацией и моделями поведения, характерными для предпринимательских слоев. Понятие “СКЛП” слишком широкое для исчерпывающего рассмотрения в рамках одной статьи. Поэтому далее мы остановимся на одном аспекте СКЛП, а именно — на проблеме национального менталитета.

В отечественной науке последнего десятилетия проблема национального менталитета довольно широко и разносторонне освещена [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10]. Однако чувствуется нехватка научных разработок, в которых бы анализировался вопрос о влиянии ментальных особенностей украинского народа на процессы становления и развития независимой частной инициативы. Наше исследование имеет целью предложить хотя бы частичное решение этой проблемы.

### ***Социокультурная легитимность и успешность предпринимательской деятельности***

Сначала следует сделать краткий обзор проблемы соотношения социокультурной легитимности и успешности развития предпринимательства, поскольку в научном сообществе пока не достигнуто консенсуса по данной проблеме. Такие авторитетные ученые, как Дж.Александр, П.Килби и др., считают позитивное отношение общества к бизнесу, высокий социальный статус предпринимателей и престиж предпринимательства необходимыми предпосылками возникновения и успешного развития этой сферы деятельности. Вместе с тем Т.Парсонс и Н.Смелзер доказывают, что предпринимательство не требует положительной социальной оценки, а наиболее благоприятным внешним условием является толерантное отношение к нему со стороны общества [11]. В этом случае постулируется определенная степень автономности предпринимательства по отношению к социокультурному контексту. Как показывают исследования, бизнесом действительно успешно занимались в разные периоды истории и в различных обществах маргинальные социальные и этнические группы, например евреи, религиозные меньшинства, бывшие крепостные крестьяне и т.п.

Согласно концепции Э.Хейгена, предпринимательство — это результат усилий социальных групп, занимающих низкие позиции в социальной иерархии и рассматривающих занятие бизнесом как один из наиболее эффективных путей преодоления такого положения [12]. Как правило, такие социальные группы лишены возможности продвигаться на верхние ступени социальной лестницы, используя престижные, социально-легитимные каналы мобильности, пользующиеся уважением во всем обществе. Доступ к этим сферам деятельности закрыт для аутсайдеров. В итоге они готовы попытаться счастья в бизнесе — деятельности, сопряженной с большим риском, но одновременно обещающей огромную выгоду, в частности повышение материального статуса. Так происходит “извлечение статуса” (Э.Хейген), его постепенное повышение. Эта концептуальная модель получила применение при объяснении феномена “этнического предпринимательства”, рас-

пространенного во многих странах. Речь идет о непропорционально большом и успешном, по сравнению с остальными этносами, вовлечении в бизнес отдельных этнических групп, в первую очередь компактно проживающих меньшинств.

В поиске системы ценностей, способствующей возникновению предпринимательства, ученые обращают внимание на различные ценностные ориентации. Некоторые отдают предпочтение традиционным мещанским добродетелям (В.Зомбарт), другие — протестантскому этическому “кодексу”, провозглашающему бережливость, воздержание от непроизводительных затрат и авантюризма, методические трудовые усилия как путь к успеху, добропорядочное и подвижническое выполнение своего профессионального долга (М.Вебер) [13], третьи — ценностям, ориентированным на достижения и универсализм, в отличие от аскрипции и партикуляризма (С.Липсет).

### ***Хозяйственный менталитет и предпринимательская деятельность***

Изучение хозяйственного менталитета дает ключ к пониманию многих современных феноменов массового и индивидуального сознания, а также социальных процессов. В менталитете аккумулируется многовековой опыт народа в форме различных архетипов коллективного бессознательного (К.Юнг), символических схем и моделей, с помощью которых воспринимается окружающий мир и происходит адаптация. Это, с одной стороны, своеобразный когнитивный, или “умственный инструментарий” (А.Гуревич), а с другой — система взаимосвязанных норм и ценностей, часто неосознанных и артикулируемых автоматически в соответствующих ситуациях.

Следует отметить, что в украинском менталитете можно выделить три пласта, каждый из которых связан с доминантным вектором социокультурного развития этноса на различных этапах его исторического пути: традиционный, советский и постсоветский (современный).

Начнем с традиционного среза. Ряд выдающихся исследователей, этнопсихологов и историков, начиная с Н.Костомарова, отмечали одну важную особенность украинского менталитета, отличающую его от русского. Это — склонность к индивидуализму. Эта черта связана с особенностями традиционного образа жизни и традиционной хозяйственной системы, основанной на автономии, независимости и добровольном объединении в общины. На большей части украинских земель отсутствовала община в ее российском принудительно-коллективистском варианте. Свободные, “контрактные” формы хозяйственных отношений обеспечивали украинским крестьянам высокую степень автономии и воспитывали в них ответственных хозяев. Со временем, в XVII–XVIII веках параллельно с усилением российской колонизации и насаждением экономических и социальных порядков, характерных для тогдашней Российской империи, в Украине возникла общинная форма землевладения.

Если говорить об индивидуализме украинцев, нельзя обойти вниманием образ казака, ставший олицетворением свободолюбия и символом украинского национального духа. Этос казачества, на первый взгляд, мог бы стать той ментальной почвой, из которой произрастает капиталистический дух с присущими ему энергией, ответственностью, стремлением к успеху и

индивидуализмом. Однако в реальности эта связь не настолько однозначна. Как известно, сами казаки представляли собой военное сословие, ритм и образ жизни которого неразрывно были связаны с войной. Поэтому их успехи на мирной, хозяйственной ниве были гораздо более скромными, чем в ратных делах. Казаки не были приспособлены к постоянным, повседневным и методичным усилиям, необходимым для успешного ведения хозяйства. К тому же способ их хозяйствования носил преимущественно автаркичный и нетоварный характер (за исключением чумацкого промысла). В пределах такой социально-экономической системы зарождение и полноценное развитие капиталистических отношений было маловероятным. Таким образом, казачий и предпринимательский этосы имеют мало общего.

Свободолюбие формировало особое отношение к власти. Для украинцев власть и свобода — антиподы. Архетипичное отношение к власти в украинской духовной традиции заключается в представлении о том, что высшая власть принадлежит Богу, а не человеку, а потому никто не имеет права лишать человека даже толики данной ему свободы. Отсюда распространенность подозрительного, а нередко и враждебного отношения к власти [7].

Следующей интересной особенностью украинцев можно назвать высокий уровень эмоциональности, или кордоцентризм [8; 10], интровертность. Эта черта, обуславливая чрезмерную сосредоточенность на внутреннем мире, сдерживает внешнюю активность, в том числе и нацеленную на экономические достижения. Исследования демонстрируют, что успехов в предпринимательстве чаще достигают экстраверты.

Одним из наиболее стойких элементов традиционного хозяйственного менталитета украинцев является их психологическая и религиозная связь с землей, что нашло отражение в традиционной космогонии, обрядности и мифологии народа. Такой “землецентризм”, имея неоспоримые преимущества, одновременно оказался преградой для украинцев в эпоху модернизации, когда вместо активного усвоения промышленности, урбанизованного образа жизни и новых, менее консервативных и более гибких образцов поведения украинский крестьянин оставался носителем патриархальных ориентаций и хозяйственных практик. Не случайно в украинской среде так и не возник свой, национально окрашенный капиталистический дух как необходимая предпосылка успешного процесса модернизации.

Объяснение прочной связи украинского крестьянства с землей следует искать как в социально-экономических процессах, так и в менталитете. Заметим, что эта особенность породила распространенный в литературе и массовом сознании миф. Согласно последнему, украинцам приписывают почти мистическую приверженность земле и негативное отношение к городу, городскому образу жизни. Однако некоторые современные авторы (Магочи [14], Кравченко [5], Войтович [15] и др.) предлагают более обоснованное и одновременно прозаичное объяснение этого феномена. В Надднепрянской Украине в связи с высокой урожайностью земли помещики требовали от крестьян обрабатывать барщину, предпочитая ее оброку. Вследствие этого украинские крестьяне очень редко оставляли село даже на короткое время и плохо представляли себе городскую жизнь. Город в крестьянском сознании надолго остался чем-то чуждым, далеким и враждебным.

Отдельные исследователи считают, что плодородие украинских земель сыграло негативную роль в формировании национального характера. В

частности, В.Липинский отмечал, что “легкость борьбы с природой, благосклонной к человеку, развила в людях лень и неспособность к постоянному, длительному и методичному усилию” [16]. Вместе с тем самостоятельная работа на земле развила в украинцах устойчивый индивидуализм, зачастую принимавший крайние формы и мешавший объединению усилий и сотрудничеству.

Противоречивость и уникальность украинского менталитета обусловлены геополитическим фактором — пограничным расположением Украины между двумя принципиально различными цивилизациями — Византийской и Римской, между Европой и Азией. Эта маргинальность порождала ощущение неуверенности и внутреннего протеста против всего нового, непривычного. Аккумуляция этого опыта в течение столетий обусловило возникновение двух основных типов мировосприятия украинцев: 1) *vita maxima et heroica* — казачий тип энтузиаста-авантюриста и 2) *vita minima* — анабиотическое существование, поведение по хорошо известному принципу “моя хата скраю” [см.: 17].

Среди важных черт традиционного менталитета нельзя не отметить трудолюбие, стремление к устроенному быту и благосостоянию. Согласно традиционной народной этике, именно изнурительный труд делает человека настоящей личностью.

Недостаток социальной и политической лояльности, низкий уровень уважения к политическим лидерам и власти как таковой — типичные черты украинской политической культуры, основанной на национальных архетипах. Это обстоятельство также серьезно сказалось на процессах становления предпринимательства и, в частности, на его взаимоотношениях с властными структурами, а также на государственной политике по отношению к бизнесу.

Особо следует подчеркнуть тот факт, что ментальность представляет собой аккумулятивный исторический опыт народа, его традиционные устойчивые формы повседневности, образцы и модели поведения и реагирования на природное и социальное окружения. Какие именно особенности украинского культурно-исторического опыта оказали существенное влияние на хозяйственный менталитет народа в той его части, которая непосредственно связана с предпринимательскими установками, ориентациями и нормами? Речь идет о ключевых факторах, обуславливавших низкую легитимность этого рода деятельности в украинском обществе в течение длительного исторического периода и до сих пор заметно влияющих на современные процессы становления независимой хозяйственной деятельности. Рассмотрим некоторые из этих факторов:

- опыт запоздалой модернизации украинского общества и отсутствие единой непрерывной традиции становления капиталистических отношений и класса буржуазии;
- колониальное экономическое и политическое положение Украины в составе как Российской империи, так и Речи Посполитой, а также крайне незначительный опыт государственного строительства в Новое время. Эта особенность существенным образом отличала Украину от западноевропейских стран, в которых капиталистическое предпринимательство сформировалось в эпоху зарождения национальных государств и имело неразрывную связь с процессами национально-государственного строительства. Идея экономической свободы и

независимости ведущего актора рынка в лице предпринимателя органично сочеталась с идеей сильного независимого государства, обеспечивающего надежный правовой и экономико-политический фундамент для стабильной, рассчитанной на длительную перспективу экономической деятельности, а также защищающего права собственников, национально настроенных предпринимателей;

- в отличие от Западной Европы, в Российской империи, в состав которой входила Левобережная Украина, утвердился особый режим правления (“вотчинный”, по терминологии Р.Пайпса) [18, с. 221 и др.], характеризующийся слиянием верховной власти и собственности. Институт частной собственности долгое время оставался недоразвитым, что неминуемо ставило всех жителей в ситуацию чрезвычайной односторонней зависимости от воли государя. Отсюда слабость буржуазии и недоразвитость рыночного предпринимательства;
- следующим звеном в этой цепи стала недоразвитость городов на украинских землях и их преимущественно неукраинский характер. На территории России город не имел ни особых прав, ни особого хозяйственного порядка. Аналогичная ситуация наблюдалась в Речи Посполитой, где, несмотря на самоуправление согласно магдебургскому праву, города подвергались экономической и политической эксплуатации со стороны могущественной шляхты [14]. В таких условиях почти не оставалось шансов для возникновения особого “третьего сословия”, подобного западноевропейскому бюргерству. Ко всему прочему, в украинских городах были недостаточно развиты традиции цеховых объединений, являвшихся характерной чертой деятельности купцов и ремесленников Западной Европы. Правила и идеология цеха способствовали утверждению особого трудового этоса, профессиональной гордости за качество своего труда, честных и доверительных отношений между предпринимателями и их клиентами [19, с. 133]. Уместно еще раз подчеркнуть уже упоминавшуюся ранее особенность урбанизационных процессов на украинских землях — весьма слабую вовлеченность в них национального элемента. В итоге украинская национальная буржуазия имела крайне слабые позиции, что не могло не сказаться на отношении местного, преимущественно украинского по этническому составу, населения к предпринимательству. Последнее воспринималось как явление непонятное, чужеродное, противоречащее традиционному, а значит достойному и аутентичному образу жизни и хозяйственного поведения. Различные сферы деловой активности находились под контролем главным образом российских и еврейских предпринимателей, а сами украинцы были крайне слабо представлены среди профессий, связанных с коммерцией [5, с. 69].

Таким образом, культурная традиция украинского населения не способствовала формированию цивилизованного национального типа предпринимательства. Культурно-цивилизационный пласт советского периода еще более усугубил ситуацию, обусловив размывание многих положительных черт национального менталитета и традиционных ценностей, подмену индивидуалистических ориентаций эгалитарно-коллективистскими, страшную деформацию трудовой этики и мотивации к труду. Отдельные черты национального менталитета (толерантность, доверчивость, комплекс не-

полноценности, неспособность к устойчивым и последовательным трудовым усилиям) приняли гипертрофированный вид. Советская идеология и экономическая среда сформировали особый тип экономической культуры, для которой характерны равнодушное отношение к инновациям, стремление избегать риска, но действовать при этом вопреки закону [10]. Советские образ жизни, идеология и культура глубоко отразились на господствующей модели предпринимательской деятельности, получившей в последние годы распространение в Украине. Она напоминает удивительный гибрид, в котором фантастически переплетаются и сосуществуют элементы, присущие одновременно традиционной, советской и современной западной культуре.

### ***Легитимность предпринимательства в современном украинском обществе***

Попытаемся выяснить, какой уровень СКЛП наблюдается ныне в украинском обществе и какие черты ей присущи. Поскольку изучением этой проблемы пока целенаправленно не занимались, нам придется анализировать это явление на основании опосредованных и часто фрагментарных эмпирических данных, собранных в ходе различных социологических исследований. Впрочем, это позволяет дать характеристику этого феномена в его наиболее существенных проявлениях.

Начнем с восприятия предпринимательства на уровне индивидуально-го и массового сознания. Мониторинг общественного мнения показывает, что в течение десятилетия независимости среди населения Украины преобладали умеренно положительные установки по отношению к частному предпринимательству (см. табл. 1).

**Таблица 1**

#### **Распределение ответов на вопрос “Как Вы относитесь к развитию частного предпринимательства (бизнеса) в Украине?”, % [см.: 20, с. 7; 21, с. 15]**

Варианты ответов	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
5 — полностью одобряю	29	17	22	20	24	21	24	23	27	25
4 — скорее одобряю	25	31	21	21	22	22	21	23	25	27
3 — трудно сказать однозначно, одобряю или нет	31	30	25	26	27	29	28	28	25	25
2 — скорее не одобряю	10	11	16	15	14	14	13	15	13	13
1 — совсем не одобряю	5	10	15	17	13	13	14	11	9	10
Не ответили	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1
Различие между позитивными (5 и 4) и негативными (2 и 1) оценками	39	27	12	9	19	16	18	20	30	29
Средний балл*	3,63*	3,34	3,19*	3,11	3,30	3,22	3,29	3,32	3,47	3,45*

*Примечание: \* — различия баллов, зафиксированные между показателями 1992 и 1994 годов, а также между показателями 1994 и 2001 годов, статистически значимы на уровне 1%.*



Эти оценки не оставались неизменными и колебались от довольно высоких показателей одобрения в начале трансформации до заметного падения авторитета предпринимательства в глазах общественности в течение 1994–1995 годов. С одной стороны, такое изменение в общественном мнении можно частично объяснить влиянием ситуационных факторов, а именно усилением неблагоприятных тенденций в социально-экономической сфере (гиперинфляция 1993 года, резкое падение уровня жизни, падение производства и усиление на этом фоне пессимистических настроений). С другой стороны, обнаруживается довольно интересная закономерность: снижение качества жизни не привело к автоматическому и резкому падению легитимности предпринимательской деятельности. Лишь постепенно, за 2–3 года, по мере накопления негативного опыта произошел заметный сдвиг в оценках. При этом изменилась сама природа общественного мнения: оценки начали меняться от идеалистических, в наибольшей степени присущих массовому сознанию начального, эйфорического периода преобразований, периода огромных надежд, до все более прагматичных и трезвых, основанных на сопоставлении надежд с реальными социальными процессами.

Заслуживает внимания тот факт, что в течение 1994–1996 годов, когда по сравнению с предыдущим периодом росли ряды противников частного бизнеса, доля его приверженцев оставалась почти неизменной (42%–46%). Другими словами, стабилизировался уровень позитивного отношения к предпринимательству, а в течение последующих лет он даже постепенно возрастал (с 43% в 1997-м до 52% в 2001 году). Нельзя, однако, обойти вниманием то, что стабильно высокой (от четверти до трети населения) остается доля тех, кто не может определить своего отношения к предпринимательству. Такой высокий процент неопределенных оценок свидетельствует о том, что феномен предпринимательства не получил социокультурной легитимации в глазах весомой части общества, хотя и имеет значительную армию сторонников. Последние отличаются по своим социально-демографическим характеристикам от противников частного бизнеса, поскольку, как правило, оказываются моложе, образованнее и обеспеченнее. Среди них также чаще встречаются городские жители. Вместе с тем наиболее негативно предприниматели воспринимаются теми strатами, которые имеют низкий социальный статус, незначительные экономический, политический и символический капиталы и могут рассматриваться как “неудачники трансформации” [22, с. 73].

Противоречивость и неоднозначность оценок феномена предпринимательства жителями Украины особенно рельефно проявляется при сопоставлении отношения к предпринимательству в целом, которое (отношение) носит весьма абстрактный характер, и отношения к предпринимателям в частности, более определенного, осязаемого и обусловленного непосредственным повседневным опытом. В последнем случае преобладают более сдержанные, чем в первом, оценки. В одном из исследований середины 1995 года выясняли отношение простых украинцев и народных депутатов к “новым богатым”. Показательно, что по этому вопросу мнения представителей политической элиты совпали с “гласом народа”: 42% представителей народа и 43% парламентариев негативно относятся к предпринимателям, вплоть до желания упечь богатых украинцев за решетку [23, с. 116–117]. Итак, фигура само-

го предпринимателя вызывает противоречивые и в основном негативные оценки.

Сами предприниматели оценивали социально-психологическую атмосферу в украинском обществе для частных бизнесменов как преимущественно неблагоприятную. Однако они склонны преувеличивать уровень невосприятия частного бизнеса в украинском обществе. В действительности негативизм среди населения распространен не настолько, как это представляется самим бизнесменам. Впрочем, такое отношение населения, по мнению предпринимателей, существенно не влияет на развитие частной инициативы. Лишь 18% донецких предпринимателей отметили недоброжелательное отношение окружения как один из факторов, негативно отражающихся на развитии бизнеса. Свидетельствует ли это об игнорировании общественно-го мнения со стороны остальных? Нет, это скорее некий компенсаторный механизм, помогающий смириться с неблагоприятными обстоятельствами внешней среды. Предприниматели имеют большие социальные aspirations и претензии на высокий престиж. Недостаточный уровень признания со стороны общества заставляет их пересматривать роль такого влияния в их деятельности. Вместе с тем недооценка роли общественного одобрения свидетельствует о тенденции к самоизоляции и самодостаточности, сосредоточении на удовлетворении собственных узких интересов и низкой социальной ответственности как типичным стратегиям социального поведения новых предпринимателей. В то же время это является свидетельством рациональной оценки предпринимателями крайне низкой роли рядовых граждан в решении жизненно важных вопросов современного украинского общества.

Такое отношение связано с распространенными в украинском обществе представлениями о доминировании в среде бизнесменов, и особенно среди представителей крупного бизнеса, неправовых и аморальных способов ведения дел и достижения успеха. Подавляющее большинство украинцев уверено в том, что достичь успеха в бизнесе честным путем практически невозможно, а те, кто получил богатство в последние годы, достигли этого благодаря определенным аморальным действиям: спекуляции (49,4%), хищению государственного имущества (40%), взяточничеству (18%). Значительный процент приходится на тех, кто указывает на выгодные связи с промышленной и политической элитами (41,8%). Положительная оценка средств, используемых бизнесменами ради достижения своих целей, наблюдается у незначительного количества населения. В частности, всего 23,6% украинцев объясняют высокие доходы предпринимателей их природной склонностью к коммерции, 3,8% — талантом и трудолюбием, а 5,2% — счастливым случаем или благоприятным стечением обстоятельств [см.: 24, с. 31–33]. Таким образом, в общественном мнении в отношении предпринимателя доминирует образ аморального дельца, не гнушающегося никакими средствами ради собственной пользы, вроде “баронов-грабителей” эпохи первоначального накопления капитала. В массовом сознании жива уверенность в том, что предпринимательская среда отличается низким уровнем нравственной регламентации и господством законов грубой силы и личной выгоды. Однако подавляющее большинство жителей Украины соглашаются работать на частного собственника (см. табл. 2), несмотря на то, что почти у каждого второго он вызывает недоверие. Вместе с тем предпринимательство как профессия, или вид деятельности, входит в число наиболее престижных в Украине.

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос: “Согласились бы Вы лично работать у частного предпринимателя?”, % [см.: 20, с. 10; 21, с. 16]**

Варианты ответов	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
5 – да	27	38	37	34	38	37	34	39	34
4 – скорее да	17	15	15	16	17	17	18	17	20
3 – трудно сказать, да или нет	21	15	15	15	15	14	14	13	14
2 – скорее нет	10	5	8	8	8	11	10	10	10
1 – нет	25	27	27	27	22	22	24	22	23
Различия между утвердительными (5 и 4) и отрицательными (2 и 1) ответами	19	21	17	15	25	21	18	24	21
Средний балл	3,10	3,33	3,27	3,23	3,42	3,37	3,28	3,42	3,33

В списке из 31 профессии, предложенном респондентам для оценки, четвертая и пятая позиции были отданы предпринимателю и коммерсанту [25, с. 122–123]. О высоком уровне престижа предпринимательской деятельности свидетельствует и отношение взрослых жителей страны к перспективе того, чтобы их сын, дочь или другой родственник стали предпринимателями (“за” – 52,4%, “против” – 25,8%, не определились со своим отношением – 21,8%) [22]. Итак, при достаточно сдержанном отношении к предпринимателям, преобладании недоверия к ним и распространенности весьма негативного имиджа предпринимателя сама эта деятельность имеет для людей очень высокий престиж. Чем объясняется подобная противоречивость массового сознания? Объяснение следует искать в закономерной противоречивости сознания в переходные эпохи, когда радикально изменяется социальный ландшафт, возникают новые социальные институты и коренным образом меняются ценностные ориентации людей. Ситуация внутреннего конфликта между когнитивными и эмоциональными компонентами социальных установок неоднократно фиксировалась исследователями постсоциалистических обществ. Наряду с этим оценка престижности во многом определяется господствующими в обществе на данном историческом этапе ценностями и социальными интересами. Современная эпоха отмечена доминированием прагматических ориентаций и материалистических ценностей. Оценивая престижность конкретной профессии, индивиды склонны придавать особую весомость материально-экономической составляющей, размещая на первых позициях в иерархии престижа профессии, обеспечивающие высокий экономический статус. В плане оценки предпринимательства как возможной жизненной перспективы для своих детей люди исходят из двух разных ментальных схем – нормативной и реальной. Преобладание положительных оценок над негативными отражает отношение не столько к реальным типам предпринимателей, сколько к нормативной модели, социокультурному образу, который многими рассматривается как возможная и даже желаемая перспектива [22]. Кроме того, следует отметить, что привлекательность предпринимательской деятельности объясняется ситуацией блокирования в современной Украине многих каналов

социальной мобильности и достижения высокого материального статуса. Предпринимательство, в том числе и малое, остается одним из немногих доступных каналов, и поэтому рассматривается людьми как желаемая перспектива для детей. Утверждение в Украине “латиноамериканской” модели общественного развития привело к невиданной за последние десятилетия социальной поляризации, которая в сочетании с визуализацией, демонстрацией богатства обусловила бум потребительских притязаний в условиях рыночного достатка, сменившего социалистический дефицит. Отсюда — повышенное внимание общественности к тем занятиям, которые позволяют воплотить эти намерения в реальность.

В целом можно говорить, что в широких слоях общества возникло и усиливается стремление достичь высокого материального статуса. Хотя на фоне катастрофического обнищания общества оно выглядит маловероятным, тем не менее оно знаменует важное изменение в массовом сознании. Богатство и материальный успех все чаще становятся объектом желаний многих, особенно молодых людей, то есть социокультурно легитимным феноменом. Однако общественное признание самой цели не тождественно признанию средств ее достижения. Происходит скорее обратное. Люди высказываются против нелегального и теневого характера деятельности многих бизнесменов, их тесных связей с уголовным миром и коррумпированными чиновниками, уклонения от уплаты налогов, демонстративного пренебрежения элементарными нормами морали и показного потребления “новых украинцев”. Таким образом, наблюдается диссонанс в оценках предпринимательства и предпринимателей, что отражает недовольство населения ходом реальных процессов становления и развития частного бизнеса в стране и указывает на существенные расхождения между ожиданиями общества и реальным поведением бизнесменов.

### **Выводы**

Мы наблюдаем совпадение двух феноменов: отсутствия глубокой и внутренне консистентной традиции предпринимательства в украинском обществе в течение длительного исторического периода, с одной стороны, и нынешней амбивалентной по своему характеру легитимности этой деятельности — с другой. Это совпадение не случайно. Существует определенная закономерность — взаимосвязь трех сфер: коллективного (этнического) бессознательного (ментальности), культуры и цивилизации. Культура в этой схеме играет роль посредника между двумя другими сферами, расшифровывает иррациональные импульсы коллективного бессознательного и превращает их в рациональные модели политических, экономических и социальных институтов. Вместе с тем культура является активной силой, обеспечивающей воспроизводство цивилизации, предлагая те “рецепты” и образцы, по которым создаются и функционируют нормативные структуры общества [9, с. 8]. Украинская культура не смогла разработать национально приемлемых и адекватных этоса, этики и идеологии предпринимательства, которые бы отвечали архетипам коллективного бессознательного и могли претвориться в соответствующие социальные, правовые и экономические институты. В этих условиях украинское общество крайне нуждается в создании и культивировании национально специфической модели цивилизованного и социально ответственного предпринимательства, пропагандиро-

вании и распространении лучших его образцов и постепенном формировании благоприятной социальной среды для частного бизнеса.

### **Литература**

1. *Granovetter M.* Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // *American Journal of Sociology.* — 1985. — № 3. — P. 48–510.
2. *Etzioni A., Lawrence P.* Socio-Economics: Toward a New Synthesis. — Armonk; N.Y., 1991.
3. *Wilken P.* Entrepreneurship: A Comparative and Historical Study. — Norwood, 1979.
4. *Коломінський Н.Л., Львовичкіна А.М.* Етнопсихологія українців // *Україна на зламі тисячоліть: Історичний екскурс, проблеми, тенденції та перспективи.* — К., 2000. — С. 59–76.
5. *Кравченко Б.* Соціальні зміни і національна свідомість в Україні ХХ ст. — К., 1997.
6. *Кульчицький О.* Світовідчуття українця // *Українська душа: Збірник наукових праць.* — К., 1992. — С. 48–65.
7. *Максимович В.* “Одухотвореність” як елемент української національної ідеї // *Схід.* — 1996. — № 5–6. — С. 19–22.
8. *Москалець В.* Релігійність як риса українського національного характеру // *Філософська і соціологічна думка.* — 1993. — № 1. — С. 70–77.
9. *Пасько І.Т.* Українська ідея на тлі європейської культури // *Схід.* — 1996. — № 5–6. — С. 3–10.
10. *Полунев Ю., Загоруйко Ю.* Культурний шок у посткомуністичних суспільствах у період ринкової трансформації (перспектива України) // *Сучасність.* — 1994. — № 10. — С. 78–91; № 11. — С. 143–155.
11. *Parsons T., Smelser N.* Economy and Society. — Glencoe, 1956.
12. *Hagen E.* On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins. — Homewood, 1962.
13. *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма // *Вебер М. Избранные произведения.* — М., 1990. — С. 6–272.
14. *Magosi P.* A History of Ukraine. — Toronto, 1996.
15. *Войтович С.* Світ соціальних відносин в українській культурі: Історико-соціологічне дослідження. — К., 1994.
16. Harward Ukrainian Studies. Special Issues // *The Political and Social Ideas of Viacheslav Lipins'ky.* — 1985. — Vol.9. — № 3/4. — P. 25.
17. *Головаха Е.И.* Трансформирующееся общество. Опыт социологического мониторинга в Украине. — К., 1996.
18. *Пайнс Р.* Собственность и свобода. — М., 2000.
19. *Gerschenkron A.* The Modernization of Entrepreneurship // *Gerschenkron A. Continuity in History and Other Essays.* — Cambridge (Mass.), 1968. — P. 128–139.
20. *Українське суспільство 1992–2002. Соціологічний моніторинг /* За ред. Н.В.Паніної. — К., 2003.
21. *Українське суспільство: соціологічний моніторинг 1994–2003 /* За ред. Н.В.Паніної. — К., 2003.
22. *Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету /* Под ред. В.Ворони, Е.Суименко. — К., 1995.
23. *Kuzio T. (ed).* Contemporary Ukraine: Dynamics of Post-Socialist Transformation. — Armonk; N.Y.; L., 1998.
24. *Мищенко М.* Социопсихологическая атмосфера в украинском обществе и отношение к предпринимательству // *Философская и социологическая мысль.* — 1994. — № 11–12. — С. 30–42.
25. *Макеев С.А., Оксамитная С.Н., Швачко Е.В.* Социальные идентификации и идентичности. — К., 1996.