

А.Д. Карнышев

Т.Д. Бурменко

Е.А. Иванова

ЧЕЛОВЕК И СОБСТВЕННОСТЬ

Издательство

2006

УДК 330.16

ББК 88.4

К 24

Рецензенты:

Карнышев А.Д., Бурменко Т.Д., Иванова Е.А.

Человек и собственность: Учебное пособие.

Настоящая книга – одна из первых работ в России, широко и детально рассматривающая психолого-экономические аспекты отношения людей к собственности. Лейтмотивом книги звучит мысль о влиянии собственности на психологические характеристики личности и, в свою очередь, влиянии индивидуальных и групповых особенностей на специфику экономического поведения субъектов в ситуации владения, пользования и распоряжения собственностью.

Книга будет полезной всем, кому приходится в своих предпринимательских и деловых контактах обращаться к проблематике отношений собственности.

ББК 88.4

ISBN

© Карнышев А.Д., Бурменко Т.Д., Иванова Е.А. 2006

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|------------|
| ПРЕДИСЛОВИЕ | 5 |
| Глава 1. ЛИЧНОСТЬ И СОБСТВЕННОСТЬ | 9 |
| 1.1. Частная жизнь и частная собственность | 9 |
| 1.2. Собственность как психологический атрибут личности | 13 |
| 1.2.1. Собственность и структура личности | 17 |
| 1.2.2. Природное в характере и отношениях собственника | 23 |
| Экономическое сознание и экономические стереотипы как одна из сторон направленности личности | 26 |
| Особенности мотивов собственности | 35 |
| Способности и качества личности во взаимосвязи с собственностью | 42 |
| Самооценка личности и собственность | 46 |
| Коммуникативные качества как детерминанты эффективности собственника | 51 |
| 1.3. Типология собственников | 54 |
| 1.4. Социализация собственника | 70 |
| 1.4.1. Общие вопросы социализации | 71 |
| 1.4.2. Экономическая социализация и собственность | 76 |
| 1.4.3. Проблемы и ресурсы приобщения к собственности | 86 |
| 1.4.4. Социальные интересы собственника | 94 |
| Глава 2. ЭКОНОМИКА, ПРАВО И СОБСТВЕННОСТЬ | 98 |
| 2.1. Сущность отношений собственности | 98 |
| 2.2. Собственность в правовом и экономическом смысле | 102 |
| 2.3. Субъекты и объекты собственности | 108 |
| 2.4. Полиморфизм собственности и конкуренция | 113 |
| Глава 3. ОБЩЕСТВО, ГРУППА, СОБСТВЕННОСТЬ | 124 |
| 3.1. Может ли общество жить без эксплуатации | 124 |
| 3.2. Собственность в менталитете народов | 133 |
| 3.2.1. Христианство | 140 |
| 3.2.2. Ислам | 144 |
| 3.2.3. Буддизм | 146 |
| 3.3. Приватизация и изменения в психологии собственности | 148 |
| 3.3.1. Ожидаемые и реальные плюсы и минусы приватизации | 149 |
| 3.3.2. Приватизация и отношение людей к современной элите | 162 |
| 3.3.3. Психологическое благополучие «стратифицированных» собственников | 177 |

| | |
|--|------------|
| 3.3.4. Российские собственники: путь к социально-ответственному бизнесу | 186 |
| 3.3.5. Приватизация и возможности укрепления совместной собственности | 192 |
| 3.4. Собственность и теневая экономика | 206 |
| | |
| Глава 4. УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВИДЫ СОБСТВЕННОСТИ | 216 |
| 4.1. Земля: и собственность, и образ жизни | 216 |
| 4.1.1. Общины в России как субъект собственности на землю | 221 |
| 4.1.2. Актуальные проблемы собственности на землю | 231 |
| 4.2. Интеллектуальная собственность | 239 |
| 4.2.1. Общие вопросы интеллектуальной собственности | 240 |
| 4.2.2. Виды интеллектуальной собственности | 246 |
| 4.2.3. Борьба с недобросовестной конкуренцией и коммерческая тайна | 259 |
| 4.2.4. Личность и группа как создатели интеллектуальной собственности | 262 |
| 4.2.5. Интеллектуальная собственность: российские проблемы | 269 |
| 4.2.6. Стимулирование воспроизводства интеллектуальной собственности | 275 |
| 4.3. Деньги как всеобщий эквивалент собственности | 278 |
| | |
| Глава 5. СОБСТВЕННОСТЬ И НАЛОГИ | 289 |
| 5.1. Субъективные оценки практики налогообложения в России | 289 |
| 5.2. Проблема справедливости налоговой системы | 292 |
| 5.3. Мотивы и стимулы выплаты налогов и уклонения от них | 298 |
| 5.4. Информированность и особенности поведения налогоплательщиков | 308 |
| 5.5. Налоговый менталитет россиян и правила эффективного налогообложения | 311 |
| | |
| Глава 6. ОТ ПСИХОЛОГИИ СОБСТВЕННОСТИ К ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ | 315 |
| | |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 337 |
| ГЛОССАРИЙ | 341 |
| ЛИТЕРАТУРА | |

Предисловие

Начнем книгу с неожиданной просьбы к читателю: рассмотреть несколько понятий и постараться не только увидеть в них нечто формально общее, но и подойти к осознанию содержательной сути этого общего. Итак, читаем слова:

- особенность
- способ
- способности
- пособие (денежное)
- особняк
- собственность

Формально бросается в глаза наличие общего корня «соб», смысл которого не сразу ясен. Но если подключить еще одно слово: «особа», то становится понятным, что родственность всего «букета» понятий обеспечивается смыслом, который весьма близок к современному термину «личность» - отдельное существо, лицо: особенность – индивидуальная характеристика человека, способность - качество, обеспечивающее успешность человека в какой-либо деятельности, особняк – дом, принадлежащий конкретному индивиду и т.д. Отсюда и собственность раскрывается как имущество, вещи, предметы, некоторые «плоды таланта», принадлежащие личности. Они дороги человеку, поскольку составляют наиболее значимую часть его внешнего и внутреннего мира. И конечно же может существовать и обратное соотношение: влияние «мира собственности» на характеристики личности.

Оптимальный уровень знаний по вопросам собственности сегодня необходим любому российскому гражданину. Это обусловлено тем, что каждый из нас становится в период рыночных реформ реальным собственником – человеком, обладающим своим домом, вещами, транспортом, приусадебным или садовым участком и т.д. и т.п. Но с получением соответствующих знаний в нашей стране имеются серьёзные трудности. В апреле 2005 года Институт комплексных исследований Российской академии наук (далее ИКСИ РАН) в сотрудничестве с представительством Фонда им. Фридриха Эберта провёл исследование и представил общественности доклад «Собственность в жизни россиян: домосмыслы и реальность». Авторы доклада отмечают, что вопрос о собственности является одним из коренных в любых реформах и революционных ситуациях, для Рос-

сии же он имеет исключительно важное значение. Между тем «по поводу проблемы собственности в общественном сознании и даже среди специалистов существует множество досужих рассуждений и откровенной лжи: многие традиционные представления устарели. Весьма актуально развеять мифы и составить представление о реальной ситуации и тенденциях её развития» (см. 111).

Данное признание говорит об актуальной необходимости для любого человека информации, способствующей осознанию сути проблемы овладения умениями и навыками распоряжаться своими средствами и имуществом таким образом, чтобы они работали на благосостояние самого человека и общества.

Целью, которую ставят перед собой соавторы данной книги, является помощь любому человеку в осознании роли собственности во всех сферах его повседневной жизни, во взаимодействии с другими людьми, в развитии общественных отношений.

Предполагается, что в результате знакомства с материалами книги любое заинтересованное в теме лицо по крайней мере:

- глубже усвоит для себя сущность понятия «собственность», содержание её экономических, правовых и психологических аспектов;
- уточнит понимание механизмов воздействия собственности на становление основных характеристик личности и, напротив, влияния качеств человека на эффективное использование собственности;
- увидит специфику влияния национальных и религиозных особенностей людей на характер владения, пользования и распоряжения собственностью;
- расширит представление об экономической и нравственно психологической оценке собственности и её атрибутов в различных социальных группах, на определённых этапах развития человеческого общества;
- точнее представит закономерности экономической социализации личности как процесса приобщения к собственности, направления взаимовлияния приватизации и основных социально-психологических процессов в обществе (стратификации, становления элиты и т.п.) на психологию индивида;
- ознакомится с тем, какие проблемы встают перед подрастающим поколением и взрослыми людьми в получении навыков рационального пользования собственностью и деньгами и т.д.

В предисловии целесообразно подчеркнуть ряд особенностей данной книги.

Во-первых, ее авторы не считают нужным уходить от острых проблем, связанных с состоянием отношений собственности в стране, рассматривают их позитивные и негативные аспекты. Одним из таких не простых и жгучих вопросов является влияние казалось бы ушедших идей недавнего времени на сознание современных людей. Известный российский психолог А.Г. Асмолов пишет по этому поводу: «...именно о психологию советского человека или, как его величают некоторые политики и публицисты – гомо советикус, разбились социологические прогнозы представителей различных демократических движений, и продолжают откатываться любые экономические реформы России. Психология личности, а более конкретно типичные черты загадочной советской души, оказалась сильнее безличной экономики» [3, с.715]. Данная тенденция наблюдается в вопросах собственности. К примеру, слова «собственник», «частник» еще менее 20 лет назад несли в себе негативную смысловую окраску: прижимистый, алчущий, скупой человек, заикленный только на своих корыстных интересах. Еще один не менее проблемный и дискуссионный вопрос – итоги приватизации с точки зрения разных групп расслоившегося российского общества. Этот вопрос в идеологическом плане ставит россиян по «две стороны баррикад», и его отрицательное влияние на людей чрезвычайно актуально преодолеть. Естественно, в таком контексте важно акцентировать внимание читателя на любых положительных вариантах решения проблем, что и присуще книге.

Во-вторых, в работе читатель увидит много ссылок на различные источники, что обычно не присуще обычной популярной работе. Эта особенность – опять-таки порождение неразработанности проблемы собственности в России. Сегодня весьма важен поиск подходов и практически значимых идей, анализ самых разных перипетий, которые связаны с отношениями собственности. Авторы надеются на то, что наличие значительного количества цитируемой литературы даст возможность заинтересованному читателю не только сопоставить несхожие, а подчас и противоречивые взгляды на суть вопросов, но и вырабатывать собственную точку зрения. Именно последний момент может и должен быть основным потенциальным результатом чтения книги. А довольно таки обширный список литературы поможет в этом.

В-третьих, в качестве иллюстраций и практических примеров в пособии часто используются результаты социологических исследований, проведенных как под руководством одного из авторов кни-

ги, так и со стороны компетентных научных учреждений. Цифры опросов всегда отражают состояние массового сознания *в данное время, на данном этапе развития общества*, поэтому их необходимо рассматривать не в качестве «истины в последней инстанции», а как «информацию к размышлению», отражающую динамику взглядов и позиций, существующую в данный период у людей. Результаты исследований могут в недалёком будущем устареть, но тенденции, которые они отражают, останутся.

Авторы книги выражают глубокую признательность дорогим для нас людям: Карнышевой И.Г., Борисовой О.А. за те их волнения, заботы и помощь, которые сделали данную работу реальностью. Мы также благодарны студентам и аспирантам отделения психологии Байкальского университета экономики и права, нашим коллегам за содействие в проведении исследований.

ГЛАВА 1

ЛИЧНОСТЬ И СОБСТВЕННОСТЬ

1.1. Частная жизнь и частная собственность

К сферам частной жизни обычно относят:

1. «Святая святых» жизни человека – его **интимную сферу**. Здксь речь идет в первую очередь о его физиологических особенностях, какие он ни в коей мере не расположен раскрывать окружающим. Ему так же весьма неприятно, когда кто-нибудь роется в его «грязном белье», выискивая поводы для различных сенсаций. Не может терпеть нормальный человек и вмешательств в свои сексуальные отношения (хотя некоторые индивиды строят из этого свой сексуальный имидж, желая скрыть какие-то другие личностные недостатки).

2. Внутреннюю **духовную жизнь** человека. В ней прежде всего проявляется самостоятельность, независимость человека, его право иметь собственное мнение по любым событиям и личностям, его право принимать решения по любым вопросам. Политические воззрения, религиозные верования, культурные установки, хозяйственные позиции – все это обычно несет на себе своеобразие духовной жизни человека.

3. К частной жизни нередко относят **сферу непосредственного межличностного общения** человека. С одной стороны, в любых контактах человека с другими людьми отражаются его вкусы, предпочтения, его желания и стремления строить свои отношения с близкими по духу и сердцу личностями; его право кого-то любить, кого-то ненавидеть, к кому-то быть равнодушным и т.п. С другой стороны, стоит проблема защиты форм и способов взаимодействия человека с другими людьми, будь то право тайны переписки, телефонных разговоров, обмена личной информацией через различные компьютерные каналы и т.п. Слова «частные переговоры», «частный обмен мнениями» отражают сугубо индивидуальный, не допускающий вмешательства других, характер взаимоотношений с другими людьми.

4. Понятие «частная жизнь» часто распространяется и на **потребительское поведение** человека. Что покупатель стремится приобрести, какими покупками он удовлетворен или не удовлетворен, какие услуги он предпочитает, - все это касается только самого человека, и может стать известным другим только по его желанию (в

случае противоправности таких действий – только по решению суда).

5. Наиболее емкое понятие частной жизни во многих странах распространяется прежде всего на **имущественную сферу** – т.е. право человека иметь, владеть и распоряжаться своим имуществом так, как ему «заблагорассудится», если конечно, его способы владения предметами движимости и недвижимости, объектами интеллектуальной собственности не входят в противоречие с Законом.

Психологически собственность воспринимается по-разному. Спектр взглядов включает в том числе и прямо противоположные точки зрения, причем парадоксально то, что их высказывают люди, принадлежащие к кругу весьма просвещенных и живущие в одном временном интервале. Достаточно, например, сопоставить мнение Л. Толстого и И.Пнина. Первый писал: «Банкиры, торговцы, фабриканты, землевладельцы трудятся, хитрят и мучаются из-за собственности; чиновники, ремесленники, землевладельцы бьются, обманывают, угнетают, страдают из-за собственности; судьи, полиция охраняют собственность... *Собственность есть корень всего зла*».

И. Пнин, русский писатель-просветитель, в 1804 г. подчеркивал, может быть, излишне обобщая: «Нет человека (сколь бы он в прочем жесток и несправедлив ни был) который бы не признался и в сердце своем не был уверен, что собственность есть основание правосудия, источник всех гражданских законов, *душа общежития* и что она сохраняется по мере личной безопасности гражданина» [75, с.58].

В философском и отчасти социально-психологическом аспекте важность и преимущество частной собственности обстоятельным образом характеризовал И.А. Ильин (1883 – 1954) – русский правовед, философ, религиозный мыслитель. По его мнению:

1) Частная собственность соответствует тому индивидуальному способу бытия, который дан человеку от природы. Она идет навстречу инстинктивной и духовной жизни человека, удовлетворяя его естественному праву на самодеятельность и самостоятельность.

2) Частная собственность вызывает в человеке инстинктивное побуждение и духовные мотивы для напряженного труда, для того, чтобы не щадить своих сил и творить лучшее. Она развязывает хозяйственную предприимчивость и личную инициативу и тем укрепляет характер.

3) Она дает собственнику чувство уверенности, доверие к людям, к вещам и к земле, желание вложить в хозяйственный процесс свой труд и свои ценности.

4) Частная собственность научает человека творчески любить труд и землю, свой очаг и родину. Она выражает и закрепляет его оседлость, без которой невозможна культура. Она единит семью, вовлекая ее в собственность. Она питает и напрягает государственный инстинкт человека. Она раскрывает ему художественную глубину хозяйственного процесса и научает его религиозному приятию природы и мира.

5) Частная собственность пробуждает и воспитывает в человеке правосознание, научая его строго различать «мое» и «твое», приучая его к правовой взаимности и к уважению чужих полномочий, возвращая в нем верное чувство гражданского порядка и гражданской самостоятельности, верный подход к политической свободе.

6) Наконец, частная собственность воспитывает человека к хозяйственной солидарности, не нарушающей хозяйственную свободу: ибо каждый собственник, богатея, обогащает и свое окружение, и самое народное хозяйство: и конкуренция собственников ведет не только к борьбе, но и к творческому напряжению, необходимому для народного хозяйства. И путь к организации мирового хозяйства идет не через интернационально - коммунистическое порабощение, а через сознание и укрепление той солидарности, которая вырастает из частного хозяйства [см. 75].

Так раскрывается и обосновывается И. Ильиным духовный смысл частной собственности, и в этом анализе ярко прослеживается также и ее психологический смысл. Приведенные позиции В. Соловьева, Л. Толстого, И. Пнина, И. Ильина и других отличаются определенной противоречивостью, что говорит о невозможности однозначного подхода к проблеме «собственность», многогранности ее составляющих и сложности их влияния на внутренний мир человека.

Из современных взглядов на суть частной собственности, увязывающих ее экономические и психологические аспекты, можно рассмотреть суждения немецкого профессора экономики Хайнца Ламперта, рассматривающего в своей работе итоги развития социального рыночного хозяйства в ФРГ. Ламперт считает, что частная собственность имеет следующие функции:

1. *Функцию повышения благосостояния, обеспеченности, свободы и независимости.* Она также повышает экономическую защищенность человека, а возможность распоряжаться имуществом

увеличивает свободу действий владельца и способствует свободному развитию личности (прежде всего это касается находящихся в собственности квартир и домов).

2. *Функцию сохранения стоимости и стимулирования повышения производительности (стимулирующая функция).* Заинтересованность собственников в том, чтобы сохранить и преумножить стоимость, заключенную в собственности, побуждает их к тому, чтобы бережно относиться к ней, рационально использовать ее, т.е. так, чтобы получить прибыль, иначе говоря, рентабельно.

3. *Функцию обеспечения конкуренции и прогресса.* Суть ее в том, что различные комбинации собственности и труда обеспечивают не только максимальную экономическую отдачу, но и повышают инициативность, конкурентоспособность, предприимчивость людей. А ведь это обязательное условие любого прогресса [см. 49, с. 74-75].

Сопоставляя ранее приведенные позиции (Ильин И.А. и др.) на сущность частной собственности и суждения Х. Ламперта во многом видишь их позитивное созвучие. Естественно, данное созвучие предполагает и анализ негативного влияния собственности на личность.

Противоречивость всех приведенных высказываний о собственности и собственнике, и соответствующие чувства, которые они вызывают, естественны для многих людей. Поэтому важно более детально разобраться в данной проблеме.

Ведь не одинок в приведенном мнении о развращающем влиянии собственности на человека Лев Толстой. И не только социалистическая идеология подчеркивала данный аспект. Мировые религии так или иначе (это мы покажем более детально в соответствующем разделе) негативно оценивают безудержное стремление к богатству. Пророк Симеон еще в X веке в своем «Слове» осуждал частную собственность: «Дьявол внушает нам сделать частной собственностью и превратить в наше сбережение то, что было предназначено для общего пользования, чтобы посредством этой страсти к стяжанию навязать нам два преступления и сделать виновными вечного наказания и осуждения. Одно из этих преступлений - не милосердие, другое – надежда на отложенные деньги, а не на Бога. Ибо имеющий отложенные деньги... виновен в потере жизни тех, кто умирал за это время от голода и жажды. Ибо он был в состоянии их наплатить, но не наплатил, а зарыл в землю то, что принадлежит бедным, оставив их умирать от голода и холода. На самом деле он убийца всех тех, кого он мог наплатить» [цит. по 34, с. 144].

1.2. Собственность как психологический атрибут личности

Каждый человек как исключительное оригинальное явление – это личность. И эта личность обычно выделяется среди других личностей не только своими особенностями внешности и психического мира, но и своей «персональной» собственностью. Вряд ли во всем мире мы найдем двух человек, обладающих совершенно одинаково «выраженной» собственностью: вещами, предметами, недвижимостью (мебель и интерьер квартиры, марка и цвет машины, оформление дачи и т.п.). В этом смысле собственность индивида чаще всего также неповторима и специфична, как и сама личность.

В связи с этим возникает необходимость разобраться в вопросе взаимосвязи и взаимообусловленности характеристик личности и собственности.

Древними мыслителями была найдена весьма обоснованная формула триединства правовой сущности собственности: *владеть, пользоваться, распоряжаться*. Этой формулой отражена суть основных «операций», которые человек может осуществлять со своим имуществом, со своим благосостоянием. Одновременно это показывает, что суть отношений собственности, как весьма многосложной жизненной реалии, невозможно отразить в юриспруденции какой – либо одной категорией, одним термином, одним понятием. Различные аспекты правового содержания собственности требуют отражения их специфического характера.

Точно так же, на наш взгляд, невозможно отразить суть психолого–экономического содержания собственности только через одну какую-то категорию, поскольку за понятием собственность «скрывается» целая система отношений.

Во–первых, в сугубо экономическом плане собственность может быть раскрыта через отношение личности к таким понятиям, как деньги, капитал, прибыль и т.п., то есть через сугубо экономические категории, которые отражают «работоспособность» собственности, ее способность к своему увеличению, возрастанию. Отсюда собственность показывает уровень активности человека, его хозяйскую сметливость и разворотливость. Ведь любое имущество, любые предметы, любая недвижимость, ориентирами пользования которыми является «проедание» или однонаправленное извлечение из них пользы, в конце концов исчерпают свои «собственнические» характеристики, станут никому не нужными вещами или перейдут в собственность другим людям. Собственность должна постоянно укреплять, «подпитывать» себя, и это одна из первых забот любого собственника.

Во-вторых, и в связи с первым, понятия собственность не может не отражать характеристик ее владельца: за спецификой собственности всегда можно найти какие-то индивидуальные особенности хозяина. Так, А. Смит увязывал воедино данные моменты: «Бережливость, а не трудолюбие является непосредственной причиной возрастания капитала. Правда, трудолюбие создает то, что накапливает сбережения, но капитал никогда не мог бы возрасти, если бы бережливость не сберегала и не накапливала» [79, с.368]. На эту же сторону вопроса в свое время обратил существенное внимание Владимир Соловьев: «Видимой, реальной связи между капиталом и человеком, его накопившим, конечно, еще меньше, нежели между рабочим и той вещью, над которой он работал, но теснейшая и всецелая идеальная связь здесь очевидна: капитал, как таковой, по общему существу своему (а не по обстоятельствам своего происхождения в единичных случаях) есть чистое произведение человеческой воли, ибо первоначально от нее зависело отложить часть заработка или же употребить и эту долю на текущие потребности» [84, т.1, с.434].

В-третьих, в современном мире собственность всё чаще становится «мерилом» способностей и достоинств личности: часто другие люди, особенно при первом знакомстве, судят о человеке по некоторым характеристикам его собственности. Наличие собственного особняка в престижной пригородной зоне, обладание шикарным и комфортным автомобилем, яхтой для водных путешествий и т.п. атрибуты говорят о статусе и возможностях человека красноречивей всяких слов. Тем более, что материальные атрибуты служат лишь подтверждением физических и интеллектуальных потенциалов человека – его спортивных, музыкальных, артистических, художественных или иных дарований. Конечно, уровень собственности и качества личности далеко не всегда сочетаются в положительном плане, но всё же все три рассмотренных выше аспекта вкуче повышают оценку эффективного собственника в глазах окружающих.

Из таких практических рассуждений становится понятным общеизвестное определение собственности как идеального продолжения личности в вещах или перенесение некоторых её характеристик на вещи. Особенно выпукло этот момент выступает в так называемой интеллектуальной собственности, которая есть, прежде всего, произведение человеческого разума, проявление уникальных способностей индивидуума, продукт его самовыражения и самоактуализации.

Обстоятельство, что собственность и личность зачастую неразделимы друг от друга, подтверждает и этимологический анализ первого понятия, частично сделанный нами в предисловии книги.

Напомним о том, что слово *собственность* происходит от старославянского «*собъство*» в значении «особенность, лицо». По смыслу это слово близко термину «особа», который в старину характеризовал прежде всего авторитарного, почтенного человека: важная особа, известная особа. И опять—таки в данном слове «звучат» индивидуалистические, личностные нотки, поскольку оно образовано на базе общеславянской предложно – падежной формы «о себе» - «для себя», а в древнерусском языке эта же форма означала «отдельно, сам собой». Таким образом, можно вполне определенно сказать, что слово «собственность» своими корнями нисходит к понятию личность как отдельного человека, существующего «в себе и для себя».

Не менее интересным в личностном плане для любознательного человека выступает анализ взаимосвязанности и взаимообусловленности таких понятий, как «иметь», «имущество» и соотнесенное с ними понятие «имя». Два первых в своих стародавних вариантах вытекают из слова общеславянского, индоевропейского характера **«имать»**, что означает «брать», «взять», «покупать» (анalogии наблюдаются в латышском, албанском, древнепрусском и некоторых других языках). Используя тавтологию (повторение корней слов) и определенное допущение, можно выразить в связи с этим мысль: «имя имеет тот, кто имеет какое-то имущество». Иначе говоря, человек получал имя в связи с тем, чем он начинал обладать. Конечно, могло быть и обратное соотношение: имущество, вещи назывались по имени человека (например, крепостные крестьяне – собственность помещиков - кроме своего имени нередко прозывались по имени своего хозяина).

Тому, что *собственность* является как бы продолжением личности во внешнем мире, есть немало различных подтверждений. Многие из них можно свести к очевидному преимуществу: наличие собственности на нейтральной или даже чужой территории, т.е. расширение «зон собственности» позволяет личности чувствовать себя в таких зонах комфортно, независимо от других, уверенно. В то же время, любые посягательства на *собственность* так или иначе затрагивают самое личность, и если данные действия лишают «частишки меня», это всегда воспринимается как ущемление личности. Если вновь вернуться к мыслям, изложенным в предыдущем абзаце, то стоит вспомнить расхожее сегодня слово «особняк» – благоустроенный небольшой дом городского типа, предназначенный прежде всего для проживания собственника и его семьи, которое очень хорошо иллюстрирует и в реальном, и в буквальном виде, что *собственность* есть имущественное продолжение личности.

В факте увязанности собственности с индивидуалистическими устремлениями человека, можно убедиться на простейшем примере: любой ребенок начинает усваивать понятие «мое» с первыми проблесками формирования самосознания. В тот период, когда «ново-явленная» личность начинает уходить от диктата взрослых и внешних обстоятельств, все чаще реагируя на их воздействия по принципу «я сам», она начинает не только защищать собственное имущество, но стремится «захватить» вещи и предметы, принадлежащие другим. При этом зачастую проявляются подмеченные Ш. Летурно инстинкт самосохранения, агрессивность, «узурпация» и всевозможные проявления индивидуализма. И эти тенденции так или иначе затрагиваются авторами, знакомыми с психологической проблематикой собственности.

Зарождающиеся в трехлетнем возрасте самосознание ребенка, вне всякого сомнения, включает в себя и возникновения чувства собственности. С.Л. Рубинштейн писал: «В известном смысле и мы можем, конечно, сказать, что трудно провести грань между тем, что человек называет самым собой, и кое-чем из того, что он считает своим. То, что человек считает своим, в значительной мере определяет и то, чем он сам является» [Рубинштейн С.Л. Избранные труды, т. 2, с. 243]. Достаточно понаблюдать за действиями малышей в ситуации «конкуренции», чтобы убедиться в этом.

Два трехлетних мальчика играли в разных частях одной и той же комнаты в присутствии своих матерей, одна из которых являлась гостьей другой. В течение первых 20 минут «сын гостыи» несколько раз отбирал игрушки у ребенка «хозяйки». В начале «хозяин» никак на это не реагировал. Он не протестовал, не плакал, не бежал к маме за помощью. Но после еще одного весьма «агрессивного» нападения «хозяин» пересек комнату, взял у «гостя» игрушку, которой тот играл, и отнес в свою «кучу» игрушек. Когда «гость» все же попытался вновь отобрать игрушку, хозяин твердо сказал «мое», закрыл свою «драгоценность» руками и ему удалось ее отстоять.

Вероятно, первоначальная потеря одной игрушки за другой стимулировала в мальчике зарождающееся чувство собственности, уверенность, что игрушки принадлежат ему и это вызвало сопротивление по принципу «не тронь мое». Это «мое» он начал считать частью себя, защищать его, и данный акт свидетельствовал и о развитии самосознания ребенка. Более уверенные ответы любым «захватчикам» моего имущества в последующих возрастах, стремление устанавливать какие-то границы на «своих» территориях, попытки проведения эквивалентного обмена различными вещами и продуктами, детские игры, сутью многих из которых выступали и выступ-

пают имущественные претензии – все это говорит о врожденных и приобретаемых корнях собственнического инстинкта.

Но более всего нельзя сбрасывать со счетов тех фактов, что сами взрослые весьма часто стимулируют у детей положительное отношение к собственности через те же игрушки и житейские примеры. Приведём факты из одного английского исследования, поскольку они вполне естественны и для современной российской действительности. «Например, девочка, играющая со своим миниатюрным столовым набором, может услышать одобрительные комментарии своей семьи или гостей – что она славная и милая юная леди, подающая всем (воображаемые) чашки чая. Дети также узнают (и для нас это более важно), что материальные блага дают нам представление о других людях. Мать может показать своему ребёнку книжку с картинками и пояснить, что человек, который владеет этим прекрасным и большим домом, очень умный и преуспевающий. В этом случае дети знакомятся со следующим представлением: собственность может давать информацию о свойствах её владельца. Было показано, что на основании фотографии машин и домов дети и подростки делают выводы в основном о статусе их владельца (например, имеет деньги). Также они давали и единодушно разделяемые оценки владельца: например, посредственный, преуспевающий. В подобном исследовании было обнаружено, что эти «стереотипические» впечатления не различаются у детей из разных социальных классов» [23, с.28].

При таком влиянии и «массовый» отечественный ребёнок начинает с самого раннего возраста представлять себя в будущем неотрывно от собственности. Вот ещё один пример, на этот раз из опыта одного из авторов пособия. В начале 90-х годов прошлого века к нему обратилась как к социальному психологу одна из педагогов детского сада, шокированная ответом одного из своих воспитанников на вопрос: «Каким ты представляешь себя взрослым?» Четырёхлетний ребёнок из состоятельной семьи не сказал традиционно: «буду космонавтом (строителем, инженером, учёным)», а прагматично промямлил: «когда я стану большим, то куплю себе «Мерседес-бэнц». То, что тогда поражало социалистически ориентированных педагогов, сегодня не удивит уже никого.

1.2.1. Собственность и структура личности

Если обращаться к уже рассмотренному общеэкономическому определению собственности и брать во внимание его философский аналог, формулировку которого предложил В. Соловьев, то они не только предполагают, но и «напрашиваются» на психологический

анализ: «Собственность представляет собой отношение человека к вещи и человека к человеку в процессе отношения к вещи». Как бы там ни было, отношение человека к вещи затрагивается даже в общей психологии (тема «Свойства характера»), а отношения человека к человеку (хотя и без явного опосредования вещью или собственностью) – традиционная проблема и общей, и социальной психологии. В частности, в книге «Классификация личности», подготовленной в печать в 1912 г., А.Ф. Лазурский в программе исследования отношений человека к внешней среде выделял «Отношение к материальному обеспечению и собственности» и рассматривал отношение к собственности по следующим параметрам:

- наличие или отсутствие интереса к собственности, степень его интенсивности («дорожит», «равнодушен», «желает вызвать зависть» и т.п.);
- формы интереса к собственности (любовь к денежному капиталу или к определенному имуществу и т.п.);
- сознательность в отношении к собственности;
- широта интереса к собственности и т.д. [48, с. 256-257].

Размышления А. Ф. Лазурского наводят на мысль о необходимости «увязывания» отношения к собственности с определенными параметрами, компонентами структуры личности. На наш взгляд, нельзя говорить об отношении личности к собственности «вообще», «в целом», а надо видеть то конкретное, что привносит собственность в те или другие характеристики человека, в свою очередь, предопределяя специфику отношения к реальным атрибутам собственности и к окружающему миру. Например, во всем мире подмечен феномен «нувориша» (франц. новый богач) – человека, на которого неожиданно и зачастую вне его трудовых заслуг «свалилось» богатство. Этот феномен в современной России получил название «новые русские». «Неожиданное» богатство вызывает у такого рода людей заметный рост самооценки, личностных амбиций и притязаний, что сразу же сказывается в контактах многих из них с окружающими людьми: восхищение себе подобными и пренебрежение неудачниками. Причем «всплеск» апломба и заносчивости у таких «счастливиц» зачастую не только не сопровождается личностным ростом, но нередко сочетается с определенной нравственной деградацией: пьяные кутежи и дебоши, ничем не обоснованные и даже не спровоцированные бахвальства и куражи. Точно также известно влияние собственности на модификацию мотивов в жизни и деятельности человека: человека разбогатевшего нередко «обуревают» стремле-

ния все больше и больше изолироваться от людей, не делиться с ними деньгами и имуществом и т.п. Все это говорит о подверженности изменению разных компонентов, особенностей личности под влиянием собственности.

Отсутствие системы теоретических положений, анализирующих взаимовлияние и взаимосвязь между собственностью и структурными характеристиками личности, можно объяснить тремя основными причинами:

- полуофициальное, а подчас и официальное «табу» на участие психологов в экономических исследованиях (отрицание значимой роли субъективного фактора в экономике);
- неподготовленность (до недавних времен) отечественных экономистов по психологическим, а психологов – по экономическим вопросам;
- имеющиеся общие тенденции не рассматривать сложные социально – экономические явления в их соотносительности с конкретными личностными параметрами (легче говорить о влиянии собственнических инстинктов на нравственные качества, чем искать и находить их влияние на фундаментальные психологические подструктуры личности).

Авторы настоящей книги в своих теоретических позициях о связи собственности и характеристик личности опираются на следующие положения:

1) Собственность есть «продолжение» личности в вещах и интеллектуальных продуктах, «трудно провести грань между тем, что человек называет самым собой, и кое – чем из того, что он считает своим» (С. Л. Рубинштейн). Особо следует подчеркнуть необходимость анализа индивидуальных составляющих интеллектуальной собственности.

2) Излишнее акцентуирование индивида на некоторых объектах имущества, недвижимости и т.п. ведет к деформации личности в каких-то её характеристиках или даже в целом (Фрейд). В связи с этим можно предположить, что какие – то компоненты структуры личности более податливы (сензитивны) по отношению к собственности, приоритетно реагируют на изменения в ее уровнях и содержании и, в свою очередь, более существенно влияют на стремления и умения обладать ею.

3) Наиболее значимой детерминантой взаимосвязи собственности и характеристик личности выступает деятельность человека, поскольку:

а) человек усваивает характеристики собственности прежде всего через собственную активность, деятельность с разного рода предметами и вещами (моя игрушка – это то, с чем я могу в любое время манипулировать, дача родителей – это место, где можно и отдыхать и работать);

б) накопление собственности зачастую связано с содержанием индивидуальной деятельности человека; деятельности, которая может носить как социально-приемлемый, так и неприемлемый характер (труд, предпринимательство или мошенничество, вымогательство);

с) человек распоряжается своей собственностью, «заставляет» её работать на себя через разного рода взаимодействия с другими людьми, через различные акты совместной деятельности и т.п. (например, вкладывая свои средства в акции предприятия и эффективно управляя его производственным процессом).

Названные стороны взаимосвязи собственности и деятельности личности позволяют сделать вывод о том, что владение и распоряжение собственностью можно рассматривать в тесной связи с процессом деятельности: **цель** (что я хочу достичь через владение собственностью, насколько реальны мои замыслы), **средства и способы** (какие операции и какие конкретные действия могут привести к пополнению имущества и недвижимости, какие приемы я могу «проделывать» с собственностью), **результат** (какую выгоду или, наоборот, утрату я получаю, используя разные способы владения собственностью, каких целей и в какой степени достигаю).

Все изложенные позиции и, более всего, деятельностный подход к проблеме отношений человека к собственности позволяет при рассмотрении сути данного вопроса использовать уже неоднократно апробированную и показавшую работоспособность личностно – деятельностную концепцию [см. 35, с.19-30]. Эта основа даёт возможность выделить следующие взаимоувязанные с собственностью компоненты структуры личности (см. рис. 1).

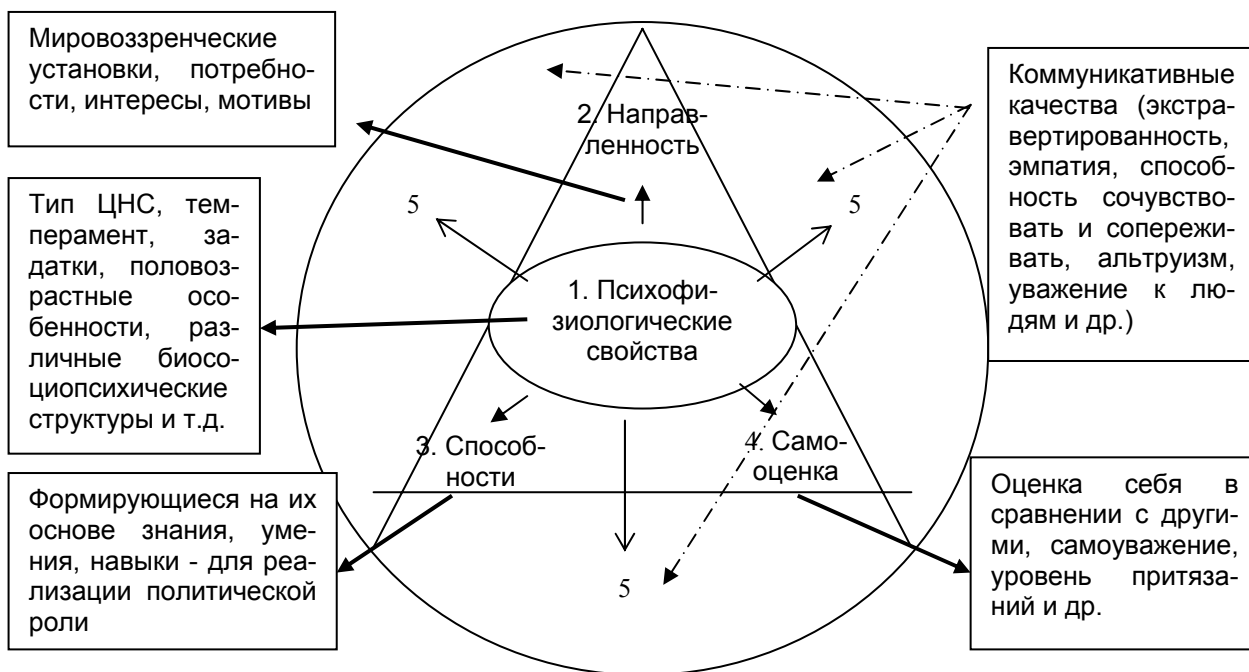


Рис. 1. Основные параметры личности

Кратко комментируя рисунок, покажем следующие моменты.

1. Биопсихические или психофизиологические свойства личности отражают её **природные (генетически сформировавшиеся) истоки отношения к собственности**. Многие исследователи выделяют так называемый инстинкт собственности, подчеркивая тем самым наследственность отношения к собственности. Другие говорят, что отношение к собственности закрепилось в глубинах психики в связи с защитой этническими группами людей собственных территорий, на которых обеспечивалось самовыживание и саморазвитие человеческого сообщества. Взглядов на проблему много, и отвергать их значение невозможно, точно так же, как вряд ли целесообразно переоценивать вопрос в связи с его проблематичностью и изменившимися условиями.

2. Направленность личности, которая в данном случае проявляется в трёх своих основополагающих аспектах:

А) в общих мировоззренческих позициях по отношению к собственности и собственникам;

Б) в системе более – менее устойчивых установок и стереотипов, показывающих социально – экономическую сущность собственности и связанных с ней атрибутов для личности, т.е. экономического сознания собственника;

В) в мотивах приобретения собственности, владения ею и ее использования.

3. Способности, знания и умения, предопределяющие возможности личности, с одной стороны, делать, создавать предметы собственности, как материальные, так и идеальные (интеллектуальная собственность); с другой стороны, «манипулировать» объектами собственности, т.е. целенаправленно использовать их по схеме: владеть, пользоваться, распоряжаться (например, разные индивиды могут получать разные доходы от своих операций с недвижимостью, ценными бумагами, акциями и т.п. в зависимости от своего «таланта» предприимчивости).

4. Самооценка и самоуважение личности, т.е. уровень ее достоинства в связи со статусно–ролевым положением личности среди других людей в результате владения собственностью. Именно через самооценку зачастую осуществляется взаимовлияние «размера» собственности на проявление апломба и амбиций человека, или, напротив, его униженности, подавленности и т.п., причем вряд ли здесь проявляется прямо пропорциональная зависимость.

Кроме того, именно самооценка, достоинство предопределяют отношение личности к возможным способам «присваивания» собственности и ее растрачивания, а также отношение к субъектам и нормам, ограничивающим владение собственностью, частично или полностью лишаящим ее владельца.

5. Коммуникативные качества, которые способствуют наиболее эффективному использованию собственности в случаях, когда:

- возникает необходимость ее интегрирования с собственностью других владельцев и для этого необходимо осуществлять взаимовыгодные переговоры;
- распоряжение собственностью сопровождается деятельностью «подчиненных» и (или) зависимых коллективов, контакты с которыми необходимо осуществлять с помощью успешного общения;
- владение собственностью так или иначе предполагает постоянное взаимодействие с различными должностными лицами (властные и налоговые органы, соседи по владениям, обслуживающие организации и т.п.), в сношениях с которыми коммуникативные навыки выступают в качестве определенных слагаемых успеха.

На житейском уровне выяснение содержания названных психологических реалий помогают глубже разобраться в следующих практически значимых вопросах:

- Почему человек стремится к собственности: только природные инстинкты и меркантильность или еще какие-то личностные побуждения и стимулы?
- Какие способы производства, приобретения (получения) собственности он считает приемлемыми? Готов ли он пойти на нарушения моральных и тем более юридических норм ради приобретения собственности?
- Какие «типы», то есть социальные характеры собственников можно выделить в зависимости от особенностей названных отношений и уровня самооценки личностей?
- Как человек относится к явлению «общественная собственность»?
- Как человек относится к сопровождающим процесс регулирования обществом отношений собственности: таким явлениям, как «приватизация» или «национализация»?
- Как человек воспринимает различного рода факторы и действия, «лишающие» его определенной собственности: налоги, инфляция, рост цен и т.п.

Ответ на каждый из вопросов имеет свои инварианты в зависимости и от социальных, и от личностных условий и особенностей, причем эти инварианты будут специфичными и в то же время сходными в каждом историческом периоде, в определенной местности, конкретном социальном слое, этнической общности, статусно-профессиональной или возрастной группе и т.п.

При всей сложности анализа всех поставленных вопросов, обратимся к рассмотрению некоторых параметров взаимовлияния личности и собственности.

1.2.2. Природное в характере и отношениях собственника

Существенным подтверждением тому, что «признание» собственности может быть закреплено на биологическом уровне, является мнение ряда ученых о том, что животные так же имеют собственность. К таковым относят следующие виды «собственности» у животных: а) территория; б) места сна или гнезда; в) пищевые запасы; г) самки и детеныши, с которыми они могут обращаться как с собственностью; д) привлекательные предметы для декорирования или украшения. При этом считается, что собственническое поведение животных не является результатом научения, а должны расцениваться в качестве «инстинктивных», т.е. наследственных [см.89,

с.183]. Если такие «закономерности» выявлены у животных, то их с полным правом можно перенести и в человеческий мир.

Характер человека есть естественный сплав его природных и приобретенных при жизни особенностей. В свою очередь характер, согласно психофизиологическим концепциям, неотделим от темперамента.

Говоря о взаимозависимости типа темперамента индивида и его возможностей к накоплению собственности, вспомним уже высказанную мысль А. Смита и В. Соловьева о том, что формирование капитала часто зависит от настойчивости, решительности, уравновешенности и работоспособности человека. А ведь названные особенности имеют свою психологическую предрасположенность: ими скорее могут овладеть люди с темпераментом флегматика и сангвиника. Оба этих представителя сильной и уравновешенной нервной системы, отличаются от вспыльчивого, горячего и неустойчивого холерика не столько высокой энергией, сколько солидностью и стабильностью своих поступков и действий, готовностью медленно, но верно следовать достижению поставленной цели, проявляя чудеса воли.

Положительные характеристики человека со слабой нервной системой – меланхолика – такие как высокая чувствительность, мягкость, человечность, доброжелательность, способность к сочувствию, естественно хороши для взаимодействия с другими людьми, но они могут тормозить его индивидуальную предприимчивость, становиться барьерами там, где необходимо проявить жесткость и напористость в повышении уровня собственности. К тому же такие черты, присущие зачастую меланхолику, как низкая работоспособность, мнительность, ранимость, снижают его деловые потенциалы.

Особый момент во взаимосвязи природы человека и его подходов к собственности представляет положение женщины в мире собственников. Если ученые, как сказано выше, выделяют в животном мире собственность «мужской особи» на самку и детенышей, то нечто похожее долгое время (а в чем-то и до сего дня) существовало и в человеческом обществе. Можно привести весьма авторитетное рассуждение на эту тему крупного американского экономиста и социолога Торстейна Веблена:

«В тот период экономического развития, когда женщины были еще в полном смысле собственностью мужчин, демонстративное исполнение роли праздного потребителя стало частью их обязательных функций. Женщины, не будучи предоставленными самим себе, осуществляя со своей стороны очевидное расходование и демонст-

рируя праздность, как правило, способствовали созданию доброго имени своему хозяину, а не себе; а отсюда следует, что, чем больше женщины в семье тратят и чем очевиднее тот факт, что они ничего не производят, тем похвальнее будет их образ жизни, тем эффективнее он будет служить семейству или его главе в деле обретения почтенности. Это справедливо до такой степени, что от женщин требовалось не только предоставлять доказательства праздной жизни, но даже лишать себя способности к полезной деятельности» [16, с. 194].

Эмансипирующаяся женщина современности хотя и стремительно уходит от состояния «объекта собственности» и «афиши» возможностей своего владельца, но все же чаще всего в своих потенциалах деловитости и предприимчивости не может сравниться с мужчиной. Да и естественные функции женщины в семье, ее личностные гуманистические и альтруистические свойства, не способствуют развитию ее потенциалов эффективного собственника. Подтверждением этому является их относительно низкая пропорция среди известнейших «воротил» и магнатов всех времен и народов. Хотя, конечно, если более детально разбираться в справедливости полупуштливого дилеммы «кто в доме хозяин», то шансы мужчин и женщин в мире собственности сегодня в среднем можно оценить «пятьдесят на пятьдесят».

Природа ставит определенные ограничения к владению и управлению собственностью в возрастном аспекте. Наиболее признанными в недалекое время были суждения на этот счет типа «молодо-зелено» или «старость консервативна и скупа». И хотя молодость - как отсутствие опыта, достаточных знаний и (порой) первоначального капитала для становления собственника - и сегодня иногда подтверждает приведенную фразу, все же немалое количество молодых людей находят им компенсацию иными качествами. Ниже мы покажем пример одного из признанных в мире бизнесменов, который в достаточно юном возрасте сумел хорошо использовать в своих интересах мнение, которое он создавал при первых встречах: «Да что вообще знает этот мальчишка». Есть также и некоторое возрастное своеобразие экономической социализации, как приобщения к собственности, о чем мы тоже скажем ниже.

Таким образом, некоторые генетически унаследованные особенности человека, индивидуальные свойства его темперамента и характера, половые и возрастные реалии его отношения к окружающему миру, часто выступают в качестве природных детерминант положения в мире собственников. Данный вопрос, естественно, тре-

бует более тщательного исследования в связи с изменившимися условиями экономической жизни.

Экономическое сознание и экономические стереотипы как одна из сторон направленности личности

И среди экономистов, и среди психологов, занимающихся проблемами экономики, широко распространено понятие «экономическое сознание». Как говорилось в самом начале учебного пособия, экономическое сознание выступает в качестве основного обобщённого предмета экономической психологии. Экономическое сознание индивида представляет собой *совокупность взглядов, позиций, установок на основополагающие индивидуальные и социальные экономические ценности, свое место и роль в экономических структурах*. В этом плане оно близко к понятию мировоззрение, но это суть мировоззрение по специфическому и отграниченному от других вопросу. Экономическое сознание касается всех сфер экономической жизнедеятельности, в которых индивид так или иначе взаимодействует с другими людьми. Экономическое сознание в ряде своих характеристик обычно дифференцировано в зависимости от уровня богатства / бедности, социального статуса, профессиональной группы, места жительства (город, село) и других факторов. Естественно, значительная часть установившихся позиций экономического сознания имеет этноисторический характер, отражает определенный менталитет народа. Понятие менталитет в отличие от понятия сознание отражает особенности мировоззрения этноса, свойственные ему в течение продолжительного исторического периода.

В одной из работ М. А. Винокурова и А. Д. Карнышева сделана попытка обобщить отдельные особенности русского человека в связи с некоторыми условиями и факторами, в том числе его отношения к вопросам собственности (19, с.115, см. табл. 1).

Таблица 1

*Возможное влияние
природных и социально-экономических условий и факторов
на особенности русского человека*

| Условия и Факторы | Тенденции во влиянии | |
|---|--|--|
| | Положительные | Отрицательные |
| <i>"Необъятность" земли, наличие "щедрых" природных ресурсов.</i> | Стремление к открытию новых земель и освоению новых просторов, широта души и свободолюбие. | Недостаток бережливости, расчетливости, неоправданное растрачивание средств, неразвитые навыки экономии. |
| <i>Отсутствие частной собственности</i> | Слаборазвитое стремление к вульгарному накопительству, | Неразвитость чувства хозяина, явно недостаточное уважение к |

| Условия и Факторы | Тенденции во влиянии | |
|---|---|---|
| | Положительные | Отрицательные |
| <i>на землю.</i> | мздоимству, поддержка коллективистских мотивов труда и хозяйствования. | чужой собственности, легкость в присвоении чужих вещей, переходящая в воровство. |
| <i>Преобладание казенной, государственной, "колхозной" собственности в ее различных формах.</i> | Самоотверженный труд на благо общества и государства при соответствующей идеологической обработке человека и коллективов. | Разворовывание государственных средств, сокрытие хищений, равнодушное отношение к такому "порядку"; тезис: "сколько у государства не воруй, своего не вернешь". |
| <i>Резкие изменения климата.</i> | Умение противопоставлять капризам природы свою отвагу, умение работать в экстремальных ситуациях и принимать решения в изменяющихся условиях. | Надежда на удачу в основном виде труда – земледелии, упование на "авось"; неприязнь к расчетам, к действиям по программам и графикам. |
| <i>Суровость природы, сезонность труда.</i> | Привычка к чрезмерному кратковременному напряжению своих сил; умение работать лихорадочно, споро. | Отсутствие привычки к ровному, размеренному постоянному труду, регулируемому устоявшимися нормами; нерациональное использование свободного времени, праздность и алкоголизм. |
| <i>Невозможность выполнять ряд работ в одиночку, без совместных усилий.</i> | Склонность к коллективным формам деятельности, к помощи соседям и общинникам; отзывчивость, доброта. | Надежда на решение разных проблем с помощью "авралов", обращение к силам "других"; привычка к штурмовщине. |
| Наличие помещичьего землевладения и крепостного права | — | Пренебрежение к собственности, привычка все делать "из-под кнута", производить только необходимое; слабое развитие норм трудовой морали, их частый негативный характер: "работа дураков любит". |

Вне всяких сомнений, показанные в таблице позитивные и, особенно, негативные тенденции российского экономического менталитета по отношению к труду и собственности и сегодня характеризуют позиции и взгляды многих людей. Само экономическое сознание и детерминированное им экономическое поведение нельзя рассматривать в отрыве от этих тенденций. Вместе с тем, во все периоды жизни русские люди, как и представители других народов, сохраняли такие качества, как экономность, бережливость по отношению к вещам и предметам личной собственности. Возвращение института частной собственности перенесет данные качества и на ее объекты.

Уже сегодня, а тем более в недалеком будущем, стержнем экономического сознания для индивида вполне естественно будут выступать понятия собственность, богатство, прибыль. Причем в

преобладающем большинстве случаев эти моменты значимы для представителей любого слоя населения, для владельца любого уровня. Э. Фромм так писал по этому поводу: «как бы беден ни был человек, он все-таки чем-нибудь владеет и дорожит этой малостью так же, как владелец капитала – своим богатством. И точно так же как крупных собственников, бедняков обуревают стремление сохранить то небольшое, что у них есть, и приумножить пусть даже ничтожно малую величину (к примеру, сэкономив на чем-либо жалкие гроши)» [93, с.96]. Такой житейский практический подход ставит вопрос взаимосвязи отношения к собственности и экономического сознания человека в центр психолого-экономического анализа.

Рассматривая слагаемые экономического сознания российского гражданина на современном этапе никак нельзя сбрасывать со счетов его заидеологизированность. Это проявлялось прежде всего в том, что и партийно–политические, и государственные структуры стремились внедрить в это сознание в худшем случае неприязнь, а в лучшем случае – ненависть к частной собственности. За социалистическими канонами скрывалась боязнь властей формирования у людей психологии собственника по ряду причин:

- на основе владения собственностью могут формироваться социальные группы, обладающие самостоятельной программой деятельности и преследующие собственные экономические интересы;
- обладание собственностью означает обладание возможностями и средствами для политической деятельности;
- обладание собственностью «на средства производства» означает возможность найма работников и тем самым ведёт к эксплуатации других людей;
- собственность формирует особый тип личности – человека, ответственного перед собой и независимого от государства.

«В течение семидесяти лет ни один человек в стране, начиная с домашней хозяйки и кончая Генеральным секретарём ЦК КПСС, не мог сказать, что он чем-либо владеет. Правом распоряжаться обладали многие, но правом владеть – никто» [102, с.101].

«Остаточные явления» сформированного прежде в сознании многих людей отношения к собственности вне всякого сомнения сделают более сложным процесс становления собственника в России. И этот момент в немалой степени базируется на психологических закономерностях развития и функционирования экономических представлений.

Социальные установки, позиции, идеи, верования; как конкретные проявления мировоззрения, нередко для личности принимают характер *стереотипных суждений* - т.е. *относительно устойчивых схематичных образов социальных реалий* (индивида, группы и групповых отношений, происходящих в обществе событий и т.д.), *функционирующих в конкретных больших или малых группах* (в данном случае в конкретном этносе).

Стереотипы могут касаться различных сторон действительности, как это показано в выше приведенной таблице. Стереотипы жизненно необходимы, поскольку облегчают усвоение многих реалий окружающего мира, способствуют систематизации и классификации знаний в памяти человека: то, что проще - всегда быстрее поддается группировке и обобщению. Но весьма негативны стереотипы, если они создаются, формируются с идеологическими целями или (и) когда они "наполняются" предвзятостью и враждебностью. В советской экономической теории и практике великолепные образцы последнего - понятия и определения типа "буржуазия", "империализм - это паразитирующий или загнивающий капитализм", которые в течение многих лет советской власти старательно "заполнялись" идеологами и учеными всевозможными негативными характеристиками, суть которых в полной противоположности данного (капиталистического) общества развитию человека и человечества. Подобного рода стереотипы весьма дорого обошлись для стратегии и тактики российской экономики.

Кстати сказать, передовые умы России быстро поняли всю беспочвенность и негативизм подобной «большевистской» стереотипизации собственников и исторически обусловленного способа организации производства. Весьма ярко в этом плане звучат слова из письма русского писателя В. Г. Короленко наркому просвещения Российской Федерации А. В. Луначарскому (1920 г.):

«Вы, Анатолий Васильевич, конечно, отлично еще помните то время, когда вы – марксисты – вели ожесточенную политику с народниками. Вы доказывали, что России необходимо *благодетельно* пройти через «стадию капитализма». Что же вы разумели тогда под этой благодетельной стадией? Неужели только «тунеядство буржуев» и «стрижку купонов»?

Очевидно, тогда вы разумели другое. Капиталистический класс вам тогда представлялся классом – худо ли, хорошо ли – *организующим производство*. Несмотря на все его недостатки, вы считали, совершенно согласно с учением Маркса, что такая организация

благодетельна для отсталых в промышленном отношении стран, каковы, например, Румыния, Венгрия и ... Россия.

Почему же теперь иностранное слово «буржуа» – целое огромное и сложное понятие – с вашей легкой руки превратилось в глазах нашего темного народа, до сих пор его не знавшего, в упрощенное представление о буржуе, исключительно тунеядце, грабителе, ничем не занятом, кроме стрижки купонов!» [44, с.152-153]. (Как тут не вспомнить строки из стиха: «Ешь ананасы, рябчиков жуй, день твой последний приходит, буржуй»).

Стереотипные суждения типа «империалист», «буржуй» и т.п. точно так же, как и все другие стереотипы экономического сознания личности - это упрощенные привычные представления и суждения, поясняющие и оценивающие экономические явления, которые включают в себя следующие компоненты: *а) знание*, т.е. описание явления, факта в определенных терминах (буржуазия – тунеядствующий, пекущийся только о собственной прибыли, «стрижке купонов» социальный класс), *б) образ*, т.е. житейское, обыденное представление о них (буржуй – это человек располневший, ожиревший, поедающий в неограниченных количествах рябчиков и ананасы), *в) эмоцию*, т.е. положительное или отрицательное отношение к данному явлению, факту (представитель буржуа вызывает не только негативные чувства, но своими отталкивающими характеристиками чисто по – человечески порождает эмоциональное отвращение). В "действующем" стереотипе все названные компоненты взаимосвязаны между собой и вкуче определяют поведенческие реакции личности.

Наиболее характерный пример наличия и содержания стереотипных суждений в житейской практике – это различные пословицы и поговорки. Они представляют собой усвоенные тем или другим народом в повседневном опыте краткие, меткие и образные суждения о реалиях окружающего мира. Достаточно заглянуть в словарь В.И. Даля, чтобы убедиться в том, что мудрость многих пословиц и поговорок. Выработанных в прошлом, устойчива и по отношению к сегодняшнему дню:

- О чем тому тужить, кому есть чем жить;
- Добр Мартын, коли есть алтын,
худ Роман, коли пуст карман;
- Стоит крикнуть, да денежкой брякнуть – все будет;
- Были бы бумашки – будут и милашки;

- На чужое добро и глаза разгораются;
- Будут завитки на чужие пожитки;
- Долг платежом крашен, а займы - отдачею;
- Слава тебе Господи: и сыт, и пьян, и никому не должен.

Кстати сказать, многие пословицы и поговорки всех времен и народов отражают разумность и рациональность истинного хозяина.

Можно рассмотреть следующую **классификацию экономических стереотипов**.

По своему содержанию экономические стереотипы могут быть поделены на два разряда:

а) По существу отражаемых реалий: субъекты экономической деятельности: отдельные индивиды, группы, фирмы, корпорации; экономические категории: деньги, собственность, налоги, рынок и т.п. (например, о деньгах - «деревянный рубль»); стандарты потребления и обеспеченности (о существующих в нашей стране до 80-х годов критериях и образцах благосостояния человека увидевшие их иностранцы говорили так: "Какие вы, русские, счастливые, поскольку не знаете, как плохо вы живете").

О том, сколь несоответствующие сегодняшнему дню экономические стереотипы формировались у представителей старшего и среднего поколения России, можно судить по весьма «колоритному» примеру: отношению А. Чубайса к одному из столпов рыночной экономики – свободной частной торговле. Оно, как у немалого количества советских людей, отличалось негативностью. Подобное отношение было у него и в конце 80-х годов. Когда его друг П. Филиппов выращивал и продавал луковицы тюльпанов, втягивая в этот бизнес других членов команды, Чубайс не мог сдержать всплеска эмоций: «Меня все это бесило страшно. Наверное, элемент ханжеского воспитания сказывался. С детства я усвоил: торговля – что-то не совсем приличное. В нашей семье всегда считалось: если купил – продал, то это падение какое-то, ниже всякого допустимого уровня. И когда я обнаруживал своих ребят, торгующих луковицами из-под телогрейки, я просто в ярость приходил: - И ты, гад, туда же?!

...Я и до сих пор не могу реагировать спокойно, когда в очередной раз в газете «Правда» читаю про то, что «Чубайс тюльпаны продавал». Заявляю документально: тюльпаны не продавал. Из идеологических соображений. Категорически» [64, с.22].

То, что для человека из высшей экономической и политической элиты страны до сих пор участие в законном малом предпри-

нимательстве воспринимается, как что-то унижающее, еще раз подчеркивает необходимость более серьезного анализа традиционных установок россиян по отношению к современным экономическим реалиям.

б) *По характеру оценок, заключенных в стереотипе*: положительные, отрицательные, нейтральные. При этом оценка, заложенная в любом из стереотипов, может быть не вполне объективной или совсем неверной, что делает ее предвзятым мнением. В бизнесе предвзятость может оказать «медвежью услугу», если она, особенно неправильно отражает предпринимательские потенциалы людей. Интересно сослаться здесь на ситуации из первых шагов деятельности корифея интеллектуального бизнеса Билла Гейтса. Весьма молодым человеком он вышел на сотрудничество с известной фирмой IBM, которая явно недооценила его деловую хватку. Джэк Сэмс, один из руководителей корпорации, которые подписали контракт с 21-летним Гейтсом о снабжении первых компьютеров IBM операционной системой, вспоминает: «Когда он вошел, я подумал, что это курьер».

Ошибка предвзятости к возрасту и возможному отсутствию компетентности и средств «да что знает и может этот мальчишка» весьма негативно отразилась впоследствии на некоторых сторонах деятельности IBM. Сам Гейтс вспоминает о подобного рода предвзятостях: «Вначале к тебе относятся с некоторой долей скептицизма. Если ты слишком молод, трудно снять помещение. Невозможно взять машину напрокат, если тебе меньше двадцати пяти лет, так что на встречи с клиентами я всегда ездил на такси. Когда же люди предлагали встретиться в баре, чтобы обсудить наши дела, я не мог пойти в бар, потому что меня туда не пускали». Сам Гейтс отлично видел, какое впечатление создает его молодость, и использовал его с большой выгодой для себя [20, с.64].

в) *По степени распространенности* стереотипы подразделяются на *универсальные* - зачастую понятные и "переводимые" для людей из разных стран, или, по крайней мере, для граждан одной страны; *региональные* - рожденные и функционирующие в определенных регионах как расширенной (Сибирь, Кавказ, Поволжье, Дальний Восток и т.д.), так и более узкой распространенности (Московская, Смоленская, Иркутская, Новосибирская области); *локальные* - стереотипы местного (районного, городского, поселкового) значения или характера. Локальные стереотипы - это обычно мнения и суждения о местных предпринимателях, бизнесменах, о качестве их продукции, о наиболее значимых для местных жителей "экономических" объектах природопользования, туризма, производства, о

местных "мерках" того, как "все живут", о критериях богатства и бедности, явно различающихся по конкретным регионам и т.п. Кстати сказать, региональные и локальные стереотипы пока весьма слабо изучаются психологами и экономистами, но они могут быть весьма значимыми в рекламе, маркетинге, обслуживании и других видах деятельности.

По сферам своего распространения стереотипы присущи разнообразным областям экономики: прежде всего *производственной деятельности* (например, «работоголик», или «трудоголик», а также стереотипы-поговорки, как то: работа не волк, в лес не убежит и др.), *торговли* (не обманешь, не продашь), *маркетинга, менеджмента, сервиса, транспорта, рекламы и т.д.* В последнее время весьма распространенными стали *стереотипы "теневой экономики"*. Они характеризуют отношение людей к различным формам хищения государственного имущества ("сколько у государства не воруешь, своего все равно не вернешь"), к видам "левого" или частного обслуживания, к предприятиям, нелегально производящим алкоголь, табачные изделия, лекарства и т.д.

Этнографический характер стереотипов может касаться их принадлежности и (или) отнесенности к представителям разных народов, полов и возрастов, места проживания ("ну ты и деревенщина!", "в вашем захолустье (дыре, глуши, глухомани) никакого настоящего бизнеса не может быть", "все кавказцы – торгаши», а «у всех русских общинный менталитет" и т.п.).

При более детальном анализе можно различать **социально-профессиональную принадлежность стереотипов**, т.е. их отнесенность к людям конкретной профессии (все бухгалтеры - "сухари" - черствые, педантичные люди), и, в свою очередь, мнение людей одной профессии о других (так, для представителей технических профессий, большинство гуманитариев – «болтуны и краснобаи»). Характерно также выражение в стереотипах суждений о людях определенного слоя (страты) общества (общеизвестно, что "новый русский" это отнюдь не бедный человек, имеющий свои, зачастую негативные особенности) и статуса в социально-административных структурах (чиновник - взяточник, бюрократ).

Заканчивая краткий анализ содержания и основ классификации экономических стереотипов необходимо выделить для более глубокого осмысления ряд моментов.

Во-первых, мы вновь подчеркиваем высказанную мысль о том, что экономические стереотипы - это суждения, касающиеся многих реалий окружающей жизни и облегчающие индивиду их по-

нимание. Экономические стереотипы могут "переводить" человеку на более доступный язык (в буквальном и переносном смысле) различные экономические термины, понятия, закономерности. Это могут быть явления как из жизни своего народа, так и слова, функционирующие в других языках. Такой "перевод" может быть вполне адекватным, максимально точным, но может и существенно искажать суть явления, факта, события. Неадекватность интерпретации, трактовки стереотипов в разных этнических, социальных, профессиональных и «должностных» группах затрудняет взаимопонимание и взаимодействие между людьми. В плане проблематики собственности они могут «воспроизводить» и доносить до людей неверное толкование её сути.

Во-вторых, в условиях экономической нестабильности, различных случайных перипетий в хозяйственной жизни общества, формирование экономических стереотипов носит неконтролируемый и нередко непредсказуемый характер, порой усугубляющийся социально-антагонистическими отношениями. Яркий пример здесь - понимание разными людьми термина "приватизация": для одних - значительной части общества - это "прихватизация" с явным привкусом обмана, несправедливого перераспределения национального богатства, хищничества и воровства; для других приватизация - это необходимая, естественная и весьма значимая точка отсчета рыночной экономики; мнения третьих варьируются между названными двумя полюсами. Подобных метаморфоз в стереотипизации современной экономики было, есть и еще будет немало, особенно если учесть социально – психологический, «стратовый» характер стереотипов, т.е. их принадлежность определённым группам людей.

В-третьих, формирование современных стереотипов может заметно отличаться своими "механизмами", а именно: их рождение, передача и функционирование часто происходит не по традиционной схеме - от старших к младшим, а, наоборот, - от молодых и «крутых» представителей общества к "убеленным сединами старцам". "Яйца курицу учат" - такой тип социализации стал обычным во многих слоях и группах нашего общества, "сметая" старые этнические традиции. Это вполне естественно и неизбежно, поскольку, во-первых, стереотипные суждения, бытовавшие в социалистической экономике, во многом устарели, стали архаичными и не могут чем-то помочь подрастающему поколению, а во-вторых, молодежь более мобильна, открыта новому и нацелена на адаптацию в новых условиях. Но все же в таком процессе есть свои психологические издержки, особенно для старшего поколения. Данная закономер-

ность проявится и в том, что молодежь скорее усвоит «хитроумные» отношения собственности в рыночной экономике.

В-четвертых, известно, что стереотипы в некоторой степени могут модифицироваться и трансформироваться в зависимости от экономических, социальных и политических изменений, но этот процесс происходит крайне медленно, хотя на первый взгляд - быстро. Рождающиеся и формирующиеся сегодня стереотипы рыночной экономики (как официальной, так и "теневой") долгое время будут предопределять дальнейшее развитие социально-экономических отношений в нашей стране, в том числе отношений собственности. В связи с этим они нуждаются в тщательном и глубоком изучении.

Особенности мотивов собственности

Признание значения собственности в нашей стране, положительные и негативные последствия приватизации обусловили существенное изменение мотивов собственности, причем эти метаморфозы происходят по-разному в сознании молодого человека и старика, у "бедного" и "богатого", у людей из различных социальных страт. Мотивы, как внутренние побудительные причины признания значения собственности, всегда взаимосвязаны с экономическими позициями личности, поскольку общие тенденции в этих позициях – признание или непризнание частной собственности являются главными детерминантами специфики мотивов. Так, человек, возвращенный в атмосфере отрицания частной собственности, даже сегодня может по-прежнему относиться к уже изменившимся реалиям. В связи с этим в настоящее время важно пронаблюдать, в каком состоянии находится массовое сознание по проблемам собственности.

Уместно поделиться некоторыми результатами социально-психологических опросов на данную тему, проведенных в конце 2000 и 2001 года в Иркутской области¹. На вопрос об общем отношении к стремлению людей владеть частной собственностью были получены следующие результаты (см. рисунок 2).

² В 2000 году по репрезентативной выборке опрошено 870 человек из г. Иркутска, Ангарска и Иркутского сельского района. В 2001 г. респондентов было 500. Здесь и дальше используются результаты данных исследований. Использование цифр других исследований оговаривается в тексте. Авторы благодарят студентов психологического отделения БГУЭП, ассистента кафедры социальной и экономической психологии Бажина Д.С., а также Иванову Д.В. за помощь в сборе и обработке эмпирических данных.



Рисунок 2. Отношение респондентов к стремлению людей владеть частной собственностью по данным 2000 г. и 2001 г.

Из диаграммы видно, что более трех четвертей опрошенных (в 2000 году – 75,4%, в 2001г. – 84,3%) с определенными оговорками и без таковых поддерживают стремление к частной собственности. Читатель может также лицезреть определенную динамику рассматриваемых отношений, а именно: хоть и не очень значительно за год, но возросло число респондентов, выступающих за поддержку частной собственности. Соответственно сократилось число равнодушных и противников. При этом наблюдаются различия данного отношения по разным возрастным группам, у лиц с высоким и низким доходом и т.д. и т.п. К примеру, в 2000 году полную поддержку частной собственности высказали 18,7% респондентов, отнесших себя к низшему социальному слою, 28,0% - к среднему и свыше 50,0% - к высшему. В свою очередь, безразличие или негативизм к собственности проявили соответственно 22%, 8% и 0% опрошенных из дан-

ных категорий. Эти моменты могут и должны стать предметом особого разговора, направлением дальнейших исследований.

Результаты приведённого исследования по своей динамике коррелируют с имеющимися аналогичными данными по итогам других исследований. В частности, согласно исследованию ВЦИОМ 1990 г. положительно к собственности относилось тогда 45 % опрошенных, отрицательно – 24%. Но уже в 2005 г. (по данным ИКСИ РАН) положительно относящихся к собственности было 52%, отрицательно – 16% [см.111].

Поскольку много ответов о поддержке частной собственности сопровождается условиями – «какими способами и приёмами она добывается» - рассмотрим некоторые соответствующие возможности. А.И. Китов, анализируя взаимосвязь проблем личности и собственности, обращает внимание на два существенных момента: психологические характеристики видов присвоения и процессы движения вещей в системе отношений собственности. К способам присвоения он относит:

- **труд**, результаты которого достаются самому работнику;
- **предпринимательство**, как специфическая форма социально-экономической активности личности, результатом которой становится увеличение собственности;
- **иждивенчество** – присвоение личностью вещей, добровольно ей уступаемых собственниками;
- **дарение** – безвозмездная передача имущественных ценностей одним лицом другому;
- **находка** – результат целенаправленного поиска какой-либо ценности;
- **выигрыш** – доход, получаемый от разного рода лотерей, денежных игр и т.д.;
- **одажживание**, как способ присвоения, практикуемый через посредство банков или частных лиц;
- **мошенничество** - присвоение чужой собственности путём обмана или злоупотребления доверием без применения насилия;
- **вымогательство** – не предусмотренное законом требование передачи денег, имущественных ценностей, сопровождаемое разного рода угрозами, обманом со стороны вымогателей;
- **хищение** – противоправное безвозмездное изъятие чужого имущества [40, с.122-127].

Психологически обратить внимание на специфику способов присвоения собственности требуют, по крайней мере, два обстоятельства: 1) различия в мотивации присвоения и отсюда использования вещей и средств; 2) особенности отношения личности к полученной разными способами собственности. Например, средства, полученные в результате труда и честного предпринимательства, будут расходоваться чаще всего совершенно по иному, чем такой же по объёму «доход», ставший результатом выигрыша, а тем более мошенничества. Всё это не может не сказаться и на общих особенностях личности. Так человек, привыкший к иждивенчеству, вряд ли может стать эффективным собственником.

Признание или непризнание института частной собственности – это общая характеристика массового сознания, специфически проявляющаяся у каждого человека. Но в повседневной действительности особое значение имеют конкретные мотивы, по которым человек определяет степень значения для него тех или иных объектов и предметов собственности. Данные мотивы образуют определенную совокупность, которую мы условно называем «веером мотивов», показывая тем самым ее (совокупности) динамичность: мотивы, как сегменты веера могут сворачиваться и разворачиваться, «раскрываться» в полном виде и наполовину и т.п. [см. 34, с.108-109].

Особо нас интересовал "веер" конкретных мотивов, которыми люди руководствуются в своем стремлении к собственности. Этот аспект исследования по двум опросам выглядит следующим образом (см. табл. 2).

Таблица 2

Мотивы, побуждающие увеличивать собственность

| № | Вид мотива | Количество респондентов, считающих данный мотив значимым (%) | |
|----|--|--|---------|
| | | 2000г. | 2001 г. |
| 1. | Собственность - это условие спокойной жизни | 41,95 | 28,8 |
| 2. | Нужна моя помощь детям, внукам, близким людям | 38,62 | 27,8 |
| 3. | Собственность является источником дохода | 38,27 | 29,8 |
| 4. | Надо думать о спокойной и безбедной старости | 38 | 26,1 |
| 5. | Собственность позволяет людям быть независимыми, свободными | 34,4 | 23,1 |
| 6. | Надо обеспечивать повседневное существование | 22,06 | 13,5 |
| 7. | Чувство хозяина, привязанность к собственному дому, вещам и т.п. | 21,49 | 19,8 |

| | | | |
|-----|--|-------|------|
| 8. | Собственность повышает престиж и статус человека в обществе | 18,96 | 10,4 |
| 9. | Собственность позволяет тратить средства, сколько хочется и куда хочется | 17,01 | 10,6 |
| 10. | Собственность "работает", приносит пользу другим людям | 16,8 | 11,0 |
| 11. | Собственность повышает чувство собственной значимости | 16,6 | 5,9 |
| 12. | Собственность позволяет влиять на политику местных и российских властей | 10,8 | 2,0 |

Проводя анализ таблицы, мы дифференцировали все мотивы на четыре группы (этот прием был задуман при планировании исследования) в зависимости от преобладающего в каждой группе суждения. Группировка в каждой из четырех совокупностей мотивов проявляет разные отношения:

1) **Мотивы «нужды»** («нужна моя помощь детям, внукам, близким людям», «надо думать о спокойной и безбедной старости», «надо обеспечивать повседневное существование»). В пропорциональном отношении ко всей совокупности мотивов, отмеченных респондентами, они составляют в 2000 году 34,5%, а в 2001 году – 33,1%.

2) **Прагматические мотивы** («собственность – это условие спокойной жизни», собственность позволяет тратить средства, сколько хочется и куда хочется», «чувство хозяина, привязанность к собственному дому, вещам и т.п.»). В сумме всех ответов респондентов составляют в 2000 году – 25,5%, 2001 году – 26,6%.

3) **"Предпринимательские мотивы"** ("собственность является источником доходов", "собственность работает, приносит пользу другим людям", "собственность позволяет влиять на политику местных и российских властей"). В сумме всех ответов респондентов составляют в 2000 году – 20,9%, в 2001 году – 21,0%.

4) **Мотивы независимости и самоутверждения** («собственность позволяет людям быть независимыми, свободными», «собственность повышает престиж и статус человека в обществе», «собственность повышает чувство собственной значимости»). В сумме всех ответов респондентов составляют в 2000 году – 19,1%, в 2001 году – 19,3%.

Таким образом, можно на данном этапе развития общества уверенно говорить о преобладании у россиян мотивов нужды и прагматических мотивов собственности и это отражает реальное по-

ложение вещей. Общеизвестно, что советский период развития экономики с его «общенародной» собственностью, совершенно не способствовал выработке психологии хозяина. Приватизация в свою очередь лишь немногим дала возможность использовать собственность в качестве эффективной основы выгодного производства, а для большинства оказалась «бутафористичной». Но особенно весомость прагматических мотивов собственности у российского гражданина возрастает в связи с той «рискованной ситуацией», в которой он находится. Экономический кризис обуславливает неуверенность человека в своём будущем, его стремление хотя бы чем-то подстраховаться на «чёрный день», уйти от различных рисков. В связи с этим у человека зарождаются *мотивы страхования* своей собственности, и этот вопрос требует более детального анализа.

В результате исследования необходимо особо выделить два момента. Во-первых, количество «предпринимательских» мотивов незначительно не только у респондентов из низших, но и средних социальных слоев. Аналогичное отношение и в зависимости от уровня доходов респондентов: предпринимательских побуждений ненамного больше у людей с высокими уровнями доходов. Во-вторых, именно в данных слоях относительно невысока роль мотивов независимости и самоутверждения при владении собственностью. Оба этих факта свидетельствуют о том, что собственность в России на сегодня еще весьма слабо "работает" и в экономическом и в психологическом значении. Вместе с тем, данные опроса 2001 года позволяют увидеть некоторую положительную динамику развития предпринимательских мотивов: они по-своему «весу» перешли из последней группы побуждений в предпоследнюю. И хотя эти «шаги» вряд ли статистически значимы, но все же это не топтание на месте и не скольжение назад.

Современный зарубежный опыт показывает, что основой любого стабильного общества становится «мелкий» и «средний» собственник – владелец небольших фирм по производству продукции или оказанию услуг. А это означает, что и в России необходима эффективная поддержка предпринимательских мотивов людей, оказание им всемерной помощи. Но в массовом масштабе подвижки психологии россиян в области достижения рентабельности собственности весьма незначительные. Авторы доклада из ИКСИ РАН «Собственность в жизни россиян: домислы и реальность» по результатам исследования, проведенного в апреле 2005 г., констатируют: «Большинство потенциальных рентополучателей не умеют ещё использовать экономически рациональным образом принадлежавшую им собственность, а отношение к располагаемой собственности и к по-

тенциальному источнику доходов в России в массовом масштабе не сформулировалось» [111].

Неотъемлемым элементом психологии собственности является характер отношения собственника к «поползновениям» и реальным действиям по изыманию у него – частично или полностью – объектов (предметов), которые ему принадлежат. Конкретными действиями подобного «отчуждения» обычно бывают:

- *воровство*;
- *вымогательство*, сопровождаемое шантажом и угрозами физической расправы;
- *захват* части собственности или всех ее объектов с помощью силы;
- *потеря* собственности по стечению обстоятельств, например, проигрыш в карты, банкротство (порой организуемое конкурентами);
- случайное или намеренное *уничтожение* объекта собственности: пожар, стихийное бедствие и т.п. (Сразу надо признать, что современная российская действительность наполнена и переполнена фактами вымогательства (рэкета), захвата и уничтожения собственности «конкурентов»);
- *конфискация* или *экспроприация* собственности (частично или полностью) на законной основе;
- *национализация* как переход объектов (предметов) из частной собственности в собственность государства;
- *добровольный отказ* от собственности.

Каждый из таких случаев естественно вызывает определенные психологические реакции, которые могут варьироваться в диапазоне позитивной и негативной экспрессии. Позитивные эмоции наступают, по-видимому, в следующих ситуациях: а) когда «утрата» собственности становится актом избавления человека от непомерного, изнурительного, тяжелого труда, связанного с данным владением; б) когда акт передачи части (всей) собственности воспринимается и самим человеком и окружающими людьми как проявление «высоких» нравственных качеств: благородства, доброты, справедливости, щедрости, великодушия, милостливости, доброжелательности, благосклонности и т.п.; в) когда собственность передается наследникам или иным владельцам «в пику» противникам, недоброжелателям, в качестве урока «другим людям».

Утрата собственности чаще все же связана с негативными эмоциями. Иерархизированность и качественное содержание подобных реакций может быть самым различным: 1) беспокойство, колебание, бездействие; 2) чувство несправедливости; 3) упование «на судьбу»; 4) безысходность, отчаяние; 5) дезинтеграция, единичные эмоциональные срывы; 6) агрессия, гнев; 7) невроты, психозы, приводящие к стойким психическим расстройствам.

В мировой и российской художественной и публицистической литературе имеются высокочлассные анализы всей гаммы человеческих чувств, связанных с собственностью. Отечественной психологии еще предстоит сделать подобные исследования на основе систематизированной в научном плане терминологии.

Способности и качества личности во взаимосвязи с собственностью

Мотивы многое значат в жизнедеятельности человека, поскольку они обеспечивают общее направление и энергоемкость его активности. Но все же немало мотивов остаются втуне из-за своей нереализованности конкретными действиями личности. «Хочу много, мочи нет», - так говорят о таких случаях в народе. В связи с этим возрастает значение тех «инструментов» личности, посредством которых она превращает свои желания в конкретные дела, и если брать сугубо психологическое содержание данных «инструментов», то таковыми выступают прежде всего *способности, знания, умения и навыки, а также некоторые качества личности.*

Свои способности и «инструментальные» потенциалы в экономической сфере человек проявляет в процессе реализации разных экономических ролей. *Экономическая роль* – условное понятие. Оно отражает *набор функций, предписаний и поведенческих реакций, которые индивид вынужден выполнять для удовлетворения своих потребительских и хозяйственных запросов в разного рода экономических структурах.* Если сделать более–менее широкое обобщение, то каждый из нас в целом или в определенных ситуациях задействован, как минимум, в выполнении следующих экономических «ролей»:

- *потребителя* любых вещей и предметов, что дает работу и самому индивиду, и создателю благ, и обеспечивает наше существование;
- *покупателя* товаров и услуг, что необходимо и их «создателю» и работникам торговли;

- *производителя* каких-то материальных и интеллектуальных продуктов, необходимых себе и другим;
- *предпринимателя*, вкладывающего свои средства и (или) усилия в производство товаров и развитие экономических услуг;
- *продавца*, реализующего произведенные собой или другими предметами потребления;
- *плательщика* налогов и сборов, установленных государством или компетентными органами.

Мы называем совокупность экономических ролей человека «6П» и охарактеризуем их в следующем разделе. В данном же контексте отметим, что каждая из таких ролей, во-первых, определенным образом связана с собственностью, например, поскольку возможность и покупать и организовывать бизнес зависит от наличия средств. Во-вторых, реализация любой из ролей предполагает наличие у человека соответствующих способностей и ресурсов.

Способности человека и уровни его собственности могут быть связаны по следующим (как минимум) схемам.

1) Человек в силу своих дарований является мастером своего дела, специалистом с «золотыми руками» и создает предметы, вещи, изделия, которые широко востребованы, являются престижными для многих людей и, отсюда, приносят высокие доходы.

2) Индивид имеет способности, специфические навыки и качества, посредством которых добивается увеличения своего имущества и недвижимости, своих накоплений через выгодные продажи и перепродажи объектов собственности, производство востребованных товаров и услуг, талантливой торговли ценными бумагами и «игры» на бирже и т.п. В данном случае уровни собственности в основном зависят от наличия предпринимательских способностей, понимаемых в широком смысле слова. Современное выражение «бизнес пляшет под дудку таланта» хорошо отражает суть этого явления.

3) В силу своих организаторских способностей, умения формировать слаженные и работоспособные команды, навыков налаживания контактов с другими людьми, стимулирования их энергии, а так же развитого красноречия и искусства убеждать, человек активно использует силы и разум других для увеличения своей собственности.

4) Творческий человек имеет специфические дарования, позволяющие ему создавать различные «объекты» интеллектуальной собственности, признаваемые и ценимые другими людьми, используемые в производственных процессах, в искусстве и шоу-бизнесе, в СМИ, рекламе и т.п. Конкретным примером здесь можно назвать Билла Гейтса, который с помощью своих математических и предпринимательских способностей смог достичь огромных успехов в Интеллектуальном бизнесе. Это так же различного рода изобретения и нововведения, научные и литературные произведения, за внедрением которых в жизнь следует материальное вознаграждение (шире некоторые аспекты этого вопроса мы раскроем в разделе об интеллектуальной собственности).

Конкретные механизмы проявления всех перечисленных схем бесконечны и разнообразны, как и сферы бизнеса, в которых происходят перетоки объектов собственности. В связи с этим мы не будем детально рассматривать специфические особенности некоторых способностей, за исключением тех, которые связаны с интеллектуальной собственностью.

Но всё же стоит остановиться на некоторых значениях и качествах, специфических чертах личности, которые помогают человеку добиваться успехов в правильном использовании своей собственности.

Р.Кийосаки вводит понятие финансовый IQ (Ай-Кью - коэффициент интеллекта) – «совокупность знаний, относящихся к самым различным сферам деятельности» и включает в него следующие «составляющие».

Первое – это бухгалтерский учёт или финансовая грамотность. Они представляют собой способность читать и понимать финансовые отчёты. Это позволяет видеть силу и слабость любого бизнеса. Чем за большее количество собственности человек несёт ответственность, тем большая требуется точность, а иначе любое дело может разрушиться.

Второе – это умение делать инвестиции – наука о том, как деньги делают деньги. Здесь кроме знаний определённых стратегий и формул, необходима высокая степень творчества.

Третье – это знание о рынке, и прежде всего о закономерностях спроса и предложения. Нужно знать «технические» аспекты рынка, которые управляют эмоциями. Здесь также важен ответ на вопрос о целесообразности инвестиций. Имеет ли то или иное капиталовложение смысл в текущих рыночных условиях?

Четвёртое – это закон. «Если вы будете создавать свою корпорацию на основе знаний бухгалтерского дела, инвестирования, рынка и добавите к этому юридические знания, она начнёт расти очень быстро. Человек, который знает о пользе корпорации в смысле уплаты налогов и юридической защиты, может разбогатеть гораздо быстрее, чем обычный служащий или владелец мелкого бизнеса» [см.39, с.137-138].

Не трудно заметить, что в данных размышлениях способность людей делать деньги, т.е. увеличивать свою собственность трансформируется в простые, прагматические знания и навыки, которые может формировать в себе любой человек.

Сегодня многие исследователи делают попытки составлять обобщённые личностные портреты бизнесменов, которые включают преимущественно интеллектуальные, коммуникативные, волевые свойства и некоторые деловые качества, необходимые для обеспечения успеха в предпринимательстве. С примерами данных портретов полезно ознакомиться любому начинающему российскому собственнику (см.86,с.295). Опираясь на такого рода работы, перечислим ряд особенностей человека, способствующих его успеху:

- бережливость,
- расчётливость,
- ориентированность в конъюнктуре рынка,
- умение видеть перспективы бизнеса,
- профессионализм, знание дела,
- деловая хватка, настойчивость,
- организованность,
- инициативность,
- обязательность, умение держать слово,
- лёгкость в общении,
- умение находить компромиссы,
- способность обойти конкурентов,
- умение устанавливать нужные связи,
- высокий интеллектуальный потенциал,
- желание учиться новому,
- надёжность в партнёрских отношениях,

- способность отстаивать свои права,
- законопослушность,
- умение находить и использовать для дела способности других людей,
- умение защитить себя от нападок.

Мы сказали, что на рассмотренные качества стоит ориентироваться российскому собственнику, но при этом понимая, что любые перечни достоинств человека нуждаются в осмыслении и тренировке, повседневно реализуясь в конкретных делах.

Самооценка личности и собственность

О том, насколько в любую эпоху значимы самооценка и связанное с ней стремление к славе для человека, какой бы собственностью он ни обладал и какой бы пост не занимал, очень хорошо говорит высказывание выдающегося ученого и мыслителя XVII Блеза Паскаля: «Славолюбие – самое низменное из всех свойств человека и вместе с тем самое неоспоримое доказательство его возвышенной сути, ибо, даже владея обширными землями, крепким здоровьем, всеми насущными благами, он не знает довольства, если не окружен общим уважением. Он испытывает такое уважение к человеческому разуму, что даже почтеннейшее положение в нашем земном мире не радует его, если этот разум отказывает ему в людском почете. Почет – заветнейшая цель человека, он всегда будет неодолимо стремиться к ней, и никакими силами не искоренить из его сердца желания ее достичь». Данный момент обуславливает необходимость более детального внимания к проблеме самооценки со стороны любого человека.

Исходя из общей концепции данного учебного пособия, собственность влияет на самооценку личности, точно так же, как самооценка изменяет характер отношения человека к собственности. Разберёмся в этом вопросе более конкретно.

Во-первых, материальный достаток, вне всякого сомнения, для многих людей стимулирует уровень самооценки: чем богаче становится человек, тем больше это дает ему уверенность в жизни. Наличие и уровень собственности (в большинстве своем материализованных результатов деятельности) выступают мощнейшим стимулом самооценки и самоуважения личности (бедность и нищета редко укрепляют достоинство человека).

В этом плане хорошим примером может послужить психологическое состояние многих «новых русских», сумевших в результате бесконтрольной приватизации и сверхвыгодных торговых сделок очень быстро и сказочно обогатиться. И это подняло их мнение о собственных потенциалах и ценности личности в целом, добавило таким людям прав «гордиться» собственными предпринимательскими способностями и дарованиями («талант делового человека»), своей «фортунной» и особой предназначенностью, а это, в свою очередь, заметно подняло общую самооценку.

Росту самооценки в таких случаях способствует и возможность сравнить конкретные атрибуты своего богатства с соответствующими материальными объектами других людей: «твоей квартирой даже бедняка не удивишь, а вот моя...», «на твоём «корыте» (машина) в свет стыдно выехать».

Во-вторых, собственность, особенно на начальных этапах ее накопления, может во многом предопределять нахождение человека на социальной иерархической лестнице. Когда в российском обществе за несколько лет произошла значительная дифференциация по уровню богатства и бедности, появились группы, считающие себя «столпами общества» в связи с обладанием собственностью. При этом здесь наблюдается следующая закономерность: чем ближе к элите считает индивид себя, тем скорее можно ожидать от него соответствующей оценки своего положения в обществе, своего профессионального и должностного статуса. Причем некоторые группы специально подчеркивают свою элитность, престижность принадлежности к ней индивида по национальным, наследственным и иным признакам. Например российские нувориши, как и американцы из высшего класса всемерно стремятся подчеркнуть свое материальное положение и социальное значение. В связи с этим, их потребление носит часто показной, демонстративный характер и функционирует в качестве символа их социального статуса. Покупая, в частности, жилье, как в своей стране, так и в различных зарубежных городах, они стремятся к тому, чтобы оно вызывало ощущение высокой значимости его владельца.

Возможности демонстративного потребления и показа своих материальных возможностей становятся, таким образом, *третьим фактором*, влияющим на формирование самооценки. Его воздействия на отдельного человека, конкретные социальные группы исследовал ещё Т. Веблен в своей «Теории праздного класса»: «Для господина, живущего в праздности, демонстративное потребление материальных ценностей есть средство достижения уважения» [16, с.113]. Человек, сумевший построить особняк или дачу, каких нет ни

у одного из окружающих, купивший шикарную и сверхдорогую иномарку, проводящий время в престижных ресторанах и барах, имеющий средства для постоянных поездок для отдыха за границу, - воспринимает данные свои возможности под углом зрения своей значимости и оригинальности. Наоборот, несостоятельность в материальных возможностях есть свидетельство «низкого» положения и это уничивает самооценку.

В-четвертых, увеличение размера собственности зачастую сопровождается расширением возможностей участия в социально-значимых деятельности: меценатство, спонсорство, инвестиции в разные области культуры, спорта, материальная помощь известным людям, попавшим в трудные обстоятельства и т.п. В тоже время индивид с высоким уровнем богатства имеет более высокие шансы для участия в эффективной политической жизни своего региона и страны в целом, подтверждая этим известную мысль: собственность – это власть, и наоборот...

И здесь опять-таки действует следующий механизм: чем больше и успешнее человек включается в практически полезную, престижную или (и) высокооцениваемую деятельность, тем скорее у него формируется база для высокого уровня его самооценки. На самооценке через реализацию экономических и политических ролей личности, естественно, будут сказываться и «веер деятельности», которыми удачно или неудачно овладевает индивид, и сравнение собственных успехов в деятельности с аналогичными результатами партнеров и, особенно, конкурентов, и масштаб признания его деловых и общественных достижений окружающими людьми. А через средства массовой информации, аудитория – субъект оценки – может быть весьма и весьма значительной.

Названные моменты обуславливают основные социально-психологические механизмы формирования самооценки «через собственность», но, естественно, в полной мере не исчерпывают всех возможных их вариантов.

Общеизвестна в социальной психологии дифференциация уровней самооценки: *заниженная, адекватно-низкая, адекватно-высокая и завышенная* [см., например, 34, с.126-128]. Согласно У. Джеймсу простейший механизм формирования самооценки можно отразить в следующей формуле:

$$C \text{ (самооценка)} = \frac{\text{Успех}}{\text{Притязание}}$$

Исходя из формулы, быстрый и высокий успех при незначительных притязаниях может вызвать и обычно вызывает огромный

рост самооценки. Напротив, высокие притязания и малозаметные успехи в своем сочетании дадут низкую самооценку. Эти факты проявляются на практике.

Мы уже отмечали, что для многих современных российских собственников, обогатившихся в период «приватизации», чаще характерно мнение о своей исключительности и завышенная самооценка. Рассмотрим в связи с этим некоторые психологические особенности людей данного типа.

Итак, человек с завышенной самооценкой характеризуется:

- Ожиданием публичных восхищений своими уникальными способностями и талантами, приведшими к обладанию собственностью крупных размеров,
- Уверенностью в собственной высокой значимости, в грандиозности своих достижений,
- Преувеличением важности и исключительности своих проблем,
- Попытками использовать окружающих для самовозвеличивания,
- Ожиданием услуг и льгот без принятия на себя обязательств взаимности,
- Склонностью отвечать на критические замечания либо холодно – презрительным равнодушием, либо «взрывными» эмоциями: яростью, опустошенностью,
- Непостоянство в отношениях с другими людьми, которых они то превозносят, то проклинаят,
- Склонностью к мечтанию и фантазированию, причем содержание мечтаний связано с собственными триумфальными успехами, властью, блестящим положением и т.п.

В деловом взаимодействии с другими людьми, особенно с теми, кто «ниже рангом» по размеру собственности и статусу, находится в зависимости или выступает в роли «противника», человек с завышенной самооценкой отличается небрежностью в подходе к другим. При этом знаки превосходства могут не просто обижать, а оскорблять. В частности, с его стороны вполне возможны реплики типа: «С вашим имущественным положением лучше помолчать», «Хватит молоть чушь о нравственной ответственности», «Глупости все это», «Ай, да бросьте свои дурацкие штучки».

Анекдоты и юмористические передачи о некоторых наших быстро обогатившихся собственниках ярко зафиксировали ущербность кичливых и амбициозных людей. Быть заносчивым и самовлюбленным становится не модным, поскольку от этого чаще всего страдают деловые контакты.

Вообще надо сказать, что завышенная самооценка весьма часто встречается у людей, занятых востребованной и престижной деятельностью, результаты которой на виду у всех и при этом хорошо оплачиваются. В таком случае появляется резон противопоставлять себя и людей своего круга другим, возвышаться над ними. Один из соучеников Б.Гейтса по колледжу, известный сिएтлский архитектор, так отзывался о своих впечатлениях о будущем миллионере и его компьютерной команде: «Вначале я боялся Гейтса и остальных «вундеркиндов» из компьютерного класса. Я их даже в некоторой степени боготворил. Но скоро решил, что они просто надутые индюки, и не захотел больше с ними общаться. Это была отчасти причина моего отказа от работы с компьютерами... Они вели себя высокомерно, были заносчивыми и нелюдимыми – я просто не хотел стать таким же» [20, с. 28-29].

Размышления о вреде завышенной самооценки собственника необходимо дополнить суждениями об аналогичном негативном влиянии заниженной самооценки. Главный её минус в том, что она ведёт к неоправданной пассивности личности в связи с ожиданием слабых или вообще плохих результатов, к высокой тревожности. Такой человек, даже имея немалые материальные средства, боится вкладывать их в дело, сразу же теряется в ситуациях риска. Его мысли об экономической активности часто отдают пораженчеством: «В бизнесе я никогда не достигну успехов», «Зачем волноваться по поводу конкурса, у меня всё равно шансов нет», «Меня это не интересует, всё равно ничего хорошего не выйдет». Помощь в преодолении подобных настроений собственника может отозваться сторицей.

Истинный хозяин, истинный собственник – это всегда личность с адекватным осознанием своих потенциалов и возможностей, своих притязаний и успехов. В противовес маниакальным чертам самовлюбленности, наличие у человека высокой адекватной самооценки и самоуважения не означает, что личность ставит себя выше всех остальных, не видит своих недостатков или считает себя вершиной совершенства. Оно означает, прежде всего, что человек, как личность принимает и уважает себя, положительно относится к своим склонностям и способностям. Собственник, к которому благосостояние пришло через честную предприимчивость, бережливость и эффективный труд – это всегда человек, знающий свою це-

ну, но одновременно не желающий противопоставлять себя другим. Такие люди с высокой адекватной самооценкой самостоятельны, во многих своих начинаниях трудно поддаются голословному внушению, дорожат своим мнением и именем. О значении подобных качеств для человечности человека Г. Тард сказал: «Как вера и любовь, гордость есть нечто вечное».

Высокая адекватная самооценка, как и гордость истинного собственника – это социально значимое явление. Такой человек, ставши предпринимателем, никогда не будет давать добро на выпуск некачественной продукции, он всегда будет стремиться обеспечить известность, престиж и имидж собственной фирмы на родных рынках товаров, он будет влиять на формирование общественного блага, осуществлять помощь и поддержку нуждающимся. Одним словом он будет ярким представителем социально-ответственного бизнеса. Многие люди знают, как рьяно некоторые предприниматели берегут и достоинство марки своего товара, и собственное достоинство. Два этих момента являются очень важной основой успешности их дела.

Коммуникативные качества как детерминанты эффективности собственника

Жизненные примеры известных эффективных собственников и предпринимателей, таких как Билл Гейтс, Мэри Кей, Акио Морита, Ли Якокка и др. показывают, что они добились очень высоких успехов в значительной степени благодаря своим умениям создавать целеустремленные, дружные и работоспособные команды, делами подтверждающие тезис «один в поле не воин». А умение сплачивать людей, вести их к значимой цели, стимулировать их энергию в интересах дела, в свою очередь, самым серьезным образом зависит от коммуникативных качеств человека.

Не менее значим для собственника и другой аспект: продает или покупает он свое имущество и недвижимость, ведет ли переговоры о слиянии капиталов с партнерами, решает ли вопросы со страховыми компаниями, налоговыми органами, административными лицами – везде ему необходимы навыки эффективного общения для того, чтобы защищать себя и свою собственность.

Коммуникативность, общительность человека — это интеграционное свойство, взаимосвязанное со всеми рассмотренными выше параметрами личности. Оно зависит и от определенных природных свойств и дарований человека, и от преобладающей мотивации личности, и от уровня ее самооценки. Если взять последнюю перемен-

ную, то такие характеристики, как амбициозность, апломб, претензионность, кичливость человека, или, наоборот, униженность, подавленность, неверие в себя и т.п. неизбежно скажутся на качестве взаимных контактов с другими людьми, каким-то образом отразятся на успешности деятельности.

В последнее время в учебной и практической литературе появилось очень много книг и пособий, в которых даны различные советы и рекомендации, как формировать в себе нужные для успешности деловых контактов коммуникативные качества. Учитывая это, а так же специфическую цель нашей работы, не будем детально вникать в данные вопросы. Попытаемся лишь кратко проследить положительное или отрицательное влияние некоторых характеристик внешнего поведения и внутреннего мира личности, связанных с уже рассмотренными ее особенностями, на эффективность экономических контактов, а также на презентацию достоинств и личных качеств собственника (см. таблицу 3).

Таблица 3

Положительное или отрицательное влияние характеристик личности на эффективность контактов.

| Характеристики | Действуют положительно | Действуют отрицательно |
|-----------------------------|--|---|
| I. Внешние данные | Располагающая мимика Мелодичный благозвучный голос Открытый взгляд Раскованность, естественность поведения Чистоплотность Хорошие манеры Уравновешенность | Уродливая гримаса Неприятный голос Бегающий взгляд Напряженность позы Неопрятная одежда Вялость разговора Визгливость, шепелявость Неуравновешенность |
| Общая направленность | Альтруизм, самоотверженность Доброта, жертвенность Простота, открытость Доверие людям Развитое чувство юмора Благотворительность Толерантность, как терпимость к чужим недостаткам Искренность, чистосердечность Твердые позиции и их отстаивание Высокий уровень мотивации | Ярко выраженный индивидуализм Злобное отношение к людям Скрытность, замкнутость Властность Сарказм Скупость Нетерпимость к чужим недостаткам Грубость Болтливость, противоречивость, подхалимство Низкий уровень мотивации |

| | | |
|---|---|--|
| Способности, навыки, деловые качества | Стремление к взаимопомощи Обмен опытом, заинтересованность в деле Добросовестность Мастерство Компетентность Профессионализм Ответственность Совместимость Овладение этическими нормами предпринимателя Стабильность действий Высокая эффективность | Неумение и нежелание работать в коллективе Халатность, небрежность в работе Ремесленничество Неквалифицированность, беспомощность, невыполнение профессиональных функций Непрофессионализм Безответственность Несовместимость Злоупотребление должностью, служебным отношением Низкая результативность |
| Уровень самооценки и самоуважения | Высокий уровень достоинства, не унижающий других Адекватная гордость своим делом Знание себе цены Осознание своих возможностей, потенциалов | Самовосхваление Амбициозность Самоуверенность Самовлюбленность Заносчивость Высокомерие, надменность Самоуничижение Чрезмерная самокритичность Соглашательство Затравленность |
| Умения и свойства для слаженной работы с людьми | Благородство Радущие, сочувствие и сопереживание Умение похвалить Предупредительность Любезность, деликатность Доброжелательность Тактичность, корректность Умение слушать и понимать людей Коллективизм Благодарность | Сплетничество, злоязычие Высмеивание людей Словестные «гадости» Скупость на комплименты Неумение хранить секреты Прерывание других Равнодушие к людям Резкость, несдержанность Бестактность Навязывание собственного мнения Неблагодарность Непристойные выражения |

Достаточно лишь поверхностного взгляда на таблицу, чтобы убедиться, что многие из представленных характеристик, их детали и нюансы могут выступать и выступают детерминантами эффективности взаимодействия во многих ситуациях. При этом важно подчеркнуть, что значительное количество из них можно целенаправленно вырабатывать посредством различного рода тренировок, упражнений, социально-психологических тренингов.

Но, создавая образ успешного собственника-«коммуникатора», все же не будем лишать человека права быть таким, каким он есть на самом деле, не только с его плюсами, но и с определенными минусами. Природа человека, некоторые негативные особенности его темперамента и характера, всегда прорываются сквозь любую их маскировку. Человек может быть резким, упрямым, не в меру порывистым, проявлять жесткость в отношении к людям, ничуть не проигрывая в целом в своем деловом облике. Д. Деарлав пишет о Билле Гейтсе: «Критики утверждают, что в некоторых случаях он позволяет своим эмоциям вырваться на волю – в частности, что его неприязнь к некоторым соперникам иногда омрачает его суждения. Как избалованный ребенок в приступе гнева, он иногда может накричать на тех, кто вызывает его неудовольствие, – однако только в интересах Microsoft» [20, с. 78].

В приведенной цитате прослеживается еще один значимый момент – особенности отношения собственников и бизнесменов к своим конкурентам. Контакты с людьми, которые противостоят твоим интересам и выгодам, очень ярко характеризуют каждого из бизнесменов. Здесь можно выделить массу деталей и нюансов, т.е. спектр таких отношений может варьироваться от уважения и признания до пренебрежения и ненависти. Но интересно опять-таки отношение к соперникам в компании Microsoft. При всей категоричности принципа «Пленных не брать» (подразумевающего уничтожение конкурентов, стремление к безоговорочной победе), индивидуальным девизом Б. Гейтса является: **«Держи свои личные пристрастия в стороне от деловых решений»**. Он не позволяет личной неприязни влиять на деловые решения. «Как настоящий прагматик, во многих случаях Б. Гейтс вел ожесточенные сражения, длившиеся годами, с соперником, с которым потом, если это ему было выгодно, он начинал создавать общий бизнес» [там же, с. 84].

Заканчивая разговор о некоторых коммуникативных качествах и в целом об особенностях личности собственника, подчеркнем уже высказанную мысль о взаимозависимости и взаимопроникнутости ее характеристик от уровня и содержания собственности. Экономический человек – это сплав того, чем он *владеет*, к чему он *стремится*, что он *может*, на что он *претендует* и как *подготовлен* он к взаимодействию с другими. Соотношение, пропорция в личности каждого из названных моментов создает в конкретном случае индивидуальный и в то же время социальный тип собственника.

1.3. Типология собственников

В зарубежной психологической и психиатрической литературе существуют определенные типологии людей, так или иначе увязанные с отношением к собственности. Так, в рамках клинического подхода Н. Форман рассмотрел некоторые виды неврозов, связанных с такими формами поведения, как оплата налогов, составление завещания, накопление, использование кредитных карт. Он разработал также классификацию денежных комплексов и выделил следующие «денежные» типы личности, которые мы уже приводили в разделе о деньгах: «скряга», «транжир», «денежный мешок», «торгаш», «игрок» и т.п. Краткое содержание данной типологии, равно как позиции по данному вопросу со стороны таких зарубежных авторов как Х.Голдберг и Р.Левис мы покажем в разделе о деньгах.

Признавая оригинальность и значимость существующей типологии, мы все же отмечаем в качестве противостоящих данным доводам два момента. Во-первых, классификации подобного рода в большей мере привились и используются там, где уже сформировались устоявшиеся типы собственников с их определенной идеологией и принципами. В России же сегодня лишь происходит становление собственников, формирование их позиций и стратегий будущего развития. Поэтому, на наш взгляд, здесь нужна несколько специфическая типология собственников, учитывающая метаморфозы собственности и собственников в период становления рыночной экономики и первоначального накопления капитала. Во-вторых, необходимо уйти только от литературно-житейских образов типов личности и все-таки постараться найти более устойчивые критерии дифференциации.

Опираясь на изложенные в разделе «собственность и структура личности» положения, мы полагаем, что в психолого-экономическом анализе более-менее надежными основаниями дифференциации собственников могут быть следующие личностные особенности:

А) мотивы приобретения (владения, пользования) собственностью, возможности их реализации, а также отношение к ее утрате (напомним : мотивы нужды, самоутверждения и т.п.);

Б) самооценка личности в ее динамике в зависимости от содержания и размера собственности;

Кроме того, можно выделить еще один, чисто формальный критерий дифференциации: возможность «расположения» типов собственников на определенной логически и психологически обоснованной шкале, что дает право их «однородного» сопоставления.

Показав характеристики критериев, обратимся непосредственно к типологии собственников.

1. ***Захватчики собственности*** – индивиды, характеризующиеся неуёмным стремлением к собственности, стремящиеся на основе зачастую беспринципных и безнравственных методов захватывать и присваивать блага других людей, а тем более «ничейные» имущество и недвижимость. Во всех странах такая категория всегда появляется и активизируется в периоды так называемого первоначального накопления капитала (одна из их психологических установок: в смутные времена легче «ловить рыбку в мутной воде»).

Вне всякого сомнения, стратегия и тактика захвата уходит в историческое прошлое человека: имущество, богатство, рабы и первобытными племенами и возникшими государствами «прибирались к рукам» в ходе разного рода набегов и войн. Лишь затем «захваты» сменялись другими, более цивилизованными формами, что также закономерно. «Начальная стадия развития института собственности, стадия захвата и обращения в свою пользу, переходит в следующую стадию – стадию организации производства, зарождающегося на основе частной собственности (на рабов); племя развивается в более или менее экономически самостоятельную производственную общность; теперь приобретения начинают цениться не столько как свидетельства успешного исхода набеге, а, скорее, как свидетельства превосходства обладателя этих материальных ценностей в силе над другими индивидами в пределах общности... По мере того, как хищническая деятельность вытесняется производственной деятельностью в повседневной жизни общины, а также в образе мышления людей, трофеи хищнических набегов как общепринятый показатель успеха и превосходства в силе постепенно, но все более заменяются накапливаемой собственностью» [16, с.77].

В современной России нахальство и алчность разного рода «хищников» усугублялись еще одним значимым социально-психологическим обстоятельством. Дело в том, что советское государство в течение десятилетий «давило» личность, всячески (вплоть до уголовного преследования) расправлялось с ее индивидуальными предпринимательскими склонностями и инициативой. Освободившись от такого пресса, наиболее предприимчивые «дельцы» (как их обычно называли в социалистические времена) не могли не противопоставить себя государству, обеспечивая таким образом своеобразную месть за «поруганное прошлое» и потерянные выгоды (не отсюда ли расхожая поговорка: сколько у государства не воруй, - своего не вернешь). Поэтому они часто выступают лидерами в раз-

ных сферах теневой экономики, считая, что таким образом скорее всего можно сколотить состояние.

Мотивами деятельности захватчиков является обычно обогащение, личное возвышение посредством достатка «над толпой», но некоторых из них «процесс захвата» с помощью хитроумных приемов и способов привлекает сам по себе. Порой захватчик не брезгует и воровством, особенно если находится среди незнакомых ему людей. Так, в Сибири о людях, прибывших для поиска собственности и счастливой доли, зачастую говорили: «Поселенец, что младенец, - на что взглянет, то и тянет». «Захватчик» своего рода игрок, чья «игра» зачастую связана с риском, поскольку по ее ходу и результатам может наступить банкротство или правовая ответственность, последовать месть или ответные меры со стороны потерпевших и завистников. В связи с этим уже сама удачная игра высоко поднимает самооценку такого «игрока», делает его самоуверенным и самонадеянным. Если к тому же противозаконная деятельность проходит без юридических последствий, его нередко «обуревают» апломб и амбиции, особенно по отношению к разного рода неудачникам, «слюнтяям», «маменькиным сыночкам», не способным действовать по примеру «захватчика». Деятельность такого типа людей и, даже больше сказать, их рождение и «вызревание» особенно активизируется в периоды экономических кризисов и передела собственности, причем это явление характерно для разных стран.

Уже Т. Веблен подметил, что индивиды хищнического типа, хотя представляют собой социальное явление, но сами по себе они не любят «массу», толпу, не приемлют действия в стае. «Успех социальной группы или партии предполагает наличие сильной приверженности своей группе или партии, преданности вождю или верности догмату, тогда как соперничающий индивид скорее достигнет своей цели, если в нем будут сочетаться энергия, инициатива, эгоизм, коварство и агрессивность варвара с отсутствием лояльности или приверженности своему клану, которые свойственны дикарю» [16, с.229].

В России «захватчики» особенно «расшевелились» в послереформенный период и начальном периоде приватизации. Их девиз «в борьбе за собственность все средства хороши» и их реальные действия вызвали отторжение в сознании простых людей. Не случайно в народе захватчиков российского образца называли «прихватизаторами»: ярко подмечен общий корень «хват» - хватать.

Большинство «прихватизаторов» ещё до начала процесса имели маститых родственников, сами находились на хороших постах, и

(или) на верхних ступенях социальной лестницы обладали «своей рукой». Освоившись в «правовом поле» и обеспечив хорошие связи в коррумпированных государственных и муниципальных органах захватчик, как правило, не боится нападения с этой стороны. Для него ярый враг – такой же «захватчик», живущий рядом или «варяг», набирающий силы. Такой конкурент может с помощью мошенничества «перекупить» собственность захватчика, затеять суды и пересуды, организовать с благословения политических лидеров и правовых органов вторичный захват предприятий и имущества по известному принципу «экспроприация экспроприаторов», наконец, физически устранив соперника и наиболее активных его сторонников. Как известно, подобными примерами «кишит» российская действительность конца XX-го - начала XXI-го века.

Характеризуя «захватчиков», нельзя не заострить внимание на ответном отношении к ним «обычных» граждан страны. Ведь захватчики с детских лет росли с ними на одном «социальном поле», в одних и тех же условиях и чаще всего обладали «среднестатистическим» имуществом. Лишь в смутные времена первые сделали резкий рывок в своём благосостоянии, причём, как уже говорилось, зачастую сомнительными способами. Это обстоятельство не может не привести «среднего», а тем более «бедного» гражданина к ощущению свершившейся несправедливости, к зависти (часто оправданной или неоправданной) и т.п. Немалая часть населения в такой социально – психологической обстановке ждёт реванша, надеется на карающее правосудие.

Но все же, характеризуя негативизм некоторых качеств «захватчиков» и соответствующее отношение к ним со стороны «обделенных», не станем сбрасывать со счетов определенную востребованность их характеристик запросами резко меняющейся ситуации, масштабности дел и преобразований. Интересно в этом плане описание некоторых особенностей личности и деятельности Б. Гейтса: «Журнал Fortune утверждает, что каждое успешное начинание требует для своей реализации трех личностей: мечтателя, бизнесмена и «настоящего сукина сына». Билл Гейтс обладает всеми тремя качествами, и это ставит его впереди списка, как самого успешного в мире бизнесмена, начавшего с нуля и достигшего вершин бизнеса» [20, с. 75]. По-видимому, именно это обстоятельство обуславливает то, что у некоторых наших отечественных «сукиных сынов» есть свои почитатели и последователи, особенно среди молодежи.

2. *Скопидомы, «скряги» (в умеренных и даже патологических – Плюшкин – вариантах)* – люди, накапливающие собственность ради нее самой и своего удовольствия от нарастающего богат-

ства. По некоторым своим собственническим установкам они близки к первой категории, но в отличие от «захватчика» они редко нарушают законы и действуют по принципу: «Курочка по зернышку клюет». Самооценка, самоуважение таких людей связаны с увеличением собственности и зачастую не зависят от мнений окружающих (любые критические высказывания со стороны других воспринимаются на основе защитного механизма: «завидуют»).

Интересно, что в русском языке обозначение людей, которые отличаются скупостью и жадностью, имеет несколько «моделей». Во-первых, это представление о неуступчивости, прижимистости, черствости скупых, у которых и «снега зимой не выпросишь», кулак, «жила», «жмот». Во-вторых, это характеристики человека, который по крохам собирает свое состояние. Здесь возможны и положительные вариации: это просто «накопитель», собиратель, бережливый хозяин. В-третьих, скупость человека часто увязывают с его жадностью. «Жадный» по словарю Даля исходит от слова «жаждущий», а также от понятия «ненасытный» на что-либо – на пищу, на богатство и т.д. Наконец, хоть редко, но все же встречается «модель» скряги как грязного, мерзкого человека, неряшливого до отвращения (именно таким Н.В. Гоголь показал в «Мертвых душах» известного героя Плюшкина).

Наличие в перечисленных моделях и положительных, и отрицательных трактовок понятия «скряга», «скопидом», не позволяет строить отношение к нему сугубо однозначно. Может быть «скряга» в качестве омерзительного скупца, готового «удавиться за копейку». Но «скряга» может быть и сугубо рыночного типа, если увеличение собственности он фанатически увязывает со своей предпринимательской карьерой. Страсть к накоплению и отвращение к неоправданному расходованию средств в данном случае может играть для него очень важную экономическую роль, поскольку позволяет постепенно «вызреть» в богатого торговца, бизнесмена и т.п.

Наряду с этой экономической функцией «скопидомство» может иметь и другие важные для личности последствия. В частности, человек, для которого накопительство стало своего рода глубинной личностной потребностью, получает и внутреннее удовлетворение в связи с реализацией данной потребности. Таким образом, он выигрывает не только экономически, но и психологически. Подобный тип «умеренного скряги» играет немаловажную роль при первичном накоплении капитала. Не вызывает сомнения то, что скопидомство может носить и патологически заостренный характер. Не случайно Э. Фромм среди неплодотворных ориентаций социальных типов личности называл *стяжательство*. Эта ориентация предопределяла

то, что человек стремится как можно больше получать из внешнего мира и по - минимуму делиться с ним любыми вещами. В этом плане «скопидом» отличается от «захватчика» только тем, что первый не использует для обогащения насильственных и авантюристических методов.

3. *Несведущий собственник (в грубом варианте – «профан»)*. Типичный представитель данной категории обычно имеет небольшой достаток или его можно отнести к бедным людям. Через невысоко оплачиваемую работу он особо не надеется улучшить своё благосостояние. Остаётся уповать на «счастливый случай», на нечаянное везение. У такого человека весьма развиты по отношению к собственности мотивы нужды (собственное проживание, помощь близким) и прагматические мотивы (прежде всего обеспечение средств для относительно безбедной старости). Нередко таких людей подогревают фантазии счастливой жизни. Желание увеличивать свою собственность, прежде всего, в денежном выражении у него выражено ярко, и разговоры о возможном обогащении постоянно на устах.

Между тем возможности таких людей в накоплении собственности обеднены рядом причин.

Во-первых, советская система, при которой прошла значительная часть их жизни, не привила им умений и навыков рационального экономического мышления и поведения, не приучила самостоятельно добиваться значимых выгод и прибылей, а сформировала неприязнь к собственническим потенциалам личности (отсюда и соответствующие установки – не вина их, а беда);

Во-вторых, в силу ряда обстоятельств (возраст, невысокий уровень образования и способностей, провинциальный менталитет, отсутствие знакомства с современными информационными системами и т.п.) такие люди не могут быстро адаптироваться в рыночной экономике и усвоить ее социально-правовые реалии;

В-третьих, в силу названных причин, они редко представляют тот факт, что быть собственником – это не только и не столько благо и приятность, сколько ответственность и необходимость траты многих усилий и средств, чтобы собственность росла и развивалась, а не хирела. И этот психологический барьер им трудно преодолеть

В-четвертых, они обычно не имеют хороших знакомых, близких людей, способных оказать им помощь в просвещении в вопросах собственности. Наоборот, есть немало взаимодействующих с «профанами» лиц, которые заинтересованы в их безграмотности и некомпетентности, поскольку это позволяет манипулировать их хотя

бы и небольшими денежными средствами: обрушившиеся финансовые структуры, такие как МММ (Мавроди), «Властелина», «Хопер-инвест» и другие вырастали прежде всего на непросвещенности несведущих собственников.

Сегодня существует немало мошеннических «фирм», которые также строят свою деятельность и «делают деньги» на обмане экономически безграмотных обывателей. Что характерно и одновременно прискорбно, горькие уроки ничему не учат многих из «профанов». Вот классический пример. «Хозяйка» «Властелины» В.Соловьёва в 90-х годах создала финансовую пирамиду и путём мошенничества «украла» деньги 17 тысяч вкладчиков. Освобождённая из «мест не столь отдалённых» досрочно, она в начале 2000-х годов вновь принялась за своё «ремесло»: собирала деньги с граждан под обещания через некоторое время поставить автомобили по ценам значительно ниже рыночных. И вновь к ней потянулись некоторые граждане, надеясь на «халявку» (как говорят в России). И вновь люди напоролись на шарлатанство.

Но даже если «несведущие» уходят от интриг и обмана различных аферистов и авантюристов, в силу своей обедненной психологии им редко удастся рационально и выгодно вложить свои средства, спланировать продуманную стратегию увеличения собственности, расширить свои экономические возможности. И все это из-за уже названных причин.

Естественно, подобного рода личности нередко встречаются и в зарубежной практике. Не случайно в зарубежных книгах о богатстве и бедности людей сегодня часто приводится мысль, что деньги не всегда делают человека богатым, что есть люди, чьи большие заработки, а тем более разные выигрыши в лотерею, ничуть не снимают возможности их банкротства. Это происходит как из-за неумения «заставить» деньги работать на себя, так и из-за их нерациональных трат (39, с.147).

4. **Рационалы.** Эта социальная группа сегодня формируется из людей, имеющих чёткие экономические позиции и правовую просвещенность в отношении операций с собственностью. Короче говоря, они умело владеют, пользуются и распоряжаются своей собственностью. Такая категория людей в последнее время часто пополнялась индивидами, пришедшими в малый бизнес от безысходности, но сумевшими проявить себя «в деле». Их основная мотивация это слияние прагматических мотивов, мотивов самоутверждения по отношению к собственности, и, отчасти, предпринимательских установок. Они могут объективно и беспристрастно судить о

своих возможностях в увеличении богатства, отличаются здравым и экономным подходом к использованию заработанных средств, умеют продумывать свои перспективы. Вместе с тем «рационал» - это человек среднего достатка, поскольку он не подготовлен (или чаще нравственно не приемлет) использовать «захватнические» формы получения собственности. Российский «рационал» в годы «приватизации» чаще всего работал в интеллектуальной сфере (инженер или руководитель низкого и среднего ранга на производстве, учитель, преподаватель и другие работники бюджетных организаций) и был отдален от реальных возможностей обогатиться. Сегодня у рационала есть свой дом (квартира), дача (приусадебный участок), машина и некоторые средства улучшения своего быта и досуга. В силу нечетко сформировавшегося положения между богатством и бедностью, он не может щегольнуть своей благотворительностью и щедротой в широких масштабах. Но всё же, к чести немалого количества людей из данной категории, помогать тем, кто поистине нуждается, они считают своим нравственным долгом и осуществляют это в возможных масштабах.

Несомненно и то, что в помощи со стороны государства нуждаются и сами рационалы. Важно обеспечить для них налоговые льготы, инвестиции, сокращение некоторых других обязательных выплат, которые помогут им «встать» по-настоящему «на ноги». Еще Ш. Монтескье говорил по этому поводу: «Нет большей беды, если некоторые граждане платят меньше, чем следует: их благосостояние всегда обращается на пользу обществу. Если государство соразмеряет свое богатство с богатством отдельных лиц, то с обогащением последних увеличится вскоре и его богатство. Здесь все сводится к вопросу времени: начнет ли государство обогащать себя посредством разорения своих подданных или оно подождет, пока достигшие материального благосостояния подданные обогатят его? Станет ли оно пользоваться выгодами первого или второго способа обогащения? Начнет ли оно с богатства или кончит богатством?» [53, с. 340-341].

Кстати сказать, во многих истинно богатых государствах правительства стремятся всячески обеспечивать условия, которые приводят к увеличению материального благосостояния собственников такого рода. Богатый гражданин – означает богатое государство – только так можно достичь всеобщего благосостояния.

Немалое количество рационалов пусть и постепенно, но уверенно делают шаги по пути *созидающих собственников*, т.е. деловых людей, сутью деятельности которых является использование

своих капиталов не только ради личного обогащения, но и для прогресса отечественной экономики.

5. **Филантропы (меценаты)** – это личности, отличающиеся здоровым отношением к собственности, а также к средствам и способам ее увеличения и считающие, что накапливаемая собственность кроме личной выгоды должна приносить пользу окружающим людям. Именно филантропы становятся той основной базой, на фундаменте которой формируется созидательный собственник России. Они движимы прежде всего не только предпринимательскими мотивами, но и мотивами самоотдачи и самоутверждения посредством роста своего благосостояния. Самооценка, достоинство таких людей растут не только и даже не столько от сознания увеличивающейся собственности, сколько от возможности оказывать посредством ее поддержку тем, кто нуждается в помощи, кто будет расти и проявлять таланты в результате меценатской заботы. Меценатство, так же как и «скряжничество» - это не общественное, а личностное качество.

Исторические факты демонстрируют наличие в России значительного количества собственников - меценатов. Меценатами были известные предпринимательские семьи Морозовых, Прохоровых, Гучковых, Рябушинских, Хлудовых и других, чьи имена сегодня выплывают из истории России. По воспоминаниям современников, это были люди с высокой гордостью, с развитым самоуважением, не унижающим достоинства других, стремящиеся, чтобы их собственность обеспечивала не только свои собственные нужды, но и благо других. Строительство учебных заведений, церквей и приютов, больниц и театров, помощь «сирым» и «убогим» были естественным проявлением их личностных свойств. Эти имена были известны даже за пределами России. Заглядывая в историю, Р. Андерсен и П. Шихирев в своей книге рассматривают «перекличку», созвучие протестантской трудовой этики американских деловых людей и русских купцов – представителей старообрядчества. Они приводят немало близких норм и принципов их предпринимательской морали, показывают единство их взглядов на принципы владения собственностью, общественное предназначение бизнеса и купеческой деятельности. В частности, они цитируют весьма характерные слова В. Стасова о «новой породе» русских купцов: «У них, невзирая на богатство, всегда было мало охоты до пиров, до всякого жуирства и нелепого прожигания жизни, но была у них великая потребность в жизни интеллектуальной, было влечение ко всему научному и художественному. И всегда, во всем стоит у них на первом месте общественное благо, забота о пользе всему народу... Именно

в купеческой среде необычайно были развиты и благотворительность, и коллекционерство, на которые смотрели как на выполнение какого-то свыше назначенного долга» (2, с.60).

Вполне закономерно для филантропии и благотворительности России встает задача формирования у крупных собственников – индивидуальных и коллективных – мотивов альтруизма и меценатства. Население, особенно в «кризисных» регионах, ждет от бизнесменов повышения заботы о социальном окружении. Кстати, такие шаги помогут поднять престиж и статус отечественного предпринимателя, не только среди российских граждан, но и у зарубежных бизнесменов, «в крови» которых установки социально – ответственного бизнеса. Естественно, определенные льготы для собственников-филантропов должны ввести правительство, законодательные структуры и муниципальные органы России.

6. **«Транжиры» (моты)** - люди, для которых собственность – это реальность пожить на «широкую ногу», удовлетворять все свои потребности и желания, не ограничивая себя ни в чем. Их мотивация может быть самой различной, но чаще ею руководят апломб и амбиции. Часто – это люди, ставшие собственниками в результате получения наследства или «везунчики». Может отличаться своим транжирством и заметная часть «захватчиков». Самооценка таких людей зависит от осознания возможности афишировать, демонстрировать свою состоятельность; иногда «бальзам для души» такому человеку – способность облагодетельствовать кого-нибудь, «козырнуть» своим милосердием, что можно назвать капризным благодеянием.

«Крайними транжирами» в истории выступали, по свидетельству очевидцев, некоторые российские золотопромышленники и золотоискатели, особенно те из них, которым «фарт» - удача сваливались как манна с неба. По-видимому, психология такого «счастливчика» и «везунчика» требовала (да и сегодня требует) выраженности во внешнем эффекте самоафиширования. Способами, которыми они демонстрировали свое богатство, толщину своего кармана, а значит, и «весомость» собственной личности доходили до самодурства. К примеру, это были: безвкусное щегольство в одежде, расточительные пиршества с разбрасыванием денег окружающим, непомерная плата за возможность прокатиться... в заурядной и даже убогой повозке; впряжение людей в телеги или сани, на которых ехал «толстосум»; расстиланье на своем пути (даже в грязь) ярких и дорогих сукна или кумача; откуп всех мест на спектакли в театре или оплата работы всех извозчиков города за какой-то период времени с категорическим условием не обслуживать в этот период других клиентов.

Все эти «чужачества» по сути преследовали одну цель: подчеркнуть свои амбиции, показать себя крупным человеком, «тузом», «козырной мастью». Своеобразие транжира «замешено» на сознательном и даже подсознательном стремлении удовлетворить своё честолюбие, доказать всем значимость своего «я». И справедливо мнение, что только русская натура была способна с таким безрассудством, размахом и щедростью «прожигать» не только «фартовые», но и тяжким трудом и потом заработанные деньги. Данные характеристики российского менталитета живучи и сегодня. Так, оказывается, что представители из частных предпринимательских структур и в настоящее время сегодня более склонны к проявлениям транжирства. Интересно в этом плане исследование А. Л. Журавлёва и А. Б. Купрейченко. Они выявили, что в группе работников негосударственных организаций стремление использовать деньги для того, чтобы удовлетворять любые свои желания, чтобы хорошо проводить время, развлекаться и шиковать, встречается чаще, чем среди работников госпредприятий (28, с.127).

В сообществах «шикующих транжиров», если они не могут проявить себя другими личностными дарованиями, происходит интересное психологическое явление. Стараясь показать себя только демонстративными, показными излишествами, они в конце концов выступают банальными, схожими друг с другом растратчиками средств. Тот же Ш. Монтескье еще в 18 веке метко охарактеризовал этот феномен: «Чем больше собрание людей, тем люди тщеславнее и тем сильнее ощущают они желание выделиться какими-нибудь мелочами. Если количество их так велико, что они в большинстве незнакомы друг с другом, то стремление выделиться у них усугубляется, так как увеличивается надежда на успех. Надежду эту подает роскошь; каждый усваивает себе признаки положения, которое выше его собственного. Но усиленная жажда отличий приводит к равенству, которое уничтожает возможность отличиться: так как все хотят быть заметными, то уже никого нельзя заметить» [53, с. 242]. Тривиальных транжиров не очень-то выделяют и почитают в современном мире.

Но все же, анализируя реалии сегодняшнего дня, приходится констатировать, что тенденции современного потребления и использования собственности имеют своим вектором все более и более расточительное (естественно по меркам прошлого времени) использование окружающих вещей. Весьма красноречиво об этом пишет Э.Фромм: «В наше время акцент перенесен на сам процесс потребления, а не на сохранение приобретенного, и сегодня человек покупает, чтобы в скором времени выбросить покупку. Будь то автомо-

бель, одежда или какая-нибудь безделушка - попользовавшись своей покупкой в течение некоторого времени, человек устает от нее и стремиться избавиться от «старой» вещи и купить последнюю модель. Приобретение → временное обладание и пользование → выбрасывание (или, если возможно, выгодный обмен на новую модель) → новое приобретение – таков порочный круг потребительского приобретения» [93, с.98].

Надо сказать, что сформулированная Э. Фроммом схема потребления в большей степени характерна для богатых стран. Российскому же «разумному скопидому», «рационалу», «транжиру», не говоря уже о более - менее состоятельных «профанах», нередко приходится довольствоваться купленными поддержанными иномарками машин, отправленными в Россию за бесценок бывшими в употреблении вещами и т.п. Но все же многие новые русские, отечественные нувориши, да и люди среднего достатка так же идут, как выразился Э.Фромм, по порочному кругу потребительского поведения. При этом они очень часто вольно или невольно стремятся перещеголять своего зарубежного «собрата». Хотя все чаще и чаще подобного рода «транжирство» рационально и экономично в своей основе: выгодней купить новую вещь, чем морально страдать из-за ее износа и тратить нередко более значительные средства на ремонт, починку, восстановление.

«Транжир», хочет он этого или не хочет, несет в себе некоторые черты собственников альтернативных типов. С одной стороны, чтобы шикавать и разбрасываться, надо что-то предварительно заиметь, причем заиметь таким образом, чтобы не особенно дорожить имеющимся богатством. Ведь скопленные тяжелым трудом или (и) долговременными стараниями средства разбрасывать зря не хочется. А во если они достались без достаточных усилий, тем более путем мошенничества или захвата, ими можно и не особенно дорожить. С другой стороны, транжирство – это и определенная степень пренебрежения богатством, когда к нему относятся как к чему-то ненужному, «в медный грош не ставят».

7. В связи с последним замечанием обратим внимание ещё на один известный во всей мировой практике тип **«ниспровергателя собственности»**, отказчика от нее. Сам по себе такой типизированный субъект многосодержателен и может быть представлен в самых различных вариантах (исследованию этого феномена в психологии собственности стоит уделить особое внимание).

Философия и психология «ниспровергателя», во-первых, может быть детерминирована радикальными традиционными учения-

ми. Не будем здесь особо выделять общеизвестную концепцию марксизма, которая пыталась вырастить человека в ненависти к частной собственности. Ее идеи еще сильны в умах многих людей. Остановимся, в частности, на философии буддизма, в котором человек счастлив, совершенно не стремясь к обладанию деньгами и имуществом и даже не имея ничего. Э.Фромм останавливается на этом факте, как на различии воззрений и практики «восточного» и «западного» человека: «Дело не в том, что (как полагал К.Юнг) западный человек не может до конца постичь философские системы востока, например, дзэн-буддизм, а в том, что современный человек не может понять дух общества, которое не ориентировано на собственность и алчность» (93, с.48). Естественно, как мы говорили выше, буддизм категорически не отрицает значение собственности, но ее положение в жизнедеятельности человека всегда «подневольное» и второстепенное. Близкие к этим позициям взгляды существуют в некоторых других философских системах и религиозных конфессиях, детерминируя соответствующую психологию индивидов.

Во-вторых, могут существовать специфические группы людей, которые отрицают значение собственности как явления, обременяющего жизнь человека, сковывающего его свободу и творчество, не дающего человеку заниматься избранной деятельностью. Известно, что пренебрежительное отношение к собственности существовало у российского офицерства, особенно вышедшего из семей разночинцев, и все это потому, что судьба воина – это защита родины и смерть за нее в любое время. Аналогичное отношение к собственности (но не к бытовой обустроенности) часто наблюдалось и наблюдается в уголовном мире, поскольку собственность отвергает человека от воровского «товарищества», мешает проявлению его криминальных наклонностей.

В-третьих, с названными причинами отрицания значимости собственности перекликаются некоторые ситуационные детерминанты, когда человек в силу каких-то обстоятельств почти полностью лишается собственных вещей и имущества и афиширует свое негативное отношение к собственности вообще. Реально – это разного рода бомжи, бродяги, другие деклассированные элементы. Но у этих людей такое отношение нередко – показное отрицание, своего рода психологический механизм защиты своего уязвимого, «усеченного» «Я», за которым реально в сокровенной личной сфере человек мечтает о другом статусе в иерархии собственников.

Таким образом, ниспровергатель собственности – это человек, чаще всего ведомый мотивами равнодушия и даже презрения к собственности (хотя бы внешне), стремящийся строить свою самооцен-

ку и статус среди людей в отрыве от материальных показателей богатства и благополучия. Он в чем-то является противоположностью «захватчика» собственности.

В странах с устоявшейся рыночной экономикой дифференциация собственников уже более-менее прочно установилась и в чем-то предопределяет стабильность отношений в обществе. Если представить соотношение разных типов в виде определенной математически обоснованной «фигуры», то это, скорее всего, будет симметричная параболическая кривая графика, отражающая нормальное распределение, которую обычно называют кривой Гаусса. Как известно, на кривой Гаусса большинство результатов концентрируется вокруг центра, а наиболее высокие и низкие результаты встречаются гораздо реже. В рассмотренной нами типологии собственников это может быть выражено следующим образом (см. рис. 3).

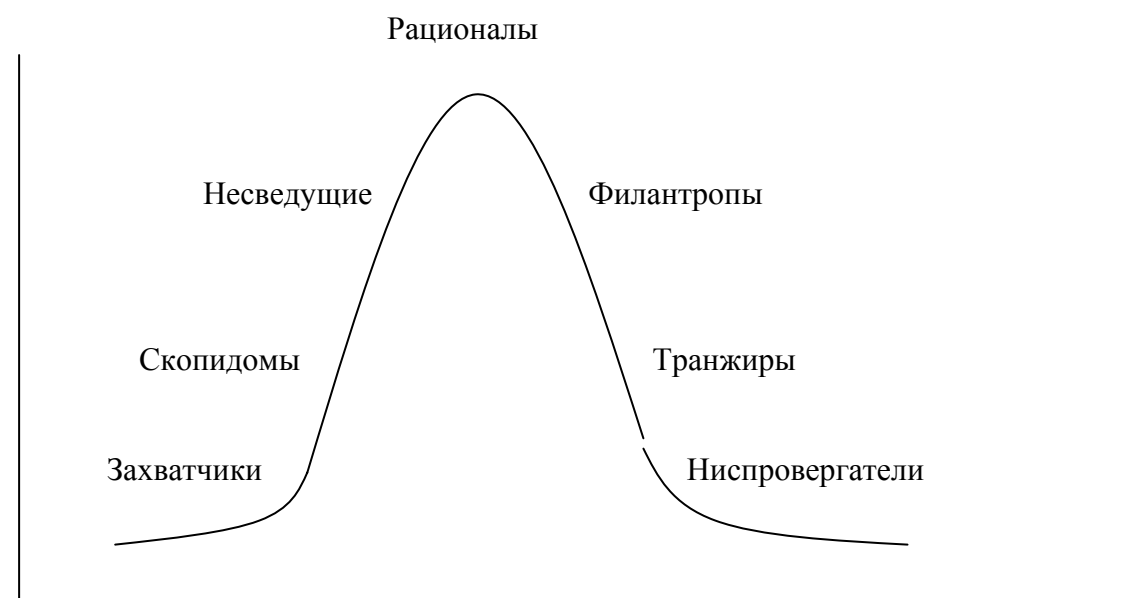


Рисунок 3. Возможное распределение типов собственников

Такого рода распределение, как говорилось, характерно для «нормального» общества. В российских же условиях эта нормальность нарушается, и это нарушение, на наш взгляд, проявляется в непропорционально высоком наличии таких типов, как «захватчики», «несведущие», «ниспровергатели» (особенно в последнем своем варианте). Эти реалии требуют дополнительных исследований, чтобы объективно представить структуру российских собственников, ведь от этих моментов в немалой степени зависит экономическая деятельность.

Заключая типологию собственников, стоит сказать, что в реальной жизни могут проявляться не только, и нередко не столько

«чистые» типы собственников, сколько их всевозможные вариации, с равновесием или преобладанием тех или иных «компонентов».

Возможности приведенной, а также и других существующих типологий собственников являются еще одним подтверждением объективно – субъективного взаимовлияния и взаимопроникнутости личности и собственности, поэтому рассматривая становление человека, его отношение к социальным реалиям, нельзя не обращать внимание на данную закономерность.

Рассмотренное «нормальное» распределение собственников даёт основание ещё для одного важного в психологическом плане вывода. Этот вывод касается характера влияния собственности на нравственный мир личности: чем она является для человека – добром или злом. Как уже говорилось, ответ на данный вопрос стремится найти и наука, и литература, и религия. По-видимому, здесь возможны следующие варианты суждений. В духовный мир одних людей собственность привносит только всё лучшее: они добры, щедры, отзывчивы, альтруистичны и филантропичны, и поэтому используют полученные средства (материальные и интеллектуальные) во благо себе и окружающим. Это, к примеру, многие представители правой части нормальной кривой. Другие люди, наоборот, отличаются жадностью, скупостью, нечистоплотностью в средствах получения собственности, коварством, пренебрежением к интересам других и т.п. Это – те или другие представители левой части нормальной кривой.

Основная же масса индивидов «впитывает» в себя элементы и «добра» и «зла» по отношению к собственности и реализует их в зависимости от жизненных ситуаций, в которые их ввергает окружающий мир и личностная направленность. Если общество стимулирует справедливость, равенство, честь и достоинство собственника, свободу предпринимательской инициативы ради общих интересов, и в «срединной части» начинают преобладать позиции «правого крыла», формируя в человеке соответствующие нравственные и психолого-экономические установки. Если же общество «раздирается» корыстными противоречиями, не тормозит борьбу «всех против всех» ради наживы, отношение к собственности смещается в сторону левого крыла и, как говорил Э. Фромм, начинают преобладать «стяжательские» интересы, хотя противоположные ориентиры не исчезают в мировоззрении многих людей. В этом, по-видимому, важнейшая закономерность противоборства между добром и злом в мире собственности. Плохо, когда начинает преобладать последняя тенденция. Весьма образно сказал об этом Г. Тард: «тот день, когда ультрацивилизованный индивидуум станет вообще скептически от-

носиться к доброму имени, славе, репутации, даже чести, и будет дорожить только золотом и наслаждением, - в тот день социальное разложение будет близко».

В связи с последней мыслью не удержимся ещё от одного замечания. Сегодня некоторые общественные деятели и политики по-прежнему муссируют тезис об исключительном характере русского человека, о его духовности, щедрости души и т.п. Но в потребительском, стяжательском обществе многие нравственные качества отходят на второй, если не на третий план. Морально психологические установки в отношении собственности не только у её российских вариантов «захватчика», «скопидома», «профана» банальны и стары как мир, и не представляют какого-либо интереса для зрелого гражданина любой цивилизованной страны. Они для таких людей по большей мере напоминание о пройденных этапах или (и) иллюстрация примитивности человеческой психики. Чтобы завоевать уважение в мире самовыражающихся и самоактуализирующихся собственников, российским деловым людям предстоит выковаться в личности, чьи богатства и достоинства сориентированы на развитие и укрепление благосостояния своего народа, на поддержку и возрождение его самобытной культуры, уникальных гуманистических ценностей. Только это укрепит их добрые имена, славу, репутацию как в собственной стране, так и за рубежом.

1.4. Социализация собственника

Процесс социализации большинство исследователей сегодня трактуют как усвоение индивидом социальных норм и культурных ценностей того общества, к которому он принадлежит. Практически этот процесс означает освоение, как минимум, трех аспектов жизнедеятельности:

- 1) Тех алгоритмов индивидуального поведения и деятельности (социальных ролей), которые признаны и приняты в данном обществе и высоко оцениваются в нем;
- 2) Тех идей, установок, стереотипов (более широко – того мировоззрения и менталитета), которые лежат в основе социально целесообразных действий индивида;
- 3) Умений, навыков, этических требований к взаимодействию с другими людьми в ходе реализации собственных ролей.

Как понимает читатель, экономическая социализация в том аспекте, на который направлено наша книга, а именно – **формирование поведения и сознания собственника**, должна привести к кон-

кретным результатам. Их, основываясь на приведённый выше алгоритм анализа личности собственника, можно отразить в следующих «итоговых» личностных характеристиках:

- сформированность ценностей и мотивационной сферы, адекватно отражающей значение собственности и её роль как для самой личности, так и для общества в целом, понимание не только прав, но ответственности, которые собственность с собой несёт;
- совокупность умений и навыков владеть, пользоваться и распоряжаться собственностью при реализации различных социальных функций, базирующихся на знании не только экономических, но и правовых и управленческих закономерностей;
- адекватная самооценка своих потенциалов и ресурсов собственника, оптимальный уровень гордости владельца, хозяина, не принижающей чести и достоинства других людей;
- освоение социальных требований к контактам, необходимым для реализации отношений собственности как лично для себя (взаимодействие с муниципальными, государственными и налоговыми органами, страховыми агентствами и т.п.), так и для партнёров по собственности.

Если принимать во внимание некоторые природные, естественные особенности человека, то формирование приведённых характеристик «будет подчиняться» определённым возрастным закономерностям, в чём-то зависеть от пола индивида, его темперамента, имеющихся задатков и т.п. Все эти вопросы мы так или иначе затронем выше, но для начала остановимся на основополагающих проблемах социализации.

1.4.1. Общие вопросы социализации

Социализация чаще всего понимается как двусторонний процесс. С одной стороны, индивид осваивает систему норм, правил поведения и взаимодействия с другими людьми, а также значимых для него функций в структуре группы и в целом общества. С другой стороны, группа, общество не только представляет «объекту социализации» набор норм и шаблонов поведения, которым ему необходимо овладеть, но любые социумы формальными и неформальными средствами стимулируют процесс социализации, проводят обряды оценки готовности индивида к реализации общественных функций. Например, у многих народов существовали обряды «посвящения в

мужчины», «в воины», сегодня к аналогичным актам можно отнести празднование совершеннолетия, получение аттестата зрелости и т.п.

Социализация предполагает как целесообразные, так и спонтанные усилия со стороны общества. В частности, к целесообразным усилиям можно отнести обучение и воспитание. Они представляют собой систему формирующих влияний общества, которые готовят индивида к участию в жизнедеятельности общества. Обучение и воспитание выступают лишь частью процесса социализации, поскольку последний происходит под влиянием как организованных, так и случайных факторов в повседневной жизни человека.

Успешность или неуспешность социализации индивида можно рассматривать в двояком плане. Во-первых, оценивается степень **интериоризации** (внутреннего освоения и принятия) социальных норм. Если определенные социальные эталоны, идеалы, традиции, стандартизированные операции становятся внутренними для индивида в том смысле, что они более не навязываются извне, посредством внешней регуляции, а как бы становятся частью самого человека, слагаемым его «я», и он реализует интериализованные нормы в порядке привычки, чисто автоматически, то результат социализации можно считать эффективным. Если же человек чурается предписанных ему обязанностей и прав, не стремится к знанию своих функций и «тонкостей» их выполнения, - значит на каком-то этапе в процессе социализации произошел сбой. Вторым не менее важным результатом социализации становится **«завоевание» индивидом статуса, авторитета в своем обществе**, достижение высокой оценки и одобрения со стороны других. Это происходит прежде всего тогда, когда его позиции, действия, поступки начинают осуществляться в связи с ожиданиями окружающих, т.е. с их представлением о правильном нормативном поведении. Последний момент означает, что на практике два названных положительных аспекта социализации неотрывны друг от друга.

Участие общества в процессе социализации, в формировании ролевого поведения порой исчезает из внимания исследователей, часто они просто абстрагируются от этого факта. Например, в психологическом словаре социализация определяется, как процесс и результат усвоения и активного воспроизводства индивидом социального опыта, осуществляемый в общении и деятельности (70, с.373). В этой формулировке нельзя, конечно, сказать о полном отсутствии общества как второй стороны процесса социализации, но все же вся «энергия» активности передана индивиду. Между тем, общество гласно или негласно актуализировано своими представителями разных уровней (группа, законодательный правовой или ад-

министративный орган, различные объединения по интересам в политике, религии и т.п.) в любом акте социализации по крайней мере в одной из своих следующих ипостасей:

- *хранитель и проводник в жизнь* традиционных предписаний и запретов, которые оправдывали себя во все предшествующие периоды развития общества;
- *разработчик* социально одобряемых норм, замещения «отживших свой век» предписаний в конкретный временной период;
- *поставщик* моделей правильного или неправильного выполнения норм в ролевом поведении образцовых индивидов или тех, чьему примеру не стоит следовать;
- *гарант* необходимых условий освоения и реализации каждой личностью тех социальных ролей, которые, с одной стороны, важны для общества, с другой – оптимально сочетаются с индивидуальными интересами, возможностями, склонностями;
- *эксекютор (исполнитель)* любого рода санкций и приговоров в случаях, когда реализация норм осуществляется в разрез установленным образцам;
- *арбитр*, определяющий правильность или неправильность реальных поступков и действий в соответствии с установленными канонами и стандартами;
- *аналитик*, фиксирующий положительные и отрицательные тенденции в реализации конкретными индивидами своих ролей и функций, сопоставляющий их с необходимыми стандартами и шаблонами и, отсюда, предусматривающий усовершенствование соответствующих норм.

Две последние функции общества в процессе социализации индивида, а именно «арбитраж» («судейство») и «анализ» в современных социумах играют роль эффективной обратной связи успешности данного процесса, поскольку позволяют не только оценивать эффективность социализации индивида, но и искать реальные пути совершенствования подготовки человека к изменяющимся социальным условиям.

Свое влияние на процесс социализации общество оказывает через так называемых «агентов» - индивидуальных и (или) групповых субъектов, учреждений и социальных институтов, обеспечивающих прохождение процесса социализации. При этом опять-таки

не столь важно имеют ли агенты осознанное намерение социализировать кого-то, или подключаются к процессу спонтанно, в некоторых ситуациях развития и деятельности «объекта социализации». Важен их видимый или даже невидимый (чисто внешне) вклад в социализацию индивида.

Первыми и самыми важными среди агентов для человека в детском возрасте становятся родители. Они помогают внедрить в сознание и в привычки детей моральные и культурные нормы общества, образцы труда и хозяйственной деятельности и т.п. Родители, однако, не единственные агенты социализации. Уже с первых лет жизни в данный процесс включаются бабушки и дедушки, братья и сестры, родственники и друзья. В дальнейшем в этом процессе участвуют разные детские заведения (ясли, школа и т.п.), учреждения культуры (клубы, библиотеки), церковь, разного рода общественные организации. Их «суммарное» влияние и можно интерпретировать как целенаправленное влияние общества: целенаправленная социализация.

Но влияние общества на социализацию личности обязательно включает в себя спонтанные усилия со стороны разного рода субъектов. В детском возрасте об этом в школе и семье говорят обычно: «влияние улицы», подразумевая под этим те неопределенные и зачастую неизвестные учителям и родителям знания и навыки, которые подрастающему поколению дает общение со сверстниками, знакомыми, малознакомыми и совсем незнакомыми людьми. Такие спонтанные влияния могут оказывать и положительное и отрицательное воздействие на личность. В последнем случае происходит приучение человека к реализации норм, которые могут идти в разрез интересам общества. К примеру, все нормы теневой экономики (о которых мы скажем ниже) или «воспитание» подростков и юношей со стороны лиц, побывавших в местах заключения, готовят личность отнюдь не к добропорядочному и законопослушному поведению. Объем таких «социализирующих» воздействий резко возрастает в периоды социально-экономических кризисов, когда *общество уже не хочет жить по традиционным нормам, а государственные органы не умеют или не успевают* выработать адекватные времени предписания и обеспечить их правильное выполнение.

На наш взгляд, сегодня соотношение целенаправленной и спонтанной социализации можно представить в виде айсберга, в котором влияние со стороны государственных и общественных органов России представляет собой верхнюю, т.е. незначительную часть.

Если в практическом плане социализация представляет собой конкретное явление – процесс и результат освоения индивидом социальных норм и стандартов поведения в обществе, то научные взгляды в социальной психологии и смежных ей дисциплинах на суть проблемы будут зачастую различаться. Например, для фрейдистов процесс социализации будет представлять большей частью бессознательное усваивание личностью моральных стандартов, запретов и поощрений. Это будет в первую очередь формирование «Супер-Эго» личности, происходящее прежде всего в детском возрасте под влиянием родителей.

В необихевиоризме понятие социализация предстает как социальное научение, т.е. приобретение человеком новых форм реакций по отношению к объектам и субъектам внешней среды, которое, в основном, осуществляется через подражание значимым для индивида людям. В рамках гуманистической психологии социализация выступает в качестве самоактуализации (становления, проявления) «Я концепции» - более или менее осознанной системы представлений человека о себе, о своем месте и роли в социальных структурах. Но и сама «Я концепция» будет зависеть от господствующих в обществе взглядов на суть взаимодействия человека и общества.

В индивидуалистических культурах таких стран, как Англия, США, Франция и т.п. подчеркивается ведущая роль самой личности, ее мотивов и желаний в процессе социализации. В коллективистических культурах восточных стран – Япония, Корея, Китай – суть и соль социализации и ученые, и ее субъекты видят в феноменах взаимозависимости членов общества, в освоении норм поведения, которые «не противопоставляют» индивида сообществу, а, наоборот, обеспечивают его наилучшую «вживаемость» в него. Можно остановиться также на школе символического интеракционизма, в которой социализация предстает как результат социального взаимодействия. Становление и социальное «ужение» личности интеракционизм объясняет ситуациями общения и контактов людей друг с другом, которые представляют собой системы взаимно ориентированных акций и реакций, развернутых во времени. В основном посредством взаимного влияния людей друг на друга и осуществляется процесс социализации.

Приведенные позиции разных психологических концепций показывают, что понятие социализации само по себе многогранно, многоаспектно и разные научные школы акцентируют свое внимание на каких-то конкретных сторонах данного процесса. Эти факты позволяют утверждать, что вряд ли возможно построение какой – либо всеобъемлющей и неоспоримой теории социализации, и ее

специфические аспекты можно и нужно раскрывать разнообразными средствами.

1.4.2. Экономическая социализация и собственность

Экономическая социализация предполагает интериоризацию индивидом (будь то ребенок или взрослый) знаний, умений, навыков, обеспечивающих его участие в различных экономических деятельности в качестве носителя (исполнителя) соответствующих ролей: собственника, предпринимателя, торговца, покупателя, акционера и т.д. Экономическая социализация зачастую базируется на нормах, знаниях, традициях и т.п. предписаниях, принятых в данной стране, в данном сообществе, но нередко переходит эти границы. Последнее происходит тогда, когда индивиду необходимо освоить экономические реалии не только своего народа, но и других, взаимодействующих с ним, народов, чтобы эффективно осуществлять с ними сотрудничество, партнерство, участвовать в совместных предприятиях и мероприятиях. В настоящее время все больше наблюдается процесс стремительного расширения границ экономической социализации в связи с активизацией межэтнических и международных деловых контактов не только непосредственных, но и опосредованных: межгосударственные связи, международные корпорации, интернет и т.п.).

Логика данной работы требует, чтобы мы рассматривали не все аспекты экономической социализации, а прежде всего те из них, которые наиболее существенно увязаны с понятием «собственность» и в своем содержании раскрываются как некое «приобщение» к собственности на разных возрастных этапах, в разных социальных группах, в зависимости от пола субъекта социализации и т.д. И сразу же здесь встает вопрос о том, что взять за основу содержания процесса приобщения к собственности, какие конкретные его элементы нуждаются в овладении, в формировании соответствующих знаний.

Стоит кратко рассмотреть содержание и этимологию понятия приобщения - этого, на наш взгляд, смыслового синонима (в какой – то мере) термину социализация. В русском языке у слова «приобщить», «приобщиться» имеется два основных значения:

- приобщить – дать возможность включиться в какую-нибудь деятельность, сделаться участником чего-нибудь;
- приобщить – прибавить, дополнить чем-либо уже имеющееся.

Как видно, это понятие вполне возможно использовать в связи с понятием собственности, поскольку собственник – это чаще всего деятельное лицо, стремящееся к расширению своей собственности. Кроме того, слова приобщить, приобщение имеют важный для психологии оттенок: участие или прибавка происходят *при обществе*, т.е. на людях, вместе с ними, т.е. в буквальном смысле социально, в общении и взаимодействии с другими людьми. Отсюда дополнительная смысловая близость данного термина со словом социализация. Отсюда и необходимость рассмотрения коммуникативных аспектов приобщения к собственности.

Важна и другая сторона вопроса. Человек не только приобщается к собственности, но и через её призму смотрит на других людей. В зарубежных исследованиях было выявлено, что личная собственность рассматривалась испытуемыми как более информативная для суждения о человеке, чем его типичное поведение и социальная активность. В ситуациях восприятия других людей, когда был возможен выбор, 84% наблюдателей не только предпочли собственность поведенческой информации, но также делали более точные предположения о личности владельца, чем выбравшие другую информацию. Это позволило исследователям предположить, что люди не только могут делать выводы о личностной идентичности на основе материальной собственности, но зачастую используют её как особенно информативный источник впечатлений (см.23, с.27).

Таким образом, приобщаясь к собственности, делая оценку её специфических особенностей у себя и других людей, индивиды осваивают не только её влияние на свои личностные проявления, но принимают через неё специфические критерии отношения к окружающим.

В общем плане, на наш взгляд, результатом процесса приобщения к собственности должна стать совокупность знаний, умений, навыков личности, обеспечивающая успешное *владение, пользование и распоряжение собственностью*.

Другими словами, ***приобщение к собственности – это социальная система целенаправленных и случайных влияний по формированию рационального (а в высшем проявлении - эффективного) собственника, законопослушного хозяина работающей на него и общество собственности***. Естественно, это максимализированная и в чем-то идеологизированная цель социализации. Но если вспомнить, что процесс социализации особенно в современной жизни не ограничивается лишь детским возрастом, то эта цель впол-

не реальна и закономерна хотя бы по отношению некоторой части членов общества.

Несмотря на то, что социализация – это пожизненный процесс, но все же отправная его точка – младенческий возраст, когда человек органично «вбирает» в себя первые семейные и социальные влияния. И вполне закономерен вопрос: какие атрибуты, фрагменты собственности ребенок способен усвоить, начиная с первых шагов и в последующие возрастные этапы?

Ответ на данный вопрос будет дифференцирован в зависимости от этнопсихологических и культурных особенностей народов, которые, в свою очередь, детерминированы спецификой их экономической жизни. Но при социализации любого современного ребенка и молодого человека, по-видимому, можно и нужно выделять следующие важные в «собственническом» плане психологические установки и отношения:

- к вещам и недвижимости,
- к деньгам, их трате и сбережению, к расширяющим и заменяющим их сегодня ценным бумагам и «суррогатам»,
- к своим собственным экономическим возможностям и ролям, связанным с реализацией отношений собственности,
- к предполагаемым (будущим) партнерам и конкурентам по экономической деятельности.

Рассмотрим некоторые аспекты процесса приобщения к собственности и в целом экономической социализации. Но предварительно напомним уже прозвучавшие мысли о трудностях социализации в России сегодняшнего дня. Дело в том, что и в дореволюционный период, и в советское, особенно застойное (70 – 80-е годы), время старшее поколение обычно передавало через организованные и неорганизованные социальные структуры и влияния усвоенный и наработанный опыт своим молодым последователям. И этот опыт зачастую был адекватен сложившейся обстановке, и новому поколению не приходилось прокладывать себе новую дорогу, а было, в основном, достаточно поддерживать принципы и нормы, выработанные «предками». Сегодня же этот тип социализации в силу известных причин нередко не срабатывает, нуждается в частичной или даже полной замене сформулированных ранее канонов и стереотипов. В такой ситуации учиться новым истинам приходится и старшему, и младшему поколениям. Причем, вполне закономерно, что молодежь

усваивает новое лучше и быстрее, поэтому зрелые люди отстают от своих более адаптированных и смысленных к происходящим переменам детей и внуков. Эти моменты никак нельзя забывать при рассмотрении любых вопросов социализации и, в первую очередь, при приобщении к разным атрибутам собственности.

Говоря о содержании процесса экономической социализации, вернемся к двум уже изложенным нами позициям. Во-первых, «моделью», неким эталоном при социализации будущего и настоящего собственника являются, естественно, те оптимальные параметры экономически активной личности, которые мы рассмотрели выше. Но всё же это несколько идеализированный и обобщённый эталон и он нуждается в дальнейшей детализации и конкретизации, т.е. выделении более определённых параметров социализации. И здесь надо вспомнить факт, уже отражённый в разделе о личности, что «социализироваться» личность будет прежде всего по отношению к своим экономическим ролям, т.е. овладеть знаниями, умениями, навыками по их реализации. Исполнение экономических ролей заключается в развертывании экономического поведения. Но *любое экономическое поведение по своей сути - это чаще всего поведение, в основе которого лежат разного рода действия, операции, приемы, целесообразность и значимость которых предопределяется эффективностью использования (приобретения, продажи, производства, обмена и т.п.) объектов собственности*. И экономические взаимодействия в обществе осуществляются так или иначе между исполнителями данных ролей. Более того, известную общую формулировку «собственность есть отношение человека к вещи и отношение человека к человеку в процессе отношения к вещи» можно лучше понять, используя схему контактов между исполнителями разных ролей.

Отношение исполнителей приведённых в предыдущем разделе ролей «бП» при реализации каждым из них собственных функций (деятельности и поведения) можно отразить на следующей схеме (см. рис. 4).

Рисунок дает нам наглядное представление о возможных взаимодействиях и их сочетаниях по реализации экономических ролей. При этом, как говорилось, главный повод этих отношений – это собственность. Кратко поясним каждую из представленных на рисунке экономических ролей.

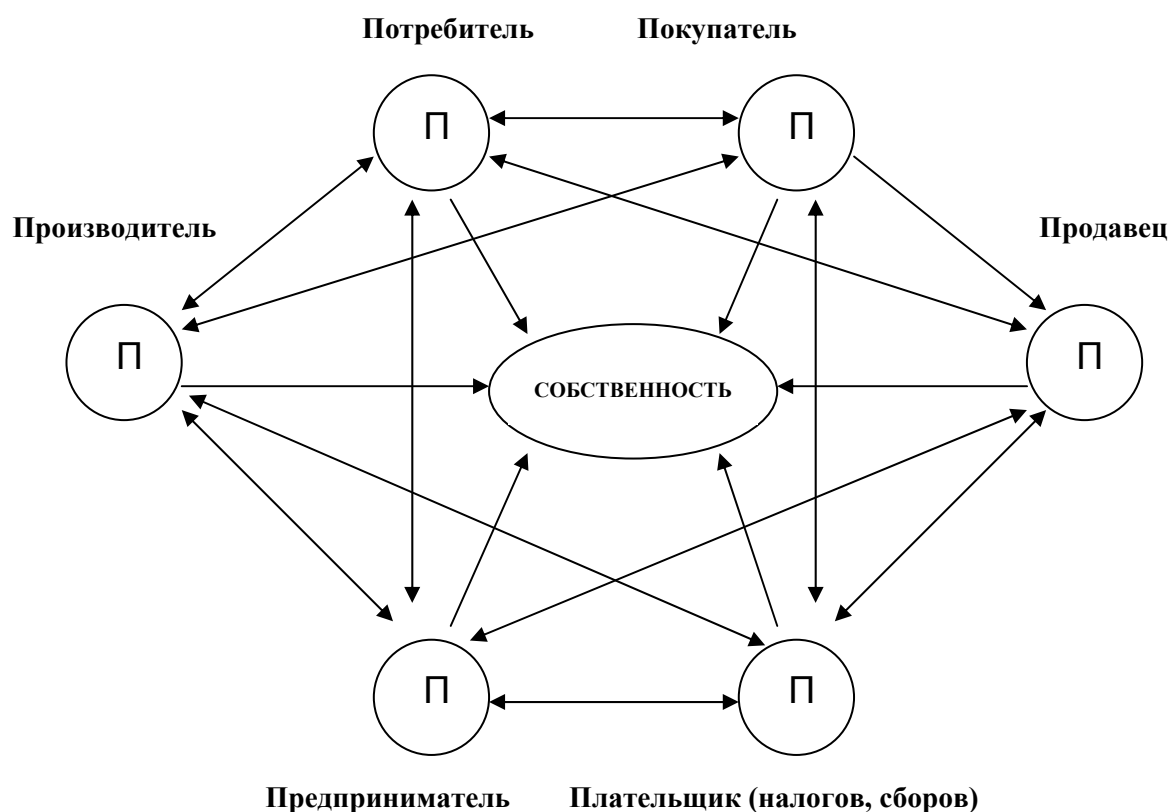


Рис.4. Комплекс отношений исполнителей экономических ролей

Потребители - отдельные люди, их группы, а также организации различного масштаба и профиля, использующие различные вещи, продукты, товары, услуги, идеи в целях их потребления, удовлетворения каких-то интересов и потребностей, независимо от того, приобретают ли они объекты потребления, изготавливают сами или находят готовыми в природе. Потребитель весьма редко бывает немущим, бездеятельным и безынициативным лицом. В данном случае он – просто иждивенец. Чаще всего потребитель – это собственник разных уровней и масштабов, который на средства от своей собственности или (и) за счет заработков удовлетворяет свои нужды, прихоти, капризы.

Говоря об индивидуальных потребителях, надо отметить, что их поведение все больше сегодня становится основой основ экономики и политики. В середине XX века Э. Фромм говорил, что современному обществу «нужны люди, которые объединяются в группы независимо от различия взглядов, которые хотят иметь все больше и вкус которых стандартизирован. По мере того, как наша экономическая организация все более прочно опирается на постоянно растущее потребление, у человека нашего времени, живущего в индустриальном обществе, разрастаются потребительские инстинкты. Не имея особых пристрастий, он нуждается в напитках, блюдах, сигаретах,

спектаклях, лекциях, книгах, фильмах, телевидении и массе различных новинок. Мир превратился в кормилицу, а человек – в вечногo младенца, который все чего-то ждет и постоянно разочаровывается». В последующем Э. Фромм еще более заострил психологические последствия подобной ориентации: «Суть установки, присущей потребительству, состоит в стремлении поглотить весь мир. Потребитель – это вечный младенец, требующий соски» (97, с.56).

Несмотря на подчеркивание негативных моральных последствий подобной устремленности потребительского поведения, экономика не может не следовать по пути его стимулирования, оставляя нравственную ответственность за его результаты на совести самого индивида – потребителя. Возникшее в последнее время не только за рубежом, но и в России научно - практическое направление «Поведение потребителей» полностью нацелено работать на интересы тех, кому постоянно нужны товары и услуги (см., например, 1).

Покупатель – любой индивид или организация, приобретающие товары и услуги для удовлетворения своих потребностей, ради удовольствия (своего и близких людей), для организации производства других товаров и т.п. Чтобы быть покупателем, надо обладать какой-либо собственностью, которая или сама служит оплатой за товар (деньги), или является эквивалентным средством обмена (бартер). Каждый покупатель – так или иначе потребитель, но не всякий потребитель становится покупателем: если он, к примеру, обеспечивается большинством товаров через свое натуральное хозяйство или «дары» природы (охота, рыболовство и т.п.). Кроме того, человек может не покупать одежду, пищу, другие товары, приобретая их другими способами: мошенничеством, воровством, поборами, грабежом и т.п.

Наиболее емкими сферами, в которых современный российский собственник выступает в ипостасях и потребителя, и покупателя, кроме пищевого, вещевого, бытового (домашняя техника) и медицинского «рынков», сегодня также являются автосервис, туризм, строительство жилых домов и квартир, жилищно-коммунальное хозяйство. Но сразу надо сказать, что, к примеру, быть собственником своего жилья и бороться за качество предоставляемых услуг строителей и «коммунальщиков» российские граждане в своем большинстве еще не приучены, и в этом им предстоит социализироваться.

Производители – отдельные лица или группы людей, непосредственно через свой труд участвующие в производстве (создании, изготовлении, выработке, собирании и т.п.) предметов, продуктов, услуг, предназначенных удовлетворять разнообразные потребности

людей, в том числе собственные. Производимые предметы могут также являться компонентами (ингредиентами) изготовления (выпуска) других товаров и (или) услуг. Производители создают материальные и интеллектуальные ценности и осуществляют свою созидательную цель. Цель эта может быть сугубо индивидуальной или наполняться общественным содержанием. Сегодня немалое количество производителей одновременно являются мелкими собственниками: фермеры, владельцы «семейных» гостиниц, кафе и баров, учреждений по интеллектуальным услугам.

Особо необходимо выделить проблему «производства» интеллектуальной собственности (ИС). Она на сегодня в российском обществе стоит наиболее остро. Дело не только во многовековой недооценке значения и роли созидателей ИС и её самой со стороны государства и общества: этот недостаток сегодня преодолевается быстрыми темпами. Не менее актуальна защита «плодов труда» производителей интеллектуальной собственности от всевозможных прохиндеев и мошенников, бизнесом которых становится незаконное и не санкционированное использование результатов деятельности одарённых и талантливых людей, продукции их индивидуального и (или) коллективного разума. Социализироваться в плане ИС для человека – это значит учиться использовать свой ум и таланты на благо себя и общества, овладевать умениями не растрачивать свои интеллектуальные капиталы понапрасну и без ложной скромности пускать их в дело, уметь в случае необходимости защищать их от любых необоснованных посягательств. Придерживаясь личных и социальных интересов они живут по простой схеме: потребитель – продукт – прибыль.

Предприниматель – человек, использующий определенное сочетание средств (материальных, технических, информационных), являющихся личной и (или) коллективной собственностью для производства товаров или (и) услуг и получающий определенный доход от их реализации. А. Смит характеризовал предпринимателя как собственника, идущего на экономический риск ради осуществления коммерческой идеи и получения прибыли. Предприниматель и производитель не всегда одно и то же лицо: во-первых, можно производить только для себя, не получая от этого выгоды, во-вторых, можно вкладывать в производство свои средства (деньги), самолично не участвуя в изготовлении предметов и продуктов.

Интересную и заслуживающую внимания идею о трёх волнах предпринимательства в современной России высказывает В.В.Спасенников. Мы приводим её ещё и потому, что она переключи-

кается с некоторыми нашими взглядами на типологию собственников, приведённую выше (см.86, с.289).

1. **«Прирождённые предприниматели».** Это - «цеховики», «теневики». Они начали заниматься предпринимательской деятельностью давно, ещё при социализме, в форме спекуляции, нелегального производства.

2. **«Начальство».** Представители этой волны предпринимательства основные капиталы сколотили в ходе незаконной, грабительской приватизации. Для этого они пользовались близостью к распределительной кормушке, поскольку занимали ключевые позиции в структурах власти и производства.

3. **«Массовые предприниматели».** Большая часть населения, оставшись в ходе реформ без работы, зарплаты и средств к существованию, вынуждена была заняться предпринимательством, чтобы выжить и прокормить семью. К «массовым предпринимателям» относятся и бабушки, распространяющие газеты, и широко известные «челноки».

Читатель пособия понимает, что наиболее трудно социализироваться предпринимателям третьей волны. Но их массовая адаптация в мире бизнеса имеет для современной России архиважное значение.

Продавец (поставщик) конкретных товаров и услуг – человек, совершающий через различные рыночные механизмы удовлетворение потребностей и запросов потребителей и поэтому заинтересованный в изучении и создании спроса (маркетинге) и рекламе. Разноуровневость и разновидность «продавцов» хорошо иллюстрируют такие понятия, как «оптовая» или «розничная» торговля, продавцы промышленных, продовольственных, спортивных товаров, книг, косметики и т.д. и т.п. Кроме того, к «продавцам» можно уверенно отнести различных перекупщиков, которые не дают заработать торговлей «мелкому» производителю товаров. Продавец, даже являющийся посредником в торговых и производственных сделках, обычно обладает какой-либо частной собственностью, которая даёт ему возможность пользоваться оборотными средствами для оптовых покупок товара. Продавцами зачастую бывают и непосредственно производители и предприниматели.

Человек в своей жизни рано становится **плательщиком** налогов, сборов, акцизов, т.е. не только установленных государством и (или) добровольно осуществляемых выплат за владение определёнными недвижимостью и имуществом, из получаемых доходов, заработной платы, но так же он платит за покупки определенного рода. Например, при приобретении алкогольных напитков, табака и т.п. выпла-

чивает часть своих средств не за сам товар, а в качестве оплаты государственных расходов. В этом плане его собственность тратится на общественные нужды: налоги и сборы необходимы, прежде всего, для нормального функционирования социальных институтов общества: административных структур, учреждений образования и здравоохранения, социальной защиты и т.п.

На скрытый, но неизбежный характер, так сказать, косвенных налогов, т.е. налогов, выплачиваемых вместе с любыми покупками, в свое время обратил внимание Ш. Монтескье: «Налоги на товары менее всего ощутительны для народа, потому что они не связаны с формальным требованием уплаты. Они могут быть так благоразумно распределены, что народ почти и знать не будет, что уплачивает их. Для этого особенно важно, чтобы уплата налога была возложена на того, кто продает товары. Последний прекрасно знает, что он платит не из своих средств; а в представлении покупателя, который в сущности уплачивает этот налог, он сливается в одно целое с ценой товара» [53, с. 341]. Рациональному собственнику все же стоит знать и характер и размер таких налогов, поскольку это так или иначе затрагивает его интересы.

Сегодня в российской действительности все более широко распространяются не только налоги на собственность, доходы, заработки и т.п., но и различного рода сборы иного характера. К таковым надо прежде всего отнести страховые сборы, поскольку услуги страховых организаций сегодня все шире вторгаются во все сферы нашей жизни. Они могут осуществляться как на добровольной основе, так и на добровольно-принудительной (пример: обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств). В любом случае, правильно организованное и надежное страхование выполняет очень важную психологическую функцию: формирует у собственника чувство гарантированности, сохранности части стоимости имущества (или даже их полной стоимости) при разного рода природных и социальных коллизиях (наводнения, пожары, землетрясения, транспортные аварии, дефолты и т.п.). Гражданин из цивилизованной страны настолько приучен к страховым услугам, что считает любое дело невыгодным и ненадежным, если он в нем не застрахован от риска. Российскому же гражданину еще необходимо учиться правильному взаимодействию со страховыми организациями, умению находить среди них наиболее надежные и эффективные.

Осуществляя любую из перечисленных выплат, каждый человек (какую бы из названных выше ролей он не выполнял) с раннего детства подключается не только к экономической деятельности го-

сударства и общества, но и к политической жизни, хотя многие не задумываются о данном аспекте. Это неизбежно, поскольку его средства должны использоваться на благо людей, на благо его самого; их расходование по линии государства и его структур должно проходить под контролем, в том числе и самого плательщика (учитывая значимость этих моментов, рассмотрим их в отдельном разделе).

Обращаясь к психологическим, социальным и, отчасти, политическим аспектам экономических ролей (функциональной матрице экономического поведения) каждого гражданина общества, следует отметить ряд моментов.

Во – первых, выступая в качестве собственника разных уровней каждый человек даже в конкретный временной период обычно исполняет не одну роль, а, по меньшей мере, три или четыре: любой из нас когда-то является производителем, когда-то - покупателем, *всегда* – потребителем и, в определенном возрасте, становится непосредственным плательщиком налогов, акцизов, сборов. Отсюда отдельный человек так или иначе, в тех или иных условиях вникает в «тонкости» каждой роли, осмысливает основные права, обязанности, льготы при ее исполнении и при необходимости пользуется ими, в необходимых случаях через различные социальные и политические институты борется за их защиту.

Во – вторых, профессиональное исполнение некоторых ролей (предприниматель, производитель, продавец) ставит человека в позицию, когда его интересы в качестве конкретного собственника могут (хотя бы формально) противоречить позициям исполнителей других ролей: продавец – покупатель, производитель - потребитель. Отсюда во многих случаях неизбежны различия как в экономическом мышлении разных людей, так и внутренняя борьба мотивов при реализации неодинаковых ролей одним человеком: «купил бы, но нужно экономить «средства для дела», «продал бы объект собственности, но выгоднее использовать самому». Соответственно, несходные ожидания в реализации ролей со стороны разных исполнителей вызывают и коллизии собственников с государством и его представителям: например, предприниматель считает, что размер налогов у него завышен и из-за этого негативно относится к депутатам, принявшим соответствующие законы, и к фискальным органам.

В – третьих, как мы показали выше, основной детерминантой различий при исполнении людьми одних и тех же ролей чаще всего выступает уровень материального обеспечения или, точнее, обладание собственностью, которая предопределяет возможности каждо-

го человека участвовать в реализации таких «активных» функций, как производство, предпринимательство и торговля. А внесение «собственнической окраски» в любую деятельность, не может не политизировать последнюю: человек осознанно идёт в политику, чтобы защищать свои собственные интересы. Такова, по-видимому, общая динамика развития человека: социализация экономическая зачастую предполагает и социализацию политическую.

О том, что освоение каждой из названных экономических ролей можно и нужно рассматривать, как специфический процесс, говорят следующие причины:

а) наличие внутренних конфликтов личности при одновременной реализации собственных «разнонаправленных» ролей: «купил бы (покупатель и потребитель), но надо экономить для развития бизнеса» (предприниматель), «продал бы (продавец), но самому нужно для дела» (производитель);

б) существующие объёмные научные и практические учебные курсы «поведение потребителя», «психология предпринимателя», «взаимоотношения в диаде продавец – покупатель», «мотивация налогоплательщиков» и т.п. показывают, что каждую из ролей можно рассматривать отдельно, всякий раз вычлняя в любой из них специфические слагаемые;

в) формируемые качества для реализации ролей могут быть не только общими, но и своеобразными и даже противоречивыми (например, бережливость, скупость, полезные для потребителя, могут стать тормозом для предпринимательских потенциалов).

1.4.3. Проблемы и ресурсы приобщения к собственности

В зарубежных исследованиях изучаются самые разнообразные аспекты социализации. В первую очередь здесь надо выделить взаимосвязанное формирование «собственнических» и «денежных» отношений в зависимости от возраста, культуры (общей и национальной), пола, социального положения (страты) и т.п. Например, освоение существа собственности происходит параллельно с пониманием значения слова «мое», когда ребенок начинает представлять личное имущество как составную часть образа самого себя.

О.С. Дейнека приводит интересные обобщения психолога Б. Стаси, который выделяет примерные этапы экономической социализации детей: в 4-6 лет – элементарные понятия о деньгах и покупках; в 6-8 лет – развитие понятия о денежной системе и осознание взаимосвязей между деньгами и работой как их источником; в 7-9 лет –

понимание ценности денег, получение нерасчлененного представления о богатстве и бедности и социоэкономических различиях; в 10-12 лет – более дифференцированное экономическое понимание, способность строить экономические отношения, исходя из функциональных соображений; в 13-15 лет – приближение к взрослым в знании об экономических отношениях, осознание социально – экономического неравенства и положения собственной семьи в социальной структуре (см.21, с.50).

Из наиболее известных за рубежом концепций, интерпретирующих развитие отношений личности к собственности и ее атрибутам, можно назвать неопиажистский подход. Его представители стремятся прокомментировать стадии осознания детьми использования денег. Предполагается, что дети проходят несколько стадий взрослого понимания денег. В частности, Стросс описал 9 ступеней, по прохождении которых дети развивают свое понимание денег. Они располагаются в следующем порядке: от первой ступени (когда дети осознают, что на деньги каким-то образом можно купить определенные предметы) через четвертую ступень (осознание того, что владельцу магазина должны платить покупатели за товар, купленный для того, чтобы владелец заработал деньги) до девятой ступени, когда дети полностью осознают понятие прибыли (21, с.88). Естественно, другие исследователи в рамках данного подхода называют разное количество стадий и далеко не всегда адекватное их содержание. Все это говорит и об условности выделяемых стадий экономической социализации.

Ещё одну, более близкую к проблеме взаимовлияния процесса социализации и собственности, типологию стадий развития сформулировали американские исследователи, проведшие интервью с 720 детьми и подростками. Темой исследования было восприятие детьми богатых людей по сравнению с бедными, а также объяснение такого социального неравенства. Результаты показывают, что ***развитие экономических представлений проходит три основные стадии: периферическую, психологическую и систематическую.*** В 6-11 лет дети имеют периферические представления о социальном неравенстве: они описывают людей, находящихся на разных уровнях социоэкономической иерархии, с точки зрения владения материальной собственностью (или недостатка таковой), их внешнего вида и поведения. В 11-14 лет наблюдается явный сдвиг к психологическим, индивидуалистическим представлениям о социальном неравенстве: члены различных социоэкономических классов описываются в плане их относительно стабильных психологических качеств. Неравенство объясняется различиями в работе, образовании, усили-

ях и интеллекте. Другими словами, «богатый» и «бедный» рассматриваются как различные классы людей. В возрасте 14-17 лет начинают появляться социоцентрические представления, такие, как различия в жизненной судьбе. Однако индивидуалистические объяснения продолжают доминировать в подростковом возрасте (см.23, с.29).

Факт зависимости экономической социализации детей от этнических и территориальных условий также исследовался психологами. Так, было выяснено, что по сравнению с европейскими африканские дети и дети из Гонконга раньше усваивают понятия выгоды, что объясняется их более ранним вовлечением в сферу бизнеса, к примеру, участием в различных торговых сделках и натуральных обменах (там же, с.51). Думается, что аналогичные (в большей или меньшей степени) различия мы могли бы получить в нашей стране, изучая в массовом плане соответствующие экономические установки у кавказских народов и народов Сибири, у детей русских жителей из южных районов России (Краснодар, Ставрополье и т.п.) и, например, Читинской области. Для южан в том и другом случае более характерно участие в уличной торговле первыми овощами и фруктами для приезжающих, курортников и т.п. Для них в связи с природными условиями и климатом предоставлено больше возможностей участвовать в конкретной экономической жизни, чем для детей из регионов Севера и Сибири.

П. Вебли, С. Ли, К. Бергойн и Б. Йонг в нашей совместной монографии, в разделе «Экономическое поведение в течение жизни» так же рассматривают различные детерминанты и особенности экономической социализации в зависимости от возраста, пола, уровня богатства – бедности, национальных и территориальных условий. В частности, они отмечают детали и специфику формирования понятия «мое» в зависимости от «целей» использования денежных средств. Есть многочисленные факты, подтверждающие то, что для детей понятие «мое» в смысле **сохранять, накапливать** приходит быстрее, чем «мое» в смысле **отдавать**, в частности:

- проценты по вкладу понимаются быстрее, чем проценты по займу;
- неверное положение о том, что процент вклада выше, чем процент займа, предшествует осознанию того, что процент по займу выше, чем процент по вкладу и то, что это является источником банковского дохода.

К аналогичным закономерностям надо отнести то, что «мое» как собственность *в наличии* понимается лучше, чем «мое» *«в от-*

сущности», т.е. вне моих возможностей эту собственность использовать или просто «потрогать». К примеру, вклады в банки рассматриваются детьми 6 лет, как потеря средств (см. 17, с.87-97).

Выше кратко рассматривались некоторые этнопсихологические или территориальные особенности экономической социализации. В целом, надо признать, что это широкая и объемная проблема. Ведь определенные формы и методы приучения детей к адаптации в экономических системах есть у всех современных народов. Причем большинство таких мер специфично в каждой стране, связано с важнейшими установками этноса. Возьмем для примера отношение к данному вопросу в США. Как известно, "job" (работа), предпринимательская деятельность в сознании американца является единственным средством реализации знаменитой "American dream" (американской мечты), неотъемлемыми компонентами которой считаются материальная обеспеченность в соответствии с установившимися критериями благополучия (прежде всего собственный дом); стабильная и дружная семья, высшее образование для детей.

Приобщение к способам зарабатывания средств начинается с детства. Лет в 10-12 ребенок уже подстригает газон возле дома, получая за это от родителей по 10 долларов в неделю. Затем появляются новые возможности: побыть бэби-ситтером (нянькой) с братом, сестрой или соседским малышом, пока взрослые сходят в кино или театр (такса - минимум 20 долларов за вечер); разносить газеты (100-150 долларов в месяц) и т.д. По данным американской статистики, во время учебы в средней школе подрабатывают 74% мальчиков и 64% девочек, причем 26% мальчиков и 18% девочек работают по 40 часов в неделю. Поступив в университет и став студентами, они продолжают "крутиться", набирая по несколько работ одновременно: обслуживают платные автостоянки, продают спортивную одежду, разносят орешки и колу на стадионах во время соревнований и т.д.

В последние годы 20 века за рубежом вышел ряд книг, посвященных анализу методов и форм влияния родителей и семьи в целом на формирование финансовых и экономических навыков детей. Две из них совместно подготовлены Робертом Кийосаки и Шэрон Лектер: «Богатый папа, бедный папа» и «Богатый ребенок, умный ребенок». Обе книги изданы в 2001 и 2002 г.г. в Минске на русском языке.

Проблемы, которые решают книги, хорошо и доступно отражены их авторами.

Р. Кийосаки: «Люди жалуются на финансовые трудности в основном потому, что за долгие годы учебы в школе они так ничего и не узнали о деньгах. В результате они начинают работать для денег, но не умеют заставить деньги работать на себя».

Ш. Лектер: «Я люблю своих детей и хочу, чтобы они получили самое лучшее образование! Традиционной школьной программы уже недостаточно, хотя она тоже важна. Нам всем нужно научиться понимать, что такое деньги и как они работают».

Книги убедительно доказывают, что умение заставить деньги (и шире – собственность) работать на себя это не только и даже не столько сугубо экономическое умение, сколько совокупность личностных особенностей: «Когда люди получили знания и стали финансово грамотными, между ними и финансовой независимостью все равно остались преграды. Есть пять основных причин, по которым финансово грамотные люди не имеют больших колонок активов – активов, которые могут давать большой денежный приток, которые позволили бы им вести жизнь, о которой они всегда мечтали, а не работать с утра до вечера на оплату счетов. Вот эти пять причин:

- 1) Страх.
- 2) Неверие в свои силы.
- 3) Лень.
- 4) Плохие привычки.
- 5) Самоуверенность (39, с.192).

Обе работы учат, как активизировать психологические потенциалы и родителей и самих детей в преодолении разного рода барьеров в экономическом и финансовом становлении личности. Они являются своего рода путеводителями старшего и младшего поколения в сложном деле подготовки к самостоятельному бизнесу, который не нивелирует, а наоборот, развивает богатейшие возможности человека в области использования личностных потенциалов и личных средств. А ведь именно в этом одна из основных задач экономической социализации.

К сожалению, отечественные психологи лишь начинают комплексные исследования по экономической социализации. Поэтому пока мало встречается систематизированных данных о формировании рассмотренных в представленных книгах экономических характеристик человека. Нельзя не напомнить, что в такой полиэтнической стране как Россия необходимо учитывать некоторые специфические особенности развития у представителей различных этнических

групп и национальностей именно «собственнических», экономических, финансовых умений и навыков. Все это усложняет задачу экономической социализации в нашей стране. Сложность проблемы возрастает и из-за длительного игнорирования значения соответствующих вопросов. Это было обусловлено в недалеком прошлом, по-видимому, больше идеологическими причинами: нежеланием возрождать в определенное время в психологии советского человека традиций купцов, предпринимателей, "кулаков" и в целом духа "буржуазного общества". Но вряд ли подобное «приобщение» к хозяйствованию и собственности не было развито в прошлом любого народа.

Вне всякого сомнения, в каждом этносе в историческом плане, наряду с общими, были специфические методы и формы воспитания, которые приводили к некоторым особенностям экономической психологии их представителей. Говоря о необходимости формирования у современного человека психологических характеристик, соответствующих требованиям рыночной экономики, мы должны иметь в виду и их этнопсихологический аспект. Его отвечающее запросам времени использование в практике воспитания может принести ощутимую пользу, особенно если рациональную систему этнически сориентированного экономического обучения и воспитания внедрить не только и не столько в практику школы, вузов и т.д., сколько в «святая святых» формирования личности – семью.

Если же говорить о конкретных деятельности, воспроизводящих и формирующих экономическую психологию ребенка с раннего возраста, то это не только умения трудиться и другие способы зарабатывания денег. В арсенале средств экономической социализации у любого народа были такие, которые учили:

- приемам и навыкам распоряжения собственностью;
- методам накопления материальных и финансовых средств;
- способам бережливого расходования продуктов и вещей, если ощущается (может ощущаться) их сезонная нехватка;
- методам экономного использования финансов, припасов, необходимого сырья и т.п.;
- методам выгодной распродажи продуктов традиционных видов деятельности;
- методам оптимального эквивалентного обмена различных товаров, осуществления своего рода "бартерных" сделок и т.д.

Чтобы проиллюстрировать реальное положение, остановимся на данных одного из наших исследований, проведенных среди старшеклассников города Иркутска в 2005 году (свыше 340 респондентов). В частности, молодым людям предлагалось оценить по пятибалльной шкале навыки экономического поведения, которые они получают от разных «субъектов» социализации. Некоторые результаты опроса отражены в таблице (см. таблицу 4).

Таблица 4

Оценка старшеклассниками навыков и умений экономического поведения, получаемых от разных субъектов

| Навыки | Их оценка в зависимости от источника получения средств | | | |
|--|--|-------|------------|-----|
| | Семья | Школа | Сверстники | СМИ |
| Бережное отношение к имуществу, технике | 4,6 | 3,4 | 2,5 | 2,1 |
| Распоряжение семейным бюджетом | 4,2 | 1,9 | 2,0 | 1,5 |
| Планирование своих расходов | 4,1 | 2,1 | 2,6 | 1,5 |
| Расходование полученных средств | 4,0 | 1,9 | 2,6 | 2,0 |
| Заработки своим трудом | 3,8 | 2,6 | 2,9 | 1,9 |
| Умение выявлять свои способности в деловой сфере | 3,6 | 2,2 | 2,6 | |
| Накопление денег в личную копилку | 3,5 | 1,4 | 2,3 | 1,4 |
| Умение заставить деньги «работать на себя» | 3,3 | 1,7 | 2,1 | 2,1 |
| Умение выгодно для себя торговать | 3,2 | 2,0 | 2,6 | 1,9 |
| Умение выгодно обменивать одни товары на другие | 3,1 | 1,9 | 2,5 | 2,0 |
| Накопление денег в банке | 2,8 | 1,0 | 1,3 | 2,1 |

Приведенные данные подтверждают ряд моментов, отмечаемых в зарубежных исследованиях. Охарактеризуем только некоторые из них. Во-первых, высоко оценивается в основном только получение навыков расходования средств (да и то, только в семье), а

умения «накопления» и преумножения заметно отстают. Во-вторых, роль школы в выработке соответствующих навыков и умений в большинстве случаев отстает даже от аналогичного «обучения» в среде сверстников, и это еще одно подтверждение правильности размышлений Р. Кийосаки и Ш. Лектер. В-третьих, влияние общества, которое осуществляется в первую очередь через средства массовой информации, так же весьма малозначительно.

Особую роль в экономической социализации конечно играет семья. Мы уточнили, каким образом родители лично влияют на экономическую социализацию старшеклассников:

| | |
|--|--------|
| Родители рассказывают о том, как они зарабатывают средства | 63,2 % |
| Родители рассказывают о том, как они экономят средства | 38,5 % |
| Родители рассказывают о том, как они тратят средства | 33,3 % |
| Родители рассказывают о том, как они накапливают средства | 31,0 % |
| Родители направляют меня на различные курсы, где можно получить данные навыки | 18,4 % |
| Родители знают и опекают все мои расходы | 13,2 % |
| Родители подбирают для меня хорошую литературу, указывают публикации в Интернете, чтобы я учился экономическим навыкам | 8,6 % |

Опять таки прослеживается превалирование простых житейских навыков, без обращения к сложным и актуальным вопросам.

Таким образом, экономическая социализация как приобщение к конкретным механизмам накопления, владения и распоряжения собственностью, имеет в существе очень и очень много деталей и нюансов, которые в современных условиях должны тщательно изучаться, чтобы отделить «зерна от плевел» и достичь желаемого для общества эффекта. При этом экономическая социализация достигает своих целей только в том случае, когда индивид оказывается подготовленным к реализации основных хозяйственных, производственных, финансовых и других функций, которые ему предстоит реализовать в обществе.

1.4.4. Социальные интересы собственника

Если в современном обществе мы говорим о коренных изменениях в связи с переходом на «рельсы» рыночной экономики, то, естественно, данные метаморфозы касаются всей совокупности представленных выше экономических отношений. Учет этих реалий в регулировании процесса экономической социализации со стороны государства и общества означает, в первую очередь, знание и понимание основных интересов и запросов собственников в качестве конкретных «исполнителей» экономических ролей. Остановимся лишь на некоторых из них. Итак, **интересы «шести П»:**

ПОТРЕБИТЕЛЯ

- ◆ возможность использования объектов своих собственности и труда в качестве эквивалентов разного рода товаров и услуг;
- ◆ направленность социально-экономической политики общества и государства на его потребности;
- ◆ обеспечение выпуска всего, «что ему нравится», «чего ему хочется»;
- ◆ принятие законов и иных нормативно-правовых актов в защиту его интересов по качеству товаров и услуг;
- ◆ гарантии со стороны государства и иных специальных структур (страховых компаний и т.п.) в обеспечении сохранности имущества, других «объектов» собственности от разного рода социальных и природных катаклизмов;
- ◆ осуществление жестких и быстрых санкций в отношении производителей и продавцов, выпускающих и продающих некондиционные товары и услуги;
- ◆ предоставление адекватной информации об инновациях в производстве и реализации новых предметов и услуг;

ПОКУПАТЕЛЯ

- ◆ гарантия со стороны государства и работодателей уровня зарплат, позволяющих осуществлять все необходимые покупки;
- ◆ снижение цен на товары первой необходимости;
- ◆ поддержка мероприятий по повышению культуры обслуживания;
- ◆ создание эффективной системы информирования о качественных товарах, социальная экспертиза недобросовестных «производителей» и продавцов;
- ◆ защита прав покупателей в разного рода нормативных актах;

- ♦ организация обучения «покупателей» по значимым вопросам;

ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

- ♦ приоритетная поддержка государством и экономическое стимулирование той собственности, которая идёт на расширение производственных возможностей;
- ♦ политика властей, способствующая постоянному повышению уровня заработной платы в производственных сферах;
- ♦ государственные заказы на продукцию, необходимую для жизнеобеспечения населения, социальной помощи малоимущим гражданам с одновременной ликвидацией диспаритета цен на товары повседневного спроса (особенно в сельском хозяйстве);
- ♦ создание в обществе механизмов, стимулирующих развитие производства и информационных технологий;
- ♦ защита любых «объектов» создаваемой интеллектуальной собственности от необоснованных посягательств незаконного копирования и воспроизводства;
- ♦ обеспечение взаимодействия с научными учреждениями, создающими современные технологии;
- ♦ разработка законодательных актов, отражающих интересы производителя;
- ♦ содействие выпуску современного оборудования, информационных технологий, станков и других технических средств по разумным ценам;
- ♦ страхование материальных и финансовых средств от различных природных и социальных контактов;

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

- ♦ повышение статуса предпринимательской деятельности в обществе, долгосрочные меры поддержки малого и среднего бизнеса;
- ♦ стимулирование государственных и иных финансовых вливаний в новые и обновляющиеся предпринимательские проекты;
- ♦ обеспечение гарантий в сохранности имущества и капиталов, защита прав индивидуального собственника вкладывать свои средства в любые (естественно, установленные законом правового государства) рентабельные сферы экономической деятельности);
- ♦ поддержка по тем или иным причинам нерентабельных производств (особенно в аграрном секторе);

- ◆ снижение налогового бремени, способствование экспорту конкурентоспособной продукции;
- ◆ участие в совершенствовании связей с зарубежными партнерами;

ПРОДАВЦА

- ◆ создание в городах и регионах инфраструктуры по повышению эффективности деятельности торговой сети;
- ◆ государственная поддержка программ по развитию оптовой продажи товаров и услуг;
- ◆ снижение налогового бремени, предоставление определенных льгот;
- ◆ защита от рэкетиров, от необоснованного посягательства всевозможных чиновников;

ПЛАТЕЛЬЩИКА НАЛОГОВ

- ◆ долгосрочная, оптимальная, и отсюда понятная политика в области налогообложения объектов собственности и личного имущества;
- ◆ упорядочение системы налогов со снижением налоговых выплат;
- ◆ возможность использования не запрещённых законом способов минимизации налогового бремени;
- ◆ организация эффективной системы информирования налогоплательщика, как об его обязанностях, так и порядке расходования полученных средств;
- ◆ упрощение процедур декларации о доходах и порядка выплаты налогов;
- ◆ защита от некорректных действий со стороны работников налоговых и других фискальных органов.

Названы лишь некоторые, далеко не все, ожидания, выполнение которых необходимо для эффективной реализации собственниками своих важнейших экономических ролей, своего успешного функционирования в обществе в качестве субъектов экономической деятельности. При этом, чем масштабнее уровень собственника, т.е. чем больше экономических ролей в различных жизненных ситуациях он выполняет, тем большей совокупностью ожиданий он обладает и соответственно, нацелен на всестороннее равноправное сотрудничество с властными структурами и экономическими партнёрами.

Выше мы уже рассматривали вопрос о том, что социализация представляет собой двусторонний процесс: векторы взаимодействия

идут и от общества и от индивида. В нормально функционирующем обществе этот процесс протекает стабильно и не вызывает каких-либо осложнений с обеих сторон. В обществе, в котором осуществляются резкие перемены в области экономики и (или) наблюдаются кризисные явления социализация затрудняется рядом обстоятельств. Во-первых, нет многих однозначно установившихся норм, которые необходимо усваивать социализирующейся личности. Постоянно декларируя тезис о необходимости «рыночного развития», российские административные структуры нередко проводят в жизнь архаичные предписания и установления или (и) руководствуются корпоративными интересами узкого круга лиц. В условиях такой «аномии» личность не видит приоритетных ориентиров своего развития в качестве собственника. Представленные выше запросы «бП» зачастую не учитываются. Во-вторых, государство – общество ещё не может и (или) не способно обеспечивать все необходимые условия для успешной социализации личности. Реализация обществом функций *разработчика* норм, *гаранта* условий, *экзекутора*, *арбитра* и т.п. нарушается. Это даёт право личности уповать на свои ресурсы и инициативы и становиться в позу: «если общество для меня ничего не делает, почему я должна соблюдать его законы и порядки». Именно в таком ракурсе стоит рассматривать обязанности российского общества в обеспечении интересов шести «П», поскольку отсутствие ожидаемых действий может привести к аннулированию второго слагаемого экономической социализации – ответственности личности перед обществом.

ГЛАВА 2

ЭКОНОМИКА, ПРАВО И СОБСТВЕННОСТЬ

Во всем сложном многообразии проблем экономической теории и практики отношения собственности играют значительную роль. Они чрезвычайно сложны и многогранны, затрагивают и во многом определяют глубинные, сущностные процессы в социально-экономических системах, касаются практически каждого человека.

2.1. Сущность отношений собственности

Своеобразие отношений собственности заключается в том, что они являются одновременно простыми и исключительно сложными. Простыми — потому что любой человек ежедневно с ними сталкивается и вырабатывает, хотя часто и интуитивно, определенное представление об их сути. Сложными эти представления являются из-за чрезвычайно многогранного содержания, за которым скрывается колоссальное разнообразие взаимоотношений между людьми по поводу собственности, а также по поводу роли этих отношений в функционировании и эволюции человеческого общества. Именно в трактовке собственности переплетаются многие теоретические и практические вопросы жизнедеятельности всего общества, хозяйственных субъектов и каждого человека.

Отражением чрезвычайной сложности отношений собственности в обществах служит понятие «институт собственности». **Институт собственности** — это совокупность принципов, законов, правил, норм, обычаев, определяющих формы собственности, виды субъектов и объектов управления собственностью, отношения между государством, организациями, гражданами по поводу принадлежности имущественных ценностей и их временного или постоянного перехода от одних собственников к другим» [72, с. 310].

История института собственности насчитывает тысячи лет. Хозяйственная жизнь человеческого общества на любой стадии его развития всегда протекает в условиях ограниченности различного рода благ, что предполагает не только конечность реально доступных запасов того или иного блага (так называемая актуальная ограниченность), но и наличие предела роста его производства данным сообществом (потенциальная ограниченность). Когда запасы определенного блага меньше потребности в нем, то оно становится редким, приобретая в силу степени редкости большую или меньшую ценность, превращается в экономический ресурс и становится объ-

ектом борьбы за его обладание и использование, что и делает объективно необходимыми отношения собственности. Проиллюстрируем это на примере такого блага, как воздух. В обычной ситуации он является неограниченным благом: никто не претендует, например, на конкретный кубометр воздуха за окном. Но как только запас его становится ограниченным, то неизбежны попытки «присвоить» это благо себе, исключив доступ других к нему в рамках закона или с позиции силы. Такие случаи имеют место в реальной жизни и наглядно описываются, например, А.И. Солженицыным в «Архипелаге ГУЛАГе», когда при перевозке заключенных те из них, которые захватывали места около источника поступления воздуха «уступали» их на время за определенную плату в виде пайки хлеба или махорки другим заключенным.

Таким образом, основу взглядов на сущность собственности составляет положение о том, что *она выражает определенные отношения между людьми по поводу отчуждения—присвоения разнообразных благ* (понимаемых в широком смысле слова). Именно противоречивое единство отчуждения и присвоения составляет «материальное» содержание такого феномена, как собственность, которое (содержание) нельзя, хотя это часто и пытаются делать, выразить лишь через одну сторону отношений — присвоение, ибо тогда выпадает другая объективно необходимая сторона — отчуждение. Между тем редкость благ приводит к тому, что присвоение каким-либо субъектам объекта собственности возможно только в силу отчуждения его у другого субъекта. Учитывая необходимость отчуждения, Прудон, думается, и сформулировал свою крылатую фразу, что «Собственность — это кража».

Кроме того, в отношения отчуждения-присвоения собственности, субъектов «заставляют» вступать общественное разделение труда и кооперация.

Собственность — сложное явление, имеющее отношение ко всем аспектам жизнедеятельности человека и общества, это — многоуровневый феномен, рассматривать который можно на meta-, macro-, meso- и micro уровнях, в силу чего и сама проблема экономической психологии собственности многоаспектна и многозначна. Она приложима к широкому спектру проблем поведения рыночных субъектов — производителей и потребителей: с одной стороны, образу мыслей бизнесмена и развитию деловой активности, с другой — восприятию, реакциям, принимаемым потребителями решений.

Собственник — центральная «фигура» в отношениях собственности. В его роли может выступать человек либо группа людей (на-

пример, члены семьи, компаньоны в бизнесе, владельцы акций в АО и т.д.). В последних случаях они все выступают как совладельцы данной собственности. Какая часть из всей общей собственности принадлежит конкретному совладельцу, разобраться порой бывает весьма сложно.

Феномен собственности многоаспектен. Собственность можно рассматривать в ракурсе экономических, юридических отношений, отношений власти, в аспекте материальных и нематериальных элементов производственного процесса и потребления и т.д. И все эти отношения проявляются на индивидуальном (в контексте прав личности), коллективном и других уровнях, в том числе на государственном и муниципальном.

По мере развития человека и общества все больше осознается многогранная сложность собственности, которая предполагает наличие многоцелевых подходов к изучению – с точки зрения экономики, права, философии, психологии, социологии, политологии, менеджмента, теологии...

По мнению специалистов, к **социальным аспектам проявления собственности** относятся процессы формирования и развития классов, социальных слоев и групп, а также механизм взаимодействия между ними в связи с их отношением к факторам производства, способам получения определенной доли национального богатства.

Политический аспект собственности заключается в степени влияния определенных классов и социальных групп на политику государства в зависимости от их экономических интересов, политической воли, формируемых в результате присвоения в различных формах объектов собственности.

Психологический аспект собственности отражает наличие (или отсутствие) у человека чувство хозяина по отношению к объектам собственности, т.е. отношение к ним как «своему» или «чужому». Выше мы уже показали, что собственность не является чем-то внешним по отношению к человеку, это свойство развивающихся личности и общества. Инстинкт собственности – один из важнейших у человека. Собственность постоянно находится в движении и изменяется, но при этом глубинная сущность ее постоянна и связана с процессом отчуждения–присвоения ограниченных благ, причем отдельно взятая составляющая этой «связки» не может раскрыть сущности отношений собственности.

Одним из оригинальных выразителей «психологизированной концепции» собственности можно уверенно назвать французского антрополога Шарля Летурно, многие из работ которого забыты, но

все же интересны по своему содержанию (в 1889 году на русский язык была переведена его работа «Эволюция собственности»). Ш. Летурно считал ошибочным представления экономистов о том, что частная собственность возникла в результате труда, хотя и признавал, что своим физическим происхождением некоторые объекты частной собственности обязаны труду. Собственность возникла в результате инстинкта самосохранения, присущего людям, которые собирались в группы и жили охотой. Все было общим, особенно сама земля. ***Оружия и украшения, сделанные человеком для себя, считались его частью.*** Однако объектами частной собственности человека становились, считал Ш.Летурно, не только те предметы, которые он забирал у земли (плоды) или отнимал у других людей во время войн. Поскольку в последнем случае это были не только вещи, предметы, скот, но и рабы, постольку в основе частной собственности лежит насилие и агрессивность людей. Именно рабы, по мнению Ш.Летурно, стали первыми объектами частной собственности, первым капиталом, т.е. субъективно собственность предполагала не только наличие, но и деформацию отношений «человек-человек».

С развитием земледелия появилась необходимость закрепления права собственности на землю. Семейные наделы стали передаваться по наследству. Движущей силой процесса укрепления частной собственности был индивидуализм, присущий человеку. Индивидуализм способствовал разрушению сначала общинной собственности, а затем феодализма. Именно индивидуализм, считал Ш. Летурно, провоцировал развития капиталистических отношений.

В последующем многие западные социологи, экономисты, психологи все больше и больше увязывали понятие собственность с индивидуальными проявлениями человека, причем не только и не столько с материальными ее аспектами, но и с другими сторонами личности, такими как свобода, независимость, стремление к самоутверждению, уровень самооценки и т.п.

Жюль Симон писал, что собственность – это продолжающаяся свобода, точнее, это расширение эгоистической личности на вещь, которая, не имея собственного достоинства, является частью достоинства собственника. Так что к своему «Я» он причисляет все то, что ему принадлежит и защищает последнее с такой же энергией, как свое тело, как свою мысль. Отсюда получается, что при отношениях между людьми, при оценке достоинства ближнего человек иногда причисляет его к его достоинству и его собственности, а потому, взвешивая относительные достоинства, свое и чужое, считает справедливым брать в соображение и относительные состояния. Вследствие того же начала личность другого человека ставится иногда на-

равне, если не ниже какой-либо вещи, составляющей нашу собственность или к усвоению которой мы стремимся.

Отсутствие должного анализа психологической «составляющей» категории собственности в отечественных работах «советских» и первых «постсоветских» лет, по-видимому, можно объяснить двумя взаимоувязанными причинами. С одной стороны, традицией умалчивать об индивидуальных аспектах собственности (а именно они, как мы выяснили, ложатся в основу термина «частная собственность»), с другой – отсутствием адекватной подготовки экономистов – ученых и практиков – по психологической проблематике экономики. Ведь только последние 6-7 лет начались интенсивные исследования на стыке этих наук.

Экономическая практика в условиях реформирующегося общества, где многие действия и позиции человека «натываются» на необходимость учета отношений к собственности в конкретных преобразованиях (развитие частных предприятий, акционирование, приватизация и т.п.), ставит задачу преодолеть недооценку психолого-экономического содержания категории собственности. Ведь еще в XIX веке философ В. Соловьев писал: «Все острые вопросы экономической жизни тесно связаны с понятием собственности, которое, однако, само по себе принадлежит к области права, нравственности и психологии, нежели к области отношений хозяйственных. Уже это обстоятельство ясно показывает, как ошибочно стремление обособить экономические явления в совершенно самостоятельную и себе довлеющую сферу» [84, т. 1, с. 429).

2.2. Собственность в правовом и экономическом смысле

В содержательном плане отношения собственности всегда предполагают наличие юридического (правового) и экономического аспектов, которые органически связаны между собой и реализуются через взаимоотношения субъектов собственности по поводу тех или иных объектов собственности.

Со времен римского права юридические правомочия собственника определены формулой: *владеть* (то есть иметь полный физический контроль над благом), *пользоваться* (извлекать полезные свойства в процессе его эксплуатации), *распоряжаться* (то есть определять судьбу блага — продавать, дарить, отдавать в залог и т.д.). С течением времени эта «формула», фиксирующая ключевые составляющие права собственности, расширялась, детализировалась. В настоящее время она включает, по определению английского юриста А. Оноре, одиннадцать элементов (право владения, право пользова-

ния, право управления, право на доход, право на «капитальную стоимость» вещи, право на безопасность, право на переход вещи по наследству или по завещанию; бессрочность; запрещение вредного использования; ответственность в виде взыскания; остаточный характер). Следовательно, юридическое содержание собственности реализуется через пучок прав, который, в зависимости от объекта собственности, может иметь большее ли меньшее наполнение.

Исходя из того, кто осуществляет указанные правомочия, т.е. кто является субъектом собственности, выделяют виды правоотношений собственности. Заметим, что если субъект (субъекты) объявлены собственниками, но реально не обладают правомочиями владения, то такой субъект (субъекты) фактически собственниками не являются. Субъектами собственности могут быть юридические и физические лица.

Объекты собственности, в отношении которых правомочия собственника осуществляют государственные органы, рассматриваются как государственная собственность. В настоящее время в российской практике все шире используется понятие муниципальная собственность. К ней относятся те объекты собственности, в отношении которых указанные правомочия осуществляют местные органы власти. Во всех законодательных системах праву собственности и его гарантиям отводится центральное место. В гражданском обществе эти моменты призваны обеспечить свободу каждого собственника, одновременно исключая нарушение интересов других собственников. Именно правовое оформление собственности, во-первых, обеспечивает цивилизованный оборот собственности на договорной основе, и в этом смысле собственность можно рассматривать как договор, во-вторых, упорядочивает жизнедеятельность (в том числе и хозяйственную) общества, хозяйствующих субъектов и населения.

В таком качестве собственность можно рассматривать как структурообразующий «инструмент» социально-экономической жизни общества. Отношения собственности выступают при этом важным связующим, конструктивным звеном системы социально-экономических отношений.

Отношения собственности всегда затрагивают различные и, в том числе, как правило, экономические интересы людей, хозяйствующих субъектов, общества в целом. Поэтому необходимо выделять *экономическое содержание отношений собственности*. Оно обусловлено и связано с ценностным «эффектом», т.е. касается ценностного аспекта проявления отношений собственности, выражающегося в различного вида доходах (ущербах) от владения, использо-

вания и распоряжения объектами собственности. Более того, существует точка зрения, утверждающая, что характер экономических отношений собственности возникает только там, где собственность служит источником дохода. В данном ракурсе чрезвычайно важны отношения между участниками общественного производства по поводу использования его условий, факторов и результатов. Вместе с тем отношения собственности характеризуются проникновением и во все другие компоненты системы социально-экономических отношений, «развертываясь» и реализуясь в процессе их функционирования (см. рис.5).

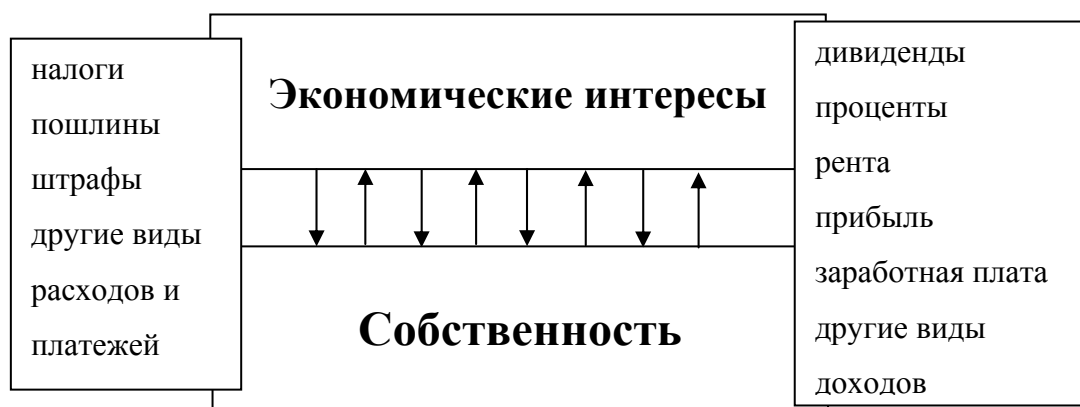


Рис. 5. Собственность в системе социально-экономических отношений

Отношения собственности всегда играют существенную роль в организации и функционировании социально-экономических систем, поскольку с ними связаны стимулы к экономической, предпринимательской деятельности людей, цели и разнообразие экономических интересов, формы и методы хозяйствования. Более того, ими, в конечном счете, определяется реальная власть в обществе, что наглядно проявляется в периоды радикальных сдвигов, когда в центре внимания оказываются власть и собственности в их неразрывном единстве. Эволюция здесь проявилась только в том, что в современных условиях прочность позиций в отношениях собственности зависит не столько от личного богатства, сколько от возможности контроля за движением благ в обществе.

Борьба за такой контроль и есть, в известном смысле, борьба за власть, и наоборот.

Наличие и взаимосвязь экономической и правовой сторон в отношениях собственности позволяют вырабатывать и реализовывать «правила игры» как в хозяйственной, так и в иных сферах жизни (см. рис.6).



Рис.6. Содержание собственности в правовом и экономическом смыслах

Мировой опыт свидетельствует, что феномен собственности относится к важнейшим общечеловеческим ценностям. Его осмысление происходило и происходит в рамках различных научных направлений и школ (относящихся не только к экономической области знания), акцентирующих внимание на определенных моментах. И это естественно, так как собственность – чрезвычайно многоаспектное явление, в котором отражается многоликость самой человеческой жизнедеятельности. Так, изучение феномена «собственность» на протяжении веков привлекало внимание философов, в том числе и представителей религиозной философии, которые на передний план выдвигали рассмотрение нравственных проблем собственности, ее роли в обществе и, что очень примечательно, ее правовое понимание и значение.

В целом содержание собственности как сложнейшего многогранного явления невозможно отразить во всей своей глубине и всесторонности. Система отношений собственности динамична, она

развивается эволюционно, а порою испытывает революционные сдвиги не только прогрессивного, но и регрессивного характера. Психологически восприятие таких скачков происходит очень сложно, болезненно, имеет тяжелые и длительные последствия, сказывающиеся на нескольких поколениях людей.

Развитие феномена собственности проходит разные этапы, выявляя при этом свои значимые свойства. Так, по мнению Г.Ю. Ивлевой, удовлетворение жизненно необходимых потребностей на этапе выживания и слитности вещной зависимости с человеческой жизнью определяет **утилитарность** собственности, т.е. ее способность удовлетворять насущные потребности индивида. Второй этап развития собственности, этап существования, предполагающий удовлетворение стандартного набора потребностей на постоянной и устойчивой основе, рождает следующее значимое свойство собственности – **материальность**. Этап доминирования экономической власти в организации общества, этап развития, предполагающий расширенное удовлетворение потребностей, дает жизнь такому свойству собственности, как **прибыльность**, т.е. способность обеспечивать расширенное воспроизводство. Этап, на котором происходит снятие вещной зависимости, а производство ориентируется на создание нового, придает собственности свойство **креативности**, т.е. способности стимулировать человеческое творчество [см.30].

Думается, что здесь выделены скорее свойства, а не этапы, поскольку собственность как феномен может включать и включает одновременно все эти указанные моменты.

Более наглядно данный подход Г.Ю. Ивлевой представлен ею в таблице (см. табл. 5)

Таблица 5

Этапы развития собственности

| Проявления собственности | Содержание в контексте развития общества | | | |
|---|---|--|--|--|
| Цель производства, определенная на основе динамики потребностей | Выживание – удовлетворение первичных, жизненно необходимых потребностей | Существование – стабильное и устойчивое удовлетворение определенного набора потребностей | Развитие – расширенное удовлетворение потребностей | Превращение – создание нового в условиях полного и окончательного снятия материальных потребностей |
| Свойства собственности | Утилитарность | Материальность | Прибыльность | Креативность |

| Проявления собственности | Содержание в контексте развития общества | | | |
|---|--|---|---|---|
| | Вещная зависимость не осознается, слита с человеком | Вещная зависимость осознается и принимается как естественная | Вещная зависимость доминирует | Вещная зависимость снижается |
| Степень вещной зависимости | Вещная зависимость не осознается, слита с человеком | Вещная зависимость осознается и принимается как естественная | Вещная зависимость доминирует | Вещная зависимость снижается |
| Роль экономической власти | Ограничена телом человека | Находится в ряду других регуляторов общественной жизни – религии, традиций и т.п. | Доминирует в организации человеческого общества | Уступает место в организации человеческого общества социальным факторам |
| Принципы организации экономической власти, ее распространение | Основана на силе и традиции, на принципе добровольности из-за необходимости выживания, ограничена пределами общины | Основана на традиции и силе, ограничена локальными поселениями | Основана на экономическом принуждении, распространена в масштабах мирового сообщества | Основана на добровольности, распространена в пределах общности воспринявших данную идею людей |
| Способы перераспределения собственности | Сила, традиция | Традиция, сила, право, обмен | Деньги, обмен, право | Добровольный обмен |
| Основные источники, факторы собственности | Сила, свойства организма | Труд, право, традиции | Деньги право, труд, обмен | Способности личности |
| Основные объекты собственности | Территория как место добычи пищи | Земля как средство производства | Средства производства как овеществленный труд | Способность к творчеству |
| Основные субъекты собственности | Индивид, племя | Племя, община, владельцы земли | Владельцы капитала | Владелец творческих способностей |
| Связь между субъектом и объектом | Неразрывная, неотчужденная | Внешне направляемая, но неразрывная, неотчужденная | Отчужденная и внешне направляемая | Неразрывная и неотчужденная |
| Зависимость от природы | Полная | Ослабленная | Управляемая | Отсутствует |
| Тип хозяйства, общества | Общество собирателей | Натуральное производящее хозяйство | Рыночное производящее хозяйство | Постэкономическое общество |

Отдельные научные течения в экономической теории акцентировали свое внимание на отдельных аспектах системы отношений собственности.

2.3. Субъекты и объекты собственности

Отношения собственности предполагают обязательное наличие субъектов и объектов собственности. Более того, состояние и эволюция отношений собственности во многом характеризуются с позиций их развития. Научно-техническая революция, оказывая громадное влияние на производительные силы и социально-экономические отношения общества, резко усложняет формы и механизм реализации отношений собственности.

Субъект собственности – это прежде всего какая-либо деятельная личности, которая имеет права и полномочия владеть, распоряжаться и пользоваться объектами собственности. Прав Б.А. Райзберг, который утверждает: «Субъекты собственности в конечном счете – заведомо одушевленные лица. Попытки заменить их некоторыми категориями типа «государство», без указания, какие органы и лица представляют «государство», приводят, по сути, к «безсубъектной» собственности, являющейся абстрактной. Олицетворять, реализовывать практическое право собственности могут только люди» [72, с. 311-312].

Отношения субъектов собственности складываются по поводу самых разнообразных объектов. По мере развития производства, научно-технического прогресса расширяется и качественно изменяется их состав и структура. При этом, думается, правы те авторы, которые утверждают: следует учитывать, что сами по себе блага не содержат экономических отношений, но их качественная определенность, полезностные характеристики, свойства удовлетворять — лучше или хуже — различные потребности, в том числе потребности эффективной организации производства, вне всякого сомнения, эти отношения заключают. Поэтому соответствие содержания общественного продукта структуре и качественной определенности личных и производственных потребностей служит важным критерием развития системы собственности, ее социально-экономической эффективности. Кроме того, развитие объектов собственности непременно воздействует на состояние и развитие межсубъектных отношений собственности.

А.Фернам и М.Аргайл, прослеживая динамику развития объектов собственности в истории общества, показывают их некоторые универсальные виды:

- ✓ Территория или земля;
- ✓ Жилье и имущество;

- ✓ Животные (не только источник пищи и энергии, но так же символ положения в обществе);
- ✓ Жены и дети (первых «выкупали» у родственников, вторых можно заставить работать или даже продать);
- ✓ Снасти и оружие;
- ✓ Одежда;
- ✓ Символические и нематериальные объекты собственности (кроме предметов, служащих личными украшениями, к ним относят: амулеты, фетиши, талисманы и тотемы, а так же религиозные иконы).

Сами авторы выделяют среди объектов собственности четыре категории вещей, которые используются не для удовлетворения очевидных биологических потребностей, а для улучшения качества жизни:

1. Автомобили, велосипеды и другие транспортные средства.
2. Домашнее оборудование, такое как духовки, холодильники, стиральные и посудомоечные машины, пылесосы, центральное отопление и т.п.
3. Имущество для проведения досуга: музыкальные инструменты, спортивный инвентарь, книги, радио, телевидение и т.д.
4. Средства связи и информационное оборудование, в частности, телефоны, компьютеры и аппараты факсимильной связи, которые увеличивают количество социальных контактов [89, с.184-186]

Среди объектов собственности всегда есть какие-то ключевые, доминирующие, из-за которых идет соперничество в обществе. Монопольное владение этими объектами и дает экономическую власть, а выведение их из монопольного присвоения означает переход к новому состоянию отношений собственности.

Длительное время таким доминирующим объектом собственности считались, особенно в марксистской концепции, средства производства. Однако в конце XX века появилось мнение, что средства производства играют доминирующую роль в объектах собственности только в рамках исторически преходящего типа производства, так называемого вещественно-продуктового. В связи же с развертыванием НТР происходит, как свидетельствует практика развитых стран, падение роли традиционных средств производства, акцент переносится на информационные и научные знания, которые в современном производстве являются самыми дорогостоящими ре-

сурсами. В результате формируется и резко усиливает свое значение информационная и интеллектуальная собственность. Такие существенные изменения дали повод некоторым ученым для утверждения, что собственность вообще теряет свое социально-экономическое значение, сохраняется лишь ее юридическая сторона. Другие же считают, что теряет свое значение не вообще феномен собственности, а собственность на средства производства, т.е. *происходит историческая смена доминирующего объекта собственности.*

Проблема информационной и интеллектуальной собственности имеет огромное значение для теории и особенно для практики. Дело в том, что во второй половине XX в. в развитых странах мира (а в России с начала 90-х гг.) стал складываться и интенсивно развиваться рынок интеллектуальных продуктов. Это — общепризнанный факт, однако до сих пор нет четкого понимания интеллектуального продукта как объекта собственности. Существуют расширительные и более узкие трактовки. В широком смысле «под интеллектуальным продуктом понимается совокупность интеллектуальных, культурных ценностей, знания, инновации, произведения искусства и различные формы информации, обучения и развлечения, полученные традиционным путем или с помощью информационной технологии, электронной техники» [66, с.16].

Сама специфика интеллектуального продукта порождает две острые взаимосвязанные проблемы с точки зрения отношений собственности, их упорядочения и возможности реализации. Одна из них состоит в повышенной сложности спецификации (установлении) права собственности, поскольку множество интеллектуальных продуктов являются, как правило, результатом коллективного труда. Данное обстоятельство усугубляется еще и тем, что необходимо различать содержательную сторону интеллектуального продукта и тот носитель (книга, чертеж, компьютерная программа и т.д.), на котором он представлен. Другая проблема, сопряженная с первой, вытекает из того, что интеллектуальные продукты имеют обычно очень высокую стоимость. Показателен такой факт: в 1998 г. во время «распродажи» компании Rolls-Royce концерн Volkswagen приобрел все ее материальные активы (заводы и оборудование) за сумму меньше, чем в 1 миллиард долларов, а его конкурент компания BMW купила только торговую марку, заплатив за нее 66 миллионов. И многие аналитики считают, что BMW заключила более выгодную сделку. Поэтому определить ее можно только при наличии четкой спецификации прав собственности с учетом развернутой формулы, предложенной А.Оноре и фиксирующей ключевые составляющие права собственности.

Таким образом, именно на объектах интеллектуальной собственности очевидна практическая взаимосвязь и неразрывность юридической и экономической сторон в отношениях собственности. Так, стоимостная оценка объектов интеллектуальной собственности является обязательным этапом при использовании их в гражданском обороте, цивилизованная форма которого требует в свою очередь четкой спецификации и защиты прав собственности. При этом следует заметить, что по многим объектам интеллектуальной собственности существуют две категории прав — имущественные, или права на коммерческую эксплуатацию произведения, и неимущественные, моральные, выражающие интересы автора как личности — создателя произведения. Совершенно справедливо мнение о том, что установление надежных гарантий интеллектуальной собственности представляет собой мировую проблему, не только в части охраны общечеловеческих ценностей, но и в части реализации потенциала творческой личности и охраны ее достоинства. Игнорирование юридического и экономического аспектов, связанных с интеллектуальными объектами отношений собственности, слабый механизм их защиты порождают целый «шлейф» негативных последствий — от усиления «утечки умов» за границу, расцвета «интеллектуального пиратства» до крупных просчетов в оценке результатов национального общественного производства. Все это в полной мере касается и российской действительности. Роль указанных объектов собственности, несомненно, будет возрастать, накладывая отпечаток на развитие современных отношений собственности. В развитых странах мира им придается особое внимание, поскольку социально-экономический прогресс общества все в большей степени определяется научными достижениями, достоянием культуры и доступом к информации. Неудивительно, что во многих странах отношение к информации как к источнику политической, социальной и даже индивидуальной власти все более осознается общественными и правительственными организациями, принимающими решение. В силу значимости вопроса об интеллектуальной собственности, мы рассмотрим его в отдельной главе монографии.

В современных условиях усиливается процесс дезинтеграции прав собственности: такие, ранее принадлежащие одному лицу, права, как право владения, использования, управления, контроля, право на доход, на передачу по наследству и т.д., распределяются по функциональному признаку на широкий круг лиц, каждое из которых в той или иной степени причастно к использованию совокупного капитала. Тем самым в отношении собственности (правовые и экономические) вовлекаются все новые и новые ***субъекты собст-***

венности. Резкое расширение их числа связано и с тем, что научно-технический прогресс создал условия для бурного развития мелкого и среднего бизнеса, индивидуального предпринимательства, расширив, в то же время акционерную форму хозяйствования. Для России сейчас характерен динамично протекающий процесс создания многогосубъектных отношений собственности и расширения объектов собственности, в том числе и благодаря вовлечению в состав последних такого важного фактора производства, как земля, а также «превращению» в объект собственности жилья и т.д. Одновременно наблюдается жесткий (часто с применением криминальных методов) передел собственности.

Увеличение количества субъектов собственности неизбежно влечет за собой и расширение **рынка собственности**, т.е. роста покупок и продаж разнообразных объектов собственности: имущества, земли, помещений и оборудования предприятий, жилья, садовых и дачных участков и т.п. Рынок собственности, связанный с производством и финансами, имеет инвестиционное содержание, поскольку осуществляется с целью получения дохода, приобретения капитальных вложений. При этом доходность инвестиций складывается из прироста рыночной стоимости приобретенной собственности и текущего дохода в виде арендной платы, процентов ренты, других поступлений при использовании имущества. К особенностям инвестиций, вкладываемых непосредственно в собственность, обычно относят:

1. Необходимость наличия капитала для вхождения в рынок собственности.
2. Долгосрочность вложений и длительный период (по сравнению с инвестициями в производство товаров) оборота капитала.
3. Невысокая ликвидность – продажа и покупка объектов собственности требует много времени и средств.
4. Необходимость государственной регистрации сделок на приобретенную собственность.
5. Необходимость соответствующей компетентности для управления собственностью и регулирования расходов на ее обслуживание.
6. Относительно высокая надежность и эффективность вложений средств в собственность, если обеспечена адекватная реализация условий, указанных в пункте 5.

Источником инвестирования в собственность могут быть:

а) собственные ресурсы «покупателя» собственности (уставные и резервные фонды владельцев, прибыль, амортизационные отчисления, денежные накопления и сбережения граждан и юридических лиц и т.п.);

б) заемные средства (банковские кредиты, облигационные займы и т.д.);

в) привлеченные инвестором средства (продажа акций, паевые, долевые и иные взносы физических и юридических лиц, ассигнования из госбюджета, местных и внебюджетных фондов);

г) иностранные инвестиции.

Многообразие самих объектов собственности, источников финансирования инвестиций в собственность, наряду с высокими требованиями по ее эффективному управлению говорят о том, насколько сложным и обременительным может быть вхождение «субъектов» в рынок собственности.

В современном мире происходит интенсивный процесс усложнения отношений собственности, сопровождающийся вовлечением в них все большего числа субъектов и качественно новых объектов собственности, что важно для функционирования и развития гражданского общества с рыночной экономикой. Одновременно это существенно усложняет и усиливает значимость правовой стороны отношений собственности, четкости ее оформления и продуманности механизма действия.

2.4. Полиморфизм собственности и конкуренция

Собственность всегда существует в определенных формах. Вопрос о формах собственности — сложный, дискуссионный в отечественной экономической литературе, ему до сих пор присуща определенная терминологическая путаница применительно к существующим и особенно к вновь возникающим разновидностям собственности, а также наблюдается существенное расхождение с трактовками, даваемыми в юридической литературе. Нет еще и достаточно четкого разграничения типов, форм собственности и форм хозяйствования.

Вместе с тем можно констатировать важные моменты, которые уже глубоко осознаны благодаря мировому и в том числе российскому опыту. Во-первых, возникновение той или иной формы собственности имеет объективную основу и не должно оцениваться с позиции «справедливости» или «несправедливости», «желательно-

сти» или «нежелательности». Иными словами, нет «плохой» или «хорошей» формы собственности и невозможно решать проблему отношений собственности с помощью запретов или, напротив, «насаждения» той или иной формы собственности. Во-вторых, свою жизнеспособность каждая форма собственности сохраняет до тех пор, пока она способна обеспечивать эффективное использование факторов, результатов производства и условий жизнедеятельности. Следовательно, роль и место той или иной формы собственности должны быть обусловлены не идеологическими интересами, а, прежде всего, ее эффективностью. С этой точки зрения каждая из форм собственности (иногда их называют типами) имеет свои положительные и отрицательные черты.

В Гражданском кодексе РФ зафиксировано положение, согласно которому в государстве признаются частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности (ст. 212.1).

Что касается **частной собственности**, она представляет собой любое имущество отдельных граждан и юридических лиц, за исключением отдельных видов имущества, которое в соответствии с законом не может принадлежать гражданам и юридическим лицам.

Во многих странах Европы, как и в США, **частной называется собственность, которая непосредственно принадлежит индивиду, а не государству, обществу, той или иной общине (муниципалитету и т.п.) и которой индивид может свободно распоряжаться в рамках установленного законодательства**. Эта собственность может представлять собой предметы личного потребления и комфорта: квартира, дом, машина, дача (в советское время господствовало понятие «личная собственность»). Частная собственность может опредмечиваться в недвижимости или средствах индивидуальной (семейной) трудовой деятельности, если её владелец - фермер, хозяин мастерской, кафе, ресторана и т.д. Она может выступать в форме владения ценными бумагами, выпускаемыми государством. Она может превращаться в акции или имущество компаний, корпораций и банков – тех, в которых он непосредственно трудится, и тех, в которых он как сотрудник и работник не участвует. В последнем случае частная собственность выступает в виде собственности коммерческих и некоммерческих организаций, которым индивид в качестве учредителя (участника, члена) передаёт её в виде собственных вкладов (взносов), не теряя прав на свою индивидуальную часть.

В целом можно выделить два важнейших аспекта исторической роли частной собственности. Во-первых, по своей сути она

создает реального собственника, суверенного хозяина, предпринимателя. В этом ее огромное экономическое значение. Во-вторых, создает, насколько это возможно, самостоятельного, независимого от государственной, политической власти, суверенного субъекта отношений собственности, поэтому является необходимым «инструментом» формирования и развития гражданского демократического общества, выполняя таким образом цивилизующую роль в истории.

Эффект такого подхода можно наблюдать в США. В культуре американцев прочно укоренилась вера в «работоспособность и неприкосновенность частной собственности». О прочности этого верования говорит, например, то, что социализм с его идеей ликвидации частной собственности и установления общественной никогда не имел большого успеха в США, в отличие от европейских стран. Ни один «социалистический» или «коммунистический» кандидат в президенты США никогда не побеждал на выборах ни в одном штате.

Государственная собственность также имеет положительные черты: возможность концентрации ресурсов и централизации управления, которые могут быть незаменимыми, особенно в чрезвычайных обстоятельствах. Масштабы государственной собственности поэтому всегда резко возрастают в годы войн и послевоенного восстановления хозяйства. Однако эти же черты со стабилизацией и усложнением социально-экономической жизни приобретают отрицательные свойства – тормозят экономический рост вследствие закрепления монополизма, тенденции к бюрократизму, невозможности разделить экономику и политику.

Указанные тенденции, которые несет с собой необоснованное расширение госсобственности, особенно нетерпимы в современных условиях, резко повышающих значимость реализации достижений НТП, что требует инициативы, мобильности, гибкости и конкуренции. В связи с этим понятна острота проблемы роли и масштабов государственной собственности практически для всех стран. Проблема эта не имеет однозначного «одноразового» решения: она «воспроизводится» на качественно ином уровне каждой новой ступенью развития общества. Как правило, госсобственность в странах с рыночной экономикой охватывает (хотя и в разной степени) отрасли социальной инфраструктуры, обслуживающие воспроизводство всего государственного организма (образование, здравоохранение, фундаментальная наука, транспорт, связь, коммунальное хозяйство). Можно сказать, что она занимается производством так называемых общественных благ.

Говоря о субъектах собственности, мы показали негативность ситуации, когда государственная собственность не имеет конкретных лиц или органов, за которыми она закреплена опять-таки конкретными правовыми актами и документами. «В такой ситуации имущество становится бесхозным, и заинтересованные лица явно или неявно, легально или нелегально узурпируют право пользоваться имуществом к своей выгоде. Другое следствие нечеткого закрепления права собственности и ответственности за сохранность имущества, когда неясно, кому же оно принадлежит на законном основании, приводит к тому, что безнадзорные имущественные ценности хиреют, не приносят дохода владельцам» [72, с. 314]. В России в настоящее время данное положение относится к немалому числу объектов государственной собственности, которые становятся отчуждаемым или бесполезным капиталом.

Под **муниципальной собственностью** подразумевается имущество, принадлежащее на праве собственности городским и сельским поселениям, а также другим муниципальным образованиям. Поскольку муниципальное образование само по себе не может осуществлять права собственности, «от его имени права собственника осуществляют местные органы самоуправления, то есть муниципалитеты» (ст. 125 ГК РФ).

В разных странах развитие института муниципальной собственности шло по-разному. В историческом развитии этой формы собственности специалисты выделяют определенные тенденции, которые так или иначе проявлялись везде:

1. Муниципальная собственность с самого своего зарождения отличается своеобразной и более или менее близкой к населению организацией, средствами которой она служит в первую очередь для удовлетворения нужд и потребностей населения. А поскольку с развитием науки и техники эти нужды и потребности все более возрастают, и, кроме того, растет и само население, совершенно естественно, что расширяется и компетенция муниципальных органов власти, расширяется состав муниципальной собственности и все более усложняется структура управления муниципальной собственностью. Так, можно проследить, что, если в состав муниципальной собственности первоначально входили учреждения здравоохранения, соцобеспечения, образования, пути сообщения и т.п., то с развитием техники к ней уже относятся водопровод, канализация, электрогазоснабжение, транспорт, жилой и нежилой фонд и т.д. Причем, постоянно растет объем этой собственности, она

усложняется, появляется насущная необходимость в специалистах по ее эксплуатации;

2. Возникнув самостоятельно, муниципальная собственность развивалась под давлением усиливающегося государственного начала, и, в конце концов, более или менее подчинялась последнему. Однако в последнее время наметилась противоположная тенденция – во всем мире муниципальная собственность постепенно выходит из непосредственного государственного подчинения и переходит в ведение органов местного самоуправления. Тем не менее, государственный контроль над муниципальной собственностью сохраняется во всех странах. А от государственной собственности муниципальная собственность отличается тем, что ее эксплуатация преследует сравнительно узкие цели улучшения условий жизни и благосостояния местных жителей, а также благоустройства на территории отдельных населенных пунктов, в то время как государственная собственность служит (по крайней мере, должна служить) удовлетворению коллективных потребностей всех жителей государства независимо от мест их проживания.

Рассмотрев три основных формы собственности – частную, государственную и муниципальную, – мы, хотя и в общем плане, видим, что у каждой из них есть свое целевое предназначение, свои преимущества и минусы, свои сферы распространения и т.п. Уже данный факт не позволяет дифференцировать их по альтернативным критериям: «хорошая» и «плохая». Как каждый человек имеет свое лицо, так и каждая из форм собственности своеобразна по своим функциям.

Весь опыт развития человеческого общества свидетельствует, что в целом социально-экономические системы, относясь к типу сложных, предполагают разнообразие своих структурных элементов, а значит и форм собственности – **полиморфизм**. Единообразие обрекает их на деградацию. Государственная собственность в этом смысле состоятельна только в рамках полиморфизма форм собственности, только как элемент (равноправный с другими) многоукладной экономики, но не сама по себе, не как господствующая собственность. При этом важно обратить внимание на следующие моменты:

- необходимость полиморфизма собственности объективно обусловлена неодинаковым уровнем развития производительных сил и, соответственно, фактически разной степе-

нию обобществления в различных сферах и отраслях производства, а также наличием индивидуального, коллективного и общенародного интересов. И от того, насколько полно это находит отражение в сочетании разнообразных форм собственности и форм хозяйствования зависит уровень эффективности общественного производства, социально-экономической системы в целом;

- психологически полиморфизм обеспечивает более широкую возможность выбора человеком и группой привлекательной, отвечающей запросам формы, например, в зависимости от индивидуалистических или коллективистических установок, этнических традиций и т.п.;
- полиморфизм — это и непереносимое условие самоорганизации, саморегулирования системы хозяйствования, всего общественного организма, что как раз и необходимо для осуществления естественно-экономического процесса. При этом каждая форма собственности занимает свою нишу, а вытеснение, расширение той или иной формы собственности решается не силой и не идеологией, а в ходе конкуренции эффективностью их функционирования;
- разнообразие форм собственности - это не механическая их совокупность, а динамично изменяющаяся органическая целостность, выражающаяся в самом разнообразном сочетании форм собственности, их «диффузии», сращивании между собой, сдвигах в их соотношении и т.д.;
- полиморфизм собственности в качестве основы рыночной экономики — это еще, с точки зрения посткоммунистических стран, и необходимое условие для включения их в мирохозяйственный процесс.

Оптимальное соотношение государственной и частной собственности – сложнейшая проблема для всех стран, поскольку чрезмерное расширение государственной собственности снижает экономическую эффективность хозяйственной системы, а частной – чревато ростом социальной неустойчивости. Поэтому грань между этими основными формами собственности должна быть подвижной, что предполагает использование (с точки зрения прагматики, а не идеологии) процессов национализации и денационализации собственности.

Разгосударствление (денационализация) собственности может осуществляться различными способами, в том числе и путем прива-

тизации. В последнем случае обязательно происходит изменение формы собственности, расширение слоя собственников, что влечет за собой преобразование социальной структуры общества, возможность формирования так называемого среднего класса, который в развитых странах ныне составляет большинство населения и выступает не только показателем экономического благополучия общества, но и фундаментом его стабильности, устойчивости. Для России это чрезвычайно важно. В целом разгосударствление собственности — сложный, противоречивый и социально-конфликтный процесс, занимающий достаточно продолжительный период времени. Многие развитые и развивающиеся страны приняли национальные программы сокращения государственного сектора и осуществляют их, преследуя как одни и те же, так и различающиеся цели.

Что касается приватизации, то в современной мировой экономической литературе есть двоякое ее толкование. В *широком смысле* под ней понимается весь комплекс действий, цель и результат которых состоит в сокращении роли государства как собственника и регулятора производства. В такой трактовке приватизация практически совпадает с понятием «разгосударствление». В *узком же смысле* приватизация понимается как процесс реорганизации государственной (или коллективной) собственности путем передачи ее в частные руки. В таком ракурсе можно говорить о существовании нескольких основных форм приватизации, известных в мире и примененных в России:

- прямая продажа предприятий новому собственнику (физическому или юридическому лицу), применяется обычно для небольших или средних предприятий, и это так называемая «малая приватизация», которая может быть проведена в короткие сроки:
- продажа акций предприятий на открытом финансовом рынке (при предварительном акционировании таких предприятий), она касается крупных государственных предприятий, это так называемая большая приватизация», которая обычно требует длительного времени и тщательной подготовки:
- выкуп предприятия его работниками и или администрацией, в российских условиях она называется «собственность трудового коллектива» и «директорская» форма приватизации.

Своеобразие и сложность практики разгосударствления собственности в российских условиях состоит в том, что оно совпало с процессом первоначального накопления капитала. Это вызвало по-

вышенную активность теневых структур, отмывающих накопленные деньги, бюрократических структур, стремящихся компенсировать потери (или снижение) властного положения приобретением собственности любыми путями («прихватизация»). И все это разворачивается на фоне открытой или замаскированной борьбы за власть, сферы влияния. Кроме того, в России традиционно весьма сильны популистские настроения, что обусловило доминирование предприятий, находящихся в собственности трудовых коллективов. По имеющимся оценкам, их доля составляет 75% от общего числа предприятий, преобразованных в акционерные общества, что идет вразрез с современным мировым опытом. Конечно, в мировой практике есть такой феномен как «народные предприятия». Но, во-первых, их число и роль в экономике разных стран невелики, что, по-видимому, соответствует их «естественной» нише в современном хозяйстве; во-вторых, они, как правило, существуют при значительных налоговых льготах государства. С учетом сказанного, не следует искусственно регулировать их количество, давая возможность занять им свою нишу. В нынешних же российских условиях народные предприятия в известной мере выступают переходной формой собственности: либо к частной, либо вновь к государственной, и становятся тем самым объектом борьбы за передел собственности.

Следует отметить, что в России завершился полностью только первый, с одной стороны, формальный раздел собственности, а с другой продолжается реальный, скрытый ее передел, часто совершаемый полукриминальными и явно криминальными методами. И хотя уже в 1995 г. совокупный частный сектор впервые превысил государственный, но эффективный собственник не появился, да и не мог появиться, так как весь мировой опыт показывает, что для появления таких собственников нужно, по крайней мере, 3-4 оборота прав собственности. Сейчас, в ходе денежного этапа приватизации начинается активное перераспределение собственности.

В целом процесс приватизации не может, как показывает опыт, опережать формирование самих собственников и соответствующих рыночных структур. Он должен опираться на серьезную подготовку, особенно в юридическом плане, проводиться последовательно и взвешенно. Приватизацию вообще нельзя воспринимать как «разовую» кампанию. В современных условиях, по мнению специалистов, приватизация, понимаемая в широком смысле, становится частью общеэкономического процесса поиска высокой эффективности. И с этой точки зрения она начинает выступать элементом нормального цикла развития смешанной экономики: в одной ситуации целесообразна частичная национализация, а в другой — прива-

тизация. Что же касается России, то здесь предстоит не просто воскрешать многоукладность экономики, разнообразие форм собственности и форм хозяйствования, а создавать это на качественно новом уровне, отвечающем современным требованиям. Задача государства при этом должна заключаться в стимулировании цивилизованных отношений собственности.

Многообразие форм собственности, т.е. её полиморфизм, как и эффективность приватизированных предприятий, могут быть достигнуты лишь в условиях конкуренции. **Конкуренция – это**, в психолого-экономическом плане, **стремление соперничающих субъектов собственности** (как коллективных, так индивидуальных) **к достижению адекватных экономических целей с помощью самостоятельно выработанных приёмов и методов, желание не только не отстать от своих конкурентов, но и превзойти их.** Конкуренция движет любым человеком не только в экономической, но и во всех других сферах его жизнедеятельности. Конкуренция позволяет собственнику:

- ✓ выбрать наиболее оптимальный вариант для размещения своих капиталов и условий их вклада в производство (коммерцию) с учётом принципа наименьших затрат;
- ✓ подобрать рациональные способы осуществления своей экономической деятельности;
- ✓ добиваться максимального содействия научно-техническому прогрессу и внедрению в собственное дело инновационных технологий;
- ✓ вытеснять с рынка предпринимателей, нерентабельно использующих свою собственность, увеличивающих стоимость своей продукции и (или) услуг;
- ✓ способствовать экономической и социальной стабильности общества посредством различных инструментов конкуренции (обеспечение максимальной производительности труда, снижения стоимости товаров для населения, уровень качества сервиса, эффективная реклама и т.п.).

В конце концов, от конкуренции выигрывает не только собственник, но и любой потребитель. Но для этого важно, чтобы конкуренция не срабатывала по принципу «человек человеку – волк». А это опять-таки во многом зависит от «правил игры», которые устанавливает государство, его административные и законодательные органы для соперничающих конкурентов. Любое подыгрывание

официальных лиц одному из соперников, делает весь процесс конкуренции необъективным и несправедливым.

На реальной практике отношений отразятся и психологические особенности конкурирующих субъектов. Если опять-таки вспомнить показанную выше типологию собственников на «захватчиков», «рационалов», «транжиров» и т.д., то можно предполагать их неадекватные реакции в ситуациях соперничества за приобретение имущества, производственных мощностей, земли и т.п. В работе с участием одного из авторов данной книги были рассмотрены два основных подхода в соперничестве: «мягкий» и «жесткий» [см. 36, с. 12-13]. Чуть-чуть изменив содержание сравнения двух подходов, вновь покажем обобщающую проблему (см. таблицу 6).

Таблица 6

Возможные варианты соперничества

| Критерии | Существующие альтернативы | |
|-------------------------------------|---|--|
| | Мягкий подход | Жесткий подход |
| Участники | конкуренты | противники |
| Цель | победа с перспективой сотрудничества | победа при полном подавлении |
| Задачи | -аргументация «за» и «против» -доказательство своего превосходства -завоевание авторитета и симпатий | -дискредитация оппонента -спец. подбор альтернативных фактов -признание непогрешимости и незаменимости |
| Средства и способы | с учетом этических и правовых последствий | «все средства хороши» |
| Тактика | -поиск и признание близких позиций -доверие во взаимовыгодных делах -возможность уступок по непринципиальным вопросам | -подчеркивание различий и противостояний -полное отсутствие доверия -никаких уступок |
| Общее отношение к оппоненту | равноправное противоборство | угрозы и давление |
| Общее отношение к окружающим | Свидетели, присутствие которых требует опоры на рациональные принципы соперничества | «наши» (мои) друзья и сторонники «врага», к которым надо относиться в соответствии с их статусом |

В мировой практике все более востребованным становится подход к соперничеству, не нарушающий цивилизованность и необ-

ходимость перспективы отношений между конкурентами. На это нацеливают многие международные правовые акты по борьбе с недобросовестной конкуренцией, о чем мы еще скажем ниже. Хотя, конечно, весьма часто желаемое не совпадает с реальностью.

ГЛАВА 3

ОБЩЕСТВО, ГРУППА, СОБСТВЕННОСТЬ

3.1. Может ли общество жить без эксплуатации

Важный вопрос о влиянии собственности на общественную и групповую психологию мы не случайно начинаем с анализа проблемы эксплуатации. Кардинальные сдвиги в функционировании социально-экономических систем всегда реализуются через изменение отношений собственности, что неизбежно сопряжено с трансформацией человеческой психологии. В этом аспекте большой интерес представляет феномен «эксплуатация», имеющий множество «ипостасей», среди которых в качестве обязательного присутствует, по мнению специалистов, социопсихологический, поскольку наличия/отсутствия эксплуатации во многом определяется психологическим (а не только сугубо материальным, денежным) восприятием. Подчеркнем, что именно здесь укоренился ортодоксальный подход, опирающийся на выработанный и привитый коммунистической идеологией тезис, который связывает эксплуатацию только с частной собственностью. Этот тезис использует в своих целях общинные традиции нации, сложившийся менталитет многочисленных слоев населения.

В отличие от российских ученых взгляды зарубежных экономистов и общественных деятелей немарксистского толка более однозначны. Как правило, они вообще не признают существования эксплуатации, в лучшем случае считая, что только до появления профсоюзов, установления минимальной заработной платы, отношения между предпринимателем и наемным рабочим действительно можно было квалифицировать как эксплуатацию. Но теперь на рынке совершенно иные отношения, регулируемые в интересах общества и его граждан, что «эксплуатация – это понятие, отягощенное демагогией».

Прежде чем дать анализ приведенных точек зрения, следует подчеркнуть важный положительный момент – это растущее понимание того, что данную проблему в современных условиях нельзя рассматривать с позиции не только XIX, но даже XX века. Слишком большие качественные изменения затронули все стороны социально-экономической жизни человеческого общества: характер труда, положение человека в системе экономических отношений, формы и структуру собственности, взаимоотношения человека и государства, государства и экономики... Опыт жизни мирового сообщества в послевоенные годы, особенно в конце XX века, неизмеримо расширил

панораму взглядов на различные явления, выявил их неоднозначность, «многоцветность», показал всю ошибочность (порой трагичность) пользования только черно-белым цветом для оценки того или иного явления в различных хозяйственных системах, доказал примат общечеловеческих, а не классовых ценностей.

Удалось ли избежать эксплуатации, уничтожив частную собственность, как это было в «социалистических» странах? Да и что, собственно, понимать под эксплуатацией в современных системах общественного хозяйства?

Что касается первого вопроса, то опыт развития нашей страны дал исчерпывающий ответ на него. Упрощенное, а порой и примитивное понимание «социализма», желание побыстрее увидеть «конечный результат» привел к самым трагическим итогам. Сплошное искоренение частной собственности, в том числе и основанной на собственном труде, насаждение государственной собственности не устранили эксплуатации, но изменили ее характер. Эксплуатация человеком человека сменилась эксплуатацией населения государством, его бюрократическим аппаратом. Больше того, был сделан огромный шаг назад – к системе внеэкономического принуждения к труду, носящей явные признаки феодализма («крепостное право» в деревне) и даже рабства (ГУЛАГ²). Масштабы такой эксплуатации были огромны.

Отсутствие частной собственности не только не устранило эксплуатации, но неизмеримо утяжелило ее тем, что сделало возможным ее реализацию архаичными методами путем угнетения человеческой личности.

В целом проблема эксплуатации нуждается во всестороннем анализе, что позволяет преодолеть укоренившийся в отечественной литературе догматизм и снять многие сложности в процессе перехода страны к социально организованному рынку, к смешанной экономике. Здесь же отметим, что, несмотря на все различия в понимании явления эксплуатации, они свидетельствуют, во-первых, о том, что существующая долгое время идеологизированная трактовка эксплуатации, когда сущность последней рассматривалась исключительно через призму классовых интересов, постепенно, по мере трансформации индустриального общества в постиндустриальное (в условиях его демократического устройства), сдвигается в сторону исходного значения термина: эксплуатация ведь означает использование, извлечение выгоды.

² ГУЛАГ – главное управление лагерей в советское время

Во-вторых, эксплуатация, в этом своем понимании, выступает обязательным и важным инструментом функционирования социально-экономических систем, но, подчеркиваем, инструментом специфическим, ибо его нельзя отнести к сугубо экономическим. Он имеет социальную и психологическую окраску, выступая то в явной, острой форме, то в затушеванной, сглаженной, отражая, тем самым, неадекватность или адекватность меры и методов извлечения выгоды и ее распределения уровню развития факторов производства.

Тот факт, что эксплуатация выступает не только экономическим, но и социопсихическим феноменом, может хорошо проиллюстрировать положение, когда один человек (или группа лиц) извлекает свою выгоду в какой-либо экономической или административной структуре за счет других людей. Это может осуществляться в связи с занимаемым постом или должностью (яркий пример – слово «дармоед», характеризующее должности, на которых, по мнению окружающих, ничего не делая, можно получать высокую зарплату). Возможна эксплуатация других в тех случаях, когда индивид экономит свои собственные силы, надеясь, что за него «поработают» другие, когда он злоупотребляет собственной незаменимостью и т.п.

Стоит напомнить, что в микроэкономике существует понятие *оппортунистическое* поведение, которым **«называется поведение индивида, уклоняющегося от условий соблюдения контракта с целью получения прибыли за счет партнеров**. Оно может принять форму вымогательства или шантажа, когда становится очевидной роль тех участников команды, которые помыкают другими. Используя свои относительные преимущества такие члены команды могут требовать для себя особых условий работы или оплаты, шантажируя других угрозой выхода из команды» [54, с.422].

То, что эксплуатация может и должна рассматриваться в качестве психолого-экономического феномена, показывают не только приведённые характеристики людей, являющихся по своему складу «эксплуататорами», хотя и не имеющих соответствующего статуса. Не менее значимы и особенности личности собственника – «эксплуататора». В данном случае речь идёт о некоторых качествах собственника, которые обуславливают его неуёмную потребность использовать энергию и возможности других людей не только и даже не столько ради получения материальных дивидендов, но и для собственного возвеличения. В некоторых случаях такие «эксплуататорские» свойства могут принимать даже извращённый, патологический характер, близкой, так сказать, к экономическому садизму. «Эксплуатация не обязательно носит садистский характер; она может осуществляться просто ради выгоды. В садистской эксплуата-

ции выгода также может приниматься во внимание, но часто она иллюзорна и абсолютно непропорциональна тому аффективному отношению, которое вкладывается в её осуществление. Для садиста эксплуатация становится разновидностью страсти, на которую он имеет право. Главным становится переживание торжества от использования других людей. Специфически садистская окраска этой страсти проявляется в средствах, используемых для эксплуатации» [96, с.146).

Таким образом, уверенно можно говорить, что характер эксплуатации других нередко будет детерминироваться личностными качествами собственника. Точно так же, по-видимому, встречаются люди альтернативного типа, для которых элементы эксплуатации воспринимаются как вполне законные и естественные, как безусловное проявление прав «господина». В таком случае может даже не возникать никаких негативных чувств к субъекту эксплуатации, а, напротив, культивироваться чувство благодарности своему «добродетелю» за любые «крохи от барского пирога». Стоит напомнить читателю, что подобного рода примеры нередко встречаются в русской литературе, отражающей характер взаимоотношений между людьми в эпоху крепостного права. Помещик – собственник и эксплуататор – нередко воспринимался «объектами своей собственности» - крестьянами – в качестве милостивца и благодетеля. Рецидивы подобной психологии и с той и с другой стороны, по-видимому, встречаются и сегодня.

Явление эксплуатации всегда предполагает оценку ее меры как на уровне всего общества, так и с точки зрения отдельного работника. Как правило, работник психологически настроен на то, что его «эксплуатируют», если ущемляются его экономические интересы, нормальные условия воспроизводства рабочей силы, жизнедеятельности его самого и его семьи. Такой аспект понимания этого явления превалирует в зарубежной экономической литературе. Обычно считается эксплуатацией выплата работникам меньшего вознаграждения, чем они должны были бы действительно получать. Интересно заметить, что подобная самооценка возникает и при отсутствии наемного труда как такового, о чем свидетельствует появившийся в ходе реформирования нашего общества термин «самоэксплуатация». Он отражает факт получения лицами, занимающимися индивидуальной трудовой, кооперативной, фермерской деятельностью (без привлечения наемного труда), дохода меньше ожидаемого по сравнению с произведенными ими затратами средств и труда из-за грабительской налоговой и ценовой политики государства. Следовательно, для осознания наличия эксплуатации необходима не

только констатация изъятия части созданного трудом работника продукта, но и осознание им самим того, что данный акт противоречит достижению основных целей, которые ставит перед собой индивид. Именно в этом моменте более всего проявляется психологический аспект эксплуатации.

Говоря о проблеме эксплуатации в российском масштабе, нельзя не обратить внимание на такой специфический момент. Есть так называемые «государевы люди» - чиновники, которые не являются владельцами частной собственности, но в чьих руках находятся какие-то «нити» распоряжения государственной, совместной или индивидуальной собственностью. Занимая командные или даже незначительные посты в системе административного управления, они могут присваивать долю создаваемого другими людьми богатства, явно превышающую их реальный вклад в общие результаты труда. Более того, они могут обеспечиваться очень большими окладами и обладать значительными правами и привилегиями, выполняя «минимум» социально значимых функций и, возможно, осуществляя такую «деятельность», которая реально мешает повышению эффективности и производительности общественного труда, динамике экономического развития регионов или даже в целом страны.

Взяточничество, распространенное в некоторых кругах государственных и муниципальных чиновников, их стремление «порадовать ближнему», кумовство, клановость и т.п., - все это негативно влияет на общую результативность производства, способствует присвоению незаработанных и незаслуженных дивидендов. А ведь это и есть эксплуатация, причем эксплуатация огромной массы работников умственного и физического труда, которые, согласно всем правовым положениям, являются владельцами или совладельцами частной или совместной собственности.

Осознание эксплуатации как чрезмерного отчуждения созданного продукта связано и с международными критериями – сопоставлением со стандартами жизни, оплаты труда, производственными и социальными условиями для тех же категорий работников в других странах. Последнее особенно проявляется при повышении открытости государства, информированности населения. Яркий пример тому служит бывший СССР, когда информация лишила всяких иллюзий трудящихся и другие слои населения относительно их экономического положения, уровня и качества жизни.

Развитым странам в настоящее время присущ высокий уровень рыночной инфраструктуры, хорошо отлаженное и действенное антимонопольное законодательство, способствующее усилению

конкурентных начал в современной рыночной экономике. Кроме того, проявляются возможность смены сферы деятельности (в том числе возможность заняться и предпринимательском), достаточно быстрый перелив капиталов и т.д., что в целом создает благоприятные условия для достижения весьма высокой степени выравнивания доходов в соответствии с предельными вкладами в результаты производственного процесса. Поэтому и проблемы эксплуатации стали сегодня в развитых странах гораздо менее актуальными, чем 100 лет назад.

Однако проблема эксплуатации, понимаемая как присвоение неоплаченного труда, остается весьма острой в экономически отсталых странах и странах, осуществляющих переход к рыночной экономике, где сильны монопольные структуры и тенденции, недостаточны объемы функционирующих капиталов, затруднен их перелив, а также свободное движение и экономическое равнозначие всех других факторов производства. Число таких стран в мировом хозяйстве пока еще явно преобладает. Но для относительно немногих развитых стран мира в известной мере можно констатировать все большее перемещение эксплуатации из непосредственной сферы производства во вторичные внепроизводственные формы, осуществляемые через процесс распределения вновь созданной стоимости, различных доходов участников производства.

Постепенный переход к цивилизованным формам и степени эксплуатации сопряжен с процессом формирования демократического общества, предполагающего наличие экономических и политических механизмов, позволяющих разделять и реализовывать частные, групповые и общественные интересы путем результативного волеизъявления в рамках частной, групповой и общественной собственности». Механизм институционального согласования интересов возможен и свойственен именно демократическому обществу. Предпосылки возникновения этого являются и социально-психологическими факторами: во-первых, реальная легитимно оформленная возможность выражения различных интересов, и, во-вторых, наличие в массовом сознании понимания необходимости согласования этих интересов, а не довлеющего стремления любой ценой достичь своей цели. Ибо возможность для изменения всей системы социально-экономических отношений, а значит, и отвечающих им регуляторов человеческой деятельности, определяется, главным образом, тем, созрел ли для перемен человек во всей полноте его социально-культурных и психологических характеристик.

Для снижения степени эксплуатации в сфере производства необходимо согласованное взаимодействие, компромисс трех основ-

ных сил: предпринимателей, трудящихся, государства. В области потребления требуется привлечение более широкого круга носителей интересов, например, обществ потребителей, квартиросъемщиков, «зеленых».

В обществе, где каждый человек рассматривает материальные интересы как основные, любое ущемление таковых естественным образом воспринимается им как эксплуатация; там же, где интересы не привязаны столь жестко к материальным целям, эксплуатация естественно перестает существовать как значимый элемент социальных отношений. Преодоление эксплуатации станет длительным процессом, сложность которого обусловлена прежде всего инертностью человеческой психики.

Читатель понимает, что полное «преодоление эксплуатации» – это скорее идеалистическое желание, чем реальность, даже для постиндустриальной стадии развития общества, которое (общество) получило еще и такое название, как информационное общество. Скорее речь может идти о:

- сокращении (устранении) нецивилизованных форм эксплуатации;
- появлении новых форм эксплуатации, свойственных информационному обществу;
- возможности преодоления эксплуатации для отдельных групп и слоев населения.

Полное преодоление эксплуатации невозможно именно потому, что это, как уже подчеркивалось, социопсихологическое явление, феномен сознания.

В этой связи есть и другое видение проблемы преодоления эксплуатации. Эксплуатация обусловлена не самим фактом отчуждения у производителя части его продукта, неизбежным при любой форме общества; она существует там, где такое отчуждение воспринимается работником как поправление его материального интереса. Там же, где интересы не определяются главным образом материальными обстоятельствами, эксплуатация преодолевается как значимый элемент социальных отношений. В основном, это касается людей творческого труда. По мнению специалистов, экспансия такого психологического фактора, как творчество способствует преодолению эксплуатации. В современных условиях она устраняется не столько по мере привнесения более «справедливых» принципов в систему распределительных отношений или передачи средств производства в собственность работников, сколько в соответствии с изменениями мотивационной структуры деятельности.

С распространением творческой активности становится все более очевидным, что деятельность, целью которой выступает не только присвоение материальных благ, а самосовершенствование личности, не может быть эксплуатируемой в том смысле, который вкладывается в это понятие в экономическую эпоху. Роль сущностных, креативных сил человека усиливается в современном обществе. Стремление выразить себя не только в свободное время, не только в качестве субъекта потребления, но в первую очередь в качестве создателя новых процессов, благ и продуктов становится одним из наиболее важных проявлений творческой деятельности в современном мире. С расширением творческой мотивации такие работники воспринимают свою деятельность как подлинно свободную, что в значительной мере способствует преодолению эксплуатации как субъективного в своей основе феномена, поскольку творчество не подвержено эксплуатации в ее традиционном понимании. При этом важно подчеркнуть, что это возможно только при должном удовлетворении материальных потребностей, т.е. когда материальные потребности не доминируют над системой человеческих ценностей и мотивами деятельности людей.

До тех пор, пока люди ориентированы на производство и присвоение максимально возможного количества материальных потребительских ценностей, любое препятствие на пути достижения этой цели будет восприниматься ими как эксплуатация. Однако если структура потребностей изменяется таким образом, что собственно экономические мотивы перестанут быть доминирующими, характер активности может быть кардинальным образом преобразован. Человек, достигший уровня материального потребления, который он считает достаточным для себя, начинает связывать свои главные цели в первую очередь с совершенствованием собственной личности. Подчеркнем, что эта закономерность согласуется со всемирно известным исследованием А.Маслоу. Говоря о выходе за пределы эксплуатации в социопсихологическом аспекте, а это касается работников, реально движимых в своих поступках мотивами и стимулами самовыражения и самосовершенствования, следует отметить, что такие составляют явное меньшинство даже в современном обществе. Этот момент увязывает воедино экономические проблемы собственности и эксплуатации с психологическими проблемами личности.

Общий анализ взаимосвязи собственности и эксплуатации подводит к ряду обобщающих выводов.

1. Существующая долгое время идеологизированная трактовка эксплуатации, когда её сущность рассматривалась исключительно через призму классовых интересов, постепенно, по мере

трансформации индустриального общества в постиндустриальное сдвигается в сторону значения термина: эксплуатация – извлечение выгоды.

2. Понятие эксплуатация нельзя «привязывать» только к одному какому – либо виду собственности, например, частная, а необходимо рассматривать как атрибут, принадлежность экономических отношений в целом, поскольку присвоение доли труда непосредственных производителей осуществляется на любых предприятиях – государственных, частных, кооперативных и т.п.

3. Понятие эксплуатация, кроме своего основного экономического «показателя» - размер выгоды обязательно включает свой психологический эквивалент – восприятие данного «размера» субъектом и объектом эксплуатации. В частности, «объект» – работник психологически настроен на то, что его «эксплуатируют», если его не удовлетворяет размер зарплаты, если ему кажется, что ущемляются его экономические интересы, если ему не создаются нормальные условия труда и восстановления затраченной энергии, если он не может на свой заработок обеспечить нормальное существование семьи и т.д. и т.п.

4. Социально – психологический характер эксплуатации показывает и возможность отдельных индивидов, казалось бы равноправных и равнозначных членов «команды», получать незаработанную выгоду за счет энергии и усилий своих партнеров. Данный феномен в экономике имеет свое название – оппортунистическое поведение и наполняется разным содержанием: от простого уклонения от реализации своих функций до шантажа и вымогательства льгот и привилегий.

5. Психологические особенности эксплуатации проявляются и в особенностях личности собственника – эксплуататора, который может или «мягко», «доброжелательно», «тактично» «высвободить» свои прибыли из эксплуатируемых или же может «давить» на них со всеми своими садистскими наклонностями.

6. Преодолению психологического понимания эксплуатации может более всего обеспечить включение личности в такую производительную деятельность и такое её психологическое мотивирование, когда она воспринимает выполнение закреплённых функций как проявление своего творчества, как развитие своих способностей, как свои самовыражение и самоактуализацию.

Самый главный для данного раздела книги вывод заключается в том, что эксплуатация присуща разным формам владения и управления собственностью: и частной, и государственной, и материаль-

ной, и интеллектуальной. Отсюда, не сама эксплуатация, а особенности ее использования должны выступать основным критерием расслоения общества. Мелкий собственник, привлекающий к своему делу нескольких сотрудников и вместе с ними, «одной семьей», стремящийся развивать свой бизнес, вряд ли будет «эксплуататором». То же можно сказать о крупном предпринимателе, особой заботой которого становится социально ответственный бизнес.

3.2. Собственность в менталитете народов

Разбираясь в вопросе соотношения собственности и эксплуатации, мы выяснили, что «эксплуатация» как получение прибыли, характерна для экономики всех времен и народов, естественно, некоторым образом варьируясь в пределах конкретных форм собственности. Столь же интересным может оказаться и вопрос об этнической специфике отношения людей к собственности: или ментальность разных народов в данном вопросе одинакова, или же совершенно различна, или можно найти в конкретных позициях и сходства, и различия. Скорее всего, жизнеспособен и сегодня последний вариант.

О возможном своеобразии этнического отношения к собственности говорит уже тот факт, что Адам Смит назвал свое классическое экономическое произведение «О природе и причинах богатства народов». Данным названием он как бы подтверждал, что эта природа и эти причины могут быть совершенно неодинаковыми. Не менее существенным является факт, что русский ученый С.Е.Десницкий, слушавший в начале 60-х годов XVIII века лекции А. Смита в Глазговском университете по нравственной философии, в 1871 году выпустил в свет свою работу «Юридическое рассуждение о разных понятиях, какие имеют народы о собственности имущества в различных состояниях общежития». В ней он выделил четыре состояния народов: 1) живущие *ловлей* зверей и питающихся *плодами саморождающимися* на земле; 2) состояние народов, живущих скотоводством или *пастушеское*; 3) *хлебopашественное*; 4) *коммерческое*.

Если кратко резюмировать суждения С.Десницкого, то они заключаются в следующем.

1. У народов, находящихся в первом состоянии, не было раздельного владения вещами, а отсюда и различие «твое» и «мое» было для них мало вразумительным. Любая вещь, находящаяся во владении одного «хозяина» некоторое время и утерянная им, уже никак не принадлежала ему, если данную вещь находил и использо-

вал дальше другой человек. При этом у потерявшего не возникало никаких обид.

2. В состоянии пастушеском представители народа начинают владеть большим множеством вещей, более прочных и долговременных, чем в первом случае. Поэтому люди начинают понимать значение частного владения не только для себя, но и для других. Но на данном этапе развития этносов не наблюдается какой-либо собственности на землю, поскольку «пастушество» связано с кочевым образом жизни, когда скот пасется на «общей» земле и нецелеобразно её деление.

3. Развитие хлебопашества приводит к тому, что человек находит себе постоянное место жительства. В первоначальном таком состоянии, когда вокруг много земли, люди обрабатывают её где хотят и сколько хотят в силу своих возможностей. Но в конце концов долговечность и драгоценность земли воспитывает в человеке чувство собственника, рождает в нём пристрастие к собственности.

4. В состоянии коммерческом, когда между людьми в одном этносе и между представителями разных этносов возникает обмен всевозможными товарами, право собственности получает большую силу из-за следующих обстоятельств: а) от введения многих новых собственности в разных вещах, б) оно увеличивается от преумножения в народах просвещения нравов, в) напоследок данное право получает большую силу от возросшего понятия общепольности, происходящей от утверждения собственности.

Суждения С. Десницкого выводят на интересные размышления. С психологической точки зрения становится понятным, что позиции людей по отношению к собственности будут обладать определенной ступенчатостью у представителей разных этнических групп. То, что одни люди не приемлют собственность и спокойно «отчуждают» ее у других вполне может являться не личностной ущербностью, а впитанными в кровь этническими традициями, которые, в свою очередь, порождены историческим состоянием народа. Приведенная выше типология собственников - от «захватчиков» до «ниспровергателей» - в таком случае в какой-то мере отражает этапы развития отношения к собственности в разных обществах. С другой стороны становится ясным, что в полиэтнических регионах, даже при одинаковом правовом обеспечении, реальные подходы к собственности могут зависеть и от веками практикуемого образа хозяйствования, и от сложившихся обычаев. О том, насколько могут различаться этнические традиции отношения к собственности, может свидетельство-

вать положение с землепользованием в дореволюционной России. «Общий процент общинных землевладений в Великороссии к началу XIX века колебался от 98% (в северных и восточных регионах) до 89% (в южных и западных районах), примерно такой же он был в Восточной Армении – 86%, относительно высок он в Бессарабии – 77%, зато в Белоруссии и Левобережной Украине он равен приблизительно 35%. В Грузии и Литве, у финского населения Российской империи он равен нулю. Таким образом, степень соседства, близость общения, стиль правительственного вмешательства весьма незначительно сказывались на таком существенно важном факторе жизнедеятельности народа, как характер землепользования» [50, с.23].

В мировой практике (и не только в России) существовала масса примеров, когда отношением к собственности со стороны одного этноса в своих корыстных целях пользовались представители другого народа. Вот два интересных взаимосвязанных факта, которые на данный счёт приводят два учёных из совершенно разных поколений и представляющих разные народы. Тот же С.Десницкий рассказывает о первых контактах американских индейцев (кстати, ярких представителей народов, находящихся в первом выше обрисованном состоянии) с белыми представителями Старого света. «Когда Колумб впервые прибыл к американцам, то они испанцам невозбранно позволяли брать и употреблять у себя всё, что ни было у них; но когда американцы равным образом стали брать у испанцев, что им нравилось, и встречены были с явным отказом им во всём, то они такому с ними поступку не могли довольно надивиться и почли такое обхождение крайне странным и неслыханным прежде в их отечестве». Позиция собственника из «коммерческого» народа была для них необъяснима и, естественно, несправедлива.

Основатель кибернетики – американский математик Н. Винер – показал другую «несправедливость» на примере индейцев и белых американцев. «Индейцы как народ, занимающийся охотой, не имели понятия о земле как о частной собственности. Для них не существовало такого владения, как владение помещьем, наследуемым без ограничений, хотя они и имели представление об охотничьих правах на определенной территории. В своих договорах с поселенцами они хотели предоставить им охотничьи права, и обычно это были не исключительные права на известные районы охоты. С другой стороны, белые полагали – если мы дадим их поведению самое благоприятное толкование, какое можно дать, - что индейцы передают им право на владение поместьями, наследуемыми без ограничений. В этих обстоятельствах не могло быть и действительно не было даже подобия справедливости» [18, с.107-108].

Чтобы вникать в детали и нюансы подобных обстоятельств, надо знать этнопсихологию народа, а она специфична в каждом конкретном случае. Но без учета соответствующего фактора нельзя понять и своеобразие отношения граждан некоторых стран и особенно их этнических групп к собственности.

Если обобщенно представить те реалии, которые будут определять особенности отношения этносов к собственности, то это, по нашему мнению, могут быть:

- ***характер нормативно-правовых документов*** (Конституция, законы, подзаконные акты, распоряжения правительств), закрепляющих и регламентирующих отношения собственности в данной стране (так в Конституции США установлено право собственности и право на неприкосновенность жилища, в Конституции Германии право собственности и свобода наследования, а так же право на неприкосновенность жилища, в Конституции Японии явно прослеживается общинный аспект собственности (статья 29): «Право собственности определяется законом, с тем, чтобы оно не противоречило общественному благосостоянию. Частное имущество может быть использовано в публичных интересах за справедливую компенсацию»);
- ***превалирующие специфические виды хозяйственной деятельности*** (в приведенном выше примере Н. Винера индейцы – охотники своеобразно относились к охотничьим правам на определенную территорию; могут быть своеобразные черты пользования земельной собственностью у земледельцев, скотоводов, рыболовов и т.п.);
- ***установившиеся национальные традиции*** владения и распоряжения собственностью;
- ***преобладание в обществе (этнической группе) индивидуалистических или коллективистических (общинных) установок*** (в последнем случае больше предпочитают общие (долевые и совместные) формы собственности), о чём мы скажем на примерах из жизни русского народа;
- ***понимание значения собственности (в частности на землю) для сохранения самобытности*** своей этнической группы (ее легче реализовать на собственной земле);
- ***понимание значения характера отношений собственности для установления межэтнических контактов***

(можно пойти на определенные уступки другим этническим группам, если связи с ними целесообразны и выгодны);

- **религиозные установки и позиции**, определяющие как отношение к богатству и бедности, так и материальные «эталонные» богоизбранности и возможности в «надлежащем» виде явиться после смерти на божественный суд.

Таким образом, этнические аспекты собственности так или иначе будут проявляться в практике социальной жизни, поэтому их необходимо знать не только в общем плане, но и в конкретных деталях. Если брать российский масштаб, целесообразно сразу же понять, что «этническое» здесь будет проявляться в разных вариантах и соответственно всякий раз требовать специфических способов решения.

Во-первых, этническое – это сложившийся менталитет *русского* народа по отношению к собственности. Общеизвестно, что исконное выражение такого отношения к собственности – это общинное землевладение, и соответствующие стереотипы и традиции могут вступить и вступают в противоречие с определёнными установками рыночной экономики и частной собственности. Страна, в которой свыше 80% русского населения и в которой аграрный сектор на многих территориях русской земли находится в кризисном состоянии, не может не заострять внимание на данном варианте «этнического».

Во-вторых, в России этническое – это *аборигенное*, т.е. выражающее интересы «коренных», «малых» этносов, которые числом выше ста населяют нашу страну, имея опять-таки специфические позиции по отношению к собственности. Можно сказать, что приведенные выше положения С. Десницкого нередко выступают в стране в своих наглядных проявлениях. Свои подходы, например, к собственности на землю имеются у горских народов Кавказа, где каждая её пядь на учёте. У «детей» тайги – тофаларов, у китобоя Аляски, у степняков бурята, калмыка, хакаса и т.д. – у разных этнических групп свои приоритеты в отношении к собственности. И их нельзя не учитывать для успешного развития данных этносов хотя бы в традиционных видах хозяйственной деятельности.

В-третьих, для нашей страны этническое – это «*миграционное*», т.е. касающееся десятков, а то и сотней тысяч мигрантов, хлынувших в Россию из разных государств – бывших республик СССР, а также из Китая, Кореи и т.п. С одной стороны, мигранты естественно приносят в отношения собственности своеобразные мерки и традиции, сложившиеся в зависимости от «состояния», законов, тра-

диций своих народов. С другой стороны для государства, принявшего мигрантов, встают проблемы: в какой мере и на каких условиях их можно наделять собственностью? Какими экономическими средствами укреплять их лояльность и законопослушность на новой родине? Эти и другие вопросы для многих регионов России нельзя считать праздными.

В-четвёртых, этническое для россиян – это *проблемы со-вместных* с зарубежными собственниками *предприятий*. Здесь высвечиваются две проблемы. С одной стороны, российский менталитет формирует негативное отношение к иностранной собственности в России. По данным уже цитированного исследования ИКСИ РАН 2005 года, 54% россиян являются противниками наличия какой-либо собственности на территории России у иностранных граждан и 55% отрицают такую возможность для иностранных фирм. Перспективы существования в России иностранных компаний положительно оценивает только пятая часть даже от числа респондентов, поддерживающих существование в стране иностранного бизнеса [см. 111]. С другой стороны, такое отношение к иностранной собственности сказывается на формировании уважения к частной собственности и труду у «новоявленных» русских и «заморских» хозяев со стороны сотрудников совместных производств. Интенсивность труда, которую устанавливают новые хозяева, зачастую воспринимается привычными к простоям и перекурам российскими рабочими в качестве антигуманной капиталистической эксплуатации. Соответственны и реакции к собственности таких людей – ею не дорожат и даже способствуют уничтожению.

Наконец, **в-пятых**, этническое для русских людей и граждан развалившегося СССР – это «*бывшее советское*», иначе говоря, те общие идеологические установления, которые «въелись» в психику и становятся преградами и барьерами в овладении людьми реалиями рыночной экономики. Это то, что объединяет многих бывших жителей «великого и могучего» и, наоборот, разделяет большинство из них с гражданами из цивилизованных стран. Конкретно, к ним можно отнести установки по отношению к собственности, богатству и бедности, характерные для социалистического мировоззрения. Весьма колоритно общие тенденции по отрицанию частной собственности у российских народов обрисовал С.Л. Франк: «В России частная собственность так легко, почти без сопротивления была сметена вихрем социалистических страстей... потому, что слишком слаба вера в правду частной собственности, и сами ограбляемые собственники, негодуя на грабителей по личным мотивам, в глубине души не верили в свое право, не признавали его «священности», не

чувствовали своей обязанности его защищать, более того, втайне были убеждены в нравственной справедливости целей социалистов» [75, с. 311].

Установки подобного рода живучи в сознании представителей прежде всего старшего поколения из разных этносов. Они могут внешне не замечаться, но они всё равно через спонтанные и целенаправленные влияния взрослых пускают свои корни даже в сознание поколения, родившегося в иные времена.

Чтобы не быть голословными, обратимся к одному интересному кросскультурному исследованию, проведённому в 12 странах. При интервьюировании детей и подростков трёх возрастных групп (8, 11 и 14 лет) был использован один и тот же метод, одни и те же вопросы, разработанные группой психологов, экономистов и социологов. Обнаружено, что развитие понимания экономических процессов (таких, как банковское дело или рентабельность) соответствует общей модели когнитивного развития, однако объяснения богатства и бедности формируются культурой и довольно стабильны по отношению к возрастным группам в каждой стране. Например, в Израиле, в высшей степени индивидуалистическом обществе (вне кибуца), 76% всех ответов относились к индивидуальным качествам (8 лет: 74%, 11 лет: 72%, 14 лет: 81%) и 3% - к существующей системе (4%, 3% и 3% соответственно). Напротив, в Югославии, где даёт о себе знать наследие социализма, 37% объяснений были человекоцентрированными (20%, 47%, 43%), в то время как 49% относились к социально-структурным факторам (60%, 47%, 41%) [23, с.30].

Сегодня трудно без компетентных исследований дать ответ, в какой мере и какие конкретно экономические взгляды социалистического периода проявляются и ещё будут проявляться в разных возрастных группах российского общества, так или иначе влияя на процессы преобразования страны.

Содержание экономического сознания граждан любой страны, в том числе России, нельзя рассматривать вне определенных религиозных установок. Это обуславливается тем, что до советской власти большинство населения России исповедовало какую-либо религию: христианство, буддизм, ислам, иудаизм или же отличалось мистическими взглядами, как, например, в шаманизме. Сложившиеся религиозно-нравственные стереотипы, так или иначе, влияли на повседневные отношения людей к богатству и хозяйствованию. И вряд ли они в полной мере вытравлены из сознания воинственной идеологией атеизма, поскольку их «завуалированные инварианты» передавались от поколения к поколению. Знать религиозные уста-

новки, связанные с собственностью, важно, чтобы взять на вооружение то лучшее в них, что поможет формировать психологию истинного собственника. Ведь в основных религиозных конфессиях так или иначе затрагивались отношения и бога, и человека к собственности и богатству, к их нравственно – психологическим основам. Тем более, что слова «бог» и «богатый» в русском языке едины по своему происхождению: от общеславянского «богъ» – достояние, счастье, доля, участь. Однокоренным является и слово убогий – в первоначальном значении – «лишенный богатства, бедный». Поскольку шаманизм не имел письменно зафиксированных и, что важнее, массово признаваемых этнических стереотипов по рассматриваемым вопросам, мы остановимся в качестве примера на основных конфессиональных канонах по проблеме собственности.

3.2.1 Христианство

Христианство не обходило стороной проблем обладания земными благами, и, наверное, воспринималось людьми как религиозное учение, приближенное к жизни. Ветхий и Новый заветы исходят из факта обладания людьми частной собственностью. Она находится под защитой нравственного закона, и правовые нарушения подлежат наказанию. Седьмая заповедь гласит: «Не укради!» Этот запрет носит настолько категорическую форму, что содержащаяся в нем норма не подлежит обсуждению или толкованию. Она распространяется не только на предметы потребления, но и на все блага, подпадающие под категорию собственности. Точно так же в десятой заповеди любой думающий и верующий человек узреет недопустимость домогательства чужого добра: «не пожелай дому ближнего твоего, ни села его, ни раба его, ни вола его, ни осла его, ни всего, елика суть ближнего твоего».

Богатство само по себе не может быть препятствием к святости. Поэтому в Ветхом Завете, когда описывается жизнь патриархов, упоминается их состояние, нередко достаточно большое. В качестве примера можно привести праведного Иова. Перечисление несметных богатств Иова позволяет сделать вывод, что он был весьма небедным человеком. Но Иов владел своим богатством, как бы получив его из рук Божиих, и жил всегда готовый дать отчет Богу о владении этим богатством. Иов был своему богатству хозяином. Но в жизни нередко бывает, что богатство владеет своим хозяином, как, например, история некоего евангельского юноши, который, услышав призыв на апостольское учение и раздав свое имение нищим, сильно опечалился, потому что умножение богатства и доставляло его сердцу радость.

В Библии нет ни одного указания на порочный или предосудительный, с точки зрения нравственности, характер собственности как основания для ее отмены или, по меньшей мере, ограничения влияния. Даже указание, согласно которому землевладения в каждый пятидесятый юбилейный год подлежат возврату первоначальным владельцам, направлено против концентрации землевладения, а не вообще против собственности на землю. В Ветхом завете встречаются многочисленные свидетельства, в которых акцентируется внимание на обязанности тщательно обрабатывать землю, заботиться о многодетных семьях. В том же духе выдержаны некоторые притчи Иисуса, например о работниках в винограднике, о талантах, полученных человеком и подлежащих приумножению. Если же говорить о реальном воплощении принципа милосердия простыми людьми, то нельзя забывать, что столь настоятельно внушаемая обязанность оказания всяческой помощи бедным может быть реализована только при наличии права распоряжаться конкретными имущественными благами.

Богатство людей, согласно христианству, может быть проверено на нравственность прежде всего через способность в нужный момент и ради высоких целей отказаться от него. Христос призывает богатого юношу, пожелавшего быть «совершенным» и исполнявшего все заповеди, продать, что тот имел, и раздать нищим, чтобы последовать за Ним. Заповедь христианской любви к ближнему в таком случае предстает как нравственное обязательство поделиться имеющимися благами и, прежде всего, с нуждающимися и страждущими. Уже в первых христианских общинах подбирались специальные люди (диаконы), обязанностью которых было постоянно оказывать помощь бедным и сирым. Вместе с тем христианство не вводит бедность в число непреходящих добродетелей. Бедность не есть ценность сама по себе. Ее преимущество заключается не в отказе от собственности, тем более, что каждый должен нести в жизни свой крест, а в обретаемой свободе, в неделимости трудов во имя созидания Царствия Божия.

Иначе обстоит дело с богатством: «Удобнее верблюду пройти сквозь игольное ушко, нежели богатому войти в Царствие Божие». Матфей повествует, что, услышавши это, ученики «весьма изумились» и усомнились, «кто же может спастись». На что Иисус отвечал: «Человекам это невозможно, Богу же все возможно». Здесь объясняется следующая двойственность. С одной стороны, Иисус не покушается на седьмую заповедь, т.е. на святость собственности и право людей жить без любого её отчуждения. С другой стороны, он опасается, что богатые могут отдать свою душу исключительно ма-

териальным благам, лишившись тем самым своего спасения (вхождения в Царствие Божие). Христос обеспокоен тем, что обладание большими материальными благами ожесточает сердца людей, развивает алчность и эгоизм, возводит барьеры для общения с Богом, которые зачастую оказываются непреодолимыми.

Антон Раушер – немецкий исследователь в своей работе рассматривает понятия частной собственности, экономического блага, соотношение бедности и богатства в современном обществе с позиций христианского мышления. Некоторые его мысли уже использованы в данном разделе. Обобщая христианский подход к собственности в доиндустриальном обществе, Раушер считает, что он включает в себя следующие идеи (см. 73, с. 19-20):

1) обладание материальными благами ожесточает сердца людей, развивает алчность и эгоизм, возводит барьеры для общения с Богом, затрудняя, а то и делая невозможным их преодоление;

2) богатство нередко упоминается в тесной связи с эксплуатацией и притеснением ближнего;

3) заповедь христианской любви к ближнему рассматривается как обязательство поделиться собственными материальными благами, в особенности с нуждающимися и страждущими;

4) в следовании Христу особо акцентируется внимание на отказе от обладания частной собственностью и добровольной бедности.

Но отмечая подобные позиции христианства, автор резюмирует, что в современном мире догматизм в данном вопросе неприемлем. «Частная собственность – не охранный грамота для личного обогащения, она призвана в первую очередь служить людям труда. Структура частной собственности должна обеспечивать общую предназначенность земных благ. Только через служение делу справедливости и солидарности, через содействие удовлетворению потребностей в социальной структуре частной собственности может снискать себе уважение как структура свободы» [там же, с.60-61].

Своим «взвешенным» отношением к институту собственности отличаются и официальные христианские деятели. Для примера можно привести суждение римского Папы из энциклики 1987 года: «Необходимо еще раз напомнить этот необычный принцип христианской доктрины: *вещи этого мира изначально предназначены для всех*. Право на частную собственность имеет силу и необходимо, но оно не аннулирует значения этого принципа. Действительно, над частной собственностью довлеет социальный долг, то есть, она несет в

себе, как свое внутреннее свойство, социальную функцию, основанную как раз на принципе всеобщего предназначения имеющегося добра» [цит. по 34, с. 142].

Но существующее неоднозначное отношение к частной собственности в «светском мире» проявляется и в религиозных течениях. В разных «ветвях» христианства в зависимости от культурных и этнических особенностей народов существовали специфические проявления отношения к материальным благам. К примеру, исследователи фиксируют следующие критерии «богоугодности», т.е. очевидного факта спасения души человека, с точки зрения католицизма (протестантского направления) и православия.

Протестантизм (с XVI в.):

- Земной успех
- «Толщина кошелька»
- Надёжное имущественное состояние
- Здравый смысл

Православие (с X в.):

- Отсутствие земного успеха, сирость и убогость
- «Пустой кошелёк»
- Нищета, отсутствие собственности
- Умалишение (юрродство) (102, с.94)

«Нищенская» психология православия не могла не отразиться на особенностях жизнедеятельности российского (шире – славянского) обывателя. Его отстранённость от собственности сыграла свою роль и в политическом (подверженность к разного рода революционным преобразованиям) и в социально-экономическом (отношение к рыночным реформам) планах. Хотя данные различия вряд ли целесообразно абсолютизировать. Так, представители русского старообрядчества по своим религиозно-нравственным установкам отношения к труду и собственности в течение веков сохраняли здравый смысл и стремление к надёжному имущественному состоянию.

Старообрядцы на собственном примере показали, какие плюсы может внести в экономическую жизнь умелое сочетание народной психологии со стародавними религиозными традициями. После отмены крепостного права в России в 1861 году в отечественной деревне ярко высветился феномен старообрядчества. Уважение к собственности, высокая трудовая мораль и социальная сплоченность привели к процветанию старообрядческого крестьянства, накопле-

нию капитала и помещению его в быстрорастущие предприятия (фабрики, заводы, железные дороги и прочее), что создало мощную экономическую базу старообрядчества. Промышленники, вышедшие из старообрядческих семей-кланов – Морозовы, Рябушинские, Прохоровы, - получили прекрасное европейское образование, которое, накладываясь на патриархальное, глубоко нравственное воспитание, полученное ими в крепких семьях, давало удивительные плоды. Эти люди, имея в руках огромные капиталы, так смогли ими распорядиться, что Россия получила высокое, развитое на мировом уровне производство и в то же время прогрессивные социальные отношения в среде работающих на этих производствах. Как правило, на крупных предприятиях, принадлежащих старообрядцам, рабочие жили большой общиной. Повсеместно распространялся 8-мичасовой рабочий день, была организована служба социальной помощи и защиты рабочих (обучение, лечение, страховка и проч.). Одно такое большое предприятие, включавшее в себя более мелкие, напоминало современную японскую корпорацию. Причем вводимые новшества воспринимались не как новаторство, а как возврат к доброй старине, к «золотому» веку.

Весьма емко и кратко многие из рассмотренных мнений христианства о богатстве и собственности изложены в высказываниях св. Иоанна Златоуста:

- И богатство - добро, но тогда когда оно не обладает имеющими его, когда оно избавляет ближних от бедности.
- Не богатство есть зло, а низкое настроение души, обращающее богатство в бедность.
- Будем презирать деньги, чтобы не потерять из виду своих друзей.
- Если добродетелен и богат, это справедливо.
- Чем большим кто окружен богатством, тем большего желает.

3.2.2 Ислам

Отношение к хозяйствованию и богатству в исламе выражено довольно-таки четко. Производственная и предпринимательская деятельность верующего принимается и одобряется религией, но не ради корысти и наживы как главной цели. Поступки и действия человека в своей профессиональной среде оцениваются прежде всего как форма приобщения в общину единоверцев (умму), где каждый породнен не только едиными религиозными позициями, но и полез-

ными для всех деяниями. При равном отношении к умственному и физическому труду в исламе все же предпочтение отдается богослужебной деятельности духовенства, чья деятельность вносит наиболее весомый вклад в достижение гармонии и процветание общины верующих.

Богатство в исламских канонах считается вполне приемлемым для человека, его стремление иметь собственность и распоряжаться ею приветствуется, если только эти стремления не идут вразрез с существующими религиозными установками. Собственность должна быть нажита профессионально одобряемыми способами и не «ранить» нравственно ее владельца. В связи с этим в регулирование экономической жизнедеятельности существуют определенные обязательства и запреты. К таковым в первую очередь необходимо отнести – *рибу* – запрет взимания ссудного процента и *закят* – обязательный налог на собственность имущих людей, который должен распределяться в пользу бедных.

Последние реалии так или иначе зафиксированы в Коране. Так, в главе 64-й («Взаимный обман») в стихах 16-17 говорится: «Делайте пожертвования, ко благу душ ваших. Те, которые остерегаются себя от скупости, - те блаженны. Если вы дадите ссуду богу хорошою ссудою: Он вдвойне оплатит вам: он простит вам». Любому человеку при смерти, вспоминает о том, что нужно было быть в жизни щедрым и добродетельным, не проявлять своей скупости. Но зачастую это прозрение приходит поздно. Не прислушивается Бог к словам умирающего: «Господи! О, если бы отсрочил мне хотя бы малое время! Я стал бы подавать милостыню, и я был бы из числа добродетельных. Но Бог не отсрочит ни одной душе, как скоро наступит определенный для неё срок» (глава 63-я: Лицемеры, стихи 10-11).

В плане религиозно нравственного отношения к собственности особенно интересна практика «милостыни» – *закят*. Она представляет собой вид религиозного налога, под который подпадают некоторые предметы имущества и богатства у людей, чей уровень жизни и доходов превышает минимальные и средние показатели. По мусульманским представлениям *закят* очищает оставшуюся часть собственности дающего.

Эта «милостыня» собирается в конце каждого года для поддержки различных слоев населения: бедных мусульман, новообращенных, нуждающихся в помощи, чтобы «встать на ноги», для мусульман, по уважительной причине оказавшихся должниками, для мусульман – нищих путников, для мусульман – военнопленных, для

мусульман, защищающих или пропагандирующих ислам, и для тех, чья работа – собирание закята. Учитывая такой дифференцированно - благотворительный характер «милостыни», понимаешь, что она не только играет роль своеобразного «буфера» стабилизации отношения бедных людей к богатым, но и выполняет важную объединительную функцию в исламских общинах. Не случайно Коран уподобляет закят ссуде, выдаваемой Богу, за которую он оплатит сто-рицей.

Соблюдение норм, и особенно закята, обеспечивает соответствие нажитого богатства проповедуемым исламом религиозно-нравственным установлениям и является свидетельством добропорядочности и праведности его владельцев.

Вместе с тем о наличии альтернативных, как и в христианстве, отношений к собственности в психологии мусульманства говорят строки из четверостиший О. Хайяма.

Из всего, что Аллах мне для выбора дал,
Я избрал черствый хлеб и убогий подвал
Для спасенья души голодал и страдал,
Ставши нищим, богаче богатого стал.

Хоть мудрец не скупец и не копит добра
Плохо в мире и мудрому без серебра
Под забором фиалка от нищенства никнет
А богатая роза красна и щедра.

Лучше впасть в нищету, голодать или красть
Чем в число блюдолизов презренных попасть
Лучше кости глотать, чем прельститься сладостями
За столом у мерзавцев, имеющих власть.

3.2.3 Буддизм

Буддизм в истории и практике религиозной философии проявил себя конфессией, отрицающей иллюзорность повседневных страстей и желаний человека, приводящие его к неминуемым утратам и страданиям. В связи с этим буддизм не принимал собственность как форму связи с материальным миром. Но на житейском уровне в буддизме не отрицаются богатство, благополучие, если нет безудержного стремления к ним, если нет всепоглощающего желания разбогатеть. Более того, обеспеченность, процветание людей уважаются и считаются оправданными как подтверждение благоприятной кармы (судьбы, предназначения), как воздаяние за заслуги в инкарнации (прошедших перерождениях). Точно так же труд, если

он не самодавлеет над человеком, труд не ради богатства, а для преодоления пороков лености, праздности и эгоизма, если он способствует духовному росту, - получает в среде буддистов почет и уважение.

Во многих буддийских книгах рассматриваются десять буддийских запретов. Некоторые из них также касаются богатства и собственности. Так, среди трех дурных действий в отношении тела есть воровство – присвоение чужой собственности без согласия владельца вне зависимости от ценности объекта кражи. Среди трех мысленных дурных действий – *алчность* – желание обладать тем, что принадлежит другому и *злонамеренность* – желание навредить другому, неважно сильно или нет.

Хотя в буддийской классической литературе не выражены конкретные экономические воззрения, косвенное отношение к ним можно вывести из хозяйственной деятельности буддийских дацанов (религиозных храмах) и монастырях. Во многих из них священнослужители одновременно выполняли определенные профессионально – производственные и предпринимательские функции, обеспечивая тем самым существование и размеренный быт данных конфессиональных сообществ. Вполне естественен, среди обитателей этих общин вызревали определенные философские позиции по отношению к собственности, богатству, деловым взаимоотношениям в социально-экономической деятельности. В качестве примера в масштабах российского буддизма можно привести некоторые заповеди, изложенные известным бурятским мыслителем, ламой Кодунского дацана, Э.-Х. Галшиевым. Заповеди, касающиеся двух родов нравственного закона – духовного и мирского, – сформулированы в его книге «Зерцало мудрости».

Как бы ни было жалко имущества,
не ставь его дороже жизни.
Имущество приобретают для жизни,
а жизнь дана не для имущества.

Поддакивая другим, не осуждай найонов и старших.
Прежде подумай о том,
Поднимешь ты или не поднимешь ношу,
взваленную на их плечи.

С почтеньем заимствуй знания у других народов,
приравнивая их к богатству.
Если у других не учишься науке,
то когда-нибудь подпадешь под чужую зависимость.

Думай, что благодеяние дороже золота,
серебра и прочих ценностей.
Кончится добродетель – наступит верная смерть,
кончится богатство – не умрешь.

Приведенные и подобные им наставления, нравоучения, памятки и советы, зафиксированные в разнообразных формах народной памяти – этносов, проповедующих буддизм, - пословицах, поговорках, притчах, баснях, мифах, сказаниях и т.п. вне всякого сомнения формировали определенные установки людей в отношении имущественной и интеллектуальной собственности, хозяйственной деятельности. Опора на них при дифференцированном влиянии на формирование адекватного отношения к собственности и деловому взаимодействию в различных этнических группах (буряты, тывинцы, калмыки и т.п.), по-видимому, сегодня обязательна. Унифицированное, «глобальное» воздействие на социально-экономические установки представителей буддизма, как и любой из выше названных религий, а также этнических групп всегда будет в чем-то ущербным, оторванным от реальной жизни народов.

Таким образом, как говорилось выше, если эксплуатация является универсальным явлением, сопровождающим любые формы собственности, то этническое и религиозное отношение к собственности всегда в чем-то уникально, самобытно, в связи с историческими и национальными особенностями образа жизни и преобладающих условий жизни. Отсюда любые вопросы, касающиеся богатства, имущества, недвижимости и т.п. всегда имеют свои национальные детали и тонкости. Об этом будет свидетельствовать материал следующего раздела.

3.3. Приватизация и изменения в психологии собственности

В разделе о формах собственности мы уже дали определение понятию приватизация в ее широком и узком смысле. Вместе с тем, хотя многие вопросы приватизации стремятся раскрывать и интерпретировать экономисты, само это явление весьма трудно назвать сугубо экономическим. Даже более того: существуют совершенно противоположные позиции. Одна из них принадлежит А. Чубайсу, который в книге «Приватизация по-российски» пишет: «... с точки зрения классического экономического образования приватизация – не экономика. Вы не найдете ни в одном учебнике по макро или

микроэкономике ни одной главы о приватизации. Ведь это больше процесс организационно – политический, процедурный, чем профессионально – экономический» [64, с.21]. Но, несмотря на то, что приватизация, как считают некоторые, – это не экономика, всегда и везде наличествуют некоторые ее предпосылки, значимые и в политическом, и в экономическом, и в психологическом плане.

Вопросы, вынесенные авторами книги в данный раздел, в чём-то носят политический оттенок и во многом дискуссионны. Но всё же мы решили не уходить от них. Утверждающий себя российский собственник, как и студенты и учащиеся, которым вскоре предстоит заниматься собственным бизнесом, должны хорошо представлять те проблемы, которые легли в фундамент рыночных реформ в нашей стране. Нельзя уподобляться страусу, зарывшемуся головой в песок. Гораздо лучше проанализировать положительные и отрицательные стороны российских метаморфоз и на этой основе попытаться найти наиболее оптимальные пути формирования массового отечественного собственника. На это нацеливают и другие компетентные мнения. Авторы уже несколько раз цитированного исследования ИКСИ РАН 2005 года считают, что возникшие в 90-х годах крупные состояния не рассматриваются большинством населения как легитимные. «Высокий уровень поддержки идеи пересмотра результатов приватизации будет сохраняться и впредь. Учитывая это, необходимо найти формы объяснения между обществом и властью по проблеме. Отделаться отдельными примерами и закрыть эту тему не удастся», - подчёркивают учёные [см.111].

3.3.1. Ожидаемые и реальные плюсы и минусы приватизации

Если попытаться обобщить опыт стран, так или иначе прошедших через приватизацию, то ожидания и надежды многих организаторов этого дела (частично сбывшиеся) можно отразить в следующей таблице (см. табл. 7).

Таблица 7

Ожидаемые плюсы приватизации

| Экономические | Психологические |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Повышение эффективности предприятий, поскольку в большинстве стран частные предприятия действуют успешнее и прибыльнее, чем государственные; - Сокращение государственных расходов | <ul style="list-style-type: none"> - Рождение и (или) укрепление чувства хозяина; - развитие самостоятельности и инициативы у работников и менеджеров; - повышение материальной заинтересе- |

| | |
|---|--|
| на приватизированные предприятия; - Получение дохода от продажи гос. собственности, пополнение гос. бюджета; - Повышение качества и снижение стоимости единицы продукции; - Расширение числа активных участников экономической жизни общества (через акционированную собственность); - Сокращение бюрократического и политического вмешательства в деятельность предприятий | сованности в деятельности предприятия; - забота о статусе и имидже приватизированного предприятия; - усиление индивидуального контроля за успешностью деятельности управленцев и организаторов производства; |
|---|--|

В Британии приватизация получила название «народного капитализма». В манифесте консервативной партии говорится: «Мы намерены сделать каждого гражданина страны акционером. Подобно машинам, телевизорам, стиральным машинам и отпуску за границей, акции перестанут быть привилегией меньшинства и станут доступными для многих» [55, с.182].

Демократические государства Западной Европы также стремятся стать нациями акционеров. Во Франции, например, число частных держателей акций утроилось с конца 1986 г., когда была приватизирована первая государственная компания – фирма по производству стекла «Сен – Гоблен». На Парижской бирже на долю частных акционеров приходится 80 % общей стоимости сделок (весьма значительная цифра). За последние три года в частный сектор перешло 138 компаний общим объемом капитала в 20,4 млрд. дол. И с общим числом занятых в 300 тыс. человек. Продажа коммерческого банка «Париба» привлекла ошеломляющее количество инвесторов – 3,81 млн.

Вполне резонно, что такого рода «плюсы» (в разных их количествах и качествах) ожидали и отечественные организаторы приватизации. Сбылись ли данные надежды, а если не сбылись, то почему - на этот вопрос важно получить ответ любому гражданину, интересующемуся развитием отношений российского человека к частной собственности.

Сделанное выше признание о том, что приватизация больше носит организационно – политический характер, естественно предполагает и признание того, что в ней прежде всего заинтересованы определенные социальные группы расслаивавшегося «советского общества», когда-то считавшегося однородным и стабильным. По крайней мере эта мысль господствовала в «социалистической» общественной науке, которая «делила» общество лишь на рабочих

(пролетариат), колхозное крестьянство и интеллигенцию. Но уже в 40-50 годах на Западе существовало немало концепций о реальных стратах в «едином советском народе».

В частности, представляет интерес анализ многомерной социальной структуры советского общества 40-50-х годов, данный американским социологом А. Инкельсом. Он рассматривал ее как пирамиду из девяти страт (социальных слоев).

На вершине находится **правлящая элита** (партийно-государственная номенклатура, высшие военные чины). На втором месте – **высший слой интеллигенции** (видные деятели литературы и искусства, ученые). Обладая значительными привилегиями, они не имели тех властных полномочий, которыми располагал высший слой.

Достаточно высокое третье место отводилось **«аристократии рабочего класса»**. Это наиболее авторитетный «высший управленческий персонал крупных предприятий, стахановцы, «маяки», ударники пятилеток и т.д. Этот слой также имел большие привилегии и высокий престиж в обществе. Именно он олицетворял «декоративную» демократию: его представители были депутатами Верховных Советов страны и республик, членами ЦК КПСС (но не были включены в партийную номенклатуру), входили в руководящие органы иных организаций.

Далее следовал **основной отряд интеллигенции** (управленцы среднего звена, руководители небольших предприятий, научные и научно-педагогические работники, офицеры и т.д.).

Пятое место занимали **«белые воротнички»** (мелкие управленцы среднего звена, не имевшие, как правило, высшего образования).

Шестое – **«преуспевающие крестьяне»**, работавшие в передовых колхозах, где создавались особые условия труда. С целью формирования «образцово-показательных» хозяйств им выделялись дополнительные государственные финансовые и материально-технические ресурсы, что позволяло обеспечить более высокую производительность труда и уровень жизни.

На седьмом месте находились **рабочие средней и низкой квалификации**. Численный состав этой группы был достаточно велик.

Восьмое место занимали **«беднейшие слои крестьянства»** (а такие составляли большинство). И, наконец, на самом низу социальной лестницы находились **заклученные**, которые были лишены

практически всяких прав. Данный слой был весьма значительным и составлял несколько миллионов человек.

В целом, надо признать, что у автора названной и некоторых других аналогичных концепций были веские причины для подобной стратификации. К тому же они руководствовались близкими и понятными для Запада критериями стратификации, выделенными разными учеными, в том числе русским автором – эмигрантом Питиримом Сорокиным.

Близкое к приведенному расслоение в современном обществе в тех или иных инвариантах просуществовало до перестроечного времени, т.е. до конца 80-х годов XX в. По структуре своей оно вряд ли изменилось и в более поздний период. Правда, содержание стратификации стало несколько иным: на смену партийной номенклатуре в верхушку социальной пирамиды «ворвались» олигархи и «новые русские». «Авторитеты» из когда-то деклассированного слоя заключенных сумели установить свою нишу в довольно-таки высоком по социальному статусу криминальном бизнесе и, соответственно, внедриться во властные структуры. Многие учителя, врачи, работники учреждений, бывшие «стахановцы» и «ударники коммунистического труда» стали полунищими «трудягами» или пенсионерами, объективно скатились вниз социальной лестницы, но субъективно не могут и не хотят признать это.

Организаторы приватизации не могли не понимать, что в борьбе за собственность будут иметь одинаковые шансы, активность и напористость далеко не все из перечисленных страт. Более того, они уже в конце 80-х годов хорошо представляли и заявляли, что «предстоящие преобразования будут очень тяжелыми, что они не будут приняты большими группами населения, что возникнет серьезное социальное напряжение» [64, с.27]. Данное признание косвенно говорит и о том, что возможность возникновения класса собственников, как об этом усиленно говорили заинтересованные в приватизации лица, была призрачной, эфемерной, поскольку для этого не было соответствующей базы. При минимальной доле от общественного пирога, при психологии «мелкого винтика» да ещё при максимальной бюрократизации хозяйственных отношений вряд ли в одночасье можно было бы стать собственником. Это было ещё одной важной причиной неприемлемости идей приватизации для большинства населения.

Чтобы «вытащить» и выиграть приватизацию не нужно было уповать на сознательность и заинтересованность «народа», а необходимо искать и находить именно те «локомотивы», которые не ос-

тановятся перед любыми трудностями, не побоятся еще недавно святых слов «справедливость и равенство в распределении», то есть, как мы говорили выше, проявят свои «захватнические» склонности

Из всех перечисленных выше страт реальными «бойцовскими» потенциалами в «надвигающейся» приватизации располагали:

1. *Руководство, менеджеры крупных и средних предприятий и часть их работников («хозяйственники», а на западный манер – «инсайдеры»)*, которые могли более эффективно осуществлять приватизацию на местах, поскольку все материальные, финансовые и административные возможности были в их руках. (В то же время данной категории лиц не всегда хватало управленческих знаний и навыков для эффективного владения производственными мощностями и акционированная собственность, особенно на привлекательных предприятиях, переходила к внешним акционерам).

2. *Работники партийных органов, министерств, ведомств, государственных структур власти* в центре и регионах, т.е. лица, у которых была информация об условиях и объемах приватизации, возможности «влиять» на «приватизационные» нормативно – правовые акты и определенного давления на хозяйственников.

3. *Лица из легальных коммерческих структур* (в основном, бывшие партийные, профсоюзные и комсомольские работники), имевшие некоторый опыт «работы» с собственностью – первые кооперативы, банки в эпоху перестройки.

4. *Теневые дельцы, организаторы «теневой экономики» вкупе (а нередко и в одном лице) с криминальными авторитетами*, получившие возможность через взятки, подкуп и давление «оберегать» свой нелегальный бизнес, получать прибыли и даже влиять на власти.

5. Пятым, не истинным, а формальным, наиболее многочисленным «субъектом» приватизации были «простые люди» – *работники приватизируемых предприятий, а также интеллигенция*, не имеющая возможности приватизировать государственные школы, больницы, дома культуры, университеты и другие вузы, НИИ и еще многие - многие нужные человеку учреждения. Отсутствие средств у людей последней категории, их «на минимуме» экономическая просвещенность и слабое понимание сложных социальных проблем, их противоречивое отношение к сути совершаемых действий, сделали их неподготовленными для защиты своих интересов. В то же время они были весьма нужны

для других категорий участниками приватизации. По приведенной выше типологии собственников большинство таких людей, особенно в начале процесса приватизации были «несведущими», «профанами», и не могли адекватно реагировать на экономическую ситуацию. Их многочисленные приватизационные (ваучерные) «роднички», «ручейки», небольшие источники стали просто «подпиткой» немногих «речек» и уж совсем незначительного количества «рек».

Наиболее значимы весовыми категориями «в борьбе за собственность» активной «захватнической» психологией обладали первые две группы: руководство предприятий – инсайдеры и работники государственных органов власти. Названные силы и обеспечили проведение приватизации, в самом своем истоке в основном стихийной, т.е. по сути, в большинстве случаев лишь предопределившей разворывание общенародной собственности. Данный процесс принимал самые разнообразные формы. Но, в целом, на начальном этапе действовали две основные схемы захвата государственной собственности.

По первой схеме имущество госпредприятия просто переписывалось как составная часть имущества вновь создаваемого акционерного общества или передавалось «дочерним» фирмам. В социально – психологическом плане интересно здесь признание «главного приватизатора» страны А. Чубайса: «Экспорт, всякий прибыльный бизнес – все это, как правило, контролировали «дочки», высасывая и опустошая материнское предприятие. Стоит ли говорить, что количество «дочек», обычно соответствовало количеству близких родственников директора» [64, с.31]. (Кстати, это ещё одно подтверждение нашей типологии «захватчиков собственности»).

Вряд ли стоит не учитывать в таких ситуациях также роль земляческих, этнических и некоторых других связей.

Вторая схема также предполагала примитивную, упрощенную операцию: гос. имущество становилось частной собственностью в результате проведения хозяйственной номенклатурой (при прямом попустительстве и с «частичным» участием государственных чиновников и «партократии») «аренды с выкупом». При этом зачастую стоимость выкупаемых объектов занижалась, а интеллектуальная составляющая вообще не оценивалась. В данном случае составлялся договор об аренде предприятия какой-то фирмой, а затем эта фирма выкупала все хозяйственные объекты. И опять-таки здесь срабатывал психологический фактор: все осуществлялось по правилам, установленным представителям вышеназванных элит. (На основной

массе «рядовых» промышленных предприятий инсайдерский профиль собственности сохранялся на протяжении всего пореформенного периода. Так, по данным Российского экономического барометра» (РЭБ), инсайдеры до сих пор остаются самой крупной категорией собственников, на долю которой приходится почти половина акций обследованных предприятий. Коммерсант, 22 февраля 2006 г.)

Можно и нужно подчеркнуть одну важную психологическую особенность приватизации: она была более близка людям, не очень-то отягощенным нравственными принципами или положительным отношением к законам. Чтобы не быть многословными сошлемся на следующее красноречивое признание тех, кто стоял в истоках данного явления: «Суть спонтанной приватизации можно сформулировать двумя фразами: если ты наглый, смелый, решительный и много чего хочешь, ты получишь все. Если ты не очень наглый и не очень решительный – сиди и молчи «в тряпочку» [64, с.33].

Спонтанная, или иначе называемая в народе, «дикая» приватизация, осуществляемая людьми подобного рода из числа всех представленных выше страт, приводила к плачевным для государства результатам, в том числе и к резкому расширению люмпенского слоя населения, росту числа бродяг и т.д., с присущим им психологическим настроем.

На втором этапе приватизации с появлением специального органа – Гос. имущества России была сделана попытка (или просто ее демонстрация) приблизить приватизацию к народу, в правовом и моральном отношении «освятить» ее. Это было еще сделано и по прагматическим причинам – массовая приватизация прошла, а в доход человечества поступили «смешные» суммы против ожидаемых.

Чтобы поднять правовую легитимность разгосударствления собственности, было продумано ее юридическое основание. Считалось, что основными правовыми принципами приватизации, затрагивающими интересы каждого гражданина России, стали: публичность ограничений, равенство прав участников приватизации, правовой автоматизм.

Публичность ограничений проявлялась прежде всего в том, что делались максимально гласными конкретные требования и условия приватизации. Например, если государству было невыгодно отдавать на реализацию те или иные объекты, информация о них должна быть ясно сформулирована и объявлена для всеобщего сведения. То же самое должно быть сделано и по тем объектам, которые приватизируются лишь на определенных условиях.

Равенство прав участников: все граждане должны иметь одинаковое право на участие в приватизации. Такие права должны иметь и частные компании – они принадлежат тем же гражданам. Чтобы обеспечить реализацию этого принципа, нужно было ввести в практику минимум два момента. Во–первых, для равенства доступа граждан все объекты приватизации должны были продаваться на открытых публичных торгах (аукционах и конкурсах), независимо от того, кем подана заявка на приватизацию. Во-вторых, для того, чтобы уравнивать права на участие в приватизации, но и реальные возможности граждан, государство должно было передать им какие-то специальные средства, целенаправленно используемые только для приобретения собственности. И эта сторона вопроса нашла свое развитие в идеологии чековой приватизации, отражающей идеологию «равенства и справедливости».

Правовой автоматизм – это возможность каждого гражданина и каждой компании беспрепятственно осуществлять предоставленное им законом право участвовать в приватизации, возможность властных структур что–либо разрешать или запрещать максимально ограничивается. Но правовой автоматизм во многих случаях не действовал, хотя бы по двум известным причинам: а) политические аспекты приватизации шли впереди правового оформления процесса; б) правовая база приватизации была явно неполной: например, наблюдались случаи, когда Госимущество не регистрировало свои акты в Министерстве имущества, а значит, они являлись незаконными.

Несмотря на принципы правового равенства и публичность, организаторам приватизации было понятно, что самую главную партию, как и в стихийной приватизации, сыграют непосредственные государственные «владельцы» собственности. В связи с этим по ходу приватизации осуществлялись разные шаги по увеличению их заинтересованности. Так были проработаны льготы предприятиям и их руководителям по приватизации по трем вариантам.

Первоначальный вариант:

- 25% привилегированных (без права голоса) акций приватизируемого предприятия бесплатно распространялись среди работников;
- члены коллектива имели право приобрести еще 10% обыкновенных (голосующих) акций за деньги, но с 30% скидкой от их номинальной стоимости;

- руководству предприятий отдавалось дополнительно 5% акций, но уже без скидок, по номинальной стоимости.

Второй вариант:

- под контроль работников предприятия уходил 51% голосующих акций – контрольный пакет;
- акции выпускаются отдельными работниками в свою собственность по цене в 1,7 раза превышающей номинальную, каждый работник распоряжался своими акциями самостоятельно.

Третий вариант:

- на предприятиях средних (но не крупных) размеров руководство получало право выкупить 40% акций по очень низким ценам;
- определялось условие, что руководители имели право выкупать свой пакет только в том случае, если они обещали, что сумеют избежать банкротства (последняя оговорка сократила количество претендентов на третий вариант до 2% предприятий среднего размера: сказала психологическая боязнь возможности банкротства).

Но даже используя некоторые преимущества многовариантности процесса приватизации предприятий, на многих из них организаторы не смогли достигнуть реальных плюсов – экономических и психологических, о которых мы говорили выше.

В механизмах приватизации была заложена максимальная заинтересованность чиновников в ее конечных результатах. К примеру, существовало положение, согласно которому фонды имущества должны были финансироваться только за счет отчислений от приватизации. Здесь вырисовывалась норма: чем дороже фонд имущества продали конкретные предприятия, их оборудование и т.п., тем больше его работники получают заработной платы и различных премий.

Но одним сотрудникам фондов имущества вряд ли можно было бы справиться с поставленными задачами. Кроме того, они хорошо понимали психологию своих коллег из других структур исполнительной вертикали: чтобы не возникало лишних, муссируемых СМИ, трений - нужно делиться. Эти две причины обусловили необходимость обеспечить аналогичную заинтересованность и для коллег из других органов государственной власти. Именно поэтому Гос.

имуществу разрешили поощрять служащих разных рангов из административных структур за содействие в приватизации за счет отчислений от продажи приватизируемых объектов. Сегодня защищается мнение, что масштабы коррупции в системе органов приватизации были значительно меньше, чем в любых других органах государственной власти именно потому, что существовала такая система стимулов [64, с.47]. В действительности об этом «за давностью» трудно судить, да и вряд ли можно гарантировать, что «малая» коррумпированность чиновничества Госимущества была фактом по всем городам и весям России.

Многие работники государственных органов власти в периоде спонтанной приватизации зачастую играли роль «статистов» происходящего «захвата собственности», фиктивной аренды и т.п. Иногда некоторые госслужащие через своих родственников, «однокашников» и т.п. также прорывались в число «удачников» – совладельцев, соарендаторов или акционеров некоторых будущих объектов приватизации.

Положение несколько изменялось с появлением структур Госимущества в центре и на местах. Основной задачей этой структуры государства считалась защита государственных интересов в приватизации некогда общенародных предприятий. Новый орган постарался ввести спонтанный процесс в организованное русло. Для решения этой задачи стали эффективно использоваться правовые и административные механизмы (особенно последние). В итоге работы данных органов, по мнению их руководителей, не столько экономическая, сколько политическая выгода: главное, «что сделать удалось: бескровно уйти от величайшей опасности тех лет – стихийной приватизации [там же, с.34].

Достигнутые результаты работы названной властной структуры в немалой степени зависят от системы стимулирования ее служащих.

В одном из своих «признаний» один из организаторов «приватизации» по-русски отмечал: «Да, нас обвиняют в том, что мы «раздали фантики», которые вообще ничего не стоят». Или вариант: «раздали фантики», а их скупили богатые». Но фантики фантиками, а вот сейчас в России появляются регионы, в которых эти фантики, оказывается, чего – то стоят... А в случае спонтанной приватизации даже не было попыток раздавать эти самые фантики» [64, с.32].

Молодой читатель может не понять, о каких «фантиках» идет речь, каким конкретно содержанием наполнено их распределение. Напомним, что речь идет о приватизационных чеках, которые стали

официальной квинтэссенцией «народной» приватизации. Суть их «раздачи» состояла, по мнению организаторов, в следующем:

- любому гражданину России, включая младенцев и детей, давалась возможность за «символическую» плату – 25 рублей получить приватизационный чек номинальной стоимостью в 10000 рублей;
- каждый гражданин имел право продать свой чек без ограничений;
- он также мог участвовать в чековых аукционах, где чеки обменивались на акции приватизированных предприятий;
- одним из вариантов использования чека было вложение его в чековые инвестиционные фонды;
- рабочие приватизируемых предприятий могли использовать чек для покупки акций своего предприятия в ходе закрытой подписки.

Приватизационные чеки и процедуры работы с ними были введены в действие указом Президента России в августе 1992 года. Чеки выдавались с октября 1992 по февраль 1993 г. За эти 5 месяцев чеки получили 144 миллиона граждан России, почти 97% всего населения. Для некоторых из них чековая приватизация стала реальным шагом к работающей частной собственности. Но все же для громадного большинства чеки оказались мимолетной «бумажкой», принесшей моментное удовлетворение каких – либо сиюминутных потребностей и желаний (порой «в лице» 1-2-х бутылок водки). Главная задумка организаторов приватизации – появление социальных групп и слоев, кровно заинтересованных в частной собственности, готовых защищать ее от любого рода нападений, была выполнена. Выполнена в самые сжатые сроки при всех лицемерных вздохах о предполагаемых и возможных негативных последствиях. Напомним еще одно чистосердечное признание одного из главных организаторов приватизации, напроць противоречащее его высказыванию, приведенному в начале данного параграфа: «Мне не нравилось, что задачу такой фантастической степени сложности, как разгосударствление собственности в гигантском государстве, предлагается решить таким простеньким приемом – печатанием и раздачей бумажек. Если задача сверхсложна, а техника ее решения совершенно проста, доказывал я, где - то обязательно возникнут дикие диспропорции. Ваучеры невозможно будет реализовать с одинаковой доходностью, в результате совершенно неизбежно возникнет чудовищное неравенство разных групп населения» [там же, с.21].

Что касается сугубо экономических результатов приватизации, то их небольшую долю («вершина айсберга») можно представить в массе конкретных результатов, которые можно перечислять до бесконечности. Приведем для примера результаты акционирования, в рамках которого было приватизировано две трети предприятий народнохозяйственного комплекса (около 126,8 тыс. предприятий). В результате передачи госсобственности номенклатуре, банкам (за скупленные у населения за бесценок ваучеры, кредит, даром) государство получило 3-5 млрд. долл. В то же время в Англии приватизация всего лишь 3% госпредприятий принесла казне 100 млрд. долл. Летом 1997 г. рыночная стоимость подлежащих приватизации активов (по оценке экспертов) составляла не менее 1 квадриллиона рублей. А они составляли лишь около 30 тыс. предприятий.

В начале 2005 года в некоторых российских СМИ были опубликованы данные доклада председателя Счётной палаты С.Степашина об итогах российской приватизации 1993-2003 годов. Весьма показательна таблица о некоторых финансовых результатах приватизации за эти годы (см. табл. 8).

Таблица 8

Выполнение бюджетного задания по доходам приватизации в 1993-2003 годах

| Годы | Бюджетное задание (млрд.деноминир.руб.) | Факт.поступления (млрд.деноминир.руб.) | Выполнение (%) |
|-------|--|---|-------------------|
| 1993 | 54,0 | 66,2 | 122,6 |
| 1994 | 1244,9 | 116,0 | 9,3 |
| 1995 | 8,8 | 4,77 | 9,3 |
| 1996 | 12,4 | 0,83 | 6,7 |
| 1997 | 4,2 | 18,78 | 447,6 |
| 1998 | 8,1 | 15,3 | 188,9 |
| 1999 | Не устанавливалось | 8,51 | - |
| 2000 | 21,0 | 31,29 | 149,0 |
| 2001 | 20,0 | 9,8 | 49,0 |
| 2002 | 35,0 | 13,2 | 37,7 |
| 2003 | 88,8 | 90,09 | 101,5 |
| Итого | 1497,2 | 374,8 | 25,1 |

Таблица ярко демонстрирует, что финансовая эффективность приватизации оказалась весьма низкой [«Коммерсант», 18.01.2005г.].

В начале параграфа мы приводили таблицу, показывающую ожидаемые социально-производственные плюсы приватизации. Как видно из практики, эти ожидания осуществились частично и незначительно. Попытаемся также обобщить реальные минусы – экономические и психологические, которые стали органичными последствиями процесса приватизации (см. табл. 9).

Таблица 9

Минусы в реальном осуществлении приватизации

| Экономические | Психологические |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> -прекращение производственной деятельности многих приватизированных предприятий -сокращение числа занятых на приватизированных предприятиях -продажа предприятий по «бросовым» ценам и отсюда отсутствие планируемых прибылей в казну государства -увеличение безработицы (появление массовой скрытой безработицы) -декавалификация значительной части персонала предприятий | <ul style="list-style-type: none"> -рождение и (или) укрепление чувства социальной несправедливости в результате неэффективной и незаконной приватизации -возникновение и развитие чувства зависти к лицам, сумевшим «захватить» собственность -явные и скрытые (для окружающих) желания пересмотреть результаты приватизации, своеобразные чувства необходимости реванша -мотивированные «несправедливостью» попытки и реальные факты саботажа эффективного труда на приватизированных предприятиях -рост негативного отношения к властным структурам, спровоцировавшим и организовавшим неэффективную и несправедливую приватизацию |

Сравнивая две приведенные таблицы, естественно задаешься вопросом: «Стоила ли овчинка выделки?». Но на него вряд ли сегодня можно дать до конца объективный ответ, ведь в любом случае он будет обязательно зависеть от тех «дивидендов», которые «отвечающий» получил от процесса приватизации. Приватизация, расколовшая российское общество, предполагает столько же обобщенных вариантов ответов о своих существе и эффективности, сколько реальных страт образовалось в этом обществе. Если же касаться оценки пользы приватизации для отдельных индивидов, то такие варианты реально могут быть бесчисленными.

3.3.2. Приватизация и отношение людей к современной элите

Контроль над ресурсами, собственностью на различные материальные и нематериальные ценности определяет суть экономической власти, доминирующей над другими видами власти. По Берtrandу Расселу, «власть может быть определена как реализация намеченных целей», в рассматриваемом нами случае – целей приватизации.

Возможность распределять материальные ценности одновременно влияет на распределение позиций на социальной лестнице, позволяет обеспечить желаемые должности, льготы, привилегии. Однако обладание собственностью недостаточно для достижения поставленных целей; нужны легитимность, одобрение и поддержка гражданами властвующей элиты, что достигается завоеванием политической власти. Политическая власть обеспечивает для личности возможность принятия решений, их обязательность для всякой иной власти, проникновение в любые общественные процессы.

Отсюда собственность не только предполагает, но и обязывает определенные круги людей бороться за политическую власть. Суть этого явления хорошо раскрыла О. С. Дейнека с помощью одного из высказываний Петерсона: «на какое – то время власть и собственность могут быть разделены – будь то силой или обманом – но разлучить их навсегда – никогда не удастся. Ведь ощутив болезненность такого разделения, *собственность сразу же купит власть, либо власть захватит собственность*».

Нетрудно сделать и обратный вывод: чтобы лишить человека или какую-то социальную группу стремления к реальной власти надо либо лишить ее собственности, либо дискредитировать значение её индивидуалистических, личностных основ перед большинством населения. Наличие подобного политического подхода к собственности классическим образом проявилось в 1920-1930гг. В уничтожении «кулака», наиболее активной и предприимчивой части крестьянства, большевики хорошо использовали психологию нищенского стиля жизни россиян, их ментальные особенности. П. Струве, имея в виду это, писал, что дух Октябрьской революции был направлен против собственности. Этому способствовало то, что в России не было утвердившейся идеи собственности и сама собственность не считалась фундаментальной ценностью общественного сознания масс. История показывает, что те страны, где нет повсеместно культивируемой ценности наиболее существенных результатов труда, а таковыми надо признать объекты собственности, отстают

от стран с рыночным менталитетом, основанным на признании частной собственности.

Сегодня в российском обществе собственность не только латентно (скрыто), но и зримо лежит в основе политических отношений между так называемой новой экономической и политической элитой и «низами» общества. Термин «элита» (от фр. *elyte* – лучшее, отборное) чаще употребляется для обозначения лучшего, совершенного в каком либо смысле. Например, элитные семена, элитные войска и т.п. В этом смысле данное понятие применимо к таким социальным группам, как *аристократия* (в феодальном и капиталистическом обществах), *часть научной интеллигенции*, для которой характерны наиболее высокие достижения, *верхний слой деятелей литературы, деятелей других сфер культуры и искусства* и т.п. Насколько же это слово можно отнести к экономической верхушке страны, надо судить по реальным результатам преобразований.

В ряде зарубежных стран понятие элиты собственников связывают не только и не столько с уровнем богатства, но и с происхождением, генеалогией человека. Особенно это характерно для Англии, в которой лишь 7% богачей можно отнести к категории *self-made man* – собственников «сделавших самих себя». Три четверти богатых унаследовали от 25 тыс. фунтов до 250 тыс., остальные – больше. В элите собственников в Англии выделяются 3 группы:

- традиционная аристократия, т.е. титулованные землевладельцы;
- потомки лондонских финансистов XIX века, создавших крупные компании;
- наследники предпринимателей из Северной Англии, разбогатевших на текстильной промышленности.

Убеждения в том, что «старые деньги», полученные в наследство, имеют больше ценности, чем заработанные лично, что богатство не является целью само по себе, а становится способом вступления в высшее общество, до сих пор характеризуют сущность менталитета английской элиты. Поэтому попасть в ее число чрезвычайно сложно. Для этого нужно родиться в определенной семье и учиться в Итоне или Хэрроу, Оксфорде или Кембридже.

Естественно, подобные «мерки» нельзя приложить к российскому обществу. Но они наводят на мысль о наличии каких-то иных критериев элитарности. В частности, для элиты свойственны не только обладание собственностью и конкретные социально – экономические и политические качества, но и психологическая оформ-

ленность. Н.С. Пряжников выделяет следующие обобщенные характеристики "элитарности" как общественного феномена [67, с. 20-21]:

- 1) Престижный род деятельности или образ жизни.
- 2) Возможность влиять на сознание и на жизнь многих людей (власть, в том числе и власть над сознанием, над помыслами людей).
- 3) Труднодоступность данной деятельности или образа жизни (высокий социально-профессиональный статус, высокое место в общественной иерархии, а также трудность удержания уже достигнутого статуса, что порождает в среде элиты многочисленные склоки, амбиции, выяснение отношений и что вызывает особый интерес у представителей массы).
- 4) Таинственность, загадочность, непонятность элиты, связанная с особыми качествами (образованием, манерами поведения) людей, пребывающих в "высших слоях", и с особыми правилами взаимоотношений между этими людьми.
- 5) Элита может позволить себе частично отступать от общественных и моральных норм, т.е. позволить себе "запретное".
- 6) Известность, знаменитость элиты (это может быть не только "имя" человека, но и простое упоминание престижной социально-профессиональной прослойки, например, "топ - менеджер", специалисты электронного бизнеса, брокеры, "фотомодель", "продюсер", "юрист в коммерческой фирме", а ранее - "физик-ядерщик", "геолог", "разведчик" ...).
- 7) К основным характеристикам элитарности как общественного феномена можно добавить и высокие достижения в какой-либо области деятельности, и успешную карьеру (даже без особых достижений), и особые привилегии (в том числе и незаслуженные), и многое другое, что отличает простого человека от "избранного судьбой" (а может и самостоятельного избравшего, построившего свою судьбу...).

Интересный взгляд на элитные группы в современной России высказывает известный олигарх Б.Березовский. Причём под элитой он понимает «группу влияния, обладающую общими для её членов стратегическими интересами». Вот его дифференциация элиты.

1. Самая мощная – это *региональная элита*: губернаторы (президенты), региональные политики и бизнес, связанный с ними.
2. *Бюрократия*, стратегический интерес которой - стремление обслуживать, интересы силы и возможности быть частью этой

силы. Среди психологических характеристик этой группы: боязнь любой инициативы, неуверенность в себе, стремление переложить ответственность на других. Автор отмечает динамику связи бюрократа с собственностью. В начальном периоде приватизации он не верил в частную собственность и за взятки перераспределял государственную. Сегодня, обнаружив, что собственность уже поделена, он убедился в реальности частной собственности, активно включился в процесс её перераспределения. Но поскольку государственной собственности осталось мало, бюрократу приходится покушаться на частную собственность, и в этом его серьёзная опасность.

3. *Олигархи*, т.е. федеральный бизнес, количество которых небольшое, но они обладают огромным влиянием. Основной стратегический приоритет этой элиты – сохранение капиталов. Это отличает их от *просто богатых*, главный приоритет у которых состоит в приумножении капиталов.

4. *Спецслужбы*, стратегический интерес которых в распоряжении и использовании силовых рычагов власти.

5. *Армия*, в которой наблюдается прежде всего стремление быть силой, необходимой для защиты интересов Отечества во внешнем мире.

Названные пять элитных групп активно участвуют в принятии государственных решений. Кроме того, есть три элиты, которые лишь сопровождают принятие решений.

6. *Журналисты*, как проводники мнений от основной части общества и элит к власти и обратно.

7. *Церковь*, стратегический приоритет которой в духовном и моральном лидерстве в нации.

8. *Интеллигенция*. Она относится к последней группе элит имен о потому, что оказывает меньше всего влияния и на общество и на власть, и приоритеты её в период катаклизмов – лишь в самосохранении [см. Коммерсант, 25.08.2003].

Напоминаем, что своеобразие взгляда «олигарха» на сущность элиты в том, что выделяет её по возможностям влияния на общество и власть. Кроме того, субъективизм данной точки зрения проявляется в стремлении поставить на первые места в иерархии элит те из них, которые, по его мнению, могут существенно мешать собственникам и предпринимателям наращивать свои капиталы в России.

Показав на данном примере определённую условность в выделении элитных групп, авторы настоящей книги остаются по данному вопросу на позициях, уже высказанных ранее [см. 38].

По субъективным притязаниям и некоторым признакам реальной предрасположенности в российском обществе можно выделить:

- *Политическую элиту* – лица, находящиеся на высших государственных должностях (в центре и регионах) и приближенные к ним единомышленники и сотрудники из руководства партий, общественных движений и т.п.
- *Номенклатурную элиту* – федеральные и региональные чиновники высокого класса, обслуживающие лиц из числа политической элиты. Они находятся как бы «в тени», но на самом деле оказывают определенное влияние на принятие важных решений.
- *Элиту эффективных профессиональных групп*: в основном, руководство отраслей и предприятий, обеспечивающих стабильную прибыль – нефтяники, энергетики, металлурги, газовики и т.п. Сюда же можно отнести обогатившихся граждан, работающих в банках, торговле, в других успешных коммерческих структурах. Особое место, на наш взгляд, в профессиональной элите занимают специалисты, правоприменительных и правоохранительных органов, поскольку зачастую их деятельность связана с охраной и защитой собственности и свободы граждан.
- *Научную элиту* – чаще всего руководители высших и средних учебных заведений, известные своими научными достижениями и открытиями ученые и преподаватели.
- *Творческую элиту* – известные эстрадные «звезды», заслуженные деятели искусств, писатели, художники, музыканты, выдающиеся спортсмены – все те, чьими личными успехами восхищаются и восторгаются люди из масс, чьим поступкам и действиям подражают.
- *Армейскую элиту* – армейские чины, занимающие высшие должности в военных структурах как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Естественно, субъективные притязания на «элитарность» далеко не всегда подтверждаются соответствующими делами «лучших», но на сегодня имеются лишь весьма размытые критерии, по которым человека можно или нельзя «зачислить» в состав элиты.

Если за таковую основу взять способствование созданию объектов собственности, в том числе интеллектуальной, то далеко не все представители элит смогут отвечать этому критерию, а немалому числу из них можно присвоить статус «разрушителей» собственности. Но в целом для нас важнее другое: сознание своей «элитарности» подогревает и в самой социальной группе, и у её отдельных представителей желание добиться более высокого статуса и власти.

В последнее время в приложении к наиболее «крутой» экономической элите стал использоваться термин «олигархи». В.С. Мухин так дифференцирует данное понятие: «Отличительным признаком «олигарха» от простого крупного собственника, по нашему мнению, является факт приобретения и использования им медиа-ресурсов, а также попытки получить политическое влияние, создавая во властных и законодательных органах свои собственные группы влияния» [54, с. 4]. С такой дефиницией вполне можно согласиться, добавив только признание наличия у олигархов своеобразной психологии, отличающейся от психологии других элитных групп. Это отличие связано с осознанием своей всесильности и всевластности, с чем сегодня часто (и нередко успешно) борется политическая и номенклатурная элита.

Одновременно наблюдается тенденция приобщить олигархов к проблемам общества, сделать их партнерами в политическом управлении и решении экономических проблем страны. И это вполне объективный процесс динамики взаимодействия властных структур и крупных собственников.

Попытки осмыслить изменения в сознании социальных групп и «массового человека» в связи с процессами реформирования общества, появлением новых страт и перераспределением собственности наблюдаются сегодня у многих исследователей. В частности, В. В. Крамник выделяет по отношению к рыночным реформам три основных психологических типа: старых, новых и средних русских и считает, что знать особенности и динамику их ценностей и интересов — значит, понять и осмыслить психокультурные предпосылки российской власти. Среди выделенных им ментальных, деловых и экономических установок старых, средних и новых русских [см. 47, с. 110-114] мы включаем в таблицу лишь установки, связанные с собственностью и экономикой (см. табл. 10).

Таблица 10

*Установки, связанные с собственностью и экономикой
у «новых», «старых» и «средних» русских*

| Содержа- ния Установок | Их понимание | | |
|------------------------------|---|---|--|
| | «Новыми» русскими | «Старыми» русскими | «Средними» русскими |
| Рынок | Рыночники по убеждению | Рыночники по при- нуждению | Рыночники по убеж- дению и под давлени- ем реформ |
| Экономиче- ские цели | Капитал, богатст- во, собственность | Достаток, матери- альная обеспечен- ность, твердый зара- боток | Высокий жизненный уровень, хорошо зара- батывать |
| Экономиче- ский строй | Свободный (или монопольный) рынок | Государственная экономика | Социальная рыночная экономика |
| Прибыль, деньги | Прибыль превы- ше всего. Деньги и сила – все. Деньги не пахнут | Не имей сто рублей, а имей сто друзей. | Деньги любят счет. |
| Богатство, богатые | Быть богатым, любят богатых | Не уважают. Не лю- бят богатых | Терпимы, индиффе- рентны к богатству и богатым |
| Реформато- ры | Трансформаторы – сторонники ра- дикальных пере- мен | Реставраторы – ини- циаторы косметиче- ских изменений ста- рой системы | Модернизаторы – сторонники постепен- ных реформ |
| Идеология | Богатство ценится выше, чем идеи, убеждения | Идеи, убеждения це- нятся зачастую вы- ше, чем материаль- ное благополучие | Идеи, убеждения це- нятся наравне с благо- состоянием |
| Моральное кредо | Все покупается и все продается | Не все покупается и не все продается | Не все покупается и не все продается |
| Счастье | Счастье в количе- стве денег | Не в деньгах счастье | Счастье не бывает без денег |
| Справедли- вость | Кто больше про- изводит, тот больше получает | Сильный должен де- литься со слабым | Кто больше получает, тот больше должен и помогать слабым |
| Честность | Кто обманул, тот и выиграл | На обмане далеко не уедешь | Честность в разумных пределах |

Рассматривая таблицу, в основу которой положены обобщенные В. Крамником установки разных социальных слоев, хочется констатировать, что менталитет истинной российской элиты не может быть выражением позиций одного какого – то слоя, а должен

стать интеграцией наиболее эффективных установок, способствующих развитию и стабилизации всего общества.

Сопоставляя деятельности зарубежных фирм с реальными действиями отдельных «захватчиков» собственности, нетрудно понять, что сегодня чрезвычайно актуально нивелировать представления людей из массы о том, что многие «отборные» личности нашей страны по своим качествам имеют слабые возможности претендовать на статус элиты. В частности:

- из-за своих нравственных свойств (честность, порядочность и т.п.) они не могут оказывать лидерское влияние на людей,
- происхождение их высокого социально – профессионального статуса для представителей массы сомнительно,
- для многих известна их ординарность, отсутствие «избранности» и, тем более, таинственности,
- многие представители экономической и политической элиты действительно известны своими аморальными и противоправными действиями и поступками.

Данные реалии, укоренившиеся в сознании многих членов общества, особенно из числа малоимущих, подогревают мнение о том, что существенная часть нашей элиты в большей степени «нацелена» на пятый пункт признаков элитности, показанных Н.С. Пряжниковым, – отход от моральных и правовых норм, - и, к сожалению, в значительном объеме.

Результаты приватизации позволяют видеть, что немало отечественных «лучших», т.е. «элиты» совсем не проявили свою компетентность и хозяйственность, а выбились в «люди» за счет продажи за бесценок богатств страны и обнищания населения, а также благодаря спекулятивным сделкам. «Простой народ» сомневается, можно ли величать элитой людей, которые в одночасье становились миллионерами и миллиардерами, учитывая, что нередко это делалось незаконным и безнравственным путем. У многих социально активных индивидов так же встает вопрос и о лицах политической верхушки страны, дискредитировавших себя в годы приватизации и финансовых манипуляций: «Можно ли называть элитой тех государственных чиновников вчерашнего и сегодняшнего дня, в результате действий и преступных бездействий которых разрушено и расхищено достояние, нажитое в тяжелейших условиях огромными усилиями народа?». Психолог В. Л. Васильев приводит слова западного консультанта российских реформаторов Дж. Сакса, в которых ука-

зывается одна из главных причин поражения реформ в середине и конце 90-х годов: «... российское руководство превзошло самые фантастичные представления марксистов о капитализме: они сочли, что дело государства служить узкому кругу капиталистов, перекачивая в их карманы как можно больше денег и поскорее. Это не шоковая терапия. Это злостная предумышленная, хорошо продуманная акция, имеющая своей целью широкомасштабное перераспределение богатств в интересах узкого круга людей».

О конкретных фактах детерминации такого положения «приватизационными» причинами мы уже говорили. Можно добавить примеры «заботы» государственных чиновников о сверхприбылях финансовых спекулянтов. Практически весь федеральный бюджет в то время был развернут не в сторону человека и не в сторону развития производства, как должно быть, а в сторону обеспечения сверхприбыли финансовых спекулянтов. Им обеспечивали 100 % годовых, а в мире норма – не более 5 – 7 % [56, с. 319]. Факты и примеры подобного рода предопределяют суть психолого-политических отношений людей из разных страт современного российского общества к проблеме элитности российских нуворишей.

В качестве иллюстрации особенностей отношения к «новым русским» со стороны разных социальных групп остановимся на результатах одного из опросов.

В нашем исследовании 2001 года респондентам (500 человек по репрезентативной по возрасту и полу выборке) был задан вопрос: «Как, по Вашему мнению, относятся люди к тем, кто смог быстро и без особых усилий сделать себе «капитал», стать богатым?»

Полученные данные интересны не только в общем плане, но и в зависимости от уровня материальной обеспеченности людей. Этот момент мы покажем в связи с субъективной оценкой респондентами уровня своих доходов (см. табл. 11). Таблица показывает, что лиц, или положительно, или нейтрально относящихся (1,3,5 варианты ответов в сумме) к быстрому обогащению «счастливицков» в целом немало – более трети опрошенных. Такие лица, особенно по третьему и пятому ответу, более – менее равномерно «распределены» в разных по доходу группах. В отношениях «зависти» и «негодования» есть определенные психологические нюансы. Во-первых, ярко прослеживается повышение «негодующей» оценки рассматриваемого факта в связи с понижением уровня доходов у опрашиваемых. Те, кто так или иначе многое потерял в своем материальном обеспечении, острее воспринимает «неправедность» богатства других. У групп с низкими доходами также низка оценка «нор-

мальности» появления «новых богатых» (9,7%), тогда как в группе с высокими доходами уровень такой оценки приближается к 25%. Интересен еще один психологический момент: количество «молчаливо негодующих» заметно больше среди женщин (45,5%), чем среди мужчин (35,2%). Это скорее всего эффект более «острого» и эмоционального восприятия женщинами разного рода социальных несправедливостей.

Таблица 11

*Отношение к «новым богатым»
в зависимости от уровня доходов респондентов*

| № | Характер отношения людей | Общие данные | Отношение в зависимости от доходов | | | | |
|----|--|--------------|------------------------------------|--------------------|-----------------|--------------------|------------------|
| | | | Значит. ниже ср. | Несколько ниже ср. | Средний уровень | Несколько выше ср. | Значит. выше ср. |
| 1. | Относятся как к вполне нормальному явлению | 16,3 | 9,7 | 12,6 | 21,0 | 17,4 | 25,0 |
| 2. | Завидуют, поскольку сами неудачники, не имеют нужных качеств | 20,8 | 16,7 | 18,5 | 23,6 | 23,9 | 25,0 |
| 3. | В основном, равнодушны, поскольку это их не касается | 11,2 | 12,3 | 7,4 | 12,8 | 13,0 | 0 |
| 4. | Молчат, но в душе негодуют за «неправедно нажитое» | 40,4 | 50,9 | 47,4 | 35,4 | 26,1 | 12,5 |
| 5. | Понимают, что появление богатых – это необходимый этап в развитии общества | 10,2 | 10,5 | 14,1 | 6,7 | 13,0 | 12,5 |

Во-вторых, мнение о «завистниках» больше распространяется среди лиц, имеющих средний и выше среднего уровня доходов. На наш взгляд, это своеобразный защитный механизм людей, которым в большей или меньшей мере сопутствует удача в делах. Они сами, добиваясь повышения своего благосостояния, видят в «завистниках» представителей социальных групп, неспособных к предпринимательству и деловитости.

Понятно, что особо необходимо проводить анализ реакций различных категорий людей по варианту «молчаливого негодования». Ведь именно эти установки больше всего могут спровоцировать социальные коллизии и конфликты в обществе между различными группами. Покажем в связи с этим заметные отклонения от

средних данных по 4-му варианту ответа в разрезе разных категорий опрошенных (см. рис. 7).

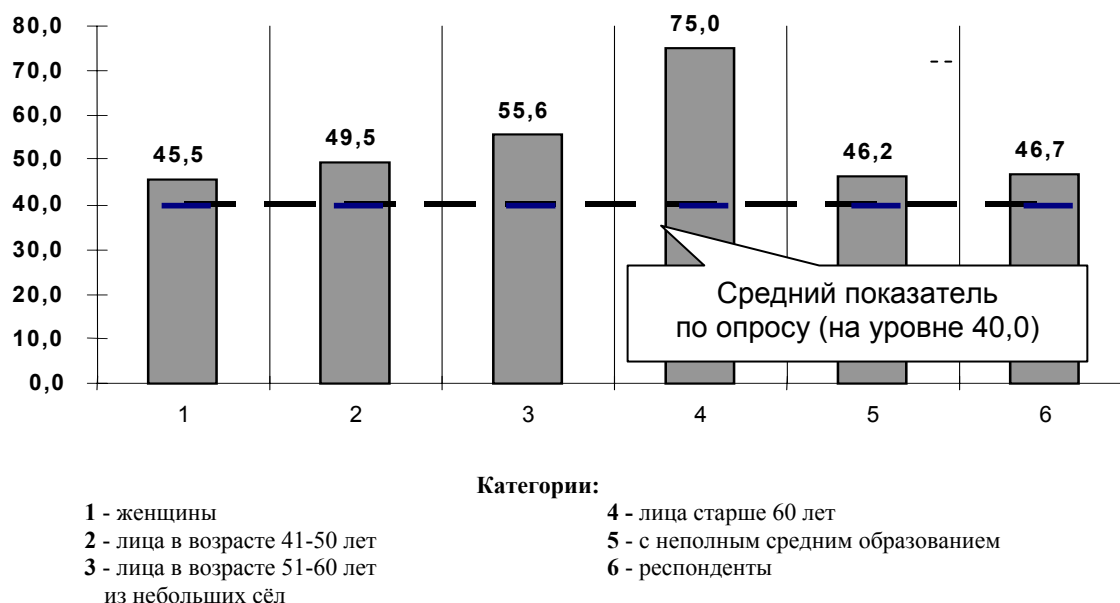


Рис. 7. Заметные отклонения от среднего показателя по ответу о «молчаливом негодовании»³.

Стоит обратить внимание читателей на то обстоятельство, что основной детерминантой негативного отношения к «внезапно обогатившимся» людям, у респондентов кроме уровня их доходов, является возраст: чем он выше, тем больше выражено молчаливое негодование. В группах же до 40 лет процент «негодующих» колеблется около 30. Целесообразно хотя бы кратко разобраться в причинах такого отношения, ведь «молодёжь – будущее страны», и это будущее должно уходить от конфронтации.

Во-первых, здесь действует психологический фактор «надежды на себя», на свои собственные возможности. Молодые люди обладают высокой самооценкой и самомнением, поэтому они считают, что богатство – это прежде всего результат индивидуальных заслуг, а значит не стоит «негодовать» на тех, кто когда-то отличился своей личной предприимчивостью. Во-вторых, как отмечают психологи, показанное отношение молодёжи к богатству чаще всего не зависит от собственного социоэкономического положения. Например, молодые граждане Великобритании из рабочего класса разделяют со

³ По остальным категориям, как-то: мужчины, молодые люди и лица до сорока лет, респонденты со средним и высшим образованием, респонденты из городов, райцентров и сёл «среднего» размера - результаты близки к средним показателям

своими сверстниками из более обеспеченных слоёв позитивные взгляды на богатых и негативное восприятие менее бедных, хотя тем самым они бросают отрицательный свет на свою жизнь и идентичность со своими родителями [см. 23. с.33-34]. В-третьих, молодёжь всегда более критично относится к деятельности своих «предков» и она чаще готова списать многие парадоксы современной жизни на их «ошибки». В таком случае зачем негодовать, когда одни «обошли» других в богатстве и славе: пусть сами взрослые разбираются в таких деталях и нюансах и не вовлекают в это молодёжь. Иными словами, можно сказать, что, скорее всего, современная молодежь ориентирована на иное понимание социальной справедливости, она, прежде всего, ценит результат, достигаемый за счет собственной экономической активности и предприимчивости. И это уже стабилизирующий общество момент, как и то обстоятельство, что среди молодежи значительно больше лиц, подчеркивающих варианты ответа: «понимают, что появление богатых – это необходимый этап в развитии общества». Таким же формально «примиряющим» обстоятельством послужит отход основной массы пожилых людей, имеющих отрицательное отношение к собственникам, от активной экономической и политической деятельности. Но все же рецидивы негативного отношения к «новым богатым» часто будут проявляться в разных слоях российского общества.

Ряд приведенных выше фактов, в том числе тот, что треть опрошенных вполне нормально относится к «новым богатым», показывают, что с реалиями развития и становления российской элиты нельзя не считаться. Отсюда возникает необходимость рассмотреть некоторые особенности этого процесса.

Сегодня можно говорить, что процесс формирования экономической и политической элиты на основе перераспределения собственности в данный период еще совсем не закончен и в нем могут происходить заметные метаморфозы. В связи с этим попытаемся смоделировать этапы развития элиты или «представительницы» социальной группы и дать их краткую характеристику (см. рис. 8).

В представленном рисунке читателя, скорее всего, заинтересуют какие-то результирующие моменты процесса формирования российской элиты. Обращаясь к сегодняшнему дню, уверенно можно сказать, что векторы развития этого процесса имеют и ту и другую тенденции: «интеграция» и «пауки в банке».

О первой тенденции свидетельствуют реальные усилия и наблюдающиеся сдвиги в экономическом и правовом положении некоторых производственных и коммерческих отраслей, которые детер-

минированы и хозяйственниками, и в чем-то властными структурами.

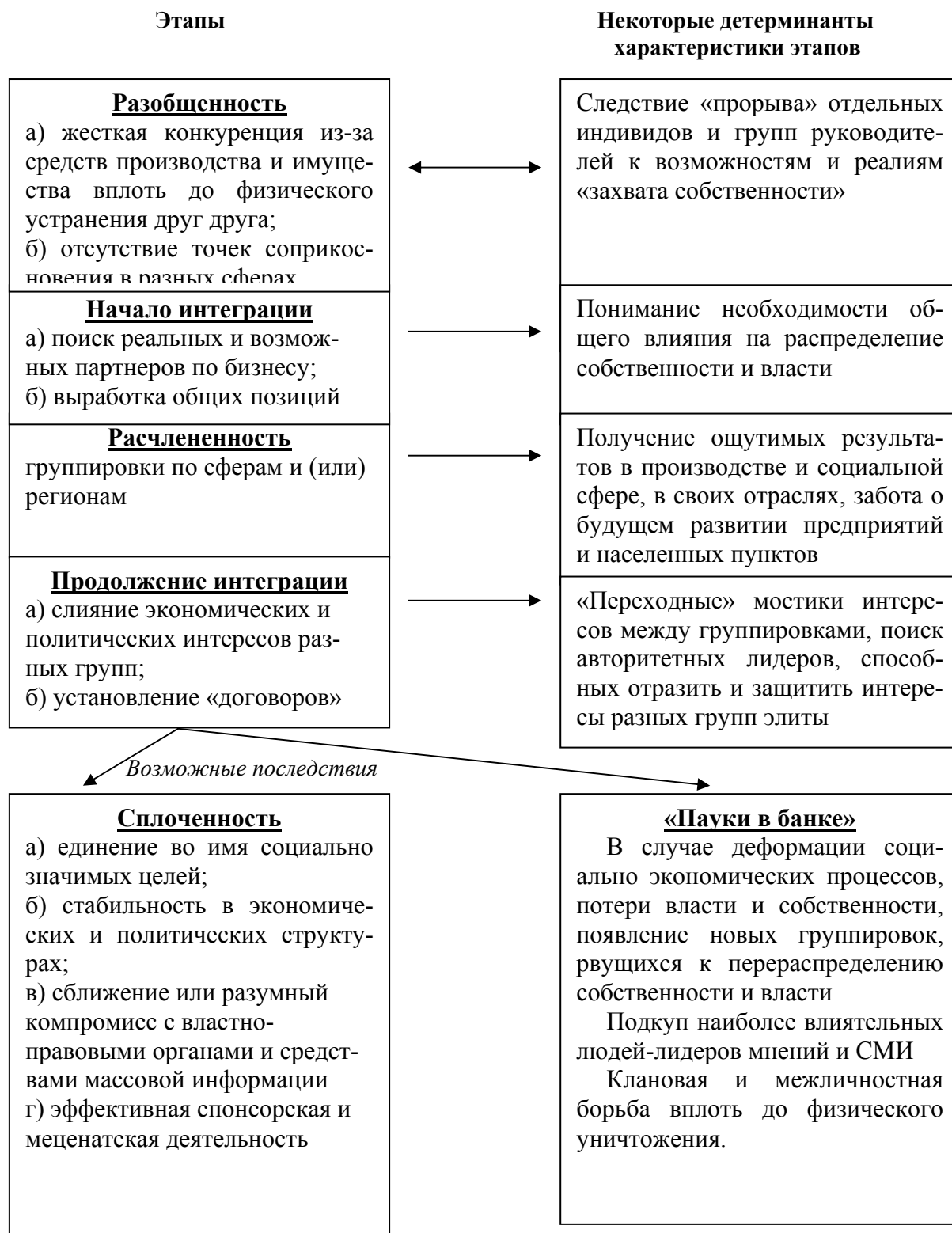


Рис.8. Этапы развития российской элиты как социальной группы

Свидетельством вторых можно назвать «кричащие факты» манипулирования собственностью во многих государственных и экономических структурах.

Коррупционность значительного числа лиц из отечественной элиты подчеркивается не только в российских, но и во «вселенских» масштабах. Международная антикоррупционная организация Transparency International обнародовала новые расчеты индекса восприятия коррупции. Расчеты, которые организация делает ежегодно, показывают, что в России и при президенте Ельцине, и при президенте Путине уровень коррупции остается практически постоянным.

Индекс восприятия коррупции (ИВК) отражает мнения предпринимателей и специалистов как временно работающих в стране, так и живущих в ней. В 2002 году из 102 стран Россия по величине ИВК оказалась на 71-м месте, между Индией и Танзанией (чем больше место, тем хуже). В 2001 году в опросе участвовала 91 страна, и Россия оказалась на 79-м месте. В 2000 году из 90 стран она оказалась 82-й. Формально показатели улучшаются, однако, как выразилась директор российского отделения Transparency International Елена Панфилова, «с лилипутской динамикой». И главное, что показатели все равно очень плохие. А к хорошим результатам с такой динамикой Россия будет идти еще очень долго.

Новый индекс дополняет индекс взяткодателей (ИВ), который Transparency International представила в мае. По ИВ Россия оказалась на 21-м месте из 21 возможного. Это означает, что коррупция и взятки процветают не только внутри страны. Коррупционная психология экспортируется за рубеж – российские компании оказались наиболее расположены к тому, чтобы давать взятки в других странах.

Руководитель Transparency International Питер Айген (Peter Eigen) заявил: «Корруптированные политические элиты развивающегося мира, работая рука об руку с алчными предпринимателями и нечистоплотными инвесторами, ставят личную выгоду выше благоденствия своих граждан и экономического развития своих стран. Везде – от незаконной вырубki лесов до основанной на рабском труде добычи алмазов – мы видим расхищение богатств земли, мешающее устойчивому развитию» [см. Коммерсант, 30.09.2000].

Коррупция и злоупотребления в присвоении государственной собственности в их разных формах дополняется различного рода приемами физической и экономической «расправы» с конкурентами. В частности, в последнее время весьма часто в данных целях стали использоваться положения закона о банкротстве, действующего в

РФ. Банкротство можно начинать из-за любого копеечного долга. Значительное количество российских платежеспособных компаний были признаны банкротами по «наводке» конкурентов только из-за неоплаченных вовремя счетов. И этого в ряде случаев было легко добиться. Важно лишь, чтобы в суде была хорошая поддержка. Но судьи – тоже люди, они могут и рискнуть поддержать самую нелепую жалобу, если, во-первых, она не будет прямо противоречить букве закона, а во-вторых, если риск будет оправдан... такая судебная поддержка, понятно, дорого стоит, в-третьих, в силу запугивания, шантажа и т.п. А ведь в делах о банкротстве решается судьба собственности, которая стоит десятки и сотни миллионов долларов. Корень проблемы в том, что очевидное несовершенство закона о банкротстве соединилось с несовершенством судебной системы. Закон стал, с одной стороны, привлекательным и дешевым инструментом передела собственности, а с другой – кормушкой для чиновников и нечестных судей. В конце 2001 года тогдашний руководитель службы РФ по финансовому оздоровлению Т. Трофилова заявляла, что, по ее данным, треть банкротств в 2000 году были заказными. Если такие цифры есть в официальной статистике, то реально они гораздо выше. Данная практика особо отражается на инвестиционном климате в России, когда иностранные компании не стремятся в Россию со своей собственностью.

Немецкий коммерсант Андерес Зеелинк, который по заданию своего банка изучал возможность инвестиций в акции российских газовых предприятий, высказался весьма откровенно: «Я не смогу убедить мой банк потратить деньги в стране, где такое бывает, - говорит бизнесмен. – Я имею в виду то, как у вас используется банкротство. Крупный газовый холдинг «Роспан» был захвачен у его законных владельцев с помощью назначения управляющего по делу о несостоятельности холдинга. При этом акционеры были готовы вернуть все долги кредиторам, но те не захотели получать деньги, а хотели отстранить владельцев и управлять добычей газа сами. У вас банкротство используется для борьбы за контроль над нормально работающим прибыльным холдингом. Для меня это настоящее извращение самих устоев бизнеса».

Вот еще одно мнение, высказанное английским бизнесменом: «Когда я смотрю на происходящее в России, то вспоминаю поговорку, что аппетит приходит во время еды. Сейчас где-то в Сибири нехорошие парни пытаются захватывать прибыльные газовые предприятия путем ложного банкротства. Допустим, у них получится. Им захочется еще. Но ведь российская привлекательная собственность уже практически вся поделена. Значит, они неизбежно обратят

свои взоры на то, что создано в России иностранцами. Так что пока я не увижу, что захваты российских предприятий путем ложных банкротств прекратились – не дам ни пенни» [газета «Комсомольская правда» от 30.04.02].

Названные и другие «разборки» в российской экономической элите могут прекратиться только через введение комплекса мер. То, что Президент России в своём послании 2002 года остановился на необходимости принятия нового закона о банкротстве – безусловно, хороший сигнал для инвесторов. Фактически это означает, что инвестиционный климат в России может измениться к лучшему. Но пока это, по – видимому, вопрос не такого уж близкого будущего.

Стоит напомнить читателю, что цивилизованные страны, столкнувшись с подобного рода проблемами, решают их на четкой и устоявшейся правовой и этической основе. В частности, об этом говорят принятые законы и этические кодексы деловых людей. Конкретный пример по США: до 14 августа 2002 года крупнейшие американские компании должны были подать в Комиссию по ценным бумагам и (SEC) текст клятвы, скрепленной личной подписью генерального и финансового директора, которая подтверждает правильность финансовой документации компании: «насколько нам известно, в отчетных данных и никакие важные данные не были сокрыты». Клятва дописывалась в присутствии нотариусов. Этот день деловые люди Америки окрестили «честной средой».

В соответствии с законом Сарбэйса–Оксли, если руководитель компании публично не принес специальную клятву, что его финансовая отчетность соответствует действительности, ему грозит до пяти лет тюрьмы и штраф до \$500 тыс. Если же клятва была принесена, а в отчетности нашлись ошибки – до десяти лет тюремного заключения плюс штраф до \$1 млн. Подобного рода борьба с коррумпированностью и нечестностью в бизнесе сегодня широко разворачивается в мире. Важно то, что по таким законам, например в США, должны действовать и зарубежные предприниматели.

Ради справедливости надо сказать, что подвижки в эту сторону наблюдаются и у нашей экономической элиты. Так, по инициативе и с подачи российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) появилась хартия корпоративной и деловой этики. Бюро правления РСПП утвердило ее на своем заседании в октябре 2002 года. С этого момента она действует. Там заложена нерушимость частной собственности, смысл которой: на чужое не посягай; другие постулаты: не используй правоохранные и другие государственные органы в конкурентной борьбе, не используй PR, не

будируй социальные вопросы в интересах своей конкурентной борьбы. И еще очень важный пункт: в своих действиях опирайся не на букву закона, а на дух закона.

3.3.3. Психологическое благополучие «стратифицированных» собственников

В мире сегодня широко распространено понятие «психологическое благополучие», «психологическое здоровье» человека. Оно означает в первую очередь уверенность человека в самом себе и своих перспективах, ощущение стабильности своего положения и самооценки, отсутствие противоречий в сознании, минимум негативных эмоций, убежденность в устойчивых и благоприятных контактах с другими людьми. Одним словом, человек избавлен от разного рода психологических проблем и «комплексов», уверен в своей социальной и экономической безопасности. Отсутствие такого состояния даже при высоком статусе и материальном достатке приводит к стрессам, тревожности, угнетённости и общей подавленности. Одним из значимых симптомов и предпосылок психологического нездоровья считается состояние когнитивного диссонанса.

Когнитивный диссонанс, по Л.Фестингеру, является прежде всего достоянием сознания. Оно означает наличие в психике человека противоречивых, логически несовместимых представлений, знаний, установок (аттитюдов) об одном и том же объекте или событии, которое осознаётся и переживается как определённое чувство дискомфорта, внутреннего конфликта. Для возвращения психологической стабильности человеку необходимо снять названные противоречия, не позволить им расшириться. Это можно сделать двумя общими способами: во-первых, изменить одну из несхожих установок, реконструировать её так, чтобы она пришла в соответствие со второй, во-вторых, обратиться к некоторому «третьему» знанию (установке), которое может примирить две конфликтные установки.

Комментаторы и последователи идей Л.Фестингера детализировали понимание когнитивного диссонанса поведенческими компонентами, когда двумя элементами являлись аттитюд и отражение соответствующего поведения. Такое случается, когда человек совершает нечто, не продиктованное ни его собственными установками, ни каким-либо внешним мотивом. Таким образом, когнитивный диссонанс может проявляться как отсутствие созвучия между двумя однонаправленными установками, так и как несоответствие между установкой и последующим действием.

На наш взгляд, рассматриваемые феномены широко распространены и в экономическом сознании и в экономическом поведении многих российских собственников. Причём в зависимости от принадлежности человека конкретной страте (слою) общества их представленность носит ярко выраженный социально-психологический характер:

- они в значительной степени выражают содержание группового сознания и (или) групповых действий;
- они дифференцированы в зависимости от специфики конкретных групп расслоившегося российского общества;
- они разрешаются или продолжают своё существование с оглядкой личности на групповые реакции, чаще всего в частичной и даже в полной солидарности с ними.

Среди наиболее значимых критериев стратификации основной психолого-экономической типологии групп в российском обществе, как мы уже говорили, выступают: отношение к собственности, уровень материального благополучия, социальный статус группы (а значит, и индивида, являющегося её «членом»). Прошлое и настоящее человека, так или иначе увязанное с данными критериями, и предопределяет особенности когнитивных диссонансов людей в их экономической психологии. Попытаемся дифференцировать такие группы и определить некоторые проблемы в их благополучии.

1. Состоятельные, высокостатусные группы россиян, владеющие значительной собственностью, как в России, так и за рубежом, понимающие, что нарушения, допущенные ими при «завоевании» своего богатства, сегодня в условиях правовой и политической нестабильности общества, могут обернуться крушением своего бизнеса или каких-то его частей, особенно в той стране, где они «забыли» своё состояние. Такие люди в оправдание своего резкого «скачка вверх» могут привести три обстоятельства: а) в период начальной приватизации не было установлено каких-либо обоснованных норм и законов (у России не было своего опыта, а установления «с чужого плеча» не срабатывали), б) их богатство стало показателем их предпринимательской активности, их жизненной энергии, их деловитости, в) они не сделали ничего плохого, забрав у государства свои «кровные», которые им и (или) их предкам недоплачивали за труд и предприимчивость (по уже приведённому принципу: «сколько у государства не воруй – своего не вернёшь»).

Став по уровню своего богатства на одинаковые высоты с известными мировыми «толстосумами», оформившись в некоторых

зарубежных странах в группу мигрантов – рантье, таким людям всё же далеко не всегда удаётся достичь соответствующего психологического благополучия. Во-первых, и на родине и в массовом сознании зарубежного обывателя их быстрое обогащение вызывает, мягко говоря, подозрение. Расхожими и тут и там стали мнения о несправедности их благосостояния, нажитого в нарушение общечеловеческих принципов. Такие позиции зачастую не высказываются глаза в глаза, но они звучат в различных оценках положения и стиля жизни новоиспечённых олигархов. Вот характерный пример. Летом 2005 года немецкий журнал «Штерн» опубликовал статью «Русские идут» о наших соотечественниках, отдыхающих на разных курортах мира. В ней немецкий Бюргер Хорст отражает позиции таких, как он людей: «Хорст изучал в школе русский. Но чтобы разговаривать с русскими?! Никогда! Когда Хорст видит, как Иван катается на водных лыжах, отправляется на прогулку на катере или несётся по морю на «банане», то он всегда мучается одним вопросом: откуда у русского деньги?».

Во-вторых, и одновременно с первым, в ряде зарубежных СМИ создаются негативные стереотипы «нового русского» - человека, скакнувшего «из грязи в князи», но по статусным характеристикам оставшемуся на весьма низком уровне. В то же статье можно найти немало соответствующих примеров. «...Это человек низкого роста и крепкого телосложения с конституцией танка Т-34. Руки как у борца за приз в балагане, лодыжки – как печные трубы у таёжной избушки. На медвежьем загривке – тяжёлая золотая цепь... Он дымит, как сибирская баня, всегда и везде, даже в столовой. Там он всех толкает и пинает. Он никогда не извиняется. Жировая складка на животе, как у тюленя, свисает над треугольником плавок, когда он тяжело ступает по дрожащему под ним причалу...» [КП, 26.08.2005]. Нечего и думать, что, смотря как в кривое зеркало на подобный образ, у его прототипа может быть благополучное психологическое состояние. Отсюда и возникает желание выстроить разного рода механизмы психологической защиты, подав в средствах массовой информации «нового русского», как человека, которого любят и уважают за рубежом, которому просто завидуют. В «Комсомольской правде» опубликовали интервью с первым русским миллионером Артёмом Тарасовым «Русские олигархи превратили Лондон в «английскую Рублёвку», который, в частности, говорит: «Англичане любят русских. Потому что они – покупатели номер один. Тратят, шикуют, гуляют. Особенно любят Абрамовича. Он там герой. Если с ним что-нибудь случится, на улицу выйдут толпы фанатов... И вот выходит Абрамович на трибуну, стадион встаёт и поёт «Калинку». А он, как

император, простирает руку. Удивительное зрелище. Абрамович – английское счастье. У меня есть майки с его физиономией и лозунгом «Спаситель». Английская королева ему ещё обязательно орден даст, и сэра он получит. Кстати, в Англии можно свободно купить титул лорда. Те разоряются и продают» [КП, 20-27.10.2005].

Вряд ли можно назвать случайным тот факт, что через несколько дней после опубликования интервью А.Тарасова английская газета «Гардиан» напечатала статью, в которой объявила российских олигархов грабителями и обвинила лондонского мэра в том, что он поддерживает кампанию по привлечению в свой город нечестно нажитых капиталов московских богачей. В самом начале газета напомнила читателям обстоятельство, что в течение двух последних столетий Лондон служил убежищем интеллектуальной элиты и политических диссидентов из России. Здесь скрывались в эмиграции Герцен, Бакунин, Ленин. В настоящее же время, сокрушается «Гардиан», из убежища интеллигентов и радикалов Британия превратилась в оффшорный депозитарий для баронов – грабителей из России. «Те, кто расхищал природные богатства развалившегося Советского Союза во время «пиратизации» 90-х годов, теперь тратят свои нечестно нажитые деньги в Лондоне. Деньги, которые должны были пойти на выплату пенсий, зарплат, тратятся на оплату частных школ, шоферов и шеф-поваров в поместьях на юге Англии. Считается, что в России 27 миллиардеров и сотни миллионеров. Кажется, что большинство из них обустроивается в Лондоне...».

По мнению «Гардиан», этих мошенников привлекает в Британии «ведьминское зелье», сваренное из налоговых льгот, финансовых услуг и изворотливых юридических фирм, которые ведут бесконечные судебные тяжбы, защищая своих клиентов» [см. Труд, 27.10 – 02.11., 2005].

В двух приведённых оценках отношения зарубежных граждан к русским нуворишам опять-таки наблюдается когнитивный диссонанс. В каком из приведённых примеров больше истины – трудно сказать, пусть в этом определится читатель, исходя из собственного опыта. Но нельзя не напомнить ещё один значимый момент, и это в третьих. Сегодня то и дело возникают ситуации, когда отечественных нуворишей и в своей стране и за рубежом власти и правовые органы стремятся «поставить на своё место», указать, «кто есть кто» (дела М.Ходорковского, П.Бородина, Б.Адамова и т.п.). В таких обстоятельствах уйти от соответствующих диссонансов весьма трудно.

2. Новые собственники, не «запятнавшие» себя в период приватизации (хотя бы внешне), сумевшие рационально и не в

ущерб закону использовать свои личностные ресурсы и финансовые резервы для организации высокорентабельного производства, и сверхприбыльной коммерции. Их установки на расширение своего бизнеса в собственной стране нередко вступают в противоречие с осознанием двух обстоятельств. С одной стороны, «правила игры», устанавливаемые российской налоговой системой, зачастую работают в ущерб отечественному производителю и коммерсанту, необоснованно изымают более значительную часть доходов, чем соответствующие законы во многих зарубежных странах. Ожидание неоправданных потерь средств противопоставляет интересы предпринимателя и государства, побуждает первого искать более комфортные возможности в чужих пенатах. С другой стороны, в России бизнесмен не застрахован от нападков различных захватчиков собственности, которые стремятся перераспределить её в свою пользу. При этом используются жёсткие авантюристические и манипулятивные методы, вплоть до физического устранения конкурентов. Таким образом, желание быть полезным своей стране и понимание, что она не даёт для этого необходимых гарантий – одна из главных причин оттока капиталов из России. Власти, естественно, стремятся снять данное противоречие.

Российское правительство в августе 2005 г. одобрило поправки в законодательство, дающие гражданам возможность в упрощенном порядке декларировать свои накопления. Предлагаемые изменения в Налоговый и Уголовный кодексы направлены прежде всего на привлечение капитала в экономику – за счёт средств, которые лежат на счетах наших граждан в зарубежных банках. Именно эти доходы предлагается легализовать. Для чего требуется в срок с 1 января по 1 июля 2006 года декларировать доходы, полученные до 1 января 2005 года. Достаточно перевести деньги из оффшора в российский банк, заплатить 13-процентный сбор (подходный налог) – и, как говорится, можно спать спокойно, т.е. т.е.восстановить психологическое благополучие. В этом отношении имеется опыт других стран, где уже проходили амнистии: в некоторых – только капиталов, в других – и денег, и недвижимости. Надо сразу сказать, что при существующем в сознании многих людей недоверии к порядкам и законам в России, данное нововведение может обернуться ситуацией, «когда гора родила мышь». На предложенных условиях люди, которые держат свои капиталы в зарубежных банках, не станут переводить деньги на счета в российские банки ради декларирования. Не случайно российское правительство осенью 2005 года смягчило свою позицию: легализовать средства и получить на них амнистию можно не переводя деньги в российские банки, а оставляя их за ру-

бежом. Но и этот вариант может оказаться не весьма востребованным. А это означает, что и объективный, и субъективный диссонанс останется в сознании.

3. Лица, выигравшие от рыночных реформ в связи с появлением более широких возможностей самореализации своих творческих потенциалов, которые получают не только общественное признание, но и материальное вознаграждение. Это, в первую очередь, люди искусства, талантливые изобретатели и рационализаторы, представители высокостатусных профессий: юристы, экономисты, представители мелкого и среднего бизнеса, менеджеры, администраторы, «звёзды» эстрады и спорта, известные учёные, высокопоставленные военные и т.д. Большинство из этих людей богаты прежде всего своей интеллектуальной собственностью. Диссонанс их отношения к экономическим реалиям проявляется в следующем: с одной стороны, многие из них осознают, что происшедшие перемены несправедливо «обошлись» со значительной частью граждан общества, но, с другой, они понимают, что возврат к старому может лишить их значительной части полученных преимуществ. Разрешается такой диссонанс в основном двумя способами. Выдающаяся личность поднимается над толпой, виня неудачников, «неумех», «сереньких людишек» в их неумении правильно выстроить судьбу, стать человеком, сделавшим самого себя. Ещё одним возможным способом становится возлагание вины за всё происходящее на власть: «сами заварили кашу, сами её и расхлёбывайте», «с нас в этом деле спрос маленький». Но всё же немалое количество талантливых людей понимает, что снимать имеющееся противоречие лучше всего своей активной гражданской позицией. Известный певец И. Кобзон в своей книге воспоминаний и размышлений «Как перед богом» так говорит в данном ракурсе об А. Пугачёвой: Она «могла бы хорошо влиять на обстановку в стране в которой она не просто пребывает, а всё-таки живёт. Могла бы высказывать своё мнение по поводу того, что у нас происходит, и как она воспринимает текущую политику. Нельзя же быть известным гражданином и отмалчиваться. У неё нет никакой позиции. Такое впечатление, что она и иметь её не хочет» [КП, 20-27.10.2005]. (По-видимому, усвоив некоторую справедливость подобной критики, «примадонна» стала членом Общественной палаты России).

4. Социальные группы лиц, уяснившие свои потери от незаконной и полузаконной приватизации общественного достояния, увидевшие, что причитающиеся им дивиденды от имущества и деятельности предприятий ушли в чужие карманы. Они настроены на изменение создавшегося положения, но понимают, что всё это мо-

жет обернуться разрушительными социальными коллизиями и поэтому не принимают каких-либо реальных действий. В то же время, конечно, они ожидают каких-то конкретных действий от властей.

Напомним к показанному выше факту, когда в нашем исследовании на вопрос об отношении людей к обогащению «новых русских» около 40% опрошенных ответили: «молчат, но в душе негодуют за неправомерно нажитое богатство». В другом нашем исследовании (1800 респондентов Иркутской области, репрезентативная по полу и возрасту выборка), фиксируя свои позиции по некоторым идеям, муссируемым политиками, опрошенные дали следующие ответы (см. рис. 9).

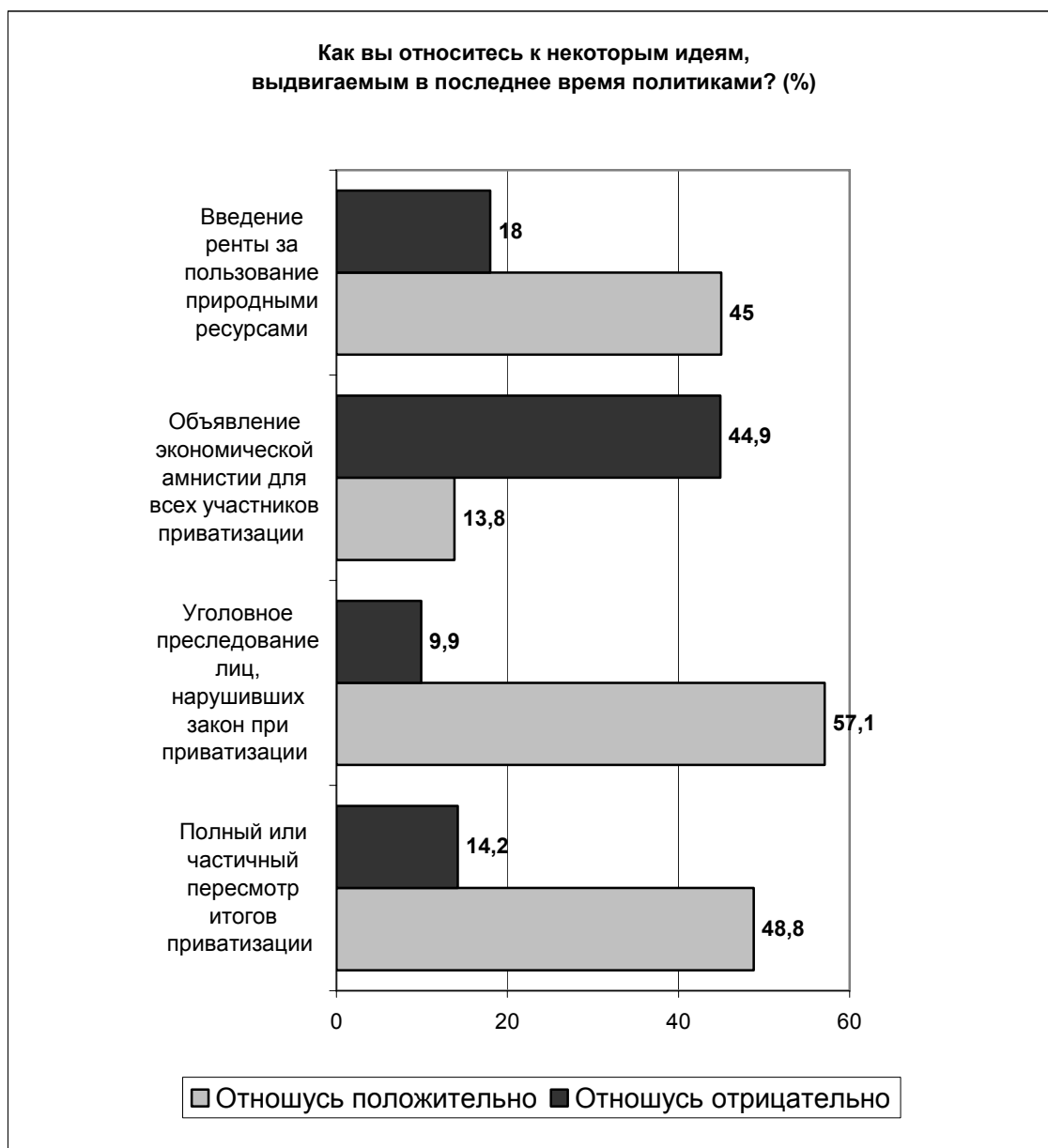


Рис. 9.

Примечательным является тот факт, что, имея отображённые на диаграмме «революционные» установки, многие граждане из «ущемлённых» слоёв общества в действительности отходят от какой-либо политической борьбы за изменение создавшегося положения. Протест загоняется «внутрь себя» многими людьми, в крайнем случае он звучит в кулуарах, на кухне, в частных разговорах. Диссонанс между осознанием несправедливости, желанием восстановить «статус-кво» и боязнью реальными усилиями противодействовать негативным обстоятельствам является существенным стимулом стрессовых состояний людей, их внутренних конфликтов. Психологическим механизмом снятия напряжения опять-таки становится осуждение и обвинение властей в бездействии и коррупции с зарвавшимися толстосумами, в тайной и явной поддержке их неправедных действий. Брань, ругань, охаивание чиновников разного рода, допустивших и стимулировавших несправедливости – это в российской действительности необходимый и естественный клапан, через который выходит «пар» внутренних дискомфорта.

Таким образом, Россию можно уверенно назвать страной когнитивных диссонансов в экономической психологии многих её собственников. Они сближены и специфичны по своему содержанию в разных социальных группах, зачастую имеют своими установочными объектами особенности и экономическое положение представителей других групп. Общим объектом диссонансных аттитюдов в разных социальных стратах чаще всего выступает российская власть, но каждая из групп связывает с ней своеобразные ожидания и представления. Только максимально сгладив существующие диссонансы, можно надеяться на восстановление психологического здоровья российских собственников.

Приведенные факты и размышления, позволяют увидеть и кардинальный путь устранения когнитивных диссонансов в экономическом сознании жителей нашей страны. Это прежде всего - ликвидация причин и факторов, вызывающих экономические угрозы для людей, нацеленных на предпринимательскую и хозяйственную активность. К таким угрозам на макро-, микро- и локально-экономическом уровнях можно отнести:

- нестабильность, несовершенство и незавершенность к тому же повсеместно несоблюдаемого российского экономического законодательства;
- высокий уровень инфляции в стране;
- угроза терроризма;

- опасность проиграть в конкурентной борьбе с отечественными и зарубежными фирмами, быть вытесненным с рынка;
- страх перед непредвиденными, непредсказуемыми действиями органов власти;
- угрозы вымогательства со стороны органов власти и управления, преступных группировок, влиятельных лиц;
- боязнь потери работы, уровня квалификации, вынужденного перехода к низкооплачиваемым видам деятельности;
- страх потери объектов собственности, имущества, денежных накоплений, инвестируемого капитала и т.п.

Обилие перечисленных угроз (а их количество можно уверенно увеличить) ставят перед государством и обществом актуальную задачу совершенствования экономической безопасности отечественного собственника.

3.3.4. Российские собственники: путь к социально-ответственному бизнесу

Как отмечают исследователи политической и экономической элиты в цивилизованных странах, для современных «отборных» характерна ориентация на либеральные ценности и на учет государственных интересов; элита стремится рассматривать благополучие других в качестве одного из аспектов собственного благополучия и использовать власть правительства для исправления сознательного вреда, нанесенного кому-либо. Это философия по принципу «*poblesse oblige*» – ответственности элиты за благополучие бедных и ущемленных, за развитие среднего класса. Сегодняшняя либеральная элита верит, что она может изменить жизнь граждан – покончить с дискриминацией, обеспечить занятость, поднять моральный дух людей, искоренить болезни, дать образование массам и внедрить доминирующие культурные ценности в сознание каждого.

В связи с названными философско–нравственными позициями в первый ряд своих ориентиров элиты ставят фундаментальные ценности частной собственности, ограничение власти правительства, личной свободы, надлежащей правовой процедуры. Элиты в целом поддерживают либеральные социальные программы, включая социальное страхование, справедливые условия труда, пособия по безработице, прогрессивный подоходный налог, федеральную помощь в

системе социального обеспечения, правительственное регулирование коммунальных услуг и антикризисную финансово–валютную политику. И, наконец, элиты также едины в стремлении осуществлять влияние на мировые дела, противостоять распространению коммунизма, сионизма и терроризма, сохранять сильную оборону и защищать прозападные правительства от внутренних подрывных процессов и внешней агрессии.

Современные взгляды на роль филантропии в решении социальных проблем получили развитие в США в начале 70-х годов XX в. Они отталкиваются от трех идей.

1) **Единственная ответственность бизнеса – это увеличение прибыли для своих акционеров.** Эта точка зрения была «озвучена» М.Фридманом в газете «Нью-Йорк Таймс» в 1971 году и условно называется **теорией корпоративного эгоизма.** Здесь доходы и собственность ее владельцев ставятся выше любых общественных интересов.

2) Вторая концепция прямо противоположна первой и может быть названа **теорией корпоративного альтруизма.** Появилась она одновременно с опубликованием нашумевшей статьи Фридмана и принадлежала Комитету по экономическому развитию США. Здесь собственнику отводилась самая активная роль в разнообразной помощи обществу и социально неимущим слоям населения. В рекомендациях Комитета подчеркивалась, что **«корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества американской жизни».**

3) В качестве третьей «объединяющей» концепции в США распространена сегодня центристская теория – **теория разумного эгоизма.** Она настаивает на том, что, тратя деньги на социальные и филантропические программы, **корпорация и ее собственники в долгосрочной перспективе создают благоприятное социальное окружение и таким образом устойчивые прибыли в будущем, хотя и сокращает свои текущие доходы.**

Чтобы убедиться в «филантропической» сути зарубежного бизнеса, остановимся на примере немецкой компании «Сименс», «занимающей» сегодня в «табели о рангах предприятий электротехнической и электронной промышленности мира» третье место после американских «гигантов» «Дженерал электрик» и «Ай Би Эм». Выбор этой фирмы в качестве примера связан с тем, что «Сименс» в 2003 году отметила полутора вековой юбилей своей деятельности в России. Сегодня компания работает в таких областях, как инфор-

матика и связь, медицина и светотехника. Все это представлено и в нашей стране.

А начиналось все с малого: в октябре 1847 года молодой офицер и изобретатель Вернер Сименс вместе со своим другом Георгом Гальске основал в Берлине «Телеграфно – строительную фирму Сименс и Гальске». Это была небольшая мастерская, в которой трудились всего три человека. Сейчас на предприятиях фирмы заняты 450 тысяч человек в 190 странах. Компания и сегодня бережет и расширяет филантропические и спонсорские традиции, которые были заложены ее основателем.

Свой новаторский подход Вернер Сименс проявил при формировании социальной политики своего предприятия: на его заводах был введен 8,5 – часовой рабочий день, созданы пенсионная касса, фонд социальной поддержки, закреплены врачи, ответственные за здоровье рабочих. На склоне лет основатель компании признавался: «Если бы я не отдавал своим верным помощникам причитающуюся им часть прибыли, то деньги жгли бы мне руки, как раскаленное железо. Я считаю свою жизнь удавшейся, так как она была заполнена трудом, приносящим пользу людям».

Интересно, что Россия стала одним из первых государств, с которыми немецкая компания начала свою международную деятельность. Еще в 1851 году из берлинской мастерской в Санкт-Петербург было поставлено 75 телеграфных аппаратов.

Объем российских заказов постоянно возрастал: правительство дореволюционной России обеспечило «Сименс» заказами на 15 лет вперед. Поэтому следующим шагом в развитии фирмы стало открытие в 1853 году филиала в Петербурге. Представительство возглавил младший брат Вернера, Карл Сименс. В последующие несколько лет фирма протянула 9 тысяч километров телеграфных линий на российских просторах: Петербург – Москва – Крым; Москва – Киев – Одесса – Севастополь; Петербург – Кронштадт (частично даже по дну моря); линии на Финляндию, Варшаву, Ригу и Таллин и далее на Западную Европу. Гарантийный срок работы этих линий доселе невиданный – 6 и 12 лет!

С первых шагов своей деятельности в России фирма постоянно проявляла свои меценатские и спонсорские склонности. И этим своим традициям она верна и в постперестроечное время.

С 1999 года лучшие учащиеся лицея «Физико–техническая школа» при Физико–техническом институте имени Иоффе (С.-Петербург) поощряются стипендиями имени Карла фон Сименса. Уже в четвертый раз фирма «Сименс» совместно с Немецким куль-

турным центром имени Гете проводит конкурс мультимедийных программ среди российских школьников и студентов. Он обращен ко всем, кто умеет рисовать, сочинять, музицировать, фотографировать, снимать фильмы, кто обладает организаторскими способностями. Этот проект нацелен на проявление в каждом молодом человеке творческого начала, духа единства при работе в команде и, конечно же, увлеченности, всего того, без чего невозможно найти свое место в меняющемся мире.

В 2003 году компания не просто праздновала 150-летие своей деятельности в России, но и реализовала благотворительные программы, посвященные этой дате. К своему юбилею в России она заменила установленную в 1901 году в Московской консерватории и исправно прослужившую с тех пор вентиляционную установку фирмы «Сименс и Гальске».

Второй спонсорский проект – подарок к 300-летию северной столицы. Это филармония имени Шостаковича в Санкт-Петербурге, которая входит в число объектов, подлежащих реставрации. В здании, построенном в 1839 году, давно уже назрела необходимость коренной модернизации, в первую очередь связанной с критическим состоянием электрического оборудования. Установка фирмой «Сименс» новой трансформаторной подстанции стала своего рода оказанием «первой помощи» в этом деле.

Данный пример хорошо показывает необходимость актуализации филантропической направленности российского бизнеса. Следование ему в современном периоде – неизбежность для эффективных российских собственников. Такой подход предопределяется рядом причин и факторов:

1. Только он способен постепенно снимать создавшееся в обществе впечатление полного корпоративного эгоизма российской элиты. Очень важно «сбить» общественное мнение о том, что олигархи и иже с ними богатые люди делают бизнес только на себя и для себя. Вне всяких сомнений на сегодня – это и стратегическая, и тактическая задача многих корпораций.
2. Эффективные шаги в данном направлении будут отражаться на увеличении престижа и статуса отечественных предпринимателей не только в своей стране, но и за рубежом. Американский, немецкий и т.д. бизнесмен, вобравший в плоть и кровь разумный эгоизм, естественно, будет лояльней относиться к российским предпринимателям, разделяющим и поддерживающим его точку зрения, его филантропическую практику, а это, а свою очередь, сказывается на росте их политического веса.

3. В росте «разумного эгоизма» «новых русских» заинтересовано российское правительство и другие центральные управленческие органы. Здесь резон в следующих моментах. Во-первых, увеличение филантропической помощи населению со стороны предпринимателей будет свидетельствовать о мудрой политике чиновников, сумевших стимулировать данную деятельность. Во-вторых, без меценатских и спонсорских вкладов в некоторые социальные сферы правительство явно не «заткнет дыры» в бюджете. В-третьих, возможность давления на «олигархов» в данном плане снижает когда-то установившийся их «перевес» над политической властью, хотя это обстоятельство, естественно, не означает конец олигархии.
4. Крупный бизнес сам начинает осознавать свою заинтересованность в благотворительном климате и хороших отношениях с местной властью. Ведь власть может создавать для работающих на территории региона компаний режим наибольшего благоприятствования, льготное налогообложение и кредиты.
5. В данном плане на корпорации происходит давление общественного мнения, средств массовой информации и, особенно, клиентов. Находиться в противоречии с любым из этих «фигурантов» невыгодно любому «толстосуму».
6. Расходы на филантропию при умелой «пиаровской» компании можно эффективно использовать в соперничестве с конкурентами, которые «не способны» или «не хотят» тратить средства на общественное благо. Умелое использование таких «ходов» в предвыборных баталиях будет обеспечивать дополнительные политические дивиденды.
7. Филантропию выгодно использовать для укрепления лояльности сотрудников фирм, укрепления гуманистических тенденций внутри организации, поскольку добровольные социальные выплаты нередко касаются членов семей работников или их самих. Всего лишь один пример подобного рода из практики США. В 1995 году предприниматели внесли в частную коллективную систему пенсионного обеспечения 53,7 млрд. долларов, а сами «будущие пенсионеры» – участники этой системы – 57,9 млрд. долларов.

Таким образом, филантропия становится мощным наступательным орудием в социально – политических процессах, происходящих в обществе. Она органично должна быть включена в управленческую концепцию политической деятельности, принося свои дивиденды и политическим лидерам, и экономической элите.

Социально-ответственный бизнес – это бизнес, ориентированный на сочетание собственных интересов с интересами общества и локального социального окружения: населенного пункта, района, области. Корпорации, фирмы ищут и находят средства и способы объединить потребности общества и цели своего бизнеса.

Понятие социально-ответственный бизнес предполагает, как минимум сумму нескольких слагаемых:

- ◆ выплата в полной мере положенных налогов с добровольным повышением их ставки в случаях получения дополнительных прибылей;
- ◆ повышение заработной платы своих сотрудников до уровня, когда они могут тратить значительную её часть на поддержание своего здоровья, на образование, спорт, культуру; зарплата для социально-ответственного бизнеса не просто оплата по труду, но и инвестиции в человеческий капитал;
- ◆ создание новых рабочих мест и разработка программ для обеспечения занятости населения на территориях, где непосредственно действует предприятие фирмы, корпорации;
- ◆ забота об охране окружающей природы не только соответствующими налогами фирмы, но и добровольной и безвозмездной экологической деятельностью руководства и сотрудников;
- ◆ различные филантропические и благотворительные акции в поддержку образования, здравоохранения, культуры, улучшения благосостояния бедных слоёв, инвалидов и других особо нуждающихся категорий населения.

По отношению к сотрудникам собственных предприятий социально-ответственный российский бизнес по примеру цивилизованных “собратьев” из зарубежных стран может пойти значительно дальше. Это всё большее вовлечение работающих в непосредственное управление делами фирмы через поощрение лучших сотрудников акциями кампании, когда люди становятся активными совладельцами предприятия. Это так же совместные вклады (к примеру, 50 на 50%) предприятия и конкретных сотрудников в пенсионные фонды, средства из которых инвестируются в развитие производства данного предприятия (к примеру, в 1995 году предприниматели США на подобной основе внесли в частную коллективную систему пенсионного обеспечения

53,7 млрд. долл., а сами “будущие” пенсионеры – участники этой системы – 57,9 млрд.долл.). Возможно так же создание бизнесом альтернативных форм страхования медпомощи и страховых рисков в рамках негосударственных страховых компаний. Некоторым предприятиям по силам внедрение всех льгот и привилегий системы пожизненного найма. Одним словом, инициативных форм социально-ответственного бизнеса у предпринимателей России очень много.

3.3.5. Приватизация и возможности укрепления совместной собственности

Понятие «коллективная собственность» не имеет четкого определения, хотя встречается в научных публикациях и закрепились в обыденном сознании россиян.

В кратком экономическом словаре под ред. А. Н. Изрилияна, можно встретить такую формулировку: «Собственность коллективная - имущество, принадлежащее одновременно нескольким лицам, с определением долей каждого из них (долевая собственность) или без определенных долей (совместная собственность)».

В восприятии понятия «коллективная собственность» в российском сознании есть определённый психологический или даже идеологический нюанс. Он весьма правильно подмечен американскими исследователями Дж. Симмонсом и Дж. Лоугом. Они высказывают мнение, что использование некоторыми правительственными чиновниками России сочетания «коллективная собственность» есть прикрытая попытка связать собственность работников в нашей стране с провалившейся системой советской коллективизации [78, с.284]. Подобные идеологические попытки не имеют ничего общего с реальной сущностью вопроса, что мы попытаемся отразить в данном разделе.

Существующие виды коллективной собственности можно условно поделить на две группы: собственность в **деловой** и **бытовой** сферах, хотя между ними существуют естественные связи. Собственность деловой сферы «обслуживает» производственные и социальные интересы людей. Это прежде всего коллективная собственность разных фирм и корпораций, а также собственность общественных организаций. О последней в Гражданском кодексе РФ сказано (ст. 213.4): « Общественные и религиозные организации (объединения), благотворительные и иные фонды, являются собственниками приобретенного ими имущества и могут использовать его лишь для достижения целей, предусмотренных их учредительными докумен-

тами. Учредители (участники, члены) этих организаций утрачивают право на имущество, переданные ими в собственность соответствующей организации».

Коллективная собственность в бытовой сфере – это прежде всего общее имущество собственников квартир в многоквартирном доме (общие помещения, несущие конструкции, механическое, электрическое, санитарно-техническое и иное оборудование за пределами или внутри квартир), а так же имущество садоводческих, гаражных и иных кооперативов.

Широко распространёнными в России являются товарищества собственников жилья, выступающие некоммерческими организациями. В связи с приватизацией квартир и реформой жилищно-коммунального хозяйства у данной категории собственников (а это более половины населения страны) возникает много проблем по управлению своей коллективной собственностью, по взаимодействию с муниципальными и частными предприятиями, обслуживающими жильё. Согласно законодательству владельцы квартир могут управлять своей собственностью тремя способами: во-первых, непосредственно через различного рода собрания; во-вторых, через избрание компетентных лиц в руководство жилищными кооперативами; в-третьих, через заключение договоров с частными предприятиями. Но при любом таком управлении возникают экономические и социально-психологические проблемы. Но это тема особого разговора, которую авторы пособия не развивают, заострив внимание на коллективной собственности в деловой (коммерческой) сфере.

В разделе об общинном характере на землю мы говорили об особенностях российского менталитета, который, как считается, в большей мере нацелен на коллективное владение не только на землю, но и на средства производства. Это массовое психологическое «качество» россиян побуждало многих ученых и практиков высказывать предположение, что одним из важных результатов разгосударствления предприятий и общественного богатства в целом будет укрепление коллективной собственности. Этот тезис поддерживался целой гаммой социально – экономических и психологических аргументов:

- государству выгодно снять с себя функцию прямого хозяйственного управления и передать ее непосредственно трудовым коллективам, причем не только их руководству, но и «рядовым» производителям;
- опыт цивилизованных стран показывает, что в экономике наблюдается целенаправленная тенденция роста

акционированных предприятий, в которых владельцами акций выступают и их работники; это в политико-экономическом плане ослабляет остроту противостояния труда и капитала в сферах производства и обслуживания;

- если фирма ставит своей целью не просто получение прибыли, а удовлетворение потребностей, интересов, развитие способностей человека, то она должна непосредственно заняться этими проблемами через подключение к управлению работников, используя при этом преимущества коллективной собственности;

- реальное участие работников любого ранга в коллективной собственности посредством четко фиксированного вклада (акция, пай, «доля») и также конкретно определенных выгод (дивидендов, части прибыли) усиливает мотивацию к эффективному труду и распоряжению собственностью, а это укрепляет чувство хозяина и побуждает человека лучше контролировать ответственных лиц, направленные на повышение рентабельности производства; этого не может и не хочет добиваться работник, полностью отчужденный от участия в управлении производством и распределении его результатов;

- работник с «очерченным» в предыдущем аргументе положительным отношением к своему предприятию стремится задействовать все собственные возможности и способности для увеличения индивидуального вклада в производственный процесс; он больше нацелен на творчество, изобретательство, внедрение инноваций, на защиту высокой марки выпускаемой продукции и реализуемых услуг, увязывая их качество и имидж со своими действиями, своим достоинством;

- наконец, интегральным результатом нередко выступает улучшение морально – психологического климата в коллективе фирмы или корпорации, повышение духовной и нравственной комфортности от совместной деятельности; в силу этого уменьшаются экономические издержки из-за разного рода конфликтов на горизонтальном (между работниками) и вертикальном (между собственниками, менеджерами и работниками) уровнях.

Названные психолого-экономические аргументы, естественно, далеко не всегда отражают реальные возможности коллективного собственника, особенно на первых этапах совместного хозяйствования, где даже положительное может нести в себе какие-то издержки из-за отсутствия опыта или каких-то внешних и внутренних причин.

Наиболее часто встречающейся формой долевой коллективной собственности выступают акционерные общества в их разных видах. Как известно, акционерная форма собственности выгодно отличается от других форм, благодаря следующим обстоятельствам:

1) Акционерное общество обладает способностью аккумулировать различные по объему средства многих физических и юридических лиц.

2) Акционерное общество может свободно распоряжаться всем своим капиталом, не беспокоясь, что часть средств придется вернуть совладельцам при любых обстоятельствах.

3) Режим функционирования акционерных обществ предполагает ведение подробной, открытой и публичной отчетности, что позволяет институтам власти, финансовым органам вести наблюдения за деятельностью акционерного общества.

4) Собственника также привлекает то, что ответственность за дела общества он несет только в размере своей доли.

В развитом и эффективном акционерном обществе действуют все те плюсы коллективного собственника, которые охарактеризованы выше. Это уже заметно в мировом масштабе. Так, на основе прав работников на собственность в качестве акционеров или пайщиков своих фирм действуют многочисленные предприятия более чем в 100 странах мира, включая 14 государств Центральной и Восточной Европы. По расчетам авторитетных американских экспертов, фирмы с высокой степенью акционирования собственности и участия работников в управлении производством функционировали лучше, чем те, где эта степень была низкой. В первых производительность живого труда была выше на 15 %, норма прибыли на используемый капитал – на 33% (74, с.10,11)

Особенно данная практика распространена в США. По оценке американских ученых Д. Блази и Д. Круза с 1974-го по середину 90-х годов число корпораций, крупнейшим держателем акций которых являются служащие, выросло в 50раз и достигло почти 15% от общего числа корпораций. Существующий в стране «список 1000» – это 1000 корпораций с самой высокой долей собственности служащих в акционерном капитале, включая в девяностые годы почти треть компаний из списка крупнейших промышленных корпораций, публикуемого журналом «Форчун», и почти пятую часть сервисных фирм (6, с.299).

В Америке существуют разные так называемые пенсионные программы, обеспечивающие привлечение средств служащих в ак-

тивы корпораций. Эти программы могут быть двух основных видов: *программы с фиксированным размером выплат* и *программы с фиксированными взносами*. Среди них есть свои разновидности:

- *программы владения работниками акциями своих компаний, финансируемые с помощью кредитов*; по таким программам собственность работников создается на базе кредитов, с помощью которых акции компании приобретаются для работников, а задолженность погашается из прибыли от текущей деятельности;
- *программа 401 (K)*, которая формирует собственность рабочих и служащих путем покупки акций компании на их сбережения, вычитаемые из заработной платы, плюс положенные взносы компании и выплаты персоналу;
- *программы с участием в прибылях с отсрочкой*, через которые собственность наемного персонала формируется путем инвестирования всей прибыли, разделенной по числу участников программы (полностью или частично), в пенсионный доверительный фонд, на средства которого покупаются акции данной компании;
- *программы покупки акций наемными работниками*; они формируют собственность путем простой продажи акций и основаны на представлении о том, что для персонала акции будут значить больше, если они куплены на средства из текущих сбережений;
- *программы премирования акциями*, которые формируют собственность наемных работников в тех случаях, когда компания вкладывает акции или наличные деньги, предназначенные для их покупки, в доверительный фонд с фиксированными взносами; это позволяет компаниям платить премиальные вознаграждения без наличных;
- *программа с фиксированным размером выплат*, или обычная пенсионная программа, формирующая собственность наемного персонала путем вложения каких-то активов в доверительный фонд по операциям с акциями компании;
- *покупка акций работниками в индивидуальном порядке*, когда работники становятся владельцами акций своих компаний, покупая их у брокеров;
- *программа фондового опциона* или поощрения персонала путем предоставления им права льготной покупки акций

своей компании; данная программа является традиционно самой распространенной формой наделения работников правами собственности (см. там же с. 42-50).

Само обилие перечисленных программ показывает, насколько «изоэкономно» стремятся работодатели привлечь служащих и сотрудников компаний к участию в коллективной собственности.

Анализируя разные направления развития собственности в мировой практике, В. Д. Попов и Н. Г. Хвесюк отмечают: «Главной реальной тенденцией в поисках наиболее эффективных форм собственности на Западе и Востоке является *деперсонализация, делиберизация крупной частной собственности или тенденция формирования интегральных экономических собственников или частно-корпоративных, коллективных собственников* (63, с.35, подчеркнуто авторами цитаты). Этот момент также отражает понимание предпринимателями разных стран существенных плюсов «владения собственностью сообща».

Но перечисленная выше психолого-экономическая эффективность обеспечивается далеко не всегда, особенно на первых порах деятельности разгосударственных предприятий. Как и у всех других, у коллективных форм собственности существуют конкретные изъяны. Если попытаться сформулировать их, опираясь на хотя и малый российский опыт последних лет, то вполне возможными могут выступать следующие проблемы:

1. Даже успешно вложившим свои ваучеры работникам приватизация по-российски «дала» собственность на ресурсы производства весьма разной величины:

а) одним – средства производства, недвижимость, имеющие высокую ценность;

б) другим – оборудование и сырье, имеющие крайне низкую стоимость;

в) третьи оказались в долгах, как в шелках, приватизировав предприятия, в скором времени ставшие банкротами и должниками.

Совладельцы каждого из таких предприятий имеют совершенно разные экономические и психологические потенциалы развития;

2. Трудности в осуществлении контроля со стороны коллективных собственников за менеджерами, работающими на условиях контракта; последние могут успешно «гнуть свою линию»,

бороться только за собственные выгоды, не обращая внимание на «мелких» собственников или специально вводя их в заблуждение (кстати, это общая черта для многих стран);

3. Коллективному собственнику, особенно не имеющему ярких и эффективных менеджеров, всегда меньше доверия, а это означает, что внешние инвестиции как отечественные, так и зарубежные, будут вкладываться (если будут) с большой осторожностью и в незначительных размерах; нельзя забывать, что у финансового капитала – российского и иностранного – сегодня весьма незначителен интерес вкладывать средства в реальное производство, за исключением некоторых сырьевых отраслей;

4. Незаинтересованность немалого количества коллективных собственников в модернизации технологических процессов на производстве, во внедрении различного рода «ноу-хау», поскольку все это может привести к сокращению занятости – убирать будут в первую очередь профессиональный балласт – людей, хоть и являющихся собственниками, но «непригодных» в качестве специалистов;

5. В психологии некоторых индивидов может проявляться «эффект надежды на других», частичное использование или даже полная экономия собственных ресурсов, когда человек не реализует необходимых усилий в деле, рассчитывая на энергию других в решении важных вопросов и в осуществлении планов: то, о чём мы говорили, рассматривая термин «оппортунистическое поведение»;

6. Серьезнейшим сдерживающим обстоятельством, особенно на первых порах, будет отсутствие у значительного числа собственников знаний, умений и навыков работы в условиях рыночной экономики (по типологии собственников большинство мелких акционеров это тип «несведущих») собственников, как говорилось, «профанов».

Таким образом, коллективная собственность в условиях рынка имеет свои положительные и негативные моменты, действие которых находится в зависимости от специфики производства, конъюнктуры рынка, разного рода ситуационных причин и, конечно, от подготовленности человеческого фактора. Вот одно весьма характерное для сегодняшнего дня свидетельство экономистов: «...На многих предприятиях в настоящее время сложилась такая ситуация, когда работники сами не стремятся, либо не имеют возможность управлять собственностью. Собственник предприятия (в лице его руководителей или (и) крупных акционеров) не только фактически скупает акции, но и не воспринимает акционеров как реальных соб-

ственников. Акции распылены среди членов трудовых коллективов предприятий и, даже суммарно обладая достаточно весомым пакетом, эти собственники фактически не обладают реальными правами. Делегирование своих прав представителям администрации, входящим в Совет директоров, происходит акционерами во многих случаях на «добровольно - принудительной» основе. Это не участие в управлении собственностью, а псевдоучастие. «Аппетиты» администрации по увеличению своей доли в собственности часто непомерно велики, хотя и объясняются они «интересами» предприятия, необходимостью концентрации акций в руках управляющих предприятия для успешной борьбы за влияние на рынке». Причины такой гражданской пассивности работников – собственников не только и не столько в их некомпетентности, сколько в отсутствии на таких предприятиях определенной психологической среды и корпоративной культуры, которые создают у всех владельцев стремление активно участвовать в управлении собственностью» (105, с.140).

Кстати, в положительном опыте США по созданию корпоративной культуры коллективных собственников предприятий, так же наблюдается определенная специфика во взаимоотношениях работодателей с «долевыми» владельцами. Здесь считается, что можно выделить ряд «культур» в зависимости от позиций, которые занимают акционерные компании в вопросе об участии служащих в собственности:

«феодалская» культура; в корпорациях, придерживающихся ее, всячески поддерживается разница между высшим руководством и остальными служащими, их собственность строго контролируется высшим руководством и представляет интерес лишь как средство достижения целей работодателей;

«инвесторская» культура, за которую ратуют в основном компании с традиционными взглядами на управление, но готовые прислушиваться к мнению служащих и гордящиеся наличием служащих – собственников;

культура участия; как и корпорации с инвесторской культурой, они гордятся служащим – собственником, но идут дальше, считая, что работникам необходимо обеспечить доступ к информации на всех уровнях, использовать такие методы их активного участия в управлении, как создание совместных «проблемных групп» с привлечением управляющих и рядовых сотрудников из разных подразделений;

акционерная культура, включающая в себя идеи двух предыдущих групп, но дополняющая их мыслью, что активные акционеры

должны обладать определенными средствами воздействия на своих «агентов» – менеджеров; в таких компаниях служащие имеют своих представителей в советах директоров, принимают участие в назначениях на высшие управленческие посты, имеют право тайного голосования и т. д.;

предпринимательская культура, свойственная компаниям, стремящимся сделать собственность служащих частью общего процесса превращения компании в самую конкурентоспособную в своей отрасли и самую привлекательную для работы; главный упор делается не на то, чтобы служащие что-то получили как акционеры, а на то, что от них, как от акционеров, требуется гораздо больше ответственности и готовности пойти на риск.

Авторы приведённой типологии корпоративной культуры Блази Дж. и Круз Д.Л., заостряя внимание на сути проблемы, уверенно заявляют: «Нет абсолютно никаких оснований полагать, что введение собственности служащих автоматически ведёт к росту производительности и прибыльности. Чтобы это произошло, собственность служащих должна сочетаться с их участием в управлении... Единственным надёжным путём повышения производительности и прибыльности компаний с собственностью служащих является соединение этой собственности с широким участием служащих в работе «проблемно-ориентированных групп», нацеленных на поиск стратегических решений, сулящих компании максимальный выигрыш» [6, с.267-270, 284].

Таким образом, развитие корпоративной культуры в плане коллективных собственнических отношений в корпорациях идет по пути от пассивной психологии простого вклада служащими своих средств в капитал организации к достижению того, чтобы работники становились активными, предприимчивыми, заинтересованными, требовательными акционерами, которые вместе с управляющими идут на оправданные риски ради повышения прибылей и престижа организации.

В чём же актуальность и значимость такого рода подходов для российских предприятий? Дело, прежде всего в том, что в связи с давним общинным своим происхождением, с впитанными в советское время коллективистическими установками психология значительного количества российских граждан предрасположена к идее общей собственности, даже, вернее, особенно для старшего поколения она и не представляется иной. Этот вопрос усугубляется тем, что после приватизации рядовые работники многих предприятий, ставших в значительной степени частной собственностью, пришли к

мысли, что их обманули, с ними обошлись несправедливо, не выделив полагающейся, заработной доли средств (имущества, недвижимости и т.п.) завода, фабрики, лесхоза и т.п., которым они отдавали свой добросовестный труд. Ведь большинство акций приватизированных предприятий оказались в руках немногих – тех, кто имел к данному процессу непосредственное отношение: крупных руководителей производства, администраторов, чиновников и т.п.

Отсюда «собственнический аспект» в деловой философии (корпоративной культуре) российских предприятий тесно увязан сегодня с решением ряда проблем:

- снижение мнений о несправедливости распределения (перераспределения) совместно выработанного богатства;
- отсюда, снижение уровня конфронтации с руководством предприятия и повышение уровня доверия к нему;
- укрепление личностных мотивов развития производства, увеличение рентабельности предприятия;
- рост чувства уверенности, понимания собственной независимости от давления быстро меняющихся обстоятельств;
- получение умений и навыков «владеть, пользоваться и распоряжаться» собственностью, а значит, способности управлять ею, идти на обоснованные риски и т.п.;
- повышение уровня собственной самооценки, самоуважения, чувства гордости и достоинства;
- стремление более эффективно общаться и взаимодействовать с другими такими же совладельцами предприятия, улучшение контактов при деловом сотрудничестве с ними.

Все перечисленные плюсы говорят о том, что там, где это возможно, в документах и практике развития КК, руководству российских предприятий необходимо быстрее создавать необходимые условия для вовлечения сотрудников в собственнические отношения через акции и другие формы.

К сожалению, в отечественной практике последний подход находится, можно сказать, только в зачаточном состоянии. Подобная ситуация требует, по крайней мере двух направлений действий: во – первых, тщательного анализа опыта отечественных организаторов производства, сумевших преодолеть существующие недостатки, во – вторых, обращение к наработкам и рекомендациям зарубежных предпринимателей и ученых, делающих соответствующие обобщения. В частности, отечественные исследователи из Института труда

Министерства труда и социального развития РФ Э.Рудык, Я.Керемецкий и Г.Завьялова среди мер по демократизации властно-хозяйственных отношений на микроуровне на основе прав собственности предлагают целый комплекс мероприятий, позволяющих добиться улучшения в рассматриваемом вопросе:

- обеспечение на деле равноправного положения в экономике различных форм собственности;
- повторная приватизация предприятий, которые по тем или иным прагматическим соображениям будут подвергнуты выборочной национализации;
- предоставление членам трудового коллектива приоритета в выборе способов приватизации, видов собственности работников (коллективно-неделимой, коллективно долевой, смешанной), круга собственников (все члены коллектива или их часть) и предельной величины доли индивида в имуществе предприятия;
- наделение работников – акционеров (пайщиков) правом свободного выбора видов их участия в управлении производством (соуправление, рабочий контроль, самоуправление) и организационно-правовой формы приватизируемого предприятия;
- возвращение работникам приватизируемых предприятий права на получение определенного количества акций на льготных условиях (опцион) из фонда акций работников предприятия;
- оказание содействия со стороны государства процессам формирования собственности работников в период ее становления.

Предлагается также ряд более детальных мер, повышающих заинтересованность работников в коллективной собственности, «народных предприятий», закон о которых принят в 1998 г. [74, с.18-22].

В стране уже имеются попытки повышения эффективности производства на основе коллективной собственности. Так, Челябинская финансово-строительная компания (ЧФСК) проводит эксперимент по развитию корпоративного управления собственностью. Основная цель эксперимента – расширение круга ассоциированных собственников, чтобы, в конечном счете, увеличить отдачу от использования имеющейся в компании собственности. В. Д. Попов и

Л. Д. Хвесьюк, обосновывая «Психологическую культуру управления отношениями собственности» в ЧФСК, выдвинули ряд основных концептуальных положений, среди которых:

- отношения собственности, сложившиеся в результате приватизации в нашей стране, не отвечают менталитету, особенностям национального характера, доминантам глубинной психологии русского народа, требованиям общецивилизационных законов (хотя необходимо признать, что менталитет, особенно в периоды серьезных социальных изменений – это вещь пластическая и динамическая и может быть подвергнут значительным метаморфозам; но этот момент должен быть подвергнут тщательному изучению;
- ведущим звеном (связью) в корпоративных формах развития отношений собственности (как объекте корпоративного управления) выступает общинность как ментальный для россиян вид социально-психологической связи между людьми, образующаяся для достижения общих экономических целей;
- формирование психологической культуры, корпоративных отношений в коллективах с ассоциированной собственностью включает в себя: а) традиционные формы общинного хозяйствования; б) лучшие черты психологии коллектива; в) опыт передовых стран по развитию корпоративных форм отношений собственности;
- формирование корпоративной культуры осуществляется на следующих уровнях: корпоративное мышление, оценка деятельности по компании и себя в ней, мотивация на достижение общих целей, ментальная мотивация экономического поведения субъектов хозяйствования и т.п. [63, с.46-61].

Эти моменты можно назвать больше теоретическими, но их общую значимость в практике организации коллективной собственности в России нельзя недооценивать.

На помощь российским предприятиям в решении вопросов повышения эффективности коллективной собственности приходят ученые и практики из других стран. Так, Д. Симмонс и У. Мэрс в совместной книге «Как стать собственником: американский опыт участия работников в собственности и управлении» [см. 78] предлагают российским компаниям, идущим по такому же пути, ряд апробированных ключевых принципов успешной работы. Кратко рассмотрим их.

1) *Углубляйте доверие между работниками предприятия.* Доверие – основа долговременного успеха в бизнесе.

2) *Продавайте акции внешним вкладчикам, но сохраняйте при этом контроль.* Российским предприятиям часто бывают нужны внешние капиталы, но для их привлечения вовсе не нужно отказываться от контроля. Чтобы добиться этого, при формировании структуры собственности надо выделить различные типы акций: один для внешних вкладчиков, другой – для внутренних, «своих». Внешние, или привилегированные, акции приносят доход, но не дают права голоса. Внутренние, или обычные, акции дают и право голоса, и дивиденды.

3) *Привлекайте будущих собственников к принятию организационных решений.*

4) *Работники должны платить за акции и иметь право голоса.* Люди меньше ценят то, что достается им даром, по сравнению с тем, за что они платят. Становясь владельцами, работники ожидают более широкого участия в решении проблем и принятии решений.

5) *Участвуйте в выборах директоров.* В наиболее успешно действующих компаниях, находящихся в собственности работников, существует совет директоров, который утверждает основную стратегию и политику фирмы и выбирает генерального директора. Генеральный директор несет полную ответственность за текущую деятельность компании.

6) *Сохраняйте в компании значительную часть прибылей.* Необходимо откладывать значительную часть прибылей для реинвестирования. Назовите это «амортизационным фондом». Сложившаяся в России практика амортизационных отчислений не всегда выделяет достаточно средств для замены устаревшего оборудования и зданий.

7) *Мажоритарная собственность предпочтительнее.* Когда работникам принадлежит более пятидесяти процентов акционерного капитала (это называется «мажоритарной собственностью»), предприятие в большей степени способно контролировать свое будущее.

8) *Компания должна выкупать обратно акции у уходящих на пенсию сотрудников.* По нынешнему российскому законодательству поощряется сохранение акций за вышедшими на пенсию работниками, но это может привести к серьезным проблемам.

9) *Предоставлять всем новым работникам право стать владельцами после испытательного срока.*

10) *Вырабатывайте законы, поощряющие собственность, а не отвращающие от нее.* Предприятия должны совместно работать над защитой и поощрением собственности работников путем создания нового законодательства. Прежде всего, стоимость акций, принадлежащих работнику, не должна облагаться налогом, пока он не выходит на пенсию. Во – вторых, по изложенным выше причинам необходимо внести изменения в государственную программу приватизации, чтобы устранить положение о «не голосующих» акциях. В – третьих, следует поощрять создание центров собственности работников для обеспечения информационной и иной поддержки.

Если проанализировать предложения по всем трем примерам, то заметна не только организационная, но и психолого-экономическая сущность предлагаемых мероприятий, направлений, принципов. Это означает главное: необходим весьма сложный комплекс мер для того, чтобы коллективная собственность в России заработала по – настоящему. Причем, на каждом конкретном предприятии, особенно в агропромышленном комплексе, эти меры будут отличаться своеобразием, необходимостью учета многих конкретных причин сложившегося положения. Но все же, нам думается, становление в стране эффективного собственника предприятий и агрофирм с определенной тягой к совместно-долевой собственности имеет определенный «задел»: во-первых, - это некоторые коллективистские тенденции общинной психологии российского гражданина, во-вторых, - положительные «наработки» опыта коллективизма советских лет. Надо только суметь разумно воспользоваться этими психолого-экономическими ресурсами, при этом ничуть не отрицая значения полиморфизма в отношениях собственности.

Надо отметить, что в последнее время в российских структурах растёт понимание значимости решения рассматриваемой проблемы. В сентябре 2005 года газета «Труд» опубликовала статью С.Миронова – председателя Совета Федерации Федерального Собрания РФ «Раздайте акции работникам». В ней он говорит о цели предстоящего этапа приватизации как о превращении в эффективных собственников большинства непосредственных производителей. Достижение данной цели можно обеспечить, по мнению автора, через создание *народных предприятий* – закрытых акционерных обществ работников, трудовые коллективы которых владеют не менее чем 75 процентами акций своих предприятий. В чём-то повторяя изложенные выше аргументы в пользу коллективной собственности и

демократизации производственных отношений, С.Миронов высказывается против негативного отношения правительства к усилиям по созданию народных предприятий как противоречащих принятой идеологии экономических преобразований. «Ведь предприятие, находящееся в собственности работников, - это заинтересованный труд и достойная оплата, коллективная собственность на результаты труда, социальная защищённость и уверенность в завтрашнем дне. Такой работник – настоящий хозяин своего предприятия и страны, своей судьбы и судьбы ближних» [Труд, 21.09.2005].

3.4. Собственность и теневая экономика

Насколько распространена и значима в России теневая экономика, говорят следующие факты. По данным исследований самая значительная часть (около 40%) современных российских миллионеров приступила к «сколачиванию» своих капиталов ещё в доперестроечный период, занимаясь нелегальным бизнесом (перепродажа электроники и модной одежды, контрабанда, незаконное производство товаров народного потребления и т.п.). Многие из таких богатых собственников в прошлом привлекались к уголовной ответственности да и сейчас имеют связи с уголовным миром [см. 15, с.17]. Данные обстоятельства делают необходимым знакомство читателей книги с некоторыми основными аспектами причин и последствий теневой экономики, несмотря на все тонкости и сложности рассматриваемой проблемы.

«Большой энциклопедический словарь» (М., 2000) определяет теневую экономику как «неконтролируемое обществом производство, распределение, обмен и потребление товарно-материальных ценностей и услуг, то есть скрываемые от органов государственного управления и общественности социально-экономические отношения между отдельными гражданами, социальными группами по использованию государственной собственности в корыстных личных или групповых интересах».

В целом можно согласиться с данным определением, подчеркнув только его «укорененность» не только в материальной среде и социальных связях, но и в психике многих людей. То, что теневая экономика стала реальным психолого-экономическим феноменом, хорошо иллюстрирует анализ А. Шеншина, который считает, что теневая экономика сегодня обладает рядом стабильных характеристик:

- 1) тех или иных экономических ролей, привычных для субъектов и носящих теневой характер;

- 2) сложившихся норм и правил «теневого поведения»;
- 3) стабильных видов теневых экономических контактов и деловых связей между определенными субъектами;
- 4) новых типов организаций, внутри и с помощью которых осуществляется теневое поведение субъектов (специальные фонды, опосредующие отношения бизнесменов и сотрудников силовых ведомств; фирмы, специализирующиеся на «обналичивании» и т.п.);
- 5) отработанных схем криминальной и теневой активности;
- 6) системы твердых цен на теневые услуги [97, с. 43].

Наличие приведенных характеристик подтверждается практическим опытом и говорит о необходимости их учета в деятельности разных политических структур.

Одним из парадоксов современной теневой экономики России является ее «кровное родство» с, казалось бы, своим антиподом – плановой социалистической системой сбыта и производства. В противовес последней, теневая экономика произошла из различного рода форм частного предпринимательства в хозяйственных сферах бывшего СССР, которые в советский период назывались «преступными» и преследовались законом. Считалось, что причиной совершения таких преступных действий являлись частнособственническая психология и пережитки капитализма, хотя зачастую это были лишь обычные человеческие проявления инициативы и предприимчивости, психологически понятное нежелание подчиняться тотальной регламентации в области экономических отношений.

В. Чалидзе в книге «Уголовная Россия» писал по этому поводу: «...пережитки естественного образа жизни оказываются достаточно сильными в сознании людей, и различные виды частнопредпринимательской деятельности необычно широко распространены в Советском Союзе. В основном – это мелкое предпринимательство: занятие каким-нибудь промыслом, часто запрещенным, спекуляцией. Иногда, впрочем, становится известно о случаях предпринимательства крупного масштаба, вплоть до организации нелегальных фабрик или организаций «частного сектора» внутри государственных предприятий».

«Гонение» посредством законов и административных актов частнопредпринимательской деятельности вело ко многим социально – психологическим эффектам для ее субъектов, в частности:

- приобретение все большего и большего опыта сокрытия своих «преследуемых» деяний, своих «экономических» секретов,
- нахождение широких негласных контактов с себе подобными предпринимателями,
- приобретение связей в среде коррумпированных должностных лиц из разных государственных органов, овладение практикой давать взятки,
- поиск, нередко удачный, «крыш» своему теневому бизнесу в милиции и разного рода правоприменительных структурах посредством их подкупа, вовлечения тайными «компаньонами» в делах,
- в случае «отсидки в местах не столь отдаленных» установление и закрепление контактов с авторитетами и лидерами группировок из уголовного преступного мира (многие из истории впоследствии становились во главе «фирм» по охране «теневиков» или, напротив, облагали их своей данью, «отстреливали», да и сегодня «уничтожают» их в случаях расхождения корыстных интересов).

Таким образом, когда частнопредпринимательская деятельность в перестроечный период в СССР была в полной мере разрешена, «теневая экономика» уже имела нелегальную, а кое-где и полупо- легальную разветвленную сеть. Немало «нелегалов» вышло в свет. Некоторые же из них попытались это сделать, но, видя государственный «рэкёт» в виде непомерных налогов и финансовых аппетитов чиновничества, так и остались «в тени»: это было для них выгодней. И вместе с процветанием с ними расширялись и развивались стереотипы «теневой экономики».

Обращая внимание на сложившиеся исторически причины теневой экономики, все же необходимо видеть и ее современные детерминанты. Среди них:

- до сих пор существующая неразбериха во взаимодействии и соотношении разных видов собственности,
- общая социально – экономическая ситуация в стране, характеризующаяся высоким уровнем безработицы, преступности, низким уровнем качества жизни населения, готовность потребителей купить «хотя бы что-нибудь подешевле»,
- неразработанность и неадекватность нормативно – законодательных документов, принимаемых в госструктурах, поступательной динамике развития базы коммерции и предпринима-

тельства, потребностям увеличивающегося числа участников мелкого бизнеса,

- связанная с тремя названными причинами возможность «отмывания грязных денег», т.е. превращение незаконно «заработанных» наличных денег во вполне легальные безналичные (по данным Федеральной службы финансового мониторинга – ФСФМ - только с января по сентябрь 2005 г. россияне могли отмыть двести миллиардов рублей),
- несовершенство налогового законодательства, высокий уровень налогообложения, общая непредсказуемость «фискальной политики» правительства,
- низкая эффективность работы контрольно – ревизионных и правоохранительных органов, организационная и кадровая нестабильность в них (например, ликвидация налоговой полиции и передача ее функций МВД: вряд ли кому сегодня ясно насколько эта мера эффективна для будущего).

Названные причины не одиноки в своем влиянии на теневую экономику. При желании их число можно увеличить. К тому же существует немало стимуляторов этого процесса. В главе о налогах (см. дальше) читатель найдёт информацию о тех причинах, которые «загоняют» даже некоторых добросовестных предпринимателей и коммерсантов в «тень». Не меньшую роль играют разного рода поборы. Руководитель всероссийской организации малого среднего бизнеса «Опора России» в интервью «Комсомольской правде» в марте 2005 г. рассказал, как региональные чиновники придумывают всё новые и новые поборы и перекрывают те скромные преимущества, которые даёт им нынешняя достаточно вялая и медленная реформа. Конкретно к таким поборам он отнёс:

- отчисления процентов из доходов бизнесменов в фонды развития городов,
- значительные, в несколько раз, повышения арендной платы за землю,
- необоснованные требования перечисления средств бизнесменов во внебюджетные фонды и др.

Таким образом, и субъективные, и объективные обстоятельства порой вынуждают предпринимателей скрывать свои доходы, заниматься незаконным бизнесом.

К факторам, стимулирующим существование и развитие теневой экономики, относятся:

- коррупция, приносящая немалому числу «государевых людей» основную часть доходов,
- заинтересованность части политической и экономической элиты, поскольку в «мутной воде» легче добиваться своих интересов,
- заинтересованность финансово-кредитных органов и региональных властей,
- административно-организационные «барьеры» для честного частного предпринимательства,
- развитие «домашней экономики», когда люди, особенно в 90-х годах, занялись самообеспечением семей продуктами и «примитивными» промышленными товарами.

Несколько детальней рассмотрим последний момент. Обеспечивая себя всем самым необходимым через собственную деятельность (на дачах, приусадебных участках, в заготовке «дикоросов» – ягод, грибов, орехов и т.п., браконьерски заготавливая рыбу и дикое мясо), люди чаще всего сотрудничают с теневыми структурами. Последние быстрее, без ненужных бюрократических процедур и расспросов о «происхождении» товара, осуществляют взаимовыгодные сделки и тут же, не отходя от кассы, выдают наличные. Естественно, через них чаще всего бывает легче, проще и дешевле приобрести необходимые для себя лично и для своего производства необходимые товары. И хотя они нередко могут быть сомнительного качества, но, кто знает, авось повезет и в этом.

Названные причины и факторы нередко определяет лояльное отношение людей к теневому бизнесу! Приведённые результаты анализа мнений респондентов относительно возможных способов накопления собственности (по репрезентативной выборке опрошено свыше 1000 человек) (см. рис. 10).

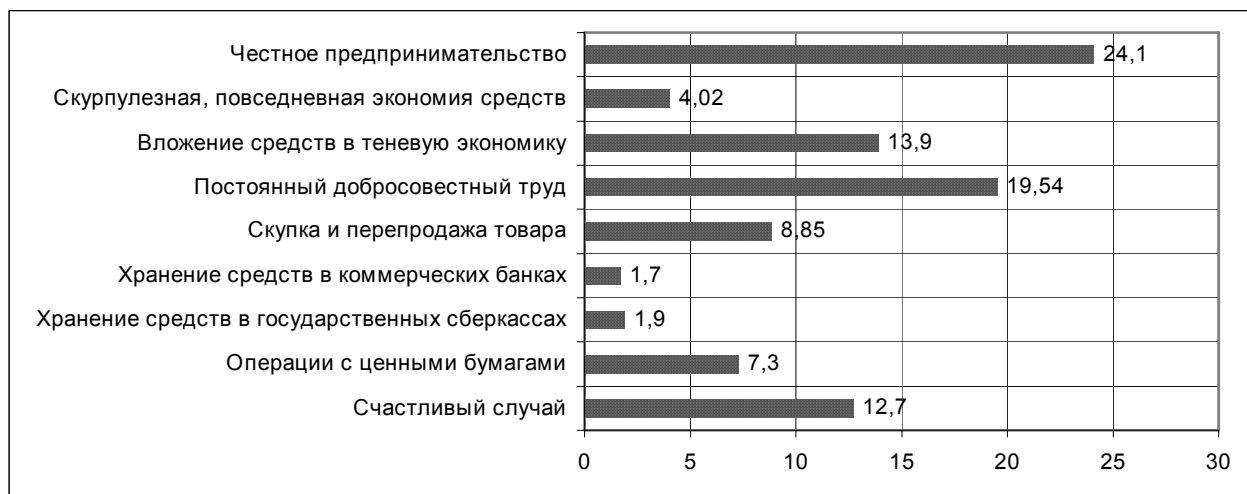


Рис. 10. Распределение мнений респондентов относительно возможных способов «накопить» собственность

Конечно, при анализе гистограммы на рисунке 10 «приятно» видеть превалирование способов «честное предпринимательство» и «добросовестный труд», но все же в общем массиве опрошенных эти цифры низки, особенно отражающая последний способ – лишь пятая часть респондентов считает возможным посредством труда «разбогатеть». В то же время значительно количество людей, уверенных, что собственность скорее можно увеличить через теневую экономику. Причем, по-видимому, не случайно обнаруживается увеличение количества респондентов с такой позицией в опросе 2001 года по сравнению с опросом 2000 года – 17,3 и 13,9. К тому же число сторонников подобных мнений увеличивается в связи с ростом уровня собственности опрашиваемых, т.е. граждан, обладающих более высокими предпринимательскими возможностями. В опросе 2001 года количество лиц, ориентирующихся на возможность накопления собственности за счет теневой экономики, составляло в группах по доходам:

- 1) значительно ниже среднего уровня – 14,9%,
- 2) несколько ниже среднего уровня – 12,3%,
- 3) на среднем уровне – 17,4%,
- 4) несколько выше среднего уровня – 19,6%.
- 5) Значительно выше среднего уровня – 37,5%.

Таким образом, лица с более высоким уровнем доходов, а значит и собственности, значительно чаще предрасположены использовать свою собственность, и, прежде всего, ее денежные формы для получения «сомнительных», но ощутимых доходов. «Игра стоит

свеч» – вот о чем уверенно говорят современные люди, способные на риск и готовые к риску. «Кто не рискует, тот не пьет шампанского». Подобная психология естественна для любого «захватчика собственности» в «осторожных» вариантах она свойственна рыночным скопидам и рационалам. Оправданность риска в практике бизнеса формирует соответствующие черты современного предпринимателя, и главной из них становится стремление и умение играть в опасные игры с государством. Это вызывает привычку, а привычка, как известно, - вторая (читай, теневая, тайная) натура.

Объективные причины и факторы, стимулирующие теневую экономику, психологическая предуготовленность к ней с лихвой обеспечиваются разнообразием форм теневой экономики, где человеку можно проявить свои латентные (скрытые) потенциалы незаконной предприимчивости.

Источниками прибылей в теневом бизнесе обычно выступают:

- наркобизнес,
- продажа сырьевых ресурсов по заниженным ценам и без уплаты установленных пошлин и налогов: нефть, газ, лес, рыба, икра, зерно,
- нелегальная продажа бензина и дизельного топлива,
- дешевая «перекачка» энергетических ресурсов,
- незарегистрированная государственными органами хозяйственная деятельность во всех сферах экономики,
- контрабанда и незаконное производство товаров народного потребления,
- алкогольная продукция, спирт,
- табачные изделия, медико–лекарственные препараты,
- подделка и продажа акцизных марок,
- контрабанда золота и драгоценных металлов,
- подделка товаров под торговые марки (бренды) зарубежных фирм,
- торговля оружием,
- сутенерство, актуализация проституции и «нетрадиционной» сексуальной ориентации,
- порнобизнес,
- вывоз капитала,
- нарушения в финансово – кредитной сфере,
- фальшивые авизо,
- подделка финансовых документов,
- липовые контракты с зарубежными партнерами,

- финансирование заведомо убыточных проектов,
- незаконное обналичивание денег.

Можно уверенно говорить, что обилие «теневых» направлений реализации своих психолого–экономических ресурсов обнадеживает любого человека, способного на соответствующий риск. Если учесть, что перечисленные направления так или иначе можно реализовать в практику по многочисленным (89 только субъектов РФ) городам и весям страны, то масштабы теневого бизнеса предстают как скрытая, то бишь, подводная часть айсберга нашей экономики. Вполне возможно, что это – некоторое преувеличение.

Авторы работы, которую изучает читатель, не отличаются особой умудрённостью в анализе негативных экономических явлений. Но, несмотря на это, даже приблизительное рассмотрение позволяет выявить бросающиеся в глаза **негативные последствия теневого бизнеса:**

- уменьшение реальных доходов значительной части населения (покупают не ту продукцию, которую делают «законные» производители, а суррогаты),
- снижение воспроизводственного потенциала,
- дезорганизация финансово – денежной системы,
- кризис социально – экономического управления, прежде всего, в муниципальных органах,
- отсутствие внутренних источников накопления,
- инвестиционный спад.

Насколько распространены эти «изъяны» в конкретных регионах и сферах экономики, могут судить практикующиеся экономисты и политики. Мы же можем и должны подчеркнуть главные минусы психологической ущербности теневой экономики. Это, прежде всего, потеря людьми нравственных ориентиров в экономической деятельности – честности, добропорядочности, трудолюбия и т.п. Теневая экономика и неэффективность борьбы с нею подогревают существующее в обществе негативное отношение ко всем деятелям государственных и общественных структур... А это не может быть безразличным для развивающегося в России институте эффективных собственников.

Что касается формулирования мер противодействия, «противоядий» опухоли ТЭК в российской экономике, то здесь лучше передавать «авторство» рецептов конкретным административным и правовым органам и политическим структурам. Точно так же, как «у

каждой аварии есть своя фамилия», у каждой единичной формы теневого бизнеса есть свои «голова и ноги», которые всякий раз требуют индивидуального подхода. Это известно и понятно всем, но решиться на кардинальные меры мало кто способен.

Для деловых людей разного уровня целесообразно напомнить предложенный канадским психологом Бейсли алгоритм противодействия разного рода нарушениям, который, по его мнению, должен действовать наподобие «механизма горячей печи». Вот суть его рассуждений и некоторые пояснения, которые могут касаться «злостных», укоренившихся теневиков.

1. ***Горячая печь излучает жар, т.е. предупреждает всех, что прикосновение к ней вызывает ожог.*** Система борьбы с экономическими преступлениями также должна быть предупредительной, т.е. сопровождаться информацией о конкретных последствиях нарушения установленного порядка, и эта информация должна быть известна загодя.

2. ***Горячая печь обжигает сразу же в случае соприкосновения к ней, никто не подвергает сомнению связь между прикосновением к печи и ощущением боли.*** Возмездие за обнаруженные преступления в экономической сфере должно неминуемо следовать сразу же за доказательством вины человека в законном порядке.

3. ***Горячая печь обжигает каждого, не обращая внимания на его отношение, позицию, протекцию.*** Общая атмосфера в органах, карающих за экономические преступления, не должна допускать случаев, когда ответственные лица могут пренебречь установленными правилами: один карает, а другой – в его отсутствии – прощает. «Теневик», обросший связями и знакомствами в коррумпированных органах, чаще всего уверен в своей безнаказанности. Подобной психологии необходимо всемерно противодействовать.

4. ***Горячая печь обжигает всегда, при любом соприкосновении, нет такого положения, чтобы ожог был в отпуске.***

5. ***Обжегшийся человек обижается на печь «не сильно и не долго», а больше обижается на себя.*** Практика адекватного репрессивного отношения к попыткам обойти закон со стороны любого лица, его несанкционированным предпринимательским способностям отучает многих желающих сослаться на объективные причины своих нарушений и преступления, уповать на общее положение дел в стране.

Идёшь на преступный риск – готовься отвечать по закону и бери вину за сделанное на себя – такую психологию важно утверждать в умах любых нарушителей.

Читатель, естественно, заметил, что приведены оригинальные и практически значимые рассуждения. К тому же их квинтэссенцию можно выразить для организаторов соответствующих мер словами из известной крыловской басни «Кот и повар»:

«Чтоб слов не тратить по-пустому

Где нужно власть употребить».

Но одновременно важно тщательно обеспечивать «презумпцию невиновности» предпринимателей, поддерживать их в законных претензиях, ограждать от любых необоснованных поборов.

Кстати сказать, наиболее значимые элементы рассмотренных правил противодействия теневой экономике невозможно игнорировать и для преодоления существующих недостатков в процессах приватизации, в противоборстве с корыстной психологией безответственных российских «нуворишей», в защите социально-значимых принципов налогообложения.

ГЛАВА 4

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ВИДЫ СОБСТВЕННОСТИ

В главе, где рассматривались субъекты, объекты и формы собственности, мы уже поднимали вопрос о бесконечном разнообразии видов богатства и имущества, которые, с одной стороны, могут интересовать человека, с другой – находиться в его владении, использоваться в самых различных целях: помещения, дома, оборудование, катера, яхты, машины и т.д. и т.п. Об использовании каждого конкретного вида собственности можно написать самостоятельные пособия и они будут востребованы соответствующими владельцами. Причем эта востребованность будет предметнонаправленной – т.е. зависеть от объекта собственности, которым владеет субъект. Но есть и универсальные виды собственности, которые как в прошлом, так и в настоящее время, волнуют значительное количество собственников, поскольку так или иначе затрагивают интересы многих людей, «вплетаются» в их повседневную жизнь. К таковым, прежде всего, можно отнести землю, интеллектуальную собственность и деньги.

4.1. Земля: и собственность, и образ жизни

Сложность и неоднозначность проблемы собственности на землю, а именно ее частного или общественного характера ощущается не только в России. Общеизвестно, что и в странах с рыночной экономикой сильны тенденции отрицания значения и конкретные действия противников частной собственности на землю. Так, критики такого порядка в США отмечают, что все законы и постановления государства и штатов о земле, нацеленные на обеспечение социальной справедливости для бедных, в конце концов выхолащивались действиями высших классов общества. Так или иначе устанавливались порядки, которые предоставляли возможности богатым перераспределять землю в свою пользу. В результате в США сформировались:

- Огромная концентрация земли и сопутствующих природных ресурсов в руках богатых семей и корпораций,
- Постоянно растущая разница доходов богатых и бедных слоев населения,
- Самые большие различия в положении богатых и бедных США среди первых 25 богатейших стран мира.

При таком порядке слабо эффективны многие установившиеся меры, а именно: сохранение государственной собственности на землю для будущих поколений; управление общественными землями с целью их наиболее выгодного использования и разработки; обеспечение справедливой компенсации за федеральные земли и ресурсы, отданные в частные руки; предоставление бедным равных возможностей получения своей доли при распределении общественной собственности и т.п.

Пример США учит российское общество более тщательно взвешивать все «за» и «против» частной собственности на землю, искать пути наиболее рационального и эффективного использования земель. По – видимому истина «лежит» не в крайних вариантах – *сугубо индивидуальная частная* или *сугубо государственная* и (или) *коллективная собственность*, а где-то посередине, когда мерилем успешности использования земли выступают ее экономическая выгода, экологическая ситуация, а также социальное и психологическое благополучие людей, на ней живущих.

Общие вопросы собственности на землю в России и психологии её собственника никак нельзя свести к проблемам жителей села. Они так или иначе затрагивают любого гражданина страны. В этом легко убедиться, рассмотрев хотя бы кратко существующую типологию земель и связанную с ней проблематику.

1. *Земли сельскохозяйственного назначения* (вопросы владения и пользования земельными долями в сельскохозяйственных организациях, земли крестьянских хозяйств, личные подсобные хозяйства, садоводческие земли и т.п.).

2. *Земли городов и населённых пунктов* (рациональное использование таких земель, специфика управления землями поселений, ограничение деятельности землепользователей в городе).

3. *Земли промышленных и иных предприятий и организаций* (особенности владения и распоряжения землями промышленности, транспорта, связи и электрических сетей, обороны и безопасности).

4. *Особо охраняемые земли* (земли природоохранного и заповедного назначения, земли лесного и водного фондов).

У каждого из названного типа земель есть (по крайней мере должен быть) свой хозяин, и у него имеются собственные позиции на характер использования своих земель. Нередко интересы таких хозяев не только не совпадают, но и противоречат друг другу, а значит, возникают разные проблемы по поводу «отношения чело-

века к «вещи» и человека к человеку в связи с отношением к «вещи».

Особое значение сегодня принимают земли, покупаемые у государственных организаций и муниципалитетов в частное владение собственников. Если посмотреть, на сколько «порядков» выросла стоимость земель в крупных городах России и вблизи них, особенно в Подмосковье, под Санкт – Петербургом и т.д., то становится понятным, что здесь «работают» не только экономические причины, но и сугубо психологические. Можно сказать, что это какая-то передаваемая по наследству тяга, страсть к земле, которая в «крови человека», и выбить её оттуда невозможно. Еще А.И.Герцен в статье «Русские немцы и немецкие русские» отмечал наличие в сознании русских мужиков «понятия *о праве каждого работника на даровую землю*». «Крестьянин на нем стоит, он его мерит десятинами, и для него его право на землю – естественное последствие *рождения и работы*. Оно так же несомненно в народном сознании, так же логически и вытекает из его понятия родины и необходимости существования возле отца, как право на *воздух*, приобретаемое дыханием, вслед за отделением от матери.

Право каждого на пожизненное обладание землею до того вросло в понятие народа русского, что, переживая личную свободу крестьянина, закабаленного в крепость, оно выразилось по-видимому бессмысленной поговоркой: «Мы господские, а земля наша» [_, с.365].

Конечно, стремление к праву на землю у крестьянина прошлых времен и у человека, желающего занять собственный участок в городах и весях современной России – категории по своему внешнему характеру, казалось бы, несхожие. Но если раскрыть их внутреннюю сущность, различий находится не так уж много. При этом сходство проистекает прежде всего из понимания земельной собственности в качестве «образа жизни» человека.

Последний момент, если его иллюстрировать реалиями русской жизни, наводит на следующие размышления. Рассматривая проблему собственности на землю в целом и, в первую очередь, отношение к ней со стороны сельских жителей, чрезвычайно важно не опускаться только на экономический или правовой уровень анализа, а обязательно видеть ее социальные, культурные и собственно психологические аспекты. Один из них весьма убедительно отразил С. Кара-Мурза: «... крестьянин в России использовал землю гораздо бережнее и рачительнее, нежели частный собственник – потому что для крестьянина земля означала жизнь, а для собствен-

ника лишь прибыль.» Автор приводит также рассуждение А.В. Чаянова на данный счет: «В условиях относительного малоземелья семья, нуждающаяся в расширении объема своей сельскохозяйственной деятельности, будет производить многие мелиорации, невыгодные и недоступные капиталистическому хозяйству, точно так же, как она уплачивает за землю и аренду цены, значительно превышающие капиталистическую ренту этих земель» [_, с.33].

Аналогично, далеко не всегда истина отношений между крестьянами могла быть разрешена на основе формального государственного права. Ведь долгое время российская деревня (не только русская, но и «инородческая») жила по нормам обычного или (и) общинного права, а волостные суды решали споры на его основе. Интересен в этом плане протокол, который вел один из правоведов в волостном суде, слушавшем дело о земельной тяжбе между двумя сторонами. Посоветовавшись, суд объявил: этот прав, этот неправ; этому две трети спорного участка земли, этому – одну треть. Правовед, конечно, возразил: что это такое – если этот прав, то он должен получить всю землю, а другой вообще не имеет права на нее. На что волостные судьи ответили: «Земля – это только земля, а им придется жить в одном селе всю жизнь» [там же, с. 100-101].

Одномоментно стоит напомнить о наличии в России своеобразия укладов собственности на землю. Полная нивелировка на основе права традиционных отношений вряд ли оправдана, ведь она может оказаться некомпетентным вмешательством в устоявшиеся образы жизни людей. Передовые умы России и в условиях революционных потрясений понимали, что организация аграрного производства страны должно максимально соответствовать сложившимся традициям хозяйствования, которые веками культивировались у разных народов. Интересны в этом плане основные ближайшие задачи Министерства земледелия Правительства А.В. Колчака, в которых, в частности, говорилось: «Для полного же удовлетворения всех слоев населения в их земельных запросах в различных частях обширного государства, где местами существуют самые разнообразные формы землевладения и землепользования, требуется, считаясь со всеми местными земельно-бытовыми особенностями различных народностей, населяющих страну, выработать земельный закон, отвечающий интересам их трудовых элементов. Санкцию этому закону даст Всероссийское Учредительное или Национальное собрание. В настоящее время надо восстановить работу по подготовке материалов для земельной реформы. Предстоит постепенный переход к трудовому населению земель на основе законности» [31, с. 40].

После размышлений по Кара-Мурзе позиции сегодня будут принимать новое обличье, но они так или иначе проявятся в психологии современного собственника. Проследим, к примеру, те причины, которые побуждают людей к приобретению участков земли. Человек может стремиться обладать своим имением в связи:

- с желанием владеть недвижимостью, которая не потеряет своей цены со временем, а будет, наоборот, расти и обеспечивать экономическое благополучие не только его самого, но и потомства;
- с возможностью построить на своем участке роскошный особнячок, который будет зримым свидетельством его богатства и высокого статуса, подтверждением его способностей и успеха;
- с пониманием свободы и комфортности жизни на своей земле, где он может в полной мере проявить свою самостоятельность и независимость;
- с ощущением стабильности своего бытия, когда не нужно ходить и кланяться к разным административным лицам для решения проблем, возникающих при совместном проживании;
- с возможностью приглашать в свое «владение» дорогих и значимых для него людей, с которыми приятно общаться и решать деловые вопросы;
- с пониманием значения жизни «на земле» для своего здоровья и здоровья своей семьи, для удовлетворения желания «покопаться на своем участке», поухаживать за цветами, газонами, разной растительностью;
- с возможностью для некоторых лиц добавить в собственный рацион питания различные фрукты, овощи, специи, выращенные самостоятельно и потому заведомо экологически чистые и особо приятные.

Таким образом, владение земельными участками опять-таки предстает в качестве определенного образа жизни современного человека, в чем-то отличающегося от жизни далеких и недалеких предков, но так же несущем в себе ощущение естественности, комфортности и свободы бытия. При этом стоит подчеркнуть тот момент, что стремление к земле в современный период «подогревается» неэффективностью рыночных реформ, недоверием к властным структурам, что вкупе убивает в человеке ощущение и экономического и психологического благополучия. Земля становится «лекарством» от многих таких «болезней».

Завершив краткий экскурс в психологию индивидуального собственника земли, вновь вернемся к проблеме эффективного использования земельных ресурсов в агропромышленном комплексе. Но здесь снова всплывает вопрос о её взаимосвязанности с российскими традициями. И актуальными выступают сегодня давние размышления А.И.Герцена из уже приведенной статьи «элементы, вносимые русским крестьянским миром, - элементы стародавние, но теперь приходящие к сознанию и встречающиеся с западным стремлением экономического переворота, - состоят из трех начал, из:

1. права каждого на землю,
2. общинного владения ею,
3. мирского управления.

На этих началах, и только на них, может развиваться будущая Русь» [_, с.366].

4.1.1. Общины в России как субъект собственности на землю

Община («мир») в России длительное время была не только условием хозяйственного существования, но и некоторой нравственной ценностью, ибо, обеспечивая элементарную справедливость в распределении земли, она давала возможность каждому члену общины осознать свою социальную значимость и место в общине. Элементы общинного поведения сохранились внутри различных организационных форм хозяйствования – крестьянская община, артель, казачье хозяйство и т.д. Община играла огромную роль не только в регулировании экономического поведения индивида, но и в формировании и проявлении его психологического облика, причем оба данных аспекта были взаимосвязаны и взаимопроникнуты между собой. Отсюда понять этнического русского в экономическом и социально-психологическом планах невозможно без понимания особенностей и характеристик «делающей» его общины. Менталитет этнической личности был неотрывен от менталитета общины, от ее взглядов на основополагающие вещи: отношение к земле, отношение к труду, отношение к собственности и т.п. И это проявлялось во всех этнических группах русских, да и не только у них.

Сделав основательный анализ общинной психологии как своеобразного российского явления, Е. В. Шорохова делает следующие выводы. «Община может рассматриваться как один из примеров взаимовлияния экономических и социально – психологических отношений собственности. Формы использования общинной собст-

венности были фундаментом жизнедеятельности крестьян: определяли способы хозяйствования, составляли основу взаимосвязей и взаимодействия людей. Экономические отношения собственности детерминировали социально – психологические явления. Среди них главными были: социально – психологические отношения к собственности, внутригрупповые и межгрупповые отношения по поводу собственности» [98, с.36-37; подчеркнуто автором статьи А. К., Т. Б.]

Внутригрупповые и межгрупповые отношения по поводу собственности осуществлялись в крестьянской общине в её различных иерархических вариантах: волостная, сельская и т.п. По своей главной функции она рассматривалась властями не только субъектом собственности, но и в качестве гаранта нормального функционирования и воспроизводства индивидуального крестьянского хозяйства. Забота феодального государства о сохранении полнокровного тяглоспособного деревенского двора, продиктованная его фискальными интересами, должна была встречать понимание и сочувствие общины как сообщества непосредственных производителей.

Конкретную реализацию посреднических функций осуществляла прежде всего волостная община. Как правило, каждая волость в России располагала своими пахотными, сенокосными, луговыми, водными и лесными угодьями, и жители ее имели четкое представление о границах этих угодий. Волостные земельные районы дробились на участки, находившиеся во владении сельских общин. Часть угодий в некоторых общинах оставалась в коллективном пользовании всех жителей волости. Преимущественно это были участки строевого леса или луга, озера или (и) реки, богатые рыбой. Волостное общество решительно пресекало попытки ближайших к таким угодьям сел и деревень замять их в свои владения.

Община всеми силами и средствами стремилась обеспечить сохранность общинного земельного фонда. «Миру» приходилось вступать в борьбу с местными чиновниками, монастырями, служилыми людьми и соседними общинами – со всеми, кто покушался на его угодья. Ссылались крестьяне при этом на разные документы (в волостных и сельских архивах бережно сохранялись старинные акты или засвидетельствованные с них копии), но прежде всего – на давность владения землею и вложенный ими в нее труд.

В экономическом плане более всего на сохранение жизне- и работоспособности общины влиял тот факт, что каждый «общинник» выполнял свои налоговые обязанности перед государством, нес определенные повинности. В России не барин – помещик подлежал

государственному «тяглу» выплате податей (налога), а непосредственно крестьянское хозяйство. Помещик был весьма заинтересован в том, чтобы общинный крестьянин вовремя выполнял свои повинности, поскольку надзор за невыполнением крестьянских обязанностей лежал на нем. «...Помещик превратился в участкового помощника уездного исправщика, стал правительственной особой в своем поместье. Он поддерживал общественный порядок между своими крестьянами и дворовыми, судил их и наказывал, отдавал в рекруты и ссылал в Сибирь неисправимых, ...отвечал за них по взносу податей и всех казенных взысканий, был их попечителем, ходатайствовал за них в суде по делам гражданским и уголовным» [43, т. VIII, с.40-41]. Помещик «естественно, сдерживал самостоятельность крестьянской общины, но устранять ее напрочь было не в его интересах. После устранения крестьянской «кабалы» роль деревенской общины в решении ряда вопросов выросла. Но развивающиеся рыночные отношения в крестьянских хозяйствах зарождали тенденции дискредитации и последующего упадка значения общинных отношений. Но об этом немного позднее.

Анализ ряда источников, раскрывающих порядок землепользования в русской крестьянской общине, позволяет выделить некоторые особенности экономических и юридических установлений общины по отношению конкретному крестьянину-землепользователю:

во-первых, *общинные участки отводятся безденежно, то есть без требования залога, поручительства или задатка в обеспечение исправного отправления податей и повинностей. По смыслу общинных учреждений, каждый волен во всякое время отказаться от своего участка, отбыв соединенные с его владением подати и повинности;*

во-вторых, *член общины не имеет полного права собственности на отведенный ему земляной пай, а лишь право владения и пользования. Потому он не может отчуждать его ни при жизни, ни на случай смерти; не может его закладывать; дети и родственники не наследуют его по смерти крестьянина;*

в-третьих, *владение и пользование общинной землей неразрывно связано с постоянной оседлостью в общине. Владеть и пользоваться общинной землей (и чаще всего одним паем и только в одной общине) может лишь сам член общины непосредственно или его семейство;*

в-четвертых, *нельзя сдавать, уступать, дарить и вообще отчуждать каким бы то ни было образом при жизни или на случай*

смерти владение и пользование общинным участком посредством частной сделки не только члену другой общины, но даже члену той самой, к которой принадлежит владелец;

***в-пятых**, владение и пользование общинной землей соединено с отправлением известных податей и повинностей и есть пожизненное: но если после умершего владельца остались малолетние сироты или взрослый сын, не имеющий своего земельного пая, то они имеют предпочтительное перед всеми прочими соискателями право удержать за собой отцовский пай;*

***в-шестых**, поземельный участок отнимается у владельца, если он несправно платит подати и повинности, и все другие меры взыскания окажутся безуспешными или невозможными.*

С точки зрения современного человека отдельные из приведенных положений в юридическом отношении посягают на права и свободы человека. Но все же община многие века жила и развивалась, и не встречала особого отторжения в психологии крестьянина. На это было немало причин. Вот интересные факты о некоторых из них. «Общинное право запрещало продавать и даже закладывать землю – это, конечно, стеснение. Почему же крестьяне его поддерживали? Потому что знали, что в их тяжелой жизни чуть ли не каждый попадет в положение, когда отдать землю за долги или пропить ее будет казаться наилучшим выходом. И потерянное не вернешь. Не вполне распоряжаться своим урожаем, а сдавать в общину часть его для создания неприкосновенного запаса на случай недорода – стеснение. Но в каждой крестьянской семье была жива память о голодном годе, когда этот запас спасал жизнь (хотя бы память о страшном голоде 1891 года). И это тоталитарное общинное правило, гарантирующее выживание, ценилось крестьянами выше глотка свободы. Как говорили сами крестьяне: «Если нарушить общину, нам и милостыню не у кого попросить будет» [34, с. 23].

Еще одной фундаментальной особенностью общинного землеводства были в России ***уравнительные переделы с целью более справедливого распределения земли и повинностей***. Их необходимость возникла с наступлением в том или ином районе относительной земельной тесноты. Инициатива проведения переделов обычно исходила от крестьян, особенно малоземельных. Переделы осуществлялись по разным принципам: «по едокам», «по работникам», «по возможностям обработки земли» (в данном случае учитывалось наличие лошадей, волов) и т.п. При переделах община стремилась к тому, чтобы каждое дворохозяйство было обеспечено достаточным

количеством разнокачественной земли. Поэтому в передел поступали не только пахотные, но и сенокосные угодья.

Исходя из психологии рядового крестьянина - "мирянина", необходимость передела диктовалась вполне житейскими, простыми и понятными причинами. Климатические условия местности и хозяйствование каждого отдельного человека на земле могли привести к различного рода ситуациям, как то:

- повреждение усадьбы водяными потоками или ветровой эрозией;
- заиление земли после наводнения или сильного дождя;
- заболачивание прежде плодородного луга;
- постоянные неурожаи и "недороды" на одних и тех же участках;
- быстрое истощение некоторых наделов;
- значительное увеличение количества членов семьи какого-либо землевладельца;
- не использование земли или ее неполное использование некоторыми семьями: смерть "кормильца", уход на заработки в другие места и т.д.

Во всех таких случаях вполне естественной выглядела помощь человеку со стороны мира прирезкой ему дополнительных участков за счет "не потерпевших" хозяев, уравнивание "возможностей" земельных наделов двух или нескольких соседей и т.п.

Земельный передел как форма для одних ожидаемого и добровольного, а для других навязываемого изменения пользования землей, естественно порождал серьезные психологические последствия. Для кого-то передел был воплощением принципа «жить в миру по справедливости, по совести», для кого-то он оборачивался потерей вложенных «в родную землю-кормилицу» усилий, труда и материальных средств. К. Д. Кавелин – известный исследователь общины - писал о таком порядке переделов: *«большинству, конечно, выгодно вводить в общий передел земли, унавоженные хорошими хозяевами, и получать частичку в них даром, что при жеребьевом наделе легко может случиться и часто случается. Таким образом, ленивый или по крайней мере посредственный хозяин получает при переделе без всякого вознаграждения часть земли удобренной, а последний взамен ее – пустую землю, теряя свою хорошую. Но какой же конечный результат такого порядка? Хороший хозяин, не имея понуждения трудиться и унавоживать свою полосу, не прилагает к*

ней рук и хозяйничает подобно большинству, отчего крестьянское мирское хозяйство не может выбиться из заведенной колеи и подняться над уровнем жалкой посредственности».

Еще одним существенным психологическим последствием пределов при таком их порядке было появление различных обид (подчас совершенно справедливых), а нередко и драк как на самой «меже передела», так и далеко за ее пределами. И все это становилось серьезными пороками общины, в конце концов, подрывавшими к ней доверие, особенно со стороны радетельных хозяев.

Близкими к крестьянским, по своей сути, но не по военизированной структуре, были сформировавшиеся на российских границах сообщества казаков. Казачьи общины после их официального признания можно уверенно назвать одним из удачных сочетаний государственных интересов и стремления беглецов к вольнице. С одной стороны, бояре и помещики не могли мириться с бегством своих крепостных, а с другой – правительству было выгодно иметь на границе государства казаков, войска которых сражались с общим врагом. При этом материальных издержек, как на регулярное войско, правительство не несло, а границы охранялись. Особую роль в развитии казачества несомненно сыграл земельный вопрос. Существовавшее в самом начале вольное распределение земли между казаками сменилось в дальнейшем замаскированным административно-общинным делением земельных наделов. Земли стали отводиться станицам как «награда» за исправное выполнение воинской повинности, ответственность за которую несло все казачество. Поэтому в условиях общинного землепользования право распоряжаться землей принадлежало станичному сходу.

Выходя по какой-либо причине из войска, казак лишался возможности владеть наделом, потому что станица свою землю не желала отпускать в собственность лиц не казачьего сословия. Земля удерживала казака в войске, закабеляла его, ставила владение ею в прямую зависимость от выполнения обязанностей по воинской повинности. Не хочешь служить – отдавай землю. Получался замкнутый круг ответственности: казака перед станицей, станицы перед войском, а войско отвечало за исправное выполнение воинской повинности всеми казаками перед монархом, даровавшим им землю и право владения ею.

Земли каждого войска составляли общевойсковое достояние. В каждой станице казаки пользовались землей на общинных началах. Причем хозяйственная деятельность каждой общины органически вписывалась в рыночные отношения. Общины давали рынку вы-

сококачественную товарную сельскохозяйственную продукцию. Под посевами было занято около 0,5 млн. десятин, что составляло 3 % от общего количества всех казачьих земель. Традиционным источником доходов станиц всегда являлось земледелие. Однако в Сибири, помимо земледелия, в казачьих станицах получили развитие другие различные виды промыслов, такие как охота, лесной промысел, рыбная ловля, животноводство, коневодство, маслоделие. Все зависело от конкретного района расположения того или иного поселения.

Войсковой капитал формировался из:

- 1) собственных доходов войска;
- 2) войсковых оброчных и арендных доходов;
- 3) поступления в виде процентов с различных капиталов;
- 4) финансовых средств и компенсаций казны.

Что касается станичных капиталов, то они складывались из платы за земли и ресурсы, денежные сборы со станичников. В расширение данных средств, доходы станичных общин пополнялись следующими статьями:

- отдача войсковых угодий (лишние земли, не распределяемые между казаками, и являющиеся земельными запасами войска) в оброк;
- сбор с промышленников, то есть охотников, занимающихся промыслом пушного зверя на войсковых землях;
- прибыль от использования хозяйственных заведений - мельниц, весов и т.д.;
- сбор с ярмарок и базаров, организуемых на войсковых землях;
- штраф с русских подданных за переход скота, принадлежащего им, за границу;
- сбор с иногородних за право торговли на войсковой территории;
- сбор с казаков, уволенных на «звериные промыслы» и т.п.

Таким образом, большинство доходов казачьего войска так или иначе были связаны с общинными землями. Кроме того, казачья казна разных уровней пополнялась за счет общественного хозяйства: хлебных магазинов, а также наличия экономического табуна в конном войске и общественной запашки в пешем войске.

Как и в крестьянской общине, главным «законодательным» и регулирующим деятельность конкретного казачьего сообщества органом являлся казачий сход, который в зависимости от территориальных и (или) организационных (воинских) основ носил разные названия. В казачьей станице «главным» был станичный сход. В ведении станичного схода находились следующие вопросы:

- 1) Составление и утверждение сметы доходов и расходов станичного хозяйства;
- 2) Определение различного вида налогов и выплат;
- 3) Распределение между станичниками различных повинностей, в том числе земских;
- 4) Избрание должностных лиц станичного самоуправления;
- 5) Принятие текущих хозяйственно-бытовых и воинских решений;
- 6) Назначение времени будущих станичных сходов;
- 7) Установление очередности пограничной и воинской службы и контроль за ее выполнением;
- 8) Оказание материальной помощи в обмундировании казаков, убывающих на службу;
- 9) Разбор жалоб на станичных должностных лиц и правление в целом.

По сути, станичный сход был главным не только политическим, но и экономическим органом. И он как наиболее близкий к земле орган и хозяин владел и распоряжался конкретными наделами и общинными территориями, предоставляя казакам и различным «арендаторам» пользоваться ими.

Ликвидация казачества как класса, лишение его собственного самоуправления полностью ликвидировали и казачью общинную собственность на землю. И хотя сегодня возрождающиеся казачьи воинские и иные единицы пытаются организовать земледельческие общества (в частности, таковые введены в пяти хозяйствах Азовского района Ростовской области распоряжением атамана Всевеликого войска Донского), вряд ли развитие собственности на землю в казачьих общинах пойдет принципиально по иному пути, чем ее развитие в целом в России. Естественно, при пользовании землей в казачьих регионах будут какие-то свои особенности, но эту специфику вполне допускает законодательство и на других территориях.

Как говорилось выше, анализ опыта общин в качестве коллективных собственников на землю значим, прежде всего, для того, чтобы понять его влияние на психологию российского собственника – крестьянина, на формирование собственнических отношений в стране, а через них – на социально-нравственные аспекты жизнедеятельности. Поэтому попытаемся в кратких тезисах обобщить те позитивные и негативные моменты, которые община могла вносить (и вносила) в коллективное и индивидуальное сознание.

Итак, *положительное влияние общины* сказывалось в том, что:

- формировалось общественное самосознание людей, понимание того, что выживать и совершенствоваться лучше всего сообща, «всем миром»;
- развивалась уверенность в завтрашнем дне: община не оставит без земли, без средств существования, если человек «с душой» относится к ней;
- возникало и укреплялось чувство ответственности не только за себя, но и за сообщество;
- закреплялось понимание силы общины в борьбе с помещичьим и административным произволом;
- устанавливалось сочетание коллективных и индивидуальных интересов при обоснованном и справедливом дележе земли и продуктов труда;
- проявлялись альтруистические чувства при организации помощи бедным и «сырым», возникала основа для подлинного милосердия и сострадания;
- устанавливались отношения равноправия и партнёрства при обсуждении и решении общих проблем;
- возникало желание жить по общинным нормам, соблюдать их и противодействовать тем, кто ими не дорожит, чувство стыда за несправедливые поступки и поведение;
- укоренялось уважение к «мирским» установлениям и обязанностям и т.д.

В свою очередь, *отрицательное влияние* проявлялось в следующих моментах:

- происходило определённое подавление общиной личности, игнорирование некоторых её законных интересов и запросов;

- тормозилось развитие стимулов к труду у тех хозяев, которые могли работать лучше, но негативно относились к уравнильным переделам;
- возникало отрицательное отношение к лицам, которые «по жребия» получали хорошо обработанные другими участки;
- появлялась возможность узурпации власти кланами родственников;
- осуществлялось развращающее влияние общественной благотворительности на лиц, склонных к тунеядству, нерадивости, стремлению хорошо жить за счёт других (оппортунистическому поведению);
- проявлялись чувства зависти, неприязни, злопыхательства и т.п.

Естественно, и положительные, и отрицательные моменты влияния общины на сознание людей существовали рядом и зависели от особенностей общинного самоуправления. В общинах, где традиции и обычаи были обоснованными и справедливыми, где старейшины и властные лица «блюли порядок», устанавливались нормы эффективного коллективного сожительства, успешного совладения землёй. Там же, где община полностью подавляла личность, не предоставляла ей инициативы в делах и поступках, зачастую формировалась ущербная психология со многими проявлениями негативного отношения к коллективной собственности и труду.

Положительные установки общинных отношений, формировавшиеся и успешно пережившие различные формации (феодализм, капитализм), сумели проявить себя и в советское время. С одной стороны, при умелом учете и использовании общинная психология становилась реальным рычагом повышения эффективности колхозного производства. С другой стороны, деревенские жители, огромной массой влившись в индустриализацию «всей страны», привнесли свой общинный характер и в производственные коллективы. Героизм и самоотверженность тружеников первых пятилеток социализма, сделавшие Россию и другие республики за короткий период времени общепризнанной промышленной державой, были бы невозможны без опоры на общинный менталитет многих народов. Кстати сказать, ускоренная индустриализация Японии, Китая и стран Юго-Восточной Азии во второй половине XX века так же во многом базировалась на общинных отношениях жителей этих стран. Особенно данный эффект проявился в японском «экономическом чуде».

4.1.2. Актуальные проблемы собственности на землю

Вопрос о земле всегда был одним из самых важных в истории России. При этом страсти касались не только экономических аспектов владения и пользования землей, но и проистекающих отсюда политических вопросов, а также нравственного отношения к земле. Если брать сугубо экономическую сторону, то рынок земли в России имеет грандиозные возможности для своего развития, и не только из-за огромных ее территорий. По данным Федеральной службы земельного кадастра России, на 2002 год пашни и пастбища в стране принадлежат:

- *государству и муниципалитетам* – 69,1 % (в том числе – земли запаса и сельхоз. угодья в черте поселков и городов);
- *гражданам России* – 29,3 % (в основном, фермерские участки и земельные пай сельчан);
- *юридическим лицам* – 1,6 % (сюда относятся прежде всего земли птицефабрик, конезаводов и подсобные хозяйства заводов и институтов).

Земля может быть продана каждым из субъектов владения, поэтому возможны самые различные инварианты «перетоков» сельхозугодий в качестве объектов собственности.

Несмотря на то, что Гос. Дума России приняла закон о частной собственности на сельхозугодья (поля, луга и т.п.), спор о целесообразности такого типа собственности в нашей стране вряд ли завершился и он активизируется в периоды разных политических и предвыборных кампаний. В связи с этим полезно вспомнить наиболее значимые аргументы, которые звучали «за» и «против» такого подхода в различных дискуссиях. Сведем их в таблицу (см. табл.12).

Особо следует подчеркнуть вне таблицы тот момент, что без вовлечения земельных ресурсов в рыночный оборот невозможно выявить реальную эффективность хозяйствования. Этот факт, являющийся экономической аксиомой, психологически многими россиянами не осознается либо его замалчивание используется для целенаправленного манипулирования людьми.

Таблица 12

*Собственность на сельхоз. угодья в России:
аргументы «за» и против*

| Аргументы «за» | Аргументы «против» |
|--|--|
| Земля во всех цивилизованных странах – такой же товар, как и другие; в условиях рыночных отношений все встает на свои места. | Свободный оборот, продажа и перепродажа сельхозугодий может оставить многих крестьян без земли, проданной за бесценок даже «пропитой». |
| Сельхоз. угодья в начале 90-х годов разделены крестьянам на пай, но большинство владеет ими формально, не могут влиять на эффективность ее использования, а закон о собственности решит эту проблему конкретно. | В России исконно земля принадлежала или помещикам, или разного рода общинам; колхозно – совхозная собственность соответствует этой традиции; а каждому крестьянину можно выделять пай, который он должен вернуть в случае выхода из хозяйства. |
| Земля сосредоточится в руках у настоящих хозяев, которые сумеют более эффективно организовать на ней работу и соответственно получать прибыль; для этого необходимо создать систему законодательных актов, устанавливающих порядок налогообложения и ответственности за использование земли. | Землю скупят различного рода деятели, которые будут эксплуатировать крестьян – наемных работников, сдавать наделы в аренду и т.п., что в конце концов ухудшит использование земель. Особо негативна возможность продажи земли иностранцам. |
| Чтобы эффективно объединиться, надо сначала разъединиться, чтобы каждый крестьянин – фермер вошел в «агрохолдинг» со своей долей, со своими правами и самостоятельностью. | Во всех странах с развитой аграрной системой сегодня идут по пути укрупнения фермерских хозяйств; будущее России – за крупными производствами, и это лучше сделать уже на имеющейся основе коллективных хозяйств. |
| Имея все права на землю крестьяне будут защищены, спокойно смогут заниматься своим бизнесом и получать кредиты и инвестиции на четкой материальной основе. | Инвестиции в «глубинки», где люди едва сводят «концы с концами»; где процветают пьянство и другие пороки, вряд ли будут выделяться разными банками. |
| В дореволюционной России свыше 90% населения были крестьянами, сегодня на селе живут лишь 24% россиян (в т.ч. не связанных с сельским хозяйством); эффективный хозяин будет работать, а не бунтовать. | Продажа земли может привести к социальному взрыву, поскольку большинство крестьян в конце концов выступят против подобной земельной реформы. |

В общем плане таблица дает право выделить, так сказать, «главные» психолого–экономические проблемы собственности на землю, включая собственность на сельхозугодья:

- становление хозяина земли и его стимулирование государственными и другими инвестициями;
- судьба различного рода коллективных хозяйств и эффективность использования ими земельного ресурса;
- правовое ограждение российских земель от «зарубежных» хозяев, неэффективно использующих эти ресурсы.

Попытаемся на основе некоторых исследований хотя бы частично рассмотреть эти вопросы.

Если затронуть проблему становления настоящего хозяина земли, то вполне резонно предполагать, что чем «ближе» человек к «реальной» земле, т.е. к сельхоз. угодьям, которые рядом с его домом, так сказать, «под боком», тем скорее он оценит роль и значение собственности на них. Чувство «хозяина сельхозугодий» у коренного горожанина мало что дает в социальном плане для реального использования земель и даже может этому повредить.

Этот момент мы в середине 90-х годов попытались выяснить, разделив наших респондентов на группы по основному месту жительства, задав им вопрос о поддержке (отсутствии таковой) частной собственности на сельхозугодья. Результаты отражены в таблице (см. табл. 13).

Таблица 13

Оценка возможности передачи земли в частную собственность респондентами из разных населенных пунктов

| Вид населенных пунктов | 1995 | | 1996 | |
|------------------------------------|--------------|-----------------|--------------|-----------------|
| | Поддерживают | Не поддерживают | Поддерживают | Не поддерживают |
| 1. Город | 18,0 | 38,2 | 24,7 | 31,2 |
| 2. Районный центр, рабочий поселок | 25,4 | 28,8 | 42,9 | 29,3 |
| 3. Село, улус средних размеров | 35,2 | 29,8 | 52,8 | 17,9 |
| 4. Небольшое село | 36,6 | 29,8 | 55,9 | 26,5 |

Даже поверхностный взгляд на приведенные цифры позволяет утверждать, что горожане в силу своей слабой причастности к проблемам принципиальных земельных отношений (кроме, естественно, садовых и дачных участков и участков под индивидуальное строительство) были более осторожными и консервативными в высказывании мнений за частную собственность на сельхозугодья, чем жители сел, особенно небольших. Именно в деревне, где землю можно

было использовать наиболее эффективно и где кроме нее не было другой «кормилицы», все более и более вызревало сознание о необходимых предпосылках подлинно хозяйского отношения к земле, о праве человека на частную собственность по сельхозугодиям.

Таким образом, массовое сознание многих людей, «близких» к земле, не разрывало «чувство хозяина» с «правом собственности», хотя и в то время, и сегодня реальность давала мало шансов на полноценную обработку земли индивидуальному «землеробу». К пониманию нужности и значимости частной собственности на землю приводило, на наш взгляд, еще одно обстоятельство: многие крестьяне видели «массовое крушение» колхозов и совхозов, вызванное экономическим кризисом, а также серьезные изменения в трудовой мотивации работников агропромышленного комплекса, вовлеченных в коллективные хозяйства. Все это отражалось на эффективности использования земель. В связи с этим в 1995 и 1996 годах мы задавали нашим респондентам вопрос об эффективности использования земли, закрепленной за разными хозяевами. Были получены следующие результаты (см. табл.14).

Таблица 14

Оценка эффективности использования земель (в %)

| Оценка использования | Год | Земли колхозов, совхозов | Земли, отданные фермерам | Индивидуальные участки | Дачи, садовые участки |
|--|------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Используются полностью, по-хозяйски | 1995 | 6,0 | 7,4 | 43,9 | 47,3 |
| | 1996 | 4,2 | 15,0 | 47,9 | 54,5 |
| Используются по-хозяйски, но не всегда | 1995 | 17,4 | 15,9 | 24,6 | 15,3 |
| | 1996 | 19,9 | 30,5 | 23,0 | 15,3 |
| Часто должной пользы не приносят | 1995 | 12,5 | 16,0 | 5,6 | 2,5 |
| | 1996 | 20,6 | 17,9 | 3,2 | 1,8 |
| На земле настоящего хозяина не видно | 1995 | 27,8 | 9,7 | 4,7 | 3,5 |
| | 1996 | 32,8 | 6,1 | 2,2 | 1,5 |
| Затрудняюсь ответить | 1995 | 8,1 | 14,1 | 8,2 | 11,2 |
| | 1996 | 9,2 | 11,9 | 4,4 | 6,4 |

Начиная краткий анализ таблицы, подчеркнем, что чрезвычайно «трагична» оценка людьми характера использования земель колхозов и совхозов: лишь четвертая часть респондентов отзывалась об

этом более–менее положительно. Эта общая тенденция, понятно, была вызвана материальными (сельхозмашины и инвентарь) и финансовыми причинами (отсутствие оборотных средств, зарплаты и т.д.), что во многом сохраняется и сегодня. Положение «фермерской» земли было хотя и несколько лучше, но также в целом, с точки зрения оценки эффективности ее использования, не выдерживало критики. И только на индивидуальных, дачных и садовых участках был виден настоящий хозяин.

Но, осуществляя анализ проблемы по прошествии почти десяти лет (начало 2006 года), необходимо уточнить: положение некоторых коллективных хозяйств (в том числе колхозов и совхозов) оказалось весьма стабильным, и люди в таких хозяйствах весьма часто оценивают использование своих земель как вполне эффективное и рентабельное. Поэтому «аграрии» из таких хозяйств не могут дать сугубо отрицательную оценку коллективным формам владения землей. И даже сегодня после принятия закона о купле / продаже сельхозугодий немало людей будут стремиться сохранять коллективные формы сотрудничества, выраженные в виде акционерных обществ, агрохолдингов и кооперативных объединений. По-видимому, действительность приведет нас в скором времени немало примеров, когда люди, приобретшие участки сельхозугодий, будут объединяться в укрупненные хозяйства прежде всего имеющих эффективное управление. «Разъединиться, чтобы объединиться на более совершенной основе» – с таким подходом российская практика встречалась уже не раз. И говоря, к примеру, об успешности деятельности крупных агрохолдингов и других агро-объединений в других государствах, мы должны признать, что путь к аналогичному хозяйствованию в нашей стране может идти как от индивидуального, так и от коллективного собственника.

При этом в наших условиях невозможно не учитывать то, что на громадных российских пространствах (не принимая во внимание территорию бывшего СССР) проживали, проживают и будут проживать народы, у которых сложились собственные уклады владения землей, особенности основных видов деятельности (скотоводство, охота, рыболовство, морской промысел и т.д.) и свои традиции распределения национального богатства (каким бы малым оно ни было). У большинства таких народов, особенно в Сибири и на Севере (бурят, эвенков, якутов, сойотов, тофов), исконные виды производства, хозяйствования, промыслов не только не требовали, но и даже не предполагали частной собственности на землю, и основные природные ресурсы (речные и морские территории, лес, пушной и иной зверь) не «продавались».

Естественно, отношение данных народов к частной собственности на эти ресурсы и сегодня будет в чем-то специфическим. И это, вполне возможно, будет не настаивание на обобществлении разных угодий, а, напротив, требование их передачи в собственность семейной или родовой общины, а то и передачи конкретному хозяину. Стремление сохранить достояние, использованное предками и завещанное ими, может выливаться в различные формы.

В порядке детализации отношения сельских жителей к частной собственности на землю весьма целесообразно обратиться к двум интересным результатам, полученным В. П. Позняковым также в девяностых годах в двух хозяйствах Нижегородской области. В исследовании, в частности, выявлялась связь между оценками респондентами своей деловой активности и их отношением к разделу земли на индивидуальные паи (см. табл. 15).

Таблица 15

Распределение оценок деловой активности сельскими жителями с учетом их отношения к разделу земли (в %)

| Отношение к разделу земли | Деловая активность | | | | |
|------------------------------|--------------------|---------------|---------|-------------|-------|
| | Снизилась | Без изменений | Взросла | Не ответили | Всего |
| Отрицательное | 13,6 | 37,0 | 3,7 | 0,0 | 54,3 |
| Нейтральное | 1,2 | 5,0 | 0,0 | 0,0 | 6,2 |
| Положительное | 0,0 | 7,4 | 21,0 | 0,0 | 28,4 |
| Не ответили | 0,9 | 0,0 | 9,9 | 1,2 | 11,1 |
| Всего | 14,8 | 49,4 | 34,6 | 1,2 | 100 |

Таблица показывает, что из 28,4% опрошенных, выразивших положительное отношение к разделу земли, три четверти лиц данной категории отмечают рост своей деловой активности, тогда как у жителей, указавших на свое отрицательное отношение к разделу земли (54,3%), активность возросла лишь у каждого пятого (60, с.107-108). Эти тенденции уже в те годы отражали рост деловой активности у тех, кто стремился быть настоящим хозяином земли. Их (тенденции) уверенно можно экстраполировать и в сегодняшний день.

Исследование В. П. Познякова показало также, что лица, положительно относящиеся к разделу земли, более удовлетворены результатами своей хозяйственной деятельности: высокую и среднюю степень удовлетворенности показали 24,7% крестьян из 28,4% лиц

этой категории. Среди лиц, высказавших свое отрицательное отношение к разделу земли, удовлетворенных своей хозяйственной деятельностью, в высокой и средней степени было всего лишь 2,5% (из 54,3).

Рассматривая реалии 90-х годов, надо вспомнить и об экономической роли приусадебного земледелия в советскую эпоху. В зарубежных исследованиях второй трети двадцатого века обращалось внимание на так называемые *private plot* (частные участки) – наглядный пример частного предпринимательства, существовавшего в СССР. Уже тогда было ясно, что сельчане собирают на них более высокие урожаи, чем в колхозном или совхозном секторе, и что частный сектор дает значительную часть овощей, фруктов, молока, мяса и яиц, производимых в стране. Негласно установилось мнение о том, что подобные хозяйства представляли собой неотъемлемую часть советской сельскохозяйственной экономики. Они решали по меньшей мере два рода задач. С одной стороны, нередко продукция с частных участков шла на так называемые колхозные рынки, принося своим хозяевам определенную прибыль. Сельчане становились негласными частными предпринимателями с соответствующей психологией. И такой подход прослеживается не только в деревне.

Интересное размышление о связи отношения к собственности и эффективности экономики, в т.ч. аграрного производства приводит известный российский психолог А. В. Филиппов. Рассматривая собственность как самовыражение индивидуальности, мерило индивидуальности, её сущность, он показывает, что утрата данной сущности в социалистический период хозяйствования послужила жесткой преградой для нарастания творческого потенциала индивидуальности. Наоборот, многие успехи даже в обобществленной экономике, считает он, были связаны с гласным и негласным возвратом к собственническим интересам человека: «только отступая от социальной адекватности собственности в пользу индивидуальности в советское время были получены действительно выдающиеся результаты как в науке, так и в промышленности. И лучшим показателем неудач в связи с подавлением индивидуальности служат хронические провалы в сельском хозяйстве, которое всё основывается на индивидуальности, особой чувствительности и особой психологии отношений с природой. Даже в том случае, когда оно (сельское хозяйство) высоко индустриализовано» (90, с.229-230).

В то же время делать сугубо однозначный вывод о только положительном значении коренной индивидуализации сельского хозяйства вряд ли целесообразно. Научно – практический анализ взаимосвязи отношения жителей села к частной собственности на землю,

связи между развитием их «чувства хозяина» и деловой активностью, показывает, что эффективность труда на земле люди зачастую увязывают с подлинным владением, использованием и распоряжением земельными ресурсами. Конечно настоящий хозяин на земле может быть не только индивидуалистом, но и коллективистом, если несколько хозяев нашли удобную форму своего экономического сотрудничества, эффективные методы совместного управления совместной собственностью.

При анализе психологии собственника на землю в настоящее время нельзя уходить от тех объективных проблем, которые существенно мешают становлению настоящего хозяина земли. К ним можно отнести:

- диспаритет цен на сельхозпродукцию и средства обработки земли: тракторы, сеялки, другой необходимый инвентарь (например, только за последние годы цены на зерноуборочные комбайны выросли в 5-6 раз, в то время как цены на зерно и другую продукцию села растут «черепашьими шагами» и кое-где даже снижаются); в 2005 году стоимость пшеницы на российских биржах колебалась в пределах 3-х рублей за килограмм, тогда как мировые цены составляют 150 долларов за тонну (около 4,3 руб. за 1 кг);
- устаревание технического парка сельхозпредприятий и фермеров;
- необоснованные скачки в стоимости нефтепродуктов (в начале девяностых годов прошлого века литр дизельного топлива стоил вдвое дороже, чем килограмм зерна, а в 2005 году стоимость «солярки» превышала эту цифру уже в 5-6 раз);
- сокращение из-за отсутствия необходимых средств численности племенного скота и возможностей селекции элитных сортов сельхозрастений;
- отсутствия возможностей для закупки минеральных удобрений и ядохимикатов для борьбы с вредителями и болезнями растений, сорняками, паразитами сельхозживотных и т.д.;
- деятельность «перекупщиков» в сельской местности, которые усугубляют диспаритет цен на продукцию агропромышленного комплекса и т.д.

Кроме того, нельзя не отметить низкую культуру деревенских жителей во многих российских глубинках, особый их менталитет, который ведёт к отсутствию желания работать «много и хорошо»,

пьянству и алкоголизму, упованию только на судьбу и власти, а не на собственные силы и инициативу.

Вместе с тем, наличие в стране коллективных и индивидуальных аграрных хозяйств, которые «вошли в рынок», научились рационально и рентабельно использовать свою собственность, эффективно работать и «делать деньги», использовать с пользой для себя пусть и небольшие средства бюджетной поддержки, - всё это говорит о том, что есть возможности для изменения положения на селе. При целенаправленной государственной помощи в решении показанных выше проблем, при льготном кредитовании аграриев вполне могут вернуться российские земельные традиции, когда «воля и труд человека дивные дивы творят».

И ещё одно. Учитывая общинную психологию российского крестьянина, а также высокую рентабельность акционированных агрокомплексов за рубежом, необходимо способствовать развитию коллективной собственности на землю там, где это поддерживается всеми жителями. В этом вопросе есть немало оптимальных рычагов, о которых мы ещё скажем в разделе о совместной собственности.

Завершить раздел о российских проблемах владения, пользования и распоряжения собственностью на землю, несмотря на всю их остроту, все же хочется на оптимистической ноте. Сегодня, как никогда, нужна вера в настоящее и будущее людей, чьими усилиями и стараниями жила и живет страна. Вера, стоящая выше любых негативных мнений, ситуаций и обстоятельств. Приведем в качестве одного из доводов танку японского поэта И. Такубоку, написанную им о своих соотечественниках около века назад:

*Поля продают,
Дома продают,
Пьют вино беспробудно...
Так гибнут люди в деревне моей...
Что ж сердце тянется к ним?*

4.2. Интеллектуальная собственность

Как уже говорилось в разделах о сущности собственности, наиболее важной ее характеристикой выступает то, что ее субъект – т.е. собственник, или владелец – может использовать собственность так, как он этого пожелает, и никакие другие люди не могут законным способом использовать его собственность без его разрешения. «Мое – это мое, другие могут использовать его только с моей санкции» - вот основа любой собственности.

Интеллектуальная собственность по своему содержанию – это некий продукт мышления и действий личности, носящий в своем рождении нематериальный характер: разработанная идея, которую можно будет использовать на практике, подготовленная для печати статья, творческие коллективные и индивидуальные произведения всех родов и всех видов искусства, базы компьютерных данных, технические, коммерческие и другие секреты и т.д. и т.п. В любом случае – это творения человеческого интеллекта, человеческого разума. Их роль в современной обстановке все более возрастает. Особенно это относится к людям, чья деятельность связана с процессами глобализации. «На совершенствование естественнонаучных основ глобализации работают лучшие и самые высокооплачиваемые умы человечества. Менеджеры компьютерных компаний – баснословно богатые люди, финансирующие грандиозные исследования. А совершенствование человека, взаимодействующего с глобализацией, занимаются энтузиасты, располагающие ничтожными ресурсами» [110, с. 254].

Чаще всего интеллектуальная собственность выступает в виде информации, которая может быть представлена на материальном носителе (бумага, магнитные и другие записи, пленки и т.п.) и распространена среди интересующих его людей. В ряде случаев, особенно на производстве, на основе этой информации создаются необходимые предметы и вещи: изобретения, промышленные образцы, товарные марки (знаки) и т.п., которые в свою очередь, также являются объектами интеллектуальной собственности.

4.2.1. Общие вопросы интеллектуальной собственности

Интеллектуальная собственность, являющаяся практически самым важным «локомотивом» современной экономики, издавна доказала свою значимость. Уже в средние века сформировалась практика выдачи **патентов** – документов, закрепляющих за определенными лицами нововведения в области производства, т.е. их авторские права. Начиная с XII века английской королевской властью особые привилегии предоставлялись лицам, занимавшимся созданием новых видов деятельности, новых способов производства (технологий) значимых товаров с тем, чтобы поддержать их на этом пути. Такая поддержка принимала форму пожалования лицу, внедрявшему новую технологию, исключительного права преимущественного использования этого способа на срок, позволявший его хорошо освоить. Это защищало создателя новой технологии, изобретателя в трудный период становления производства от конкурентов, давало ему большую степень независимости.

Интеллектуальная собственность – это, с одной стороны, информация, способная в скором времени стать чем-то вещным, предметным, возбуждающим интересы и эмоции людей – изобретения, разработки, написанные книги и песни, с другой – те материальные продукты и средства, которые зафиксированы объектами интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность, а значит и информация, которую можно представить в качестве таковой, всегда имеет стоимость. «Удел информации в типичном американском мире, - говорил Н. Винер, - состоит в том, чтобы превратиться в нечто такое, что может быть куплено или продано» [18, с.112].

Уже при позднем феодализме производства изобретательство становится довольно – таки характерным, распространенным явлением. Стимулом этому служили четыре взаимоувязанных обстоятельства, имевших и психологическую, и экономическую основу:

- Стремление облегчить собственный труд, более рационально организовать его, чтобы тратить как можно меньше усилий (не случайно в шутку говорят: лень – двигатель прогресса);
- Желание выпустить максимальное количество изделий, предметов, продуктов для рыночного обмена или продажи;
- Стремление повысить качество выпускаемой продукции и разнообразить её;
- Стремление проявить свои способности, показать индивидуальную смекалку и неординарность перед другими участниками производственного процесса, тем более перед конкурентами.

Первый, наиболее значимый в экономическом плане, аспект изобретательства, был подмечен уже А. Смитом, который, в частности, писал: «Значительная часть машин, употребляемых в тех мануфактурах, где проведено наибольшее разделение труда, была первоначально изобретена простыми рабочими, которые, будучи заняты каждый какой-нибудь весьма простой операцией, естественно прилагали свои усилия к тому, чтобы найти более легкие и быстрые способы их выполнения. Те, кому приходилось часто посещать такие мануфактуры, должны были видеть весьма хорошие машины, изобретенные самими рабочими в целях ускорения и облегчения выполняемой ими специальной работы» [79, с. 84].

В дальнейшем практическая целесообразность изобретательства привела к тому, что на различных предприятиях разных отраслей промышленности стали создаваться специальные подразделения, смыслом и предназначением существования которых были усо-

вершенствования в производстве. Но опять – таки в истоках различного рода улучшений машин, оборудования, процессов, способов производства лежали мысли и действия отдельных личностей, которым важно было создавать необходимые условия и возможности для творчества. Со временем этот момент стал осознаваться в общественном и государственном масштабе. Не случайно, в конституции США 1787 года в права Конгресса было внесено следующее положение: поощрять развитие наук и ремесел, обеспечивая на определенный срок авторам и изобретателям исключительное право на их произведения и открытия.

Подобная постановка вопроса была значима не только и не столько в экономическом, но и в социально – психологическом плане. Курс на конкретные меры поддержки и поощрения изобретательства был взят всеми цивилизованными странами.

Центральным понятием в области промышленной интеллектуальной собственности стало понятие «патент». Его современная трактовка приблизительно такова: *«Патент – выдаваемое компетентным государственным органом свидетельство (охранная грамота), удостоверяющее признание технического решения или селекционного достижения изобретением, приоритет (первенство) изобретения, авторство (не во всех странах) и исключительное (монопольное) право патентообладателя на изобретение в пределах территории государства, выдавшего патент, в течение срока, установленного законодательством данного государства»* [7, с.77].

В международном праве существует «Конвенция по охране промышленной собственности», принятая в Париже в марте 1883 года (модернизированная в течение века несколько раз), к которой присоединились многие страны, образовав Союз по охране промышленной собственности. В «Конвенции...» несколько статей посвящено патентам и патентообладателям. В них, в частности, оговариваются приоритетные права патентообладателя на свои изобретения в разных государствах, независимость патентов, полученных на одно и то же изобретение в различных странах, упоминание изобретателя в патенте, восстановление патентов и т.д. Все это позволяет укреплять права человека на свою интеллектуальную собственность.

В отличие от западной, зарубежной практики, веками освящающей права человека на продукты своего разума и творчества (об этом ниже), российское законодательство обратилось к данной проблеме относительно недавно. Вот два факта.

1. В русском настольном словаре 1899 года издания нет понятия «патент», но зато есть понятие «патентный сбор», который трак-

туется как плата за патенты (разрешительные свидетельства) на заведения производства и продажи некоторых обложенных акцизами предметов. Этот сбор был дополнением к косвенным налогам и взимался в основном с предприятий, производящих и реализующих крепкие напитки. Таким образом, он не имел никакого отношения к интеллектуальной собственности.

2. В 1911 году был принят закон российской империи об авторском праве, который распространялся на письменные и устные литературные произведения. К таким произведениям законодатель относил: речи, лекции, доклады, сообщения, проповеди и т.п. В то же время российское законодательство не рассматривало прав человека, создающего различного рода изобретения в производственных системах. Слово «лицензия» и т.п. весьма редко встречались в прежней российской практике.

Аналогичное положение долгое время существовало и в советском законодательстве. 9 апреля 1931 года в СССР был принят закон о патентах и изобретениях, который ввел такие понятия, как «удостоверение об авторстве», «изобретение новое» и «изобретение полезное» и т.п. Но закон в то же время ограничил материальное вознаграждение немалому количеству лиц, создающих продукты интеллектуальной собственности. В частности, по закону человек, что-то изобретший, мог быть признанным автором изобретения, если оно считалось новым. Но вот материальное вознаграждение (часто смехотворно низкое) доставалось лишь тому из технических изобретателей, чье изобретение в порядке административного рассмотрения признавалось полезным, причем для такой квалификации изобретения его новизна была даже не обязательной.

К тому же авторские свидетельства обеспечивали исключительное право государства на использование изобретений. При этом ни сам изобретатель, ни государственные органы нередко не имели заслуженных дивидендов за использование изобретения в соответствующих сферах других стран. Ярчайший пример этому – судьба автомата Калашникова и самого изобретателя. Автомат распространился по всему миру; его без каких – либо лицензий производили многие предприятия за рубежом, но сам М. Калашников оставался по меркам рыночной экономики нищим; не имело средств от подобного массового «пиратского» производства и государство.

В нашей стране отношение к этим сложным вопросам было довольно простое, логичное и, казалось бы, справедливое с точки зрения тоталитарного общества: право на изобретение принадлежало государству независимо от того, придумал ли автор решение на

работе, на отдыхе, будучи за границей или в ванной (как Архимед). Здесь была своя логика. Автору государство предоставило место его матери осуществить роды, а самого вырастило в детсаду, выучило в школе, институте, кормило и одевало, обороняло и охраняло, платило ему за работу, финансировало разработки и посему логичным образом все права на изобретения принадлежали государственному органу. Трудно на основе сегодняшних мерок оценивать справедливость такой практики. Но и жить по вчерашним критериям уже невозможно. Иное дело складывается в условиях рыночной экономики. Как только государство предоставило автору возможность расти, учиться и кормиться самостоятельно, как только финансированием исследований начинают заниматься не государство, а третьи лица, то вопрос о праве (чье?) становится актуальным и неоднозначным.

Возникновение нового российского государства стало предпосылкой возрождения института интеллектуальной собственности в стране. Впервые это понятие было использовано в законе РСФСР о собственности от 24 декабря 1990 года. В 1992 году приняты законы РФ о патентах, о товарных знаках, знаках обслуживания, о правовой охране программ для ЭВМ и т.п. Наконец, в сентябре 1994 года в Москве представителями ряда государств была подписана «Евразийская патентная конвенция», которая ратифицирована Федеральным законом России 1 июня 1995 года. Конвенцией учреждены Евразийская патентная система, Евразийская патентная организация, установлены лица, обладающие правом на евразийский патент и определены сроки его действия и т.д. Эти меры позволяют говорить, что в области интеллектуальной собственности наша страна быстрыми темпами идет вперед.

В связи с формированием и развитием в нашей стране рыночных отношений и правовым закреплением многообразия форм и видов собственности, в обществе заметно поднялся интерес не только к юридическим, но и к экономическим и психологическим вопросам интеллектуальной собственности. Суть этих вопросов в реальном экономическом — для общества и личности — значении продуктов интеллектуальной деятельности человека и в тех социально-психологических изменениях, которые эти «продукты» приносят в жизнь и внутренний мир индивида. И здесь нельзя не увидеть ряд психолого-экономических проблем.

Дело прежде всего в том, что возрастает не только экономическая роль интеллектуальной собственности, но и усложняются ее проявления. Уже сейчас различают три главных вида интеллектуальной собственности: *частную*, которая закрепляется владением патента или лицензией; *общественную*, представляющую сумму

знаний и идей, которые находятся в распоряжении государства или всего общества и не могут быть закреплены за каким-либо юридическим лицом даже на короткое время; *промежуточную* форму («просачивающуюся» - leaking), представляющую собой инновационную научно-техническую информацию, которую нельзя закрепить патентами и лицензиями на сколько-нибудь длительный срок в связи с возможностями имитации созданной на ее основе продукции в видоизмененном варианте.

В основе развития форм и видов интеллектуальной собственности, как отмечают ученые, важную роль играет регулирование отношений между творческой личностью — генератором научных идей и изобретений, государством и капиталом, без которых невозможна коммерческая реализация этих идей и изобретений. Следовательно, развитие объектов, видов интеллектуальной собственности серьезно усложняет разделение прав между ее владельцами.

В психологическом плане, как констатируют специалисты, сложился неприглядный имидж России в практике реализации интеллектуальной собственности. Это тем более «печально», что в России огромный потенциал в данной области. Во многом это, на наш взгляд, можно объяснить следующими обстоятельствами. Во-первых, для российского менталитета собственность традиционно связывается с «осязаемостью» - земля, дома, квартиры, заводы, машины, природные ресурсы (нефть, руды...), антиквариат, драгоценности, деньги, мебель, бытовая техника в их конкретной роли. А интеллектуальная собственность во многих своих видах неосязаема, поэтому и возникают сложности в психологическом восприятии (ее ценности, охране, продаже и т.д.).

Во-вторых, за годы командной экономики с тоталитарной государственной собственностью творческие личности находились на государственной службе, отсюда все, что изобреталось ими, т.е. все результаты интеллектуальной деятельности принадлежали государству. Более того, чтобы наиболее талантливые интеллектуалы не «задумывались» о своих правах, их помещали в так называемые «шараги» — учреждения, где присваивался весь труд людей (достаточно вспомнить А. Туполева, С. Королева...). В результате «до подкормки» насаждалась идеология, что если государство все финансирует, «поит и кормит», то все ему, этому государству, и принадлежит.

В-третьих, непризнание частной собственности повлекло и отсутствие уважения к ней, а в таких условиях невозможно ожидать расцвета института интеллектуальной собственности.

В-четвертых, по мере деградации командно – административной системы, ориентированной на примат материального производства, стала все активнее распространяться среди обывателей пренебрежительное мнение о творческой работе – «ничего тяжелее ручки в руках не держал» и т.п.

Отсутствие уважения к интеллектуальной собственности, неумение ее оценивать, прослеживается даже на такой привычке, характерной для российской учащейся молодежи (от начальных классов до выпускников вузов), как подсказки. В большинстве западных стран подсказывание обычно не одобряется, поскольку там с детства привыкли ценить знания, добытые своим трудом, своими усилиями.

4.2.2. Виды интеллектуальной собственности

Конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), принятая в Стокгольме в июле 1967 года, предусматривает, что объектом права интеллектуальной собственности являются:

Литературные, художественные произведения и научные труды;

Исполнительская деятельность артистов, фонограммы и радиопередачи;

Изобретения во всех областях человеческой деятельности;

Научные открытия;

Промышленные образцы;

Товарные знаки, знаки обслуживания и коммерческие наименования и обозначения;

Пресечение недобросовестной конкуренции.

Существующие сегодня объекты интеллектуальной собственности можно дифференцировать и другими способами. По одному из них совокупность данных объектов в их правовой и «материальной» выраженности можно представить следующим образом:

1. Объекты промышленной собственности:

- Патенты на изобретения,
- Свидетельства на полезные модели,
- Патенты на промышленные образцы,

- Свидетельства на товарные знаки (знаки обслуживания),
- Фирменные наименования (свидетельства о регистрации юридического лица),
- Свидетельство на право пользования наименованием места происхождения,
- Пресечение недобросовестной конкуренции.

2. Объекты авторского права.

- Научные публикации, в том числе диссертации, монографии, статьи, отчеты о научно – исследовательских, конструкторско-технологических и проектных работах,
- Литературные произведения,
- Драматические и музыкально – драматические произведения; сценарные произведения,
- Хореографические произведения и пантомимы,
- Музыкальные произведения с текстом и без,
- Аудиовизуальные произведения,
- Произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, графические рассказы, комиксы и др. произведения изобразительного искусства,
- Произведения декоративно – прикладного и стенографического искусства,
- Произведения архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства,
- Фотографические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фотографии,
- Географические, геологические и другие карты, планы, эскизы и пластические произведения, относящиеся к географии, топографии и к другим наукам, программы для ЭВМ,
- Базы данных,
- Топологии интегральных микросхем,
- Другие произведения.

3. Ноу-хау.

- Коммерческие секреты,
- Технологические секреты,

- Технические секреты,
- Финансовые секреты,
- Организационные секреты,
- Медицинские секреты,
- Биотехнологические секреты,
- Другие ноу-хау [66, с.16-30].

В настоящее время особо, на наш взгляд, надо выделить такой вид интеллектуальной собственности как компьютерные программы и разработки, применяемые в разных сферах промышленности, бизнеса, предпринимательства. Их классификация может быть самой различной. Рассмотреть все представленное многообразие форм интеллектуальной собственности не представляется возможным из-за их объемности и психолого-экономических целей нашей работы, поэтому остановимся лишь на наиболее значимых из них.

В экономической сфере наиболее значимыми объектами интеллектуальной собственности являются те из них, которые так или иначе связаны с производством товаров и услуг и их сбытом (обеспечением), включая операции по упаковке полезных вещей и продуктов и их рекламе. Типичными «представителями» этого вида собственности являются различного рода **изобретения** - новые решения технических задач, промышленные образцы как дизайнерские решения, определяющие внешний вид выпускаемой предприятиями продукции, товарные знаки (бренды) и т.п.

Изобретения

Изобретения выступают в качестве продуктов мыслительной деятельности, которые отличаются своей новизной и оригинальностью в решении каких-то практических вопросов. В экономической сфере, как и в ряде других, изобретения могут быть двух основных видов:

- 1) Изобретения в виде продукта: например, новое химическое вещество, используемое для производства шампуней;
- 2) Изобретения в виде способа: если использовать только что приведенный пример, то разработка новой технологии по созданию нового химического вещества будет изобретением, относящимся к способу;

Полезный эффект от изобретения целесообразно расчленить на две составляющие:

- Непосредственная материальная отдача, выраженная либо в снижении уровня затрат труда на производство, либо в достижении определенного положительного результата по удовлетворению той или иной потребности,
- Получение новой информации, знаний, умений, которые вносят вклад в научно – технический прогресс, осуществляя обратную связь.

Как правило, внедряется в практику и приносит немедленную материальную отдачу лишь часть изобретений, в связи с чем эффект от изобретательской деятельности в значительной доле представляет вторая составляющая. Поэтому прямая экономическая невыгодность внедрения той или иной научной или технической мысли не может служить причиной для их отклонения (с точки зрения фиксации авторского права).

В этом плане гораздо проще рассчитывать экономическую целесообразность внедрения рационализаторских предложений. Под рационализацией понимаются меры, направленные на то, чтобы выпускать данный объем продукции с меньшими расходами ресурсов или увеличить выпуск продукции при неизменных ресурсах (капитале и затратах). В отличие от изобретательской работы, рационализация практически всегда имеет непосредственный осязаемый результат и в связи с этим упрощается и принцип вознаграждения. Базой для определения премии является полученный эффект.

Психолого-экономическая целесообразность изобретений состоит не только и не столько в более эффективном удовлетворении запросов потребителя. Не менее важна их функция стимулирования новых потребностей людей. На данное обстоятельство обратил внимание уже Г. Тард. Он считал, что многие промышленные изобретения, «понижая цену, по какой они дают возможность предлагать уже известные предметы, удовлетворяющие старинные потребности, делают эти предметы более доступными многим людям, которые в противном случае никогда не стали бы думать об их приобретении. Следовательно, они порождают у этих людей соответствующие желания, не существовавшие у них раньше. Мы видим, что тем или другим способом первичной причиной экономического желания бывает изобретение».

Можно привести две небольших, но знаменательных иллюстраций к мыслям Г. Тарда. Во-первых, изобретение конвейера на за-

водах Г. Форда позволило для многих людей воплотить в реальность известное выражение: «Автомобиль не роскошь, а средство передвижения». Автомобильный бум сегодняшнего времени – конкретный отзвук тогдашних изобретений. Во-вторых, изобретенные способы создания компьютеров, телевизоров, бытовой техники и т.п., сделали возможной их массовую востребованность. Удовлетворение многих наших желаний становится следствием изобретений.

Изобретения в современном потребительском обществе практически бесконечны. Верно говорят, что сегодня технология предприятий может создавать любые товары и услуги – и это не проблема. Гораздо труднее обеспечить реализацию сделанного. И это уже разговор об одном из следующих объектов интеллектуальной собственности.

Любой человек вправе считать какой-либо продукт своей деятельности изобретением, если он до этого ничего подобного не видел в практике. Но общепризнанным изобретением, а значит объектом интеллектуальной собственности, становится лишь то, которое закрепляется официальным документом, выдаваемым правительственным учреждением страны, - **патентом**. В связи с этим считается, что изобретения могут быть патентоспособными и непатентоспособными (отличие первых от вторых заключается в том, что они обеспечивают юридическую защиту изобретений). Для того, чтобы быть патентоспособным, изобретение должно отвечать трем основным критериям:

- Оно должно быть новым, т.е. ранее не встречавшимся в общем употреблении продуктом или способом (технологией);
- Оно должно содержать определенный уровень изобретательного творчества, т.е. представлять собой неочевидный продукт оригинального мышления;
- Оно должно быть применимым на производстве, т.е. допускать массовое изготовление (использование).

Здесь нужны разные средства помощи: маркетинг, реклама, другие средства достойного представления товаров. Пока же, по словам академика Е. Велихова, российский патент – это издевательство над идеей патента: наше государство пока научилось выполнять свои вторичные функции - фискальные и полицейские, но с их помощью нельзя добиться, чтобы поле начало плодоносить. А ведь только для того, чтобы защитить свои разработки действительно работающими патентами, надо вложить сотни тысяч долларов. Затем наступает следующий этап коммерциализации идеи, который обхо-

дится еще на порядок дороже. Поэтому, хотя в России потенциально интеллектуальные продукты можно оценить в громадные деньги, сейчас основная задача состоит в том, чтобы сохранить ту интеллектуальную собственность, что уже создана.

Промышленные образцы

«Промышленные образцы» представляют собой в классических вариантах довольно-таки удачные сочетания экономических интересов как производителя, так и потребителя. «Промышленный образец» – это всегда не только декоративно хорошо оформленный, но и обязательно многократно воспроизводимый техническими средствами товар или предмет. Российское законодательство понимает под **промышленным образцом** художественно – конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид. Промышленный образец является результатом творческих и самобытных дизайнерских решений, обеспечивающий привлекательный вид выпускаемой предприятиями продукции.

В связи с совершенствованием искусства дизайна в последнее время потребители все больше стремятся к тому, чтобы товар был полезным не только своими потребительскими свойствами, но и отличался своим приятным видом. Как следствие этого большинство производителей увеличили свои расходы на оформление товаров и соответственно на охрану творческого труда дизайнеров путем регистрации подготовленных промышленных образцов. При разработке промышленных образцов их авторы стремятся ориентироваться на вкусы и предпочтения пользователей товара, на их личностные пристрастия. Особенно это касается малых фирм, работающих на «адресного» потребителя. Учитываются пристрастия людей в отношении: а) формы товара (например, электрочайников, музыкальных центров, телевизоров и т.п.); б) его внешнего украшения (рисунки, символические знаки); в) его цветовой гаммы и т.п. При этом все более и более определяющей становится мысль: «на вкус и цвет – товарища нет». Отсюда в дизайнерских решениях многих товаров становится все больше и больше творчества.

К важнейшим требованиям в отношении современного промышленного образца можно отнести: *новизну*, т.е. отсутствие аналогичного художественно-конструкторского решения в прошлом, *оригинальность* – индивидуальный характер дизайнерского творчества, *промышленная применимость* - возможность многократного воспроизведения в случае востребованности товара.

Взаимодействие психологических и экономических аспектов в промышленных образцах, по мнению авторов, можно представить в таблице (см. табл. 16).

Таблица 16

Сочетание экономических и психологических интересов производителя и потребителя в удачных «промышленных образцах»

| Субъект интересов | Содержание взаимных интересов | |
|----------------------|--|---|
| | Экономических | Психологических |
| <i>Производитель</i> | Эффективная передача информации о продукции не только в названии продукта, но и в его оформлении; более высокая конкурентоспособность продукции и её «рекламостойкость»; устойчивые прибыли. | Удачное воздействие на зрительное (слуховое) восприятие потребителей через форму и цвет изделия; влияние на уровень известности и престиж фирмы; гордость за оригинальное и творческое решение. |
| <i>Потребитель</i> | Приобретение качественного и оригинально оформленного товара; материальное «стимулирование» покупкой предпочитаемой фирмы (корпорации, предприятия) | Удовлетворение своих эстетических потребностей; возможность проявить собственную самобытность через оригинальность изделия; чувство удовольствия от «зависти» или «подражания» со стороны других людей, рост самооценки и самоуважения. |

Все расширяющиеся возможности промышленного производства приводят сегодня к тому, что потребители становятся все более заинтересованы в том, чтобы изделия, которые они покупают, были не только полезными, но и привлекательными в эстетическом плане. Вряд ли можно сомневаться, что данная ориентация покупателей будет развиваться и в дальнейшем. Отсюда, от способности производителей повышать оригинальность и неповторимость своих изделий все больше будет зависеть их сбыт. А это, в свою очередь, означает, что конкуренция в сфере создания эффективно действующих «промышленных образцов» будет расширяться.

Товарный знак (торговая марка)

Товарный знак, марка как объект интеллектуальной собственности представляет собой символ, указывающий на то, кто несет ответственность за предлагаемые населению товары. Он помогает потребителям отличить продукт одного производителя от

продукта другого. Толковый словарь английского языка определяет торговую марку, как «наименование, символ или другую эмблему, идентифицирующую товар, официально зарегистрированную, законное пользование которой предоставлено только владельцу или изготовителю». Требование того, чтобы торговая марка помещалась на товаре или его упаковке, является требованием закона, допускающим изъятия. Изображения торговых марок часто встречаются на рекламных объявлениях и других материалах, предназначенных для стимулирования сбыта. Знаки, указывающие на предоставление платных услуг, таких, как химическая чистка (так называемые знаки обслуживания), не могут быть помещены на каком-либо товаре. Тем не менее, с торговой маркой связано представление об эмблеме, изображение которой есть на товаре, которая указывает, кем этот товар изготовлен.

История показывает, что возникновение и развитие торговых марок связано и с экономическими, и с психологическими причинами, а в основе последних лежат самооценка и достоинство производителя товаров. Гордость собственным мастерством заставляла ремесленников помечать своими инициалами гончарные или другие изделия. По мере распространения слухов об искусстве того или иного мастера, покупатели начинали искать на изделиях его опознавательный знак точно так же, как мы сегодня руководствуемся торговыми марками и марочными наименованиями товаров.

Феодальная система гильдий с ее монополистическими формами торговли предоставляла правовую защиту лицам, имевшим право производить определенные товары. Товары не могли быть проданы, если на них не было гильдейского клейма, подделка которого влекла за собой суровое наказание. Так что торговая марка имеет в торговле долгую историю и до сих пор выполняет свои основные функции, защищая интересы потребителя, давая ему уверенность, что он получит то, что хотел, и интересы производителя, предотвращая выпуск на рынок некачественных подделок его товара.

Один товарный знак может в различных вариациях отражать особенности и интересы тех, кого он представляет:

- 1) Одинаковые товары могут изготавливаться разными производителями и распространяться разными продавцами, и каждый из производителей может использовать свои товарные знаки;
- 2) Разные товары могут производиться в различных фирмах, корпорациях, но реализовываться потребителям под единой товарной маркой (например, известная в мире торго-

вая фирма «Маркс энд Спенсер» стимулирует своих партнеров – производителей на создание высококачественных изделий и продуктов под общей маркой).

Экономическое и психологическое значение данной практики состоит прежде всего в том, что потребители ориентируются на товарные знаки при выборе товаров: если человек удовлетворен качеством и дизайном изделия, в следующий раз он будет руководствоваться тем товарным знаком, который вызвал к себе доверие; при этом зачастую покупателю будет не важно, кому данный товарный знак принадлежит. Данный момент целесообразен и объективно и субъективно: лицам, занимающимся сбытом разных предметов и изделий, необходимо направить максимум усилий не на рекламу каждого из товаров, а на рекламирование «авторитетного» товарного знака.

С другой стороны, товарный знак, торговая марка каким-то образом отражая «образ» своего производителя или продавца, дает возможность заинтересованным лицам (будь то потребители или сами изготовители) распознавать «свой» товар, когда он поступил в массовую продажу, стал «одними из многих». Не менее значим товарный знак и для органов, обеспечивающих контроль за качеством и законностью «продвижения» товаров. В данном случае товарный знак дает возможность соответствующим органам или разного рода обществам, или деятелям по защите прав потребителя «распознать» автора продукции по ее товарному знаку и спросить с него за ненадлежащее качество. Для этого нужно лишь посмотреть в реестре товарных знаков информацию о том, кто является владельцем товарного знака, на чье имя он зарегистрирован.

Из рассмотренных положений можно сделать вывод о том, что, хотя продавцы и покупатели как участники рыночных отношений представляют противоположные стороны, они одинаково заинтересованы в защите прав собственности на товарные знаки. Продавец (производитель) через борьбу с фальсификаторами товарных знаков стремится предотвратить, не допустить захвата его рыночного сегмента обманным путем. Потребителю важно не только качество товара, но и то, чтобы он был защищен от любых подделок (насколько это актуально, российский потребитель убедился хотя бы на примере продажи спортивных товаров, которые сплошь и рядом идут под фальсифицированной маркой «Adidas»).

Естественно, международный бизнес прилагает значительные усилия для того, чтобы не допускать не только подделок, а даже сходства – частичного или полного – между торговыми марками

(торговыми знаками) разных фирм. В уже упомянутой нами «Конвенции об охране промышленной собственности» в статье 6.b^{big} говорится, что подписавшие ее государства «... обязуются или по инициативе администрации, если это допускается законодательством данной страны, или по ходатайству заинтересованного лица, отклонять или признавать недействительной регистрацию и запрещать применение товарного знака, представляющего собой воспроизведение, имитацию или перевод другого знака, способные вызвать смешение со знаком, который по определению компетентного органа страны регистрации или страны применения уже является в этой стране общеизвестным в качестве знака лица, пользующегося преимуществами настоящей Конвенции, и используется для идентичных или подобных продуктов. Это положение распространяется и на те случаи, когда существенная составная часть знака представляет собой воспроизведение такого общеизвестного знака или имитацию, способную вызвать смешение с ним».

Последнее обстоятельство уже отражается на деятельности российских фирм за рубежом. Так, Альфа-банк столкнулся с серьезными проблемами регистрации своего брэнда на территории США. Против регистрации банком товарных знаков Alfa-Bank и «Альфа-банк» выступила Alfa Corporation из штата Алабама. Американцы утверждают, что регистрация банком товарных знаков на территории США может ввести в заблуждение потребителей и имеет признаки недобросовестной конкуренции.

Альфа-банк - не единственная российская компания, испытывающая проблемы со своим товарным знаком в США. Комитет по рассмотрению споров и апелляций в связи с регистрацией товарных знаков (ТТАВ, специальный институт при патентном ведомстве США) с 2003 года рассматривает претензии компании Luk Llamellen un Kupplungsbau Beteiligungs KG на регистрацию российской НК ЛУКОЙЛ ее товарного знака LUKoil в США. Окончание рассмотрения этого спора ожидается не раньше весны 2006 года (Коммерсант, 17.08.2005).

В зарубежной экономической практике существуют специальные законы, которые регламентируют оформление торговых марок. Так, например, в США закон требует, чтобы она:

- была нанесена на товар или на его упаковку, на материалы рекламы на месте продажи, тесно связанные с товаром, а также изображена на ярлыках или товарных этикетках;
- до федеральной регистрации должна использоваться в торговле между штатами;

- не должна вступать в конфликт, т.е. быть слишком похожей на торговую марку конкурирующего товара по внешнему виду, звучанию или смыслу;
- должна быть не просто информативной, но и географически описательной и не должна вводить в заблуждение путем умолчания о чем-либо;
- не должна являться распространенной фамилией;
- не должна противоречить хорошему вкусу или общественным интересам.

Как видно, в названных требованиях воплощаются определенные интересы потребителя, и в то же время они помогают бороться с различными подделками торговых марок.

Единство интересов производителя и потребителя в защите прав собственности на торговую марку делает возможным и целесообразным привлечение последнего в качестве союзника к соответствующим деятельности. Основными путями здесь могут быть:

- участие потребителя в различного рода мероприятиях, организованных для противодействия фальсификации торговых марок;
- организация потребителями различного рода общественных организаций, занимающихся защитой прав потребителя, включая действия против фальсификации торговых марок.

Для эффективной реализации двух названных направлений производителям совместно с компетентными и заинтересованными государственными органами и СМИ целесообразно осуществлять соответствующее просвещение населения по вопросам законной подготовки и использования торговых марок, которое может включать следующую информацию о:

- разнообразных обозначениях, которые могут служить товарными знаками;
- возможных способах и конкретных вариантах фальсификации товарных знаков;
- понятных и доступных людям критериях, по которым можно определить подлинный товарный знак или его подделку;
- фирмах, предприятиях и частных лицах, неоднократно нарушающих права на собственность товарных знаков и т.п.

Подобного рода совместная деятельность потребителей и производителей может не только принести пользу в защите общих интересов, она также будет воспитывать уважение к интеллектуальной собственности в целом.

В последние годы в разработке, обеспечении качественными изделиями и, особенно, в защите «чести» торговой марки представители зарубежных фирм делают так сказать невозможное. Многие фирмы борются за имидж своей марки, опираясь прежде всего:

- на характеристики товаров, услуг,
- на индивидуальность марки, когда товар даже при массовом производстве способен удовлетворить индивидуальные запросы.

В конце концов, товар «имиджевой» марки становится «частью» покупателя, соответствует его эмоциональным проявлениям и несет в себе убеждения и ценности, которые покупатель считает «своими». Психологически «освоенные» торговые марки сегодня называют «брендами». **Брэнд** – это обычно «раскрученная» торговая марка, с которой у потребителя связаны положительные психологические состояния: удовольствие, комфорт, ощущение роста престижа, высокая самооценка. Можно сказать еще более конкретней: брэнд – это те приятные, сладостные чувства, которые возникают в человеке вместе с приобретением товара с определенной торговой маркой. Например, две фразы: «Я купил новую машину «Волга» и «Я купил новую машину – иномарку» в подавляющем большинстве случаев будут сопровождаться существенным психологическим различием, а именно ощущением комфортности и надежности, связанным с качеством и дизайном автомобилей зарубежных фирм. Такая собственность человека, естественно, вызывает восхищение, восторженность окружающих, и отсюда способствует росту самоуважения и самомнения ее хозяина.

В интересной и практически значимой книге Лоры и Эллы Райсов «22 закона создания брэнда» просто и доступно показаны взаимосвязь понятий «торговая марка», брэнд и брэндинг (процесс создания брэндов). В частности авторы отмечают: «С точки зрения деловой жизни брэндинг в условиях рынка мало чем отличается от клеймения стада на техасском ранчо.

Владелец скота должен заклеить своих коров так, чтобы они отличались от чужих, даже если на пастбище все буренки выглядят одинаково.

В основе хорошо продуманной программы лежит концепция уникальности, неповторимости, формирующая у потенциального потребителя убеждение, что другого подобного этому продукта на рынке не существует.

Может ли удачный брэнд одинаково нравится всем? Нет. Та же концепция утверждает: ни один брэнд не является приемлемым универсально» (73, с.13. выделено нами: А.К., Т.Б., Е.И.).

Некоторые фирмы активно разрабатывают пирамиды ценностей своих брэндов, которые привлекают к ним лояльных покупателей, готовых платить за изделие «любимой марки», при одинаковом с другими фирмами качестве, гораздо большую стоимость. В таком случае, чем выше по психологической пирамиде ценностей поднимается восприятие потребителем брэнда, тем труднее конкурентам действовать на рынке против данной фирмы. Приведем для примера пирамиду ценностей одного из брэндов (см. рис. 11).



Рис.11. Пирамида ценностей торговой марки «Polo» компании Ralph Lauren [см.24]

Ценности, запечатленные в данной схеме, вне всякого сомнения вызывают адекватное потребительское поведение,

стремление дорожить данной маркой. В зарубежной практике считается, что вершины пирамиды ценностей достигло немало торговых марок. Среди них «Saturn», «Nordstorm's», «American Express», «Disney», «Hallmark», «Ben & Jerry's», «Federal Express», «Intel», «G.E.», «John Deere» и «Caterpillar». Марки «AOL», «Yahool» и «Southern Company» – на подходе к своим пикам. Все эти факты говорят о том, что торговая марка – брэнд становится важнейшей творческой формой интеллектуальной собственности, и ее значимость нельзя недооценивать.

4.2.3. Борьба с недобросовестной конкуренцией и коммерческая тайна

В России в области промышленной интеллектуальной собственности особо внимание необходимо уделить пресечению недобросовестной конкуренции. Под этой деятельностью понимается прежде всего экономические, правовые и информационно – психологические меры с целью профилактики или противодействия практике конкуренции, нарушающей установившиеся нормы конкурентной борьбы. Многочисленные примеры последних лет показывают, что российские потребители зачастую обманываются, когда:

- покупают вместо фирменного товара какой-либо суррогат,
- вдруг видят, что уважаемую фирму ни с того, ни с сего, без веских причин обливают грязью,
- выясняют, что опытный образец продукции, выпущенный заводом или компанией на самом деле сворован у другой фирмы и т.д.

Во всех этих случаях страдают не только добросовестные производители, но и сами покупатели.

Парижская конвенция по охране промышленной собственности, принятая еще в 1883 году и постоянно обновляемая в последующие годы, определила в качестве недобросовестной конкуренции следующие три ее вида:

1) Все действия, ведущие к тому, что потребитель может принять предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность данной фирмы за предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность конкурента;

2) Ложные заявления в ходе коммерческой деятельности, дискредитирующие предприятие, товары, промышленную или коммерческую деятельность конкурента;

3) Использование в ходе коммерческой деятельности указаний или обозначений, которые вводят потребителя в заблуждение относительно природы, способа изготовления, характеристики, пригодности для определенных целей или количества товаров.

То, что методы и формы борьбы с недобросовестной конкуренцией сами по себе признаются интеллектуальной собственностью, свидетельствует об их высоком интеллектуальном весе. Если брать во внимание закономерность «действие равно противодействию», то в таком случае потенциалы борьбы с «равной величиной» должны быть более мощными, иначе говоря, умственные усилия для пресечения и профилактики недобросовестной конкуренции, хочешь – не хочешь, эффективны лишь при своем перевесе над противником.

Для профилактики борьбы с недобросовестной конкуренцией важна детализация тех ее видов, которые чаще всего используются в деловом соперничестве. Здесь свое слово говорят и нормативно – правовые документы. 12 видов деятельности определяются как недобросовестная конкуренция в комментарии к Типовому закону по товарным знакам, фирменным наименованиям и актам недобросовестной конкуренции для развивающихся стран. Это следующие виды:

- 1) Подкуп покупателей конкурентов, направленный на то, чтобы привлечь их в качестве клиентов и сохранить на будущее их признательность;
- 2) Выяснение производственных или коммерческих тайн конкурента путем шпионажа или подкупа его служащих;
- 3) Неправомочное использование или раскрытие ноу–хау конкурента;
- 4) Побуждение служащих конкурента к нарушению или разрыву из контактов с нанимателем;
- 5) Угроза конкурентам исками о нарушении патентов или товарных знаков, если это делается недобросовестно и с целью противодействия конкуренции в сфере торговли;
- 6) Бойкотирование торговли другой фирмы для противодействия или недопущения конкуренции;
- 7) Демпинг, т.е. продажа своих товаров по бросовым ценам с намерением противодействовать конкуренции или подавить ее;

- 8) Создание впечатления, что потребителю предоставляется возможность покупки на необычайно выгодных условиях, когда на самом деле этого нет;
- 9) Намеренное копирование товаров, услуг, рекламы или других аспектов коммерческой деятельности конкурента;
- 10) Поощрение нарушений контрактов, заключенных конкурентами;
- 11) Выпуск рекламы, в которой проводится сравнение с товарами или услугами конкурентов;
- 12) Нарушение правовых положений, не имеющих прямого отношения к конкуренции, когда такое нарушение позволяет добиться неоправданного преимущества перед конкурентами.

Как известно, знание диагноза болезни – это уже половина успеха при ее лечении. Но далеко не всегда успешно действуют легитимные, законные лекарства. Именно поэтому в борьбе с недобросовестной конкуренцией фирмы будут находить все новые и новые формы борьбы, которые станут своего рода ноу – хау, т.е. общепризнанным видом интеллектуальной собственности.

Выше мы показали, что недобросовестная конкуренция проявляется не только в несанкционированном воспроизводстве чужой продукции, но и в овладении секретами ее производства, финансовыми секретами, сущностью открытий и изобретений. Последние факты стали неотъемлемой чертой рыночной экономики, и поэтому сегодня остро стоит проблема защиты фирменных секретов в самом широком смысле этого понятия. Отошла в небытие надежда на всесильность государственных систем защиты коммерческих тайн. Раньше говорили: «болтун – находка для шпиона», и сегодня все понимают, что человек, случайно или за деньги раскрывающий секреты фирмы, причиняет огромные утраты интеллектуальной собственности и прибылей предприятия.

Два основных пути есть при решении данной проблемы. Во-первых, это – подбор сотрудников, максимально лояльных своей фирме и не способных раскрывать коммерческую конфиденциальную информацию работодателей и коллег. Многие фирмы разрабатывают тонкий психологический инструментарий подбора и отбора надежных сотрудников.

Второй путь – это кропотливая работа с вновь принимаемыми людьми от имени собственника, коллективного или индивидуального, или работодателя. Суть действий в данном направлении состоит в следующем.

- Работник предупреждается, что в процессе выполнения его служебных обязанностей от него ожидаются инициативные предложения, новые идеи, изобретения и другие формы интеллектуальной активности, представляющие ценность для собственника.
- Он информируется о том, что ему будет предоставлен доступ к необходимой для работы конфиденциальной информации работодателя.
- Ему предлагается осознать то, что конфиденциальная научно-производственная и коммерческая информация представляет собой ценную собственность фирмы.
- Работнику ставится задача усвоить, что как в период его работы у работодателя, так и в оговоренный срок после окончания работы у него, он должен держать в секрете всю полученную им конфиденциальную информацию и не вправе ее использовать иначе, чем в интересах выполнения своих служебных обязанностей.
- Наконец, он должен официально (письменно) подтвердить, что согласен подчиняться правилам и порядкам собственника, установленным для защиты его интеллектуальной собственности.

Меры и приемы, с помощью которых фирма достигает необходимого эффекта в сохранении коммерческой тайны, могут быть самыми разнообразными.

Изобилие различных предметов, объектов и «тайных форм» интеллектуальной собственности наводит на одно существенное размышление: насколько же должно быть высоко разнообразие интеллектуальных потенциалов, способностей, специфических одаренностей людей, чтобы «выпестовать» разумом, создать и совершенствовать все это уникальное многообразие. Механизмы творчества, создающего интеллектуальную собственность, бесконечны, но все же обратимся к некоторым их фундаментальным закономерностям, детерминирующим создание различных «ноу-хау» во всех сферах экономики.

4.2.4. Личность и группа как создатели интеллектуальной собственности

Интеллектуальная собственность любого рода – это продукт мыслительной деятельности или конкретного человека, или группы людей (иногда очень многочисленной). И это означает, что анализ

механизмов творчества мы должны начинать с конкретных психологических компонентов, которые так или иначе зарождают, стимулируют и развивают процессы создания интеллектуальной собственности.

Стоит напомнить читателю, что в разделе «Личность и собственность» мы говорили о тех параметрах взаимовлияния рассматриваемых феноменов, которые обеспечивают их оптимальное сочетание:

- характер мотивов, в связи с которыми личность совершенствует свою собственность;
- способности индивида и их активизация группой для успешного воспроизводства объектов собственности;
- взаимосвязь самооценки, самоуважения и уровня собственности, когда личность через обладание собственностью стремится, прежде всего, к самоактуализации и самовыражению;
- стимулирование усилий человека к воспроизводству собственности как по линии общества, так и со стороны лиц и организаций, заинтересованных в увеличении собственности.

Все данные моменты касаются и вопросов создания интеллектуальной собственности, и поэтому они отражены в дальнейших разделах и параграфах.

Мотивы и мотивация творчества

В истоках творчества, создающего какие – то усовершенствования на производстве, полезные изобретения и практически важные новшества, лежат прежде всего прагматические причины. Вспомним А. Смита, который видел много изобретений простых рабочих в целях ускорения и облегчения выполняемой ими индивидуальной работы. Эти же мотивы, вне всякого сомнения, будут побуждать многих собственников, владельцев предприятий совершенствовать свое производство, добиваясь его рентабельности и выгод. Названные прагматические мотивы детализируются и углубляются другими побуждениями:

- повышение конкурентоспособности товаров фирмы за счет увеличения их выпуска и качества;
- «захват» более значимой доли рынка;
- более высокое материальное вознаграждение по результатам труда;

- различные премии и дополнительные выплаты;
- гордость за себя или свое предприятие, за умение не стоять на месте, а совершенствовать свою продукцию;
- расширение рамок привычного, возможного;
- высокая оценка своей роли в удовлетворении потребностей населения;
- радость за свой собственный творческий потенциал и соответствующие способности своих сотрудников;
- самовыражение, самоутверждение и самоактуализация;
- повышение авторитета и престижа фирмы и ее работников не только в окружающей среде, но и в более широких масштабах и т.д. и т.п.

Таким образом, мотивация процессов разработки и внедрения в практику объектов интеллектуальной собственности может быть самой разнообразной, если тем более учесть, что в каждом виде производства товаров и услуг, в каждой стране, в конкретных коллективах и отдельных личностей могут быть свои самые своеобразные мотивы.

Основы творческого созидания

Любое творчество, в результате которого «вызревают» объекты интеллектуальной собственности, зависят от способностей и одаренностей человека. Причем способности могут быть *общими и специальными*. Последние обеспечивают творчество в конкретных видах деятельности – музыкальной, художественной, организационной, педагогической и т.д. и т.п. Как много разных видов деятельности, так и в десятки раз больше можно выделить способностей, обеспечивающих их эффективное протекание.

В связи с этим в психологических исследованиях и в практике стали выделять *общие способности*, которые так или иначе определяют успешность не одной, а нескольких деятельностей. В плане создания современных объектов интеллектуальной собственности из таких общих способностей можно выделить *креативность*.

Креативность, по Дж.Гилфорду – *это уникальная творческая способность, предопределяющая нетрадиционность и самобытность идей и предложений человека*. Среди «компонентов» креативности обычно называют:

- Способность к обнаружению и постановке проблем

- Способность к генерированию большого числа идей, исходящих от окружающих
- Способность к самостоятельному продуцированию идей, воспроизводству отдаленных ассоциаций
- Способность усовершенствовать объект, добавляя в него необычные детали или предлагая его новое использование
- Умение реагировать на привычные раздражители нестандартно, развитое чувство меры
- Способность решать проблемы, т.е. способность к анализу и синтезу
- Способность распознавать необычные, имеющие важное значение, зависимости
- Оригинальность – необычный взгляд на вещи
- Способность делать новые выводы, обобщая известные факты
- Способность найти новые области применения объекта или определить его новые функции
- Понимание уникальности и полезности даже самых неожиданных и нетрадиционных решений, имеющих рациональное зерно.

Сегодня в социальной практике все чаще используются различные методы развития креативности всех тех, кто занят разработкой новых видов интеллектуальной собственности, а также управленческих работников и специалистов.

И специальные, и креативные способности – не единственный козырь в творческом процессе человека и группы, и даже иногда эти «высокие материи» нуждаются «в приземлении», поскольку далеко не вся продукция творчества – т.е. «идеальная» интеллектуальная собственность может получить воплощение в конкретные предметы и услуги, которые – то и нужны конкретным людям. От замысла до воплощения много дорог и преград. Вот почему в цене были и остаются аналитические потенциалы человека и группы, их умение мыслить по – деловому. Житейское правило «Семь раз отмерь, и один раз – отрежь» весьма значимо во многих вопросах селекции новых и новейших нужных людям вещей, произведений, предметов, картин и т.п. Суть необходимых для этого качеств можно объединить в понятие «рационализм».

***Рационализм** – это, прежде всего, объективный беспристрастный анализ окружающей действительности, стремление выделить в ней общие закономерности. По своей сути он:*

- нацелен в планах и разработках на достижение конкретных успешных результатов в заданные сроки и за счет имеющихся, а не предполагаемых экономически выгодных средств;
- нацелен на разумный риск в экономической деятельности, исключает авантюризм и надежду «на авось»;
- предполагает здравый подход к сложившейся обстановке, основываясь на логике ситуаций, объективном анализе фактов, в то же время не теряя из виду перспективы, возможность разного рода инноваций;
- основан на стремлении заранее рассчитать возможные последствия своих действий (знать каким образом подготовленные сегодня продукцию, услуги можно продолжать совершенствовать);
- базируется на уверенности в том, что чувствами можно руководствоваться лишь тогда, когда они основаны на знании дела, когда они созвучны с чувствами других людей и реально влияют на успех дела;
- предполагает склонность тщательно обдумывать каждый вариант изделия, произведения, научной статьи, «обсасывая» значимость в целом и отдельные преимущества предлагаемых новшеств;
- остро нуждается в вере и умении в случае неудачи смотреть вперед, бороться с разочарованиями, переходить к следующим вариантам.

Вполне понятно, что люди, органично сочетающие в себе все три названные особенности – развитые специальные способности, креативность и рационализм, встречаются довольно-таки редко, да и дать конкретный диагноз данным характеристикам личности зачастую трудно.

Поэтому на практике часто приходится искать таких людей по их конкретным результатам, по «выраженности» в их личности конкретных возможностей «творить, выдумывать, пробовать». Интерес в этом плане представляют конкретные механизмы творческого мышления, которые становятся достоянием творческих людей. Они порой совершенно непредсказуемо «врываються» в создание новых объектов. Следует напомнить, что данные механизмы связаны

не только с сознанием, но и с подсознательными процессами. Первыми можно назвать аналогию, ассоциацию, позволяющими подбирать варианты ожидаемых объектов из, казалось бы, совершенно не соответствующей области. Обоснованными доказательствами здесь послужат некоторые открытия, ставшие достоянием практики человечества:

Изобретатель карбюратора американский инженер Ч. Дюрейя понимал, что для успешной работы двигателя внутреннего сгорания нужна смесь бензина с воздухом. Эта идея навязчиво преследовала его. В 1891 году, увидев у жены пульверизатор для духов, он по аналогии создал распыляющий инжектор.

При изобретении электрического телеграфа американец С. Морзе столкнулся с проблемой затухания сигнала при передаче на большие расстояния. Увеличение энергии первоначального сигнала не приводило к успеху. Путешествуя на перекладных из Нью-Йорка в Балтимор, он наблюдал, как на почтовых станциях меняют лошадей. Так у него возникла идея строительства усиливающих подстанций вдоль телеграфной линии.

Шотландский врач Д. Данлоп был озадачен тем, что его сыну неудобно ездить на велосипеде с металлическими ободами по тряской булыжной мостовой. Поливая сад, он ощутил, как шланг пружинит под рукой. Никто не знает, пытался ли он наполнить свою первую шину водой или воздухом, но доподлинно известно, что первую шину Данлоп сделал из садового шланга.

Примеры показывают, насколько успешно аналогии могут способствовать эффективному решению практических вопросов, созданию интеллектуальных продуктов. Эффект вполне можно усилить, если научить человека целенаправленно вызывать и продуцировать аналогии.

Еще одним важным механизмом, способствующим решению сложных проблем, считается так называемый *«инсайт»* – *озарение*, т.е. неожиданное моментное появление в сознании догадки о правильном продуцировании нужных объектов. Внешне инсайт выглядит как логический скачок в мышлении, получение результата, не вытекающие однозначно из имеющихся посылок. В данном случае мы имеем дело с подсознательной или интуитивной деятельностью мозга. Она издавна ставилась в ряд мировых загадок и привлекала внимание своей таинственностью. Проявлению инсайта предшествует обычно продолжительная и кропотливая деятельность мышления по анализу проблемы. Известно, что с помощью такого «сюрпризного» просветления Д.И. Менделеев окончательно сформулиро-

вал периодическую таблицу химических элементов (причем, во сне), а известный химик К. Кеккуле открыл формулу бензолового кольца. Сегодня к данному феномену обращается эвристика – наука, изучающая закономерности продуктивного творческого мышления, методы управления творческими процессами. То, что данная наука имеет глубинную основу, доказывает тот факт, что при опросе 232 американских ученых 83% из них признались, что решение той или иной проблемы пришло к ним как неожиданная вспышка интуиции.

Как показывает жизнь, «на помощь» аналогии, ассоциации, озарению часто приходит «его величество случай». Марк Твен – американский писатель – говорил: «Имя величайшему из всех изобретателей: случайность». Стоит рассмотреть несколько примеров, ярко иллюстрирующих эти факты.

- А. Флеминг – английский микробиолог случайно уронил немного хлебной плесени в бактериальную культуру, загрязнив смесь. Проклиная свою неловкость, он все равно, из любопытства, посмотрел в микроскоп и увидел в море бактериальных волн чистые островки, куда не стремились бактерии. Так Флеминг установил, что плесень останавливает рост бактерий. В результате появилось известнейшее лекарство – пенициллин.

- В течение нескольких лет Ч. Гудер исследовал, как можно использовать резину в промышленности. Проблема заключалась в том, что резина была очень мягкой при нагревании и слишком хрупкой при охлаждении. Однажды ученый случайно разлил немного резины на плиту, и она запеклась в темное, твердое вещество, которое оказалось прочным и гибким. Так Гудер открыл процесс вулканизации резины.

- Изобретатель Шонбейн пытался сделать надежнее и безопаснее обращение с ружейным порохом. Работая на кухне, он случайно вылил на стол немного азотной кислоты и вытер ее фартуком своей жены. Несколько минут спустя он повесил фартук над плитой, чтобы подсушить его, тот вспыхнул и почти дотла сжег дом ученого. Этот случай в конце концов привел его к открытию нитроцеллюлозы, заменителя ружейного пороха.

Таким образом, можно уверенно говорить, что случайность, как и аналогия, – это один из мощных стимуляторов творчества, но, как и в примерах с инсайтом она должна быть заранее «настроенной» психологически: «к случаю надо быть готовым».

К «случаям» в творчестве примыкает и неожиданный взгляд на использование казалось бы совершенно неперспективной про-

дукции. Проиллюстрируем это интересным современным примером. Много лет назад 3М Корпорэйшн разработала «бесполезный» клей. Приклеенные им предметы можно было отклеивать и приклеивать, при этом клей не терял своих свойств. Но разработчики решили, что как клей он был недостаточно липким. Поэтому его положили на полку. Только когда сотрудник компании, уставший оттого, что на занятиях в церковном хоре из его сборника гимнов всё время выпадали закладки, смазал этим клеем полоски бумаги, все поняли, что это полезный товар. Полоски бумаги, смазанные клеем и выпущенные под маркой Поуст-Ит-Ноутс, превзошли по популярности все остальные товары компании, даже знаменитый скотч. Разработчики были слишком ограничены своими представлениями о клее, чтобы осознать значение этого изобретения. Потребовался человек с «безумной» идеей, чтобы выявить подлинный потенциал товара.

Рассматривая все представленные выше психологические потенциалы, закономерности и механизмы создания объектов интеллектуальной собственности, можно уверенно говорить, что они лежат в фундаменте создания любого интеллектуального продукта. Но в ход, в дело идет не всякий результат творчества, а лишь тот, который выгоден экономически и нужен людям. И это уже неразрывная связь экономики и психологии в реализации интеллектуальной собственности. Кроме того, экономика стимулирует развитие творчества своими средствами. Об этом в следующем разделе.

4.2.5. Интеллектуальная собственность: российские проблемы

В России быстрыми темпами нарастает понимание значения интеллектуальной собственности. Выдающиеся и заслуженные композиторы, поэты, художники, талантливые изобретатели и рационализаторы, гениальные ученые, получавшие свои 120 – 200 руб. в месяц с прибавкой небольших гонораров во все советские времена, наконец – то почувствовали, что их ум и дарования – это не только предмет гордости министерства культуры, союза писателей, союза рационализаторов и изобретателей и народа в целом, но и основа их интеллектуальной собственности, способной стать основой их благосостояния и роста богатства.

Хотя в данной главе уже была затронута проблематика интеллектуальной собственности в России, всё же стоит взглянуть на некоторые вопросы более детально.

Наряду с официальными нормами регулирования интеллектуальной собственности значимым является отношение общества к

людям, чей доход, достаток предопределяется И.С. В разных государствах здесь естественно свои традиции. Рассмотрим их на основе примеров, описанных художником В. В. Верещагиным в его книге «Повести. Очерки. Воспоминания» (М.: Сов. Россия, 1990 г.) по Англии и России. Первая сумела уйти от «чёрствого отношения к заслугам своих выдающихся сограждан: у них если известный философ, литератор, художник или иной общественный деятель за заботами о ближних не успел или не сумел устроить своих собственных частных дел, то в день юбилея или при каком-нибудь другом подходящем случае ему поднесут вместе с засвидетельствованием уважения и признательности ещё собранную по подписке большую или меньшую сумму денег, долженствующую облегчить дальнейшую жизнь и деятельность талантливому труженику» [_, с.288].

Совершенно иная практика сложилась и процветала в России. «В нашей стране, чтобы художник, литератор или человек науки был вполне оценен, ему нужно умереть, - исключение составляют немногие, успевшие получить большую известность за границей; но, несмотря на всю заманчивость этой перспективы, люди, конечно, не торопятся пользоваться этой верной рекламой. Только, говоря, когда большой талант преждевременно умрёт, то сплетни и злословие оканчиваются и начинается самобичевание: «Как могло это случиться? Как можно было это допустить? Где мы были? Больно, тяжело читать теперь письма Пушкина, Достоевского и других, только и думавших, что о выходе из стеснённых денежных обстоятельств, бившихся из-за насущного хлеба» [там же, с.291-292].

Вряд ли можно говорить о принципиальном изменении отношения к дарованиям и их интеллектуальной собственности в советскую эпоху. Некоторые люди «обласкивались», если действовали в нужном идеологическом и политическом ключе, но это практически не было гарантией стабильности их положения. В нужное время и в нужных условиях им всегда могли показать «их место».

По сути отношение к ИС – это стратегия отношения к человеку: признание ценности его внутреннего мира, его дарований и способностей, доверие его таланту и творчеству. Общество, которое ценит личность, адекватно относится и к продуктам его интеллектуального труда, всемерно стремится поддержать его. Отсюда, отношение к ИС это значимый показатель демократичности самого общества.

Тенденции демократизации отношений в обществе и рыночной экономики требуют коренного пересмотра подхода к ИС в России. И для этого важно понять те детерминанты, которые предопределяют отношение общества к ИС, с одной стороны, с другой вызывают,

стимулируют соответствующие установки личности. Причём последние могут быть как положительного, так и «отрицательного» потенциала. «Отрицательность» в данном случае означает, что личность действует в чём-то вопреки устоявшемуся мнению, противопоставляет свои позиции и идеи сложившимся, «усредняющим» точкам зрения.

Пренебрежительное отношение к интеллектуальной собственности в России предопределялось рядом существенных причин.

Во-первых, отсутствием основательных нормативно-правовых актов, защищающих ИС и её создателей. Только в 1911 году был принят закон Российской империи об авторском праве, который распространялся на письменные и устные литературные произведения: речи, лекции, доклады, сообщения и т.п. В то же время закон не рассматривал права человека, создающего различного рода изобретения в производственных системах. Принятый в 1931 году закон СССР о патентах и изобретениях не обеспечил особых привилегий авторам, предоставив государству исключительные права на использование изобретений. В практике же часто ни автор, ни государство не получали положенных дивидендов от ИС в силу разных причин – организационных и идеологических (судьба автомата Калашникова и его творца). «Мелкие» же изобретения, полезные для практики, не закреплялись в патентах и лицензиях, через СМИ в короткое время становились «всеобщими» и могли использоваться кем угодно без всякого разрешения.

Во-вторых, традиционными формами распределения собственности в России были *пожалование*, *выдел* (от слова *выделять* землю или имущество), *дарение*, *пожертвование* и т.п. Это порождало у состоятельных собственников психологию благодетеля (хочу дарю, а хочу – нет), приносило самообольщение от зависимости других. К такой психологии более всего прибегали люди из властных структур, через подобную практику увеличивая свой статус и вес. Интеллектуальную собственность жаловать и дарить было невозможно. Её «носители», обычно самобытные, гордые, непреклонные вызывали в чиновничьей и иной массе «благодетелей» негативные чувства и всячески манкировались.

В-третьих, создателями ИС в дореволюционной России нередко были крепостные крестьяне и рабочие, «приписанные» к заводам и фабрикам. А собственность «объекта собственности», естественно, приписывалась и принадлежала его хозяину, который мог совершенно «забыть» о том, кто что-то создал или изобрёл и выпатить своё собственное значение в создании предмета ИС. При этом сам

«творец» в силу своих заниженных самооценки и самоуважения не предъявлял особых претензий к подобному порядку и довольствовался милостью с «барского стола». В массе своей аналогичную психологию несли в себе и хозяева советских предприятий и их творческие сотрудники.

О социально-психологических «механизмах», губящих на корню стремление к новациям и изобретениям в условиях разного, и особенно «казенного», вида производства писал в 1927 году известный ученый-металлург и одновременно организатор производства В.Е. Грум-Гржимайло редактору журнала «Предприятие». Пусть читатель простит нас за слишком длинную, но такую красноречивую в психологическом плане цитату: «Допустим, в заводе сделано достижение. В случае единоличного хозяина, все и всех лично знающего, автор этого достижения незамедлительно получает мзду, поощряющую его работу дальше, а его товарищей – прилагать усилия сделать тоже что-нибудь, в свою очередь. Таким образом, достижение быстро приносит реальные плоды. В частном предприятии, управляемом управляющим и правлением, дело обстоит уже хуже, достижение может быть замолчано. Управляющему не всегда выгодно выдвигать своего подчиненного. В лучшем случае к автору примажут приятного управляющему человека, который тоже «пахал». В казенном предприятии нагромождена уже целая лестница всякого начальства, консультантов, ревизоров. Дело находит множество авторов, и настоящий виновник часто теряется среди лиц, которым принадлежит «инициатива» этого достижения. Современность развивает этот порядок еще дальше. Рядом с работающей администрацией – красные директора, профессиональные организации, завком, ячейки, набитые до отказа лодырями от станка. Они тоже пожелают иметь свою долю участия в полученном достижении. Наконец, пресса напишет: «Новое достижение рабочих такого-то завода...» При чем здесь рабочие? Но под другому нельзя – таков стиль современной печати... Автор, истинный работник, теперь уже теряется среди людей «мы пахали». «И охота тебе была работать, - скажет человек двадцатого числа автору достижения. – Сколько нервов, сколько труда. Дурак ты!» «И верно дурак, больше не буду», - скажет автор достижения». [31, с. 162]

В-четвёртых, нельзя не отметить и тот факт, что господствующая общинная, а затем коллективная психология порождали у людей стереотипы «не высовывайся», «будь как все», «не противопоставляй себя коллективу». Любое «яканье», наличие афишируемых гордости и достоинства личности (а это неизбежный атрибут таланта) сразу же получали ярлык нескромности, непристойности, непри-

личности, осуждались общественным мнением, клеймились позором и т.п. Творческая личность стремилась жить по общим стандартам, и не заявлять о своих заслугах и отличиях, а тем более о своих правах на что-то. Данный момент можно проиллюстрировать следующим примером. В июле 1897 года образованный мир узнал о новом изобретении итальянца Маркони в области телеграфного дела (телеграфирование без проводов). Его славили во всех частях света, но неизвестным осталось то, что русский изобретатель А.С.Попов открыл этот способ ещё в 1895 году и продолжал усовершенствование своего прибора. «Петербургская газета» писала тогда по такому стечению обстоятельств: «Скромность русских учёных и изобретателей поистине легендарна. В то время как на Западе малейшие технические нововведения рекламируются чуть ли не на всех перекрёстках, весьма ценные изобретения русских техников остаются почти неизвестными публике. У нас существует ещё традиционная боязнь рекламы, которая истовому русскому человеку всегда представляется чем-то вроде шарлатанизма XIX века».

Естественно, в такой практике были свои плюсы (особенно в случаях создания совместной ИС), но в условиях рыночной экономики даже они выступают тормозом в продуцировании ИС.

В-пятых, и это, наверное, один из основных факторов, творчество, рационализаторство и в дореволюционной и, особенно, в советской России не получали достаточного вознаграждения, стимулировались мизерными средствами. Личность не была материально заинтересована в создании продуктов интеллектуальной собственности, её благосостояние от этого мало менялось. Тот же Калашников, изобретением которого пользовались во многих странах мира, по западным меркам был довольно-таки бедным человеком, не говоря уже о десятках, а то и сотнях тысячах талантливых инженеров и учёных.

Названные экономические, правовые, идеологические и психологические причины приводили и до сих пор приводят к тому, что интеллектуальная элита России становится создателем ИС в других странах. Это так называемая утечка умов (конечно, ничуть не умаляя права человека жить и творить там, где ему хочется). Остановимся лишь на некоторых примерах по США. Американская энциклопедия именует отцом телевидения В.К.Зворыкина, бежавшего в годы гражданской войны в эту обетованную страну (правда, сам Владимир Козьмич из известной для русских скромности сравнивал создание ТВ с лестницей, к которой многие прибавили по ступеньке). Но это творчество Зворыкина не ограничилось. Он создал первую управляемую по телевидению авиабомбу, первый прибор ночного виде-

ния, немедленно принятый на вооружение снайперами, танкистами и авиаторами. В арсенале его открытий электронный микроскоп, позволивший рассматривать вирусы и молекулы с увеличением в 200 тысяч раз, радиозонд для исследования желудка и кишечника... Небезынтересно и то, что становление самолёто- и вертолётостроения в США связано с работами Л.И.Сикорского, А.Н.Прокофьева-Северского, А.М.Картвелова, Я.Д.Акермана. По имеющимся данным в настоящее время 30% математиков и половина физиков - теоретиков, работающих в США, - выходцы из России и других стран СНГ.

Приведённые примеры говорят о необходимости серьёзных государственных мер по преодолению недооценки в стране ИС и изменению отношения к её создателям.

На наш взгляд, в период после приватизации осознание значения ИС для большинства интеллигенции нашей страны углубляется. Кроме материальных выгод, которые интеллектуальная собственность может принести, весьма существенны психологические моменты:

- оплачиваемые результаты интеллектуальной деятельности будут реальной основой и постоянной «подпиткой» личностной значимости человека;
- интересующее других содержание интеллектуальной собственности позволит расширять количество знакомств и контактов в соответствующих сферах, причем не только у себя в стране, но и за рубежом, особенно через интернет;
- конкретная оплата труда производителей интеллектуальной собственности или обоснованная оценка их деятельности позволят им сравнивать свою продуктивность с результатами других людей, совершенствовать свою конкурентоспособность;
- признание результатов интеллектуальной деятельности в государственных структурах повышает возможности человека влиять на общественные дела, включаться в реализацию различных государственных и общественных функций;
- прибыли и дивиденды, получаемые от интеллектуальной собственности, позволяют заниматься меценатством, добровольно помогать тем, кто нуждается в средствах;
- «весомость» собственного интеллекта позволит не чувствовать себя ущербным перед людьми, лишь по воле случая добившимися богатства и посчитавшими себя столпами общества.

В целом можно говорить, что интеллектуальная собственность становится основой жизни многих людей, ложится в фундамент их социальной активности и позволяет им все дальше и дальше идти по пути самоактуализации и самосовершенствования. А все это сегодня так нужно российскому гражданину и в целом стране.

4.2.6. Стимулирование воспроизводства интеллектуальной собственности

Создание различных «объектов» интеллектуальной собственности является труднейшей задачей, в связи с чем она предполагает опору на какие-то общие принципы в мотивировании и стимулировании людей, занятых ее реализацией. Рассмотрим это на примере правил, которые неукоснительно стремится выполнять один из известнейших и богатейших людей планеты, президент компании MICROSOFT Билл Гейтс. Свою головокружительную карьеру в мире интеллектуального бизнеса он начал с простого программиста, достигнув за короткое время грандиозных вершин. Один из аналитиков предпринимательского пути Гейтса Дез Деарлав так резюмирует наиболее значимые положения его деловой философии:

1. ***С самого начала Гейтс всегда настаивал на том, чтобы компания нанимала самые лучшие умы.*** В MICROSOFT их называют людьми с высоким IQ. Если требуется, Гейтс лично вмешивается в набор талантливых сотрудников.
2. ***Стимулируй творчество.*** В главном штабе компании в Редмонде (Вашингтон) с простой эстетикой и зелеными зонами все напоминает атмосферу колледжа, близкую тем, кто приходил в компанию сразу после университета.
3. ***Не опускай планку.*** Не смотря на постоянный рост, Гейтс никогда не поддавался искушению снизить качество команды MICROSOFT, особенно в группах разработчиков.
4. ***Работай больше всех.*** Знаменитое трудолюбие Гейтса находит выражение в культуре MICROSOFT, которую можно определить как «работать, работать и еще раз работать». Уже много лет Гейтс рассматривает отпуска как признак слабости.
5. ***Выплачивай своим работникам вознаграждение акциями.*** MICROSOFT всегда предоставляла своим работ-

никам долгосрочный доступ к акциям, причем по фиксированной цене. С помощью акций Гейтс сделал миллионерами больше людей, чем какой-либо другой предприниматель в истории (см.20,с.99-100)

Конечно, далеко не каждая компания может освоить «высокие планки» такой деловой культуры. Существует и более простая тактика. Поскольку значимость объектов интеллектуальной собственности существенна для любых организаторов производства и услуг, многие из них предпринимают все возможные меры для усиленного стимулирования их авторов. За рубежом широко распространено материальное поощрение разработчиков интеллектуальной собственности разных видов. Например, в некоторых фирмах разработана следующая градация вознаграждений:

- Небольшое вознаграждение выплачивается изобретателю при подаче заявки на патент,
- Большее по размеру вознаграждение выплачивается изобретателю, если фирма использует его изобретение. Компетентная комиссия (назначается фирмой же) оценивает его по шестиразрядной шкале и в зависимости от эффекта, полученного при использовании, авторам выплачивается от 6 до 200 тысяч йен и более,
- Вознаграждение за проданную лицензию выплачивается ежегодно, а за обмен лицензиями – раз в пять лет,
- Особое вознаграждение выплачивается, если оно принесло большой доход фирме.

В целом же можно отметить, что при поощрении труда изобретателей применяется достаточно широкий спектр стимулирующих факторов.

Наряду с материальным стимулированием рационализаторской работы постоянное внимание следует уделять *моральным стимулам*. Для всех ведущих компаний характерен принцип «не оставлять ни одного предложения, пусть даже незначительного, без ответа». С этой целью, к примеру, на фирме «Тойота» ведется ежемесячный учет предложений, которые рассматриваются на различных уровнях (цеховом, заводском, общефирменном) в зависимости от ценности предложения. Результаты рассмотрения предложений публикуются в газете компании, причем если идея отвергается, то ее автор получает объяснительное письмо. Такой подход позволяет работникам всех уровней постоянно чувствовать причастность к делам фирмы, ощущать важность своей работы и внимание со стороны ад-

министрации. В компании «Тойота» за год подается около миллиона предложений (десять на одного работающего), большинство из которых (более 90%) принимаются и внедряются немедленно.

Необходимо стимулирование действий по совершенствованию условий и предоставлению частных инвестиций в интеллектуальных видах собственности технологических *кластеров* в следующих областях:

- телекоммуникации;
- информационные и нанотехнологии;
- биотехнологии и медицина (прежде всего генная инженерия: создание вакцин и диагностик нового поколения);
- новые материалы;
- авиационные и космические технологии;
- новые энергетические технологии.

Другой ведущий стимул в изобретательской работе – признание. Моральные стимулы здесь различны: от простого поздравления до всеобщего признания заслуг изобретателя. Задача фирмы – сделать успехи конкретного исполнителя достоянием гласности, дать ему почувствовать значимость своего открытия (да и свою собственную значимость). Вместе с тем целесообразно также вознаграждать преуспевающих новаторов, доверяя им дополнительные обязанности и новые проекты. Действует известный принцип игровых автоматов: выигравшему дается еще одна возможность сыграть и выиграть.

Как показывают примеры многих отечественных и зарубежных фирм, моральное поощрение разработчиков изобретений и рационализаторских предложений может осуществляться в следующих формах:

- 1) внутреннее профессиональное звание изобретателя,
- 2) публикация информации в своем печатном органе,
- 3) вручение удостоверения изобретателя – рационализатора,
- 4) присуждение звания члена научного общества фирмы,
- 5) предоставление возможности посещения научных конференций и симпозиумов,

- 6) предоставление дополнительных отпусков и свободного времени для изобретательства,
- 7) продвижение научно – практических публикаций в различные журналы,
- 8) организация чествований в коллективах разного уровня,
- 9) подарки,
- 10) грамоты и т.п.

Различные фирмы ищут и находят все более и более специфические формы материального и морального поощрения разработчиков интеллектуальной собственности. Руководствуются они в этом немногими ведущими принципами: максимально поднять благосостояние человека, усилить его гордость за принадлежность к эффективным творческим структурам, помочь самосовершенствоваться и самоактуализироваться.

4.3. Деньги как всеобщий эквивалент собственности

Деньги в истории общества всегда имели и имеют непреходящее значение. Наличие или отсутствие денег влияет на сознание и поведение людей, поскольку они являются атрибутом повседневной жизни человека: они сопровождают любую покупку или продажу различных объектов собственности, они становятся средствами сбережения, они зачастую выступают как атрибут твоего богатства, которое можно, с одной стороны, накапливать, а с другой – «предъявить» в качестве веского аргумента любому интересующемуся лицу. И богатый, и бедный человек психологически переживает свою обеспеченность деньгами. Один миллионер сказал: «Если у вас нет денег, то вы думаете о деньгах. Если у вас много денег, то вы думаете только о деньгах».

В житейской практике (исток анализа которой можно найти уже в трудах Аристотеля) предполагалось, что деньги одновременно выполняют три различные, но более или менее взаимосвязанные, функции, к которым обычно относят:

- 1) мера ценности,
- 2) инструмент обмена,
- 3) роль сокровища (резерва), которые можно хранить и накапливать.

Кратко рассмотрим каждую из таких функций.

Деньги выполняют функцию меры ценности, поскольку ценность всех товаров можно оценить в денежных единицах. В таком

своем значении деньги – это простая единица измерения, с которой сравнивают товары для того, чтобы определить им цену. Это самая архаическая роль денег. Деньги, как мера ценности, существовали уже у древних египтян, которые имели деньги как единицу измерения. Любой товар как ценность должен осмысливаться психологически. Это признают и экономисты: «Иногда ценность рассматривается как психический, а иногда как физический феномен. Но хотя определение ценности всегда включает в себе психический процесс – суждение, однако термины, в которых выражаются и измеряются результаты этого определения, являются физическими» (91, с.26).

Деньги являются инструментом обмена, поскольку они опосредуют все акты покупки или продажи. В данном случае деньги выступают в роли общепринятого посредника любых экономических и торговых сделок. Ирвинг Фишер в своей работе «Покупательная сила денег» в начале 20 века констатировал: «Для того, чтобы какой-нибудь товар назывался деньгами, он должен быть общепризнанным при обмене, и наоборот, всякий товар, общепризнанный при обмене, должен называться деньгами. Лучшим примером денежного товара в настоящее время являются золотые монеты» [91, с.26]. Отражая тот факт, что функцию денег могут выполнять самые разнообразные атрибуты А.Фернам и М.Аргайл приводят в своей книге интересную таблицу: «Необычные предметы, которые использовались в качестве денег» [см.89, с.20]:

| Предмет | Где использовали |
|-------------------------------|---|
| Бусы | Районы Африки и Канады |
| Пиво | Современная Ангола |
| Свиньи | О-ва Новые Гебриды |
| Масло | Норвегия |
| Сигареты | Лагеря военнопленных, послевоенная Европа |
| Какао | Мексика |
| Каури(раковины) | По всему миру |
| Рыболовные крючки | О-ва Гилберта |
| Мех летучей лисицы | Новая Каледония |
| Мех черного камчатского сурка | Россия |

| | |
|-----------------------------|--|
| Зерно | Индия |
| Мотыги и металлические ножи | Конго |
| Железные бруски | |
| Ножи | Франция |
| Крысы (съедобные) | Китай |
| Соль | Остров Пасхи |
| Раковины | Нигерия |
| | Соломоновы о-ва, Тайланд, Новая Британия, Парагвай |
| Шкуры | Аляска, Канада, Монголия, Россия, Скандинавия |
| Камни | О-ва Южного моря |
| Табак | США |
| Китовый ус | Фиджи |

Деньги выполняют роль сокровища или резерва, поскольку благодаря более или менее гарантированной способности сохранять ценности деньги можно хранить и накапливать. Современные же деньги по своей сути являются бумажно-кредитными и представляют собой социальное явление. Доверие к таким деньгам определяется не золотым содержанием, а доверием к авторитету той или иной государственной власти. Например, доверие к доллару – это доверие к могуществу и богатству США.

Триединство функций денег наиболее рельефно в прошлом человечества воплотилось в золоте – универсальном денежном товаре. Золото стало таким атрибутом, который, поскольку речь идет о деньгах – товаре, одновременно является «идеальной» мерой ценностей, успешно использующимся инструментом обмена и также реальным средством накопления богатства.

Анализ, сделанный исследователями, показывает, что мы можем обращаться к самым различным психологическим нюансам в вопросах накопления, сбережения, функционирования и траты денег. Важно отметить, что экономисты так или иначе показывали значение психологических феноменов в разного рода способах использования денег. В частности, И.Фишер рассматривал влияние

индивидуальных привычек на скорость обращения денег и депозитов по трем направлениям.

Во-первых, их влияние на скорость обращения денег. Он считал, что скорость обращения денег у человека – расточителя будет выше средней. Напротив, его бережливый сосед, стремящийся «подкопить средства на непредвиденные случаи», будет давать своим деньгам меньшую скорость обращения.

Во-вторых, на скорость обращения денег будут влиять, говоря современным языком, привычка пользоваться сберегательными книжками и счетами в банках (в случае использования пластиковых карт) для приобретения покупок «в долг».

В-третьих, на скорость обращения денег будет также влиять привычка (или отсутствие таковой) пользоваться чеками.

Таким образом, автор показал, что привычка к расточительству, привычка покупок в долг и привычка пользоваться чеками имеют тенденцию повышать уровень цен путем влияния на скорость обращения денег (91, с.85-93).

Из-за отсутствия возможности в небольшом параграфе затронуть значительное количество проблем психологии денег мы остановимся на двух моментах: во-первых на общем значении денег для человека, во-вторых, на взаимосвязи денег с социальным и психологическим самочувствием человека.

Если обратиться к первому вопросу, то в обыденном понимании деньги:

1) Все другие «объекты» собственности и потребности, что я на них могу купить, и что станет «моим».

2) Это возможные прибыли, которые я могу получить, вложив деньги в какие – то предприятия и объекты.

3) Это нужные мне люди, которые за деньги сделают для меня, что угодно.

4) Это безгранично расширяющиеся для меня дали пространства и времени, в которых можно заявить о собственном «я».

5) Это – чувство свободы, которое я могу ощущать, даже будучи ограниченным и стесненным в своем собственном поведении. Ф.М. Достоевский в «Записках из мертвого дома» писал: «Деньги есть чеканная свобода, а потому для человека, лишённого совершенно свободы, они дороже вдесятеро».

6) И в связи с другими причинами – это чувство моего собственного достоинства, растущее вместе с умением «делать» деньги и увеличивать их массу.

7) Наконец, шестое – наличие значительной суммы денег для окружающих меня людей будет мерилom моего успеха (т.е. способностей и дарований), моих достижений и соответственно показателем моего социального статуса.

Этот перечень, естественно, может быть дополнен и расширен различного рода частностями. Причем, самым примечательным становится то, что наличие денег в современном митре выступает в качестве признания общей психологической развитости личности, показателем ее ума и интеллектуальности. Примечательно высказался по этому поводу М.Лернер: «В нашей культуре мы делаем героев из людей, которые сидят на куче денег, и внимаем не только тому, что они говорят в пределах своей компетентности, но прислушиваемся к их мудрости по любому другому вопросу в мире» [см.89, с.178].

Отечественные психологи, работающие в области экономической психологии, вслед за зарубежными коллегами приводят интересные примеры денежных типов личности, что мы уже частично использовали при дифференциации типов собственников. Опираясь на зарубежные исследования, О.С.Дейнека показывает следующие типы [22, с.62]:

«Скряга» копит деньги, что само по себе является увлекательным для него. Он часто испытывает страх потери (денег, вещей, запасов, ресурсов, фондов) и страх недоверия к нему со стороны окружающих. Скряга испытывает удовольствие не от денег как блага, а от защищённости с помощью денег.

«Транжир» демонстрирует компульсивное (навязчивое) и бесконтрольное поведение в отношении своих расходов, особенно в момент депрессии, ощущения своей незначительности и чувства отверженности. Тратоголизм – его короткоживущая отдушина, которая в итоге приводит к чувству вины.

«Денежный мешок» полностью захвачен зарабатыванием денег, которые рассматриваются как лучший способ добиться могущественного статуса и одобрения окружающих. Он уверен, что чем больше денег он имеет, тем больше возможность управлять окружающим миром, и тем больше он будет счастлив.

«Торгаш» навязчиво охотится за дешёвкой, даже если она ему не нужна, потому что получение вещей за меньшие деньги обеспечивает ему чувство превосходства. Он чувствует себя раздражённым

и подавленным, если ему приходится платить ту цену, которую спрашивают.

«Игрок» чувствует себя бодрым и оптимистичным, принимая вызов. Ощущения власти, которое приносит выигрыш, и его ожидание компенсирует риски проигрыша, а остановка в цепи поражений и побед воспринимается как жизненное затруднение».

Авторы монографии «Экономическая психология» дополняют и конкретизируют данную классификацию некоторыми другими типами личностей [102, с.211-212].

«Коллекционер». Деньги представляют ценность как предмет искусства. Хорошо понимает их стоимость в этом смысле. По типу деятельности ближе всего к «торгашу». По профессии может быть кем угодно, нередко коллекционирование становится основным занятием.

«Абстракционист» безразличен к деньгам, накоплению, покупкам. Охотно поручает распоряжаться заработанными деньгами близким людям, высвобождая время для работы. Часто встречается среди работников творческого труда.

«Конкретик» - человек, для которого деньги представляют вполне осознанную и определённую ценность. Недостаток денег воспринимают трагически. Придерживается этики вещиизма и накопительства.

«Завистник» завистлив и неприязнен к преуспевающим людям, не способен взять на себя ответственность за свои неудачи. В случае денежной удачи кичлив к тем, кто имеет меньше денег.

«Паразит» готов жить на подачки, не несёт ответственности ни за кого и ни за что. Представитель социальных низов.

«Фальшивомонетчик». Ярко выраженная склонность получения выгоды путём обмана. Не обязательно богатый человек».

Приведённые типологии показывают, что отношение к деньгам может быть самым разнообразным, раскрывая определённые психологические особенности людей. Но не трудно заметить, что любой из названных типов раскрывает лишь какую-то одну сторону личностного подхода к значению и использованию денег. Это происходит потому, что часто типологии в зарубежной науке строятся на основе клинического анализа невротиков, связанных с такими формами поведения, как оплата налогов, составление завещания, накопление, использование кредитных карт и т.п. Реальное использование денег в качестве универсального вида собственности порой ос-

таётся вне поля зрения исследователей. В России, где интенсивно идёт накопление собственности, где люди по-настоящему впервые ощутили «вкус денег» в массовом порядке, наблюдаются некоторые особенности отношения к данным реалиям, что мы постараемся осветить в соответствующем разделе учебного пособия.

Деньги как вид собственности связаны с повседневным «самочувствием» личности. При этом данная связь, по-видимому, ни в какой мере не может быть определена односторонне. Не имея на этот счет надежных исследований в отечественной практике, обратимся к некоторым фактам, выявленных социальными психологами из других стран.

Исследования, проведенные в последние годы в зарубежных странах, показывают обоснованность бытующих утверждений о взаимосвязанности жизненных целей и уровня материальной обеспеченности. Так, в ответах американцев на 13 вопросов об их удовлетворенности жизнью, оказалось, что менее всего они довольствуются суммой денег, на которые приходится жить. На вопрос: «Что бы сделало вашу жизнь лучше?» самым частым в ходе национального вопроса Мичиганского университета были ответы «большее количество денег». Каждая вторая женщина, двое их трех мужчин и четыре пятых от общего числа опрошенных, зарабатывающих более 75 тыс. долларов в год, хотели бы быть богаче, чтобы осуществить свои мечты, средний американец называл сумму в 102 тыс. долларов. Данные тенденции наблюдаются и у учащейся молодежи США. Число молодых людей, согласившихся с тем, что самой главной причиной поступления в колледж для них является «заработать в будущем побольше денег» возросло с половины числа опрошенных в 1971 году до трех четвертей в 1997г. А доля юношей и девушек, считающих «очень важным или существенным» то, что они станут хорошо обеспеченными материально, возросло с 39% в 1970 году до 75% в 1997-м. Из 19 перечисленных целей эта стала первоочередной, за ней следовали: «стать авторитетным специалистом в избранной области», «помогать другим» и «прокормить свою семью» [51, с. 476-477].

За последнее десятилетие материальное благополучие американцев значительно поднялось. Так, с 1960 по 1997 гг. вырос процент квартир: с посудомоечными машинами с 7% до 50%; с сушилками для белья – с 20% до 71%; с кондиционерами - 15% до 73%. Вместе с тем обнаружен интересный парадокс: обеспеченность далеко не всегда сопровождается улучшением психологического самочувствия, «чувством счастья». Среди участников опросов национального центра общественного мнения США количество тех, кто

относит себя к «очень счастливым», плавно уменьшалось в промежутке между 1957 и 1998 гг. с 35% до 32%. Таким образом американцы стали в два раза богаче, чем раньше, но ничуть не счастливее. Тем временем число разводов увеличилось вдвое. Подростковые суициды утроились. Количество несовершеннолетних правонарушителей выросло в 4 раза (там же, с 480-481).

Думается, что материалы проведенного исследования для отечественной практики важны в двух аналогичных аспектах. Во-первых, тенденция роста значения денег и стремления к ним безусловно будет действовать в нашем обществе, особенно для молодежи. Мотивы денег и собственности становятся преобладающими как во всех формах экономического поведения, так и при подготовке к нему: получение профессии, повышение квалификации и т.п.. Во-вторых, психологическое самочувствие, «чувство счастья» у наших граждан, как и за рубежом, далеко не всегда предопределяется «весом кошелька» или размерами собственного дома и участка, а зависит от других причин. При этом нельзя не учитывать особенностей менталитета русских, сформировавшегося за последние десятилетия.

В жизни часто встречается и другой парадокс, когда наличие денег, даже больших, не становится основой богатства человека из-за его личностных характеристик. В книге «Богатый ребенок, умный ребенок» данная идея иллюстрируется следующим образом: «Мой богатый папа часто повторял: «Деньги не делают тебя богатым». Развивая эту мысль, он говорил о том, что деньги могут сделать человека как богатым, так и бедным, и большинство людей, чем больше зарабатывает, тем беднее становятся. Впоследствии, увидев, как возросла популярность лотерей, он сказал: «Если деньги делают человека богатым, то почему так много выигравших в лотерею становятся банкротами» [39, с.147]. Подобные явления становятся все более частыми и в отечественной практике.

Вопрос о накоплении денег как универсального вида собственности в разрезе детального возраста перекликается с проблемой экономической социализации молодого поколения. Немаловажные моменты практики социализации выявления того, как дети «зарабатывают» деньги и как они их тратят. Возможными формами зарабатывания могут быть: заработки посредством труда, экономия средств, торговля (перепродажа продуктов и вещей, полученных от оптовиков); прямое и косвенное иждивенчество; получение денег в качестве подарков; «лояльные» формы рэкета; жульничество; участие в различного рода оплачиваемых и неоплачиваемых конкурсах; асоциальные формы (воровство, вымогательство, работа в теневых структурах и т.п.).

Нашем опросе конца 2005 года в городе Иркутске, 67,8 % учащихся старших классов указали, что им приходится «иногда» накапливать средства, а 21,9 % отметили, что делают это всегда. Старшеклассники, отвечая на вопрос: «Если Вам удастся накапливать средства, то каким образом, чаще всего, Вы это делаете?» показали следующие способы:

| | |
|--|--------|
| 1. Дают деньги родители и близкие родственники | 81,0 % |
| 2. Зарабатываю, трудясь вне семьи | 35,6 % |
| 3. Экономлю на покупке вещей | 32,2 % |
| 4. Экономлю на питании | 27,0 % |
| 5. Зарабатываю, трудясь в семье | 10,9 % |
| 6. Занимаюсь перепродажей товаров | 7,5 % |
| 7. Играю в игровые автоматы | 2,9 % |

Оказалось, что то, каким образом накапливаются средства, зависит от пола молодых людей, от доходов на одного члена семьи в месяц, от занятости родителей в разных сферах экономики и т.п.

Таким образом, способы зарабатывания детьми и юношами денег самые разнообразные и практически «репрезентируют» все сферы экономической деятельности взрослых. Только в более скромных масштабах. Но если взять во внимание информацию СМИ и обмен мнениями между сверстниками по результатам своих «экономических» действий, то юноши, вне всякого сомнения, обладают представлениями о богатом арсенале способов зарабатывания, т.е. использования своих потенциалов и, отчасти, денежных средств для получения каких-либо прибылей. Иными словами, уже в детском возрасте некоторые индивиды получают практические навыки по реализации разных экономических ролей: производителя, продавца, покупателя и т.п. И этот результат в общественно приемлемых вариантах можно считать положительным эффектом экономической социализации.

Имеющиеся в распоряжении молодых людей деньги в основном тратятся на разного рода развлечения – удовольствия, подарки, покупку желанных вещей, необходимых запчастей и т.п. Можно сказать, что потребительское поведение в детском и юношеском возрасте максимально эгоистично и направлено на реализацию прихотей своего «я» и близких для индивида людей. Социально значимые расходы и, особенно, сбережения практически незначительны.

Все это говорит о том, что проблема отношения к деньгам в российском обществе нуждается в тщательном изучении, с целью более эффективного и скоординированного влияния на повышение роли материальных средств в социальном становлении молодежи. Заработки молодых людей, их умения и навыки заставить деньги работать на себя точно так же, как и на западе должны стать не эпизодами, а системой. Адекватно надо подходить к «тратам» подрастающего поколения, ненавязчиво подсказывая их разумность.

Одним из интересных примеров изменения денежных установок россиян стало их отношение к должникам, к известной «советской» традиции «перехватить до получки». Вот характерные признания рядовых кредиторов соседей и родственников: «раньше всё ясно было, а теперь всегда думаю: отдаст – не отдаст?; раньше легче давали в долг, а теперь всегда берёт досада на человека, неужели не может заработать сам; «никогда раньше не напоминал о том, что человек мне должен, а сейчас, если вовремя долг не вернут, начинаю злиться и всегда спрашиваю, когда отдашь – часто в грубой форме»; «страшно, что когда раньше брал в долг, чувствовал к человеку благодарность, а сейчас чаще чувствую к нему досаду и раздражение». Общий вывод, к которому приходят психологи, заключается в следующем. Если раньше бытовой заём был привычной частью межличностных отношений россиян и значимо не влиял на них, то сейчас факт займа или дачи денег в долг становится фактором, ухудшающим межличностные отношения (см. 103, 2004, с.105-108). Идёт тенденция, отражённая в старых русских пословицах: «Если хочешь врага нажить, то дай ему в долг денег», «Не дать займа – остуда на время, а дать займа – ссора на век».

Этот небольшой экскурс в психологию денежного долга отражает частный, но весьма значимый аспект изменения менталитета российских собственников. Добавим к этому то, что во многих зарубежных странах привычки брать займы и давать в долг не имеют широкого распространения. На это существуют соответствующие финансовые органы.

Особых размышлений, вне всякого сомнения, требуют обстоятельства, когда человек просит одолжить денег на предметы первой необходимости: еду, одежду, плату за жильё, обучение, расходы на медицинское обслуживание и лекарства. В таких случаях скарденность, излишняя экономность вряд ли оправдана, если, конечно, она не вызвана собственными проблемами в наличии средств. Здесь чаша весов, по-видимому, должна склоняться в пользу «нуждающегося». Гуманно и милосердно поделить средствами в той мере, в какой это не принесет заимодавцу невосполнимых

убытков в случае невозвращения долга. Если должник в силу объективных причин не сможет возвратить занятые средства, их можно отнести к выплатам, которые многие разумные люди считают как бы частью ежегодных взносов на меценатство и благотворительность. Это будет своего рода материальной формой эмпатии, сострадания, которые нравственно возвеличивают и облагораживают человека любого уровня богатства и бедности.

У Сергея Есенина есть весьма характерное в данном плане стихотворение.

Шел Господь пытаться людей в любви.
Выходил он нищим на кулижку.
Старый дед на пне сухом, в дуброве,
Жамкал деснами зачерствелую пышку.

Увидал дед нищего дорогой,
На тропинке, с клюшкою железной,
И подумал: «Вишь какой убогой, -
Знать от голода качается, болезный».

Подошел Господь, скрывая скорбь и муку:
Видно, мол, сердца их не разбудишь...
И сказал старик, протягивая руку:
«На, пожуй... маленько крепче будешь».

Нравственно-психологическое значение деяний такого рода состоит в том, что даже самый бедный, может почувствовать себя не только «иждивенцем», живущим на общественные подаяния, а нормальным человеком, который, как и все остальные люди, может помогать другим.

ГЛАВА 5

СОБСТВЕННОСТЬ И НАЛОГИ

В последнее десятилетие уходящего века в мировой психологической литературе значительно возрос интерес к психологическим аспектам налогообложения и психологии налогоплательщика. Психологический анализ серьезной государственной и общественной проблемы считается не только оправданным, но и приносящим реальную пользу в экономически развитых странах.

Нет нужды доказывать, что еще более актуальны работы подобного рода в отечественных психолого-экономических исследованиях. И дело состоит прежде всего в том, что в нашей стране налицо не только неустоявшаяся налоговая система, но и мятущееся сознание налогоплательщика. Хотя в недалеком прошлом (до конца 80-х годов) проблем налогообложения в советском государстве практически не существовало: предприятия исправно и автоматически «отдавали» властным структурам «оброк» с оборота, отчисления от прибыли, подоходные налоги с колхозов и других кооперативных предприятий и т.д., каждый гражданин так же автоматически отдавал долю своей зарплаты в бюджет государства. О каком-то психологическом «освоении» системы налогообложения рядовым гражданином даже не подразумевалось. Расширение фискального всевластия налоговых органов России в постперестроечный период оказалось не только неожиданным, но и непонятым, необъяснимым для отечественного налогоплательщика.

5.1. Субъективные оценки практики налогообложения в России

Если смотреть в «корень вопроса» о психолого-экономических основах взаимосвязи налогов и бизнеса, то объяснение изменения отношений налогоплательщиков к налоговой системе надо начать прежде всего с появления категории юридических и физических лиц, определившихся в своем отношении к частной собственности. Для истинного собственника любой налог – это утрата части своих средств, своего имущества, своих доходов. И эта утрата в любом случае не может не вызвать негативной реакции, если особенно ее «размер» материально весом и ощутим. Мало кто из отечественных (да и других) собственников способен сказать словами А.С.Пушкина:

Я не ропщу о том,

Что отказали боги
Мне в сладкой участи
Оспаривать налоги.

В целом современный российский налогоплательщик переходит в своем сознании от позиции «государство меня содержит» к позиции «я содержу государство». Отдавая «свое» государству или другим властным структурам, люди по крайней мере задумываются об обоснованности «посягательств» на собственные средства и обязательно сопоставляют аналогичные утраты у других лиц. Кроме того, в такой ситуации «объектов» налогообложения интересует то, насколько рационально будут использованы отторгнутые у них выплаты. Ведь в случае сохранения данных средств в сумме своего капитала любой предприниматель может использовать их на свое усмотрение и, прежде всего, для расширения производства. Все это – житейские реалии и их психологический анализ так же важен, как и экономический.

То, что все налоги так или иначе связаны с собственностью человека, можно судить по их видам (возьмем для начала лишь налоги на частных лиц).

Во-первых, подоходный налог взимается с суммы совокупного дохода, полученного гражданином в календарном году как на основном месте работы, так и по совместительству. Сюда же относятся авторские вознаграждения за создание, издание, исполнение или иное использование произведений науки, культуры и искусства и вознаграждения за открытия, изобретения и промышленные образцы. Таким образом, налоги уносят часть средств не только с суммы заработка, который может стать денежной или иной собственностью, но и непосредственно с доходов от интеллектуальной собственности.

Во-вторых, налогом облагаются различные виды имущества, находящиеся в собственности граждан: объекты недвижимости (земельные участки, жилые дома, квартиры, дачи, гаражи и иные строения), транспортные средства (не только автомобили, но и морские, и воздушные суда) и т.п. Рассматриваемая форма налогообложения может вскоре стать весьма ощутимой для многих российских граждан. Возьмем для примера жильё. В данное время налог на собственность взимается с владельцев приватизированных квартир по оценке их инвентаризационной стоимости, и размер налога примерно равен плате за социальный найм. Однако, вскоре, как и в других странах налог на собственность будет взиматься с рыночной стои-

мости квартир, а это будет значительно увеличивать суммы налогообложения, и они могут стать «неподъёмными» для многих людей. Например, во Франции, Германии, Швейцарии недвижимость стоит в общем-то не так и дорого. А вот налог велик. Он может составлять за год от 20 до 40 процентов стоимости. То есть, если человек имеет квартиру, то за каждые три – пять лет он выплачивает еще одну её стоимость. Введение такого порядка в российских регионах станет «шокирующим» для многих граждан.

В-третьих, любой гражданин платит налоги, если он начинает заниматься предпринимательской деятельностью, т.е. когда он начинает систематически получать доход, прибыль от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг. И в этом случае налоги «забирают» часть собственности;

В-четвертых, существуют налоги на получаемое наследство, на выигрыши в лотереях и конкурсах (причем, особенно за рубежом, они достаточно велики).

То, что в российской экономике налоговая система не отлажена и нередко вредит деловым людям, сегодня известно каждому гражданину. Большинство активных налогоплательщиков в России по разным причинам не удовлетворены существующей налоговой системой. Но более всего их не удовлетворяет то, что установившаяся практика налогообложения не позволяет предприятиям вкладывать больше средств в собственное развитие, не дает собственности (и коллективной, и индивидуальной) по – настоящему работать. И чтобы совершенствовать систему налогообложения, её необходимо тщательно изучать.

Если рассматривать позиции и действия налогоплательщика, как владельца какой-либо собственности или лица, получающего определенные доходы, то анализу должны быть подвергнуты:

- Общее отношение владельцев различных форм собственности к налоговым выплатам: оценка справедливости и обоснованности, важнейшие ориентиры их оптимизации;
- Мотивы уплаты налогов собственности или (и) уклонения от них, причем этот момент необходимо дифференцировать в зависимости от уровня богатства (владения собственностью) и доходов;
- Уровень информированности (осведомленности) разных типов собственников о нормативном регулировании процесса налогообложения, о собственных правах, обязанностях, ответственности при уплате налогов, об обоснованности и «экономии» в расходовании налоговых средств;

- Формы подготовки (приучения) индивида навыкам реализации налоговых обязательств (подсчет доходов, заполнение деклараций и т.п.) и связанных с ними действий.

Наиболее емкие психолого-экономические аспекты каждой из этих серьезных и в основе детальных налоговых проблем мы постараемся рассмотреть в настоящем разделе.

5.2. Проблема справедливости налоговой системы

Восприятие всей налоговой системы государств в качестве справедливой (несправедливой) и соответствующее эмоционально-интеллектуальное отношение к ней - это существенная социально-психологическая проблема, поскольку у разных категорий налогоплательщиков (особенно отличающихся величиной собственности и прибылей) нет и не может быть одинакового к ней отношения.

Уже первый крупный исследователь проблемы налогообложения В. Петти (17 век) в своей книге «О налогах и сборах» показал, что большинство граждан субъективно воспринимают налоговые обязанности в целом отрицательно по многочисленным причинам:

- ◆ Люди сомневаются в правах «власть имущих» облагать население налогами, забирать у них «нажитое» и «заработанное»;
- ◆ Людям кажется, что правители требуют для себя больше средств, чем им нужно;
- ◆ Налогоплательщикам не нравится, что их соседей облагают в меньших размерах (хотя это тоже субъективная оценка;
- ◆ Люди заранее негодуют, что их средства будут растрочены на увеселения, великолепные зрелища, триумфальные арки;
- ◆ Люди часто сетуют на то, что правители раздают собранные с населения деньги своим фаворитам;
- ◆ Порой при сборе налогов используются суровые меры, разного рода притеснения и давление и т.п. (57, с.20-23).

Не трудно заметить, что в большинстве своем аналогичные соображения приходят на ум и современному налогоплательщику. Этот момент красноречиво говорит о сохранности и жизненности многих психологических установок собственников.

В налоговой практике разных стран, как и в России, различают три вида налогов. *Прогрессивным* считается налог, если его средняя ставка *повышается* по мере возрастания дохода. Граждане с высоким уровнем доходов, облагаемые данным налогом, будут чувство-

вать себя более «весомыми» субъектами собственности и в то же время ущемленными в связи с ростом вычетов их доходов. В то же время лица, имеющие сравнительно невысокий доход, платящие меньший размер налога, могут считать его вполне справедливым. Система прогрессивного налогообложения в определенной степени выгодна для государства. С одной стороны, она позволяет несколько выровнять «утраты», которые имеют представители бедных и богатых слоев и сословий. С другой стороны, эта система обеспечивает государству постоянно возрастающий доход по мере того, как все большее количество лиц накапливает собственность, становясь все более богатыми. Но такого рода налогоплательщики серьезно страдают от установленного порядка, если прогрессивное налогообложение изымает средства, необходимые для расширения производства.

Регрессивным налогом называется тот, средняя ставка которого *понижается* по мере роста дохода. Люди с более высоким уровнем дохода платят меньший процент налога, чем те, у кого доход ниже, так что у последних есть веские основания считать себя более обиженными. Этот момент особо проявляется в различных покупках товаров повседневного спроса. К примеру, по акцизным ставкам все граждане платят одну и ту же сумму налога, когда покупают литр бензина, бутылку водки или пива, пачку сигарет. Но размер суммы, заплаченной при этих покупках, является более тяжким бременем для групп населения с низким уровнем дохода, чем для тех, у кого доход выше.

Кстати, о последнем обстоятельстве многие люди не задумываются или просто не знают об этом. «Комсомольская правда» в июне 2002 года в разделе «НЭП: наша экономическая полоса» опубликовала данные об «отстегивании» налогов каждым россиянином при покупке разных товаров. Вот некоторые конкретные факты о финансовых составляющих «составляющих» в производстве и продаже некоторых товаров.

Хлеб

42% - мука, соль, масло
 5 % - расходы на производство
 3 % - прибыль хлебопеков
 10 % - НДС
 20 % - доставка хлеба в магазины
 до 20 % - «накрутка» торговли

Автогорючее

2 % - прибыль АЗС
 8,8 % - прибыль нефтяников
 7,6 % - переработка
 24,1 % - сырая нефть
 57,5 % - налоги

Водка

59,5 % - налоги
15,94 % - надбавка торговли
11,71 % - затраты «винокурни»
6,3 % - прибыль предприятия
5,61 % - спирт
0,99 % - добавки

Табачные изделия

19 % - табак и бумага
7,7 % - затраты на производство
5,5 % - прибыль табачной фабрики
7 % - таможенные пошлины
20,8 % - налоги
до 40 % - «накрутка» торговли

Анализируя представленные газетой факты, приходишь к мнению о том, что налоговое «просвещение» подобного рода, естественно, у многих людей будет вызывать ощущение серьезной несправедливости в таком распределении налогов.

Поддержка элементов регрессивного налога в отношении богатых собственников может определяться некоторыми психологическими причинами. Рассмотрим данный факт на примере США, где состоятельные владельцы не очень затруднены большими прогрессивными налогами, и на это имеется «санкция» рядовых граждан.

С одной стороны, очень богатые американцы, несмотря на всю притягательность их образа жизни и допущение того, что изредка они всё же оказывают экономике полезные услуги, всегда находятся под подозрением, но, с другой стороны, и призывы к открытому присвоению их сокровищ также не слишком популярны среди простых американцев, так как являются нарушением основных прав, а кроме того, финансовое положение каждого может неожиданно измениться в лучшую сторону, так что всякий рискует попасть под тот же удар. Такой подход не всегда пользуется пониманием у экономистов, и всё же он в большей степени, чем любые экономические доводы в защиту накопления и богатства, ограждает богатых от конфискационных налогов, так что, по сравнению с другими странами, богатые американцы облагаются в пропорциональном отношении наименьшими налогами.

Пропорциональный налог предполагает, что средняя налоговая ставка *остается неизменной*, независимо от размеров дохода: все налогоплательщики платят *одинаковый процент* со своего дохода. Налог с доходов предприятий или налог на прибыль являются примером пропорционального налога. Но все же, по-видимому, пропорциональность далеко не всегда будет восприниматься синонимом справедливой налоговой системы, особенно со стороны бедных людей. Например, человек, имеющий «работающую» собственность с годовым доходом в 100000 рублей, при 15% налога не особо ощутит потерю средств, которыми он обеспечивает личные нужды (продукты питания, одежда, обувь и т.п.). В то же время, человек, зара-

батывающий лишь 1000 и менее рублей в месяц, при этой же ставке налогов будет вынужден отказывать себе в чем-то существенно важном.

Понимание справедливости/несправедливости налоговой системы зависит не только и не столько от количества налоговых выплат, но и от их величины. Налоговые поступления – главный источник доходов государственного и местных бюджетов, и с этим нельзя не считаться. Но также ясно и то, что увеличение размера налогов до нерационального уровня тормозит экономический рост и неизбежно снижает уровень поступлений в казну, влечет за собой бегство капитала и наиболее предприимчивых людей за границу. В психологическом плане подобная ситуация означает, что наиболее активная и предприимчивая часть населения начинает все больше воспринимать налоговую систему в качестве необоснованной и несправедливой.

Когда «показатель несправедливости» зашкаливает, у данной части населения начинаются активные поиски возможностей ухода от выплаты налогов. Но все же в реальной жизненной практике налогообложения для обеспечения социальной защиты населения и функционирования государственных органов вряд ли можно уповать только на сознательность граждан. В проведенном нами опросе 2000 года в анкету был включен следующий вопрос: «Если бы уплата налогов была совершенно добровольна, какой процент от доходов Вы были бы готовы выплачивать ежемесячно?». Ответы расположились следующим образом:

| | |
|----------|-----------------|
| До 5% | - 40,3% граждан |
| 5 – 10% | - 29,3% граждан |
| 11 – 15% | - 8,3% граждан |
| 16 – 20% | - 3,0% граждан |
| 21 – 30% | - 1,3% граждан |

Причем интересно то, что проценты «желанных» выплат налогов мало чем отличаются у респондентов с высокими (свыше 5000 рублей на одного человека в месяц) и низкими уровнями доходов. Так что в настоящее время надеяться на добровольное установление в сознании людей мнения о справедливости налоговой системы не приходится.

К проблеме восприятия «налоговой» справедливости можно отнести установление налоговых льгот физическим и юридическим лицам. Сразу же стоит отметить сложность и запутанность системы льгот в российском законодательстве. Льготы порой получают те, кому они совершенно не положены, и, напротив, лица и организа-

ции, остро нуждающиеся в льготах и способные обеспечить экономическую рентабельность сделанных «послаблений», их не получают. Данный вопрос с психолого-экономической точки зрения в России нуждается в детальном исследовании, но можно сослаться на опыт США. В этой стране главной проблемой было огромное количество налоговых льгот, которые приводили к значительному снижению налоговых обязательств богатых лиц и компаний. Ситуация была признана несправедливой, и подобные условия ликвидированы. Это обосновывалось понижением налоговых ставок и упрощением законодательства: уменьшение налоговых льгот сделало систему проще.

Значительное количество налогов и выплат и их величина, сложность системы налогообложения и, естественно, вытекающая отсюда слабая информированность населения об ее особенностях – эти три фактора закономерно детерминируют мнения значительной части населения о несправедливости налоговой системы. Вполне понятно, что характер ее оценок дифференцируется в зависимости от величины собственности, а значит от суммы выплат, которые приходится «отдавать» людям в казну. Чтобы не быть голословными, остановимся на некоторых результатах нашего исследования, проведенного осенью 2000 года в городах и населенных пунктах Иркутской области. Среди вопросов анкеты был и такой: «Как Вы относитесь к существующей в стране системе налогообложения?» Сгруппировав респондентов по таким «стратовым» (характеризующим степень расслоения в области) критериям, как:

- ◆ уровень доходов в семье на одного человека,
- ◆ субъективное восприятие уровня собственных доходов,
- ◆ субъективная отнесенность к социальному слою (низкий, средний, высокий),

мы получили следующие результаты (см. табл. 17).

Таблица 17

*Характер отношения к налоговой системе в зависимости от
«стратовых» характеристик*

| Характер отношения к налоговой системе | «Стратовые» характеристики | | | | | | | | |
|---|--------------------------------|-------------------|--------------------|--|------|------------------|---------------------------------------|-------------|-------------|
| | Объективный уровень доходов | | | Субъективное ощущение уровня доходов | | | Отнесенность к Социальному слою | | |
| | До 1200 | 2500 - 5000 | Свы- ше 5000 | Ни- же ср. | Сред | Вы- ше ср. | Низ- ший | Сред ний | Выс- ший |
| Полностью и частично по- ложительное | 23,9 | 25,9 | 9,8 | 17,9 | 24,6 | 18,2 | 13,3 | 23,1 | 18,8 |
| Безразличное | 26,1 | 11,1 | 2,4 | 26,0 | 13,9 | 6,8 | 34,3 | 16,1 | 2,4 |
| Частично и полностью отрицатель- ное | 49,6 | 62,2 | 87,8 | 56,1 | 61,5 | 75,0 | 52,2 | 60,6 | 77,7 |

В таблице ярко прослеживается усиление негативного отношения к налоговой системе в зависимости от объективного роста уровня доходов и субъективного его отражения. Отсюда вполне резонно сделать вывод о том, что налогообложение считается более несправедливым именно той частью населения, которая больше средств выплачивает в казну государства. Этот момент подтверждается тем, что отрицательное отношение к налоговой системе дифференцируется у различных категорий работающих:

- У пенсионеров – 37,8 %,
- У работников гос. предприятий и учреждений – 52,3 %,
- У военнослужащих, работников МВД и правовых органов – 62,8 %,
- У частных предпринимателей – 68,7 %,
- У работников коммерческих предприятий – 69,3 %.

Существенной *массовой* психологической издержкой такого положения надо считать то, что у определенной части населения сформировались установки об обоснованности сокрытия своих доходов от налогообложения. (Кстати сказать, приемлемость подобной практики в каких – то границах признается за рубежом даже правовыми органами. Еще в 1935 году судья Верховного суда США Д. Сандерленд утверждал, что «право налогоплательщика избегать на-

логов с использованием всех разрешенных законом средств никем не может быть оспорено»). Чем выше человек в «ранговой иерархии» доходов (от средней к высшей), т.е. чем более высоким уровнем собственности он обладает, тем больше он стремится «уйти» от налогов. Естественно, что люди, у которых государство изымает заметную часть доходов – собственники, психологически сочувствуют друг другу, получая негласную поддержку или даже одобрение лиц своего круга (по известному принципу «рука руку моет»). С подобного рода психологией следует считаться.

5.3. Мотивы и стимулы выплаты налогов и уклонения от них

О том, что названные установки лиц у разных социальных групп влияют на сокрытие доходов от налоговых органов, говорят ответы наших респондентов в исследовании 2001 года на соответствующий вопрос: «Приходилось ли Вам скрывать свои доходы от налогообложения?». Результаты по некоторым категориям выглядят следующим образом (см. таблицу 18).

Таблица 18

Признания респондентов о фактах сокрытия доходов от налогообложения

| № | Варианты ответов | Категории опрошенных | | | | | |
|---|--|----------------------|------------------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------------|------------|
| | | Общие данные | Работники коммерческих предприятий | Работники гос. предприятий | Частные предприниматели | Военные, сотрудники МВД | Пенсионеры |
| 1 | Нет, не приходилось | 61,8 | 50,6 | 79,9 | 28,7 | 71,9 | 90,1 |
| 2 | Это было, но случайно и в небольших размерах | 12,5 | 20,0 | 10,3 | 18,6 | 11,2 | 7,2 |
| 3 | Это бывает не редко, поскольку уход от налогов характерно для каждого человека | 8,7 | 14,7 | 3,9 | 13,5 | 5,6 | 1,8 |
| 4 | Если это не делать, то легко остаться нищим | 21,8 | 24,7 | 11,3 | 44,2 | 11,2 | 6,3 |
| 5 | Считаю делом чести способность уйти от налогов | 1,3 | 2,0 | 1,0 | 0,6 | 3,4 | 0,0 |
| 6 | Это происходит постоянно | 2,7 | 2,0 | 0,0 | 6,2 | 1,1 | 0,0 |

Анализируя таблицу, нетрудно заметить, что готовность и реальное поведение по сокрытию доходов по налогообложению высоки именно в тех «кругах», которые чаще указывают на несправедливость налоговой системы. Стоит подсчитать общие цифры: так или иначе, в больших или меньших размерах «уходят» от налогов 40% работников коммерческих предприятий и около 60% частных предпринимателей. Стоит подчеркнуть, что приведенные цифры во многом коррелируют с данными по этой проблеме, то и дело публикующимися в периодической печати.

В опросе респондентов в 2001 году мы решили дополнить рассмотрение проблемы сокрытия доходов от налогообложения, установив «связь» подобной практики граждан с уровнем их доходов. Уровень доходов был проранжирован субъективной оценкой опрашиваемых от минимального – «значительно ниже среднего» до максимального – «значительно выше среднего». Результаты ответа на данный вопрос отражены в таблице (см. табл. 19).

Таблица 19

*Признание респондентов с разным уровнем доходов
о фактах «ухода» от налогообложения*

| № | Варианты ответов | Уровень доходов | | | | |
|---|---|---------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------------|
| | | Значительно ниже среднего | Не-сколько ниже среднего | Средний уровень | Не-сколько выше среднего | Значительно выше среднего |
| 1 | Нет, не приходилось | 77,2 | 66,7 | 64,1 | 21,7 | 25,0 |
| 2 | Это было, но случайно и в небольших размерах | 7,9 | 11,8 | 16,9 | 17,4 | 12,5 |
| 3 | Это бывает редко, поскольку уход от налогов характерно для каждого человека | 7,0 | 6,7 | 6,2 | 17,4 | 12,5 |
| 4 | Если это не делать, то легко остаться нищим | 12,3 | 22,2 | 19,5 | 37,0 | 37,5 |
| 5 | Считаю делом чести способность уйти от налогов | 0,9 | 0,7 | 1,0 | 2,2 | 6,3 |
| 6 | Это происходит постоянно | 1,8 | 2,2 | 2,1 | 10,9 | 6,2 |

Обратим внимание на факт, детализирующий выводы по предыдущей таблице. А именно: чуть больше одной пятой граждан, имеющих доходы значительно ниже среднего уровня, уходят от реализации своих налоговых обязанностей, в то время как это делают свыше трех четвертых из богатых людей. Это уже устоявшаяся закономерность: чем выше уровень доходов и собственности граждан, тем чаще ищут они возможности «не быть искренним» с налоговыми органами. Вместе с тем данные таблицы показывают один интересный нюанс: мнение о том, что если не скрывать доходы от налоговых органов (позиция 4) присуще и людям, у которых эти доходы не только средние, но даже ниже средних. Этот факт, по-видимому, свидетельствует о том, что у значительного количества бедных граждан есть возможности приработка в разных областях экономики (в том числе «теневой»), и заработную плату в таких сферах они часто получают наличностью, не зафиксированной ни в каких бухгалтерских отчетах. В какую конкретную сумму скрываемых налогов выливаются реальные последствия такой практики, практически невозможно подсчитать.

Значимым направлением психологического анализа налогообложения является *выяснение и поиск возможностей корректирования причин и факторов, обуславливающих уклонение от налогов*. То, что такая ситуация нередко детерминирована установившейся конфискационной налоговой системы – это признаваемый многими факт. Но какую роль в этом процессе играет психологический фактор: кровно – родственные, земляческие, этнические связи, школьное и вузовское товарищество и побратимство, знакомство с криминальными авторитетами, ставшими теневыми бизнесменами, паническая боязнь рэкетиров, нежелание делиться доходами с кем-то и т.д. – ответ на такой вопрос может быть получен только в серьезном психологическом исследовании.

Наиболее часто налоговые правонарушения и преступления совершаются в сферах, связанных с материальной и интеллектуальной собственностью:

- а) предпринимательская деятельность в любых отраслях финансово – хозяйственной деятельности;
- б) торгово-закупочная деятельность, оптовая реализация товаров народного потребления, реализация продуктов нефтепереработки, драгоценных металлов, продукции лесопромышленной отрасли;
- с) сфера обращения недвижимости;
- д) строительство;

е) шоу-бизнес и иная творческая деятельность.

Уклонение от налогов имеет очень много различных вариантов. Среди них могут быть: осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации и постановки на учет (теневая экономика), включение в декларацию искаженных данных, использование поддельных либо просроченных свидетельств на право занятия предпринимательской деятельностью с неотражением полученной прибыли в отчетных документах, использование одного свидетельства несколькими физическими лицами и т.д. и т.п.

Наиболее часто встречаются способы уклонения от выплаты налогов для собственников – это:

- 1) уход в теневую экономику (см. следующий раздел),
- 2) двойная и даже тройная бухгалтерия по отчетности.

В первом варианте так или иначе занято значительное количество граждан. Так, согласно опубликованным в 1997 году данным, в России около 40 – 50% трудоспособного населения трудилось на подобных предприятиях. Вряд ли меньше таких лиц стало в начале 2000-х годов. Несмотря на стремление властных органов России реформировать и оптимизировать налоговую систему, она все же для многих налогоплательщиков остается «удушающей». Вот характерное признание «теневого» предпринимателя начала 2002 года: «Телеролики Министерства по налогам и сборам убеждают: «У нас самый низкий налог – 13 процентов. Выйдите из тени и спите спокойно». Я вышел. Оказалось, что, помимо 13 процентов, я должен с этого года платить около 23 процентов социального налога. Получается уже 36. Я согласен: «социалку» нужно содержать. Но чем дальше рассматриваешь ситуацию – тем больше поражаешься».

Возьмем простой пример. Я купил товар за 10 рублей, а продал его за 20, не понеся при этом никаких расходов. В этом случае мне нужно заплатить:

- 1 рубль – налог с продаж,
- 2 рубля – НДС,
- примерно 2,5 рубля – подоходный и социальный налоги с оставшейся прибыли в 7 целковых.

Я подсчитал: государство берет с меня не обещанные 13 процентов, а все 55!

Так что кто куда, а я снова в тень» (Комс. правда от 26.03.2002 г.).

Подобные психолого–экономические признания реально могут сделать тысячи, а то и миллионы «мелких» коммерсантов и предпринимателей.

Потери налоговой системы из-за «многоуровневых» бухгалтерских махинаций пока не поддаются подсчету. Но как показывает «опыт» некоторых фирм и объединений различного типа, бухгалтерский учет может происходить по 3–м видам документов:

- 1) По общепринятым стандартам – для зарубежных партнеров,
- 2) Для налоговых инспекций,
- 3) Для внутреннего пользования.

Один из конкретных методов «двойной» бухгалтерии – неоприходование выручки в целях сокрытия объекта налогообложения – имеет несколько форм:

- ◆ Неоприходование наличных денежных средств, поступивших от заказчиков в оплату товаров (работ, услуг),
- ◆ Неотражение выручки, причитающейся налогоплательщику, но поступившей на расчетные счета в учреждениях банков других лиц (расчеты через третьих лиц),
- ◆ Неотражение выручки, полученной безденежным путем (путем обмена продукцией, получением векселя третьего лица и т.п.).

Показанная «многоуровневость» стратегии и тактики противодействия налоговикам, полученные навыки уклонения от налогов порождают соответствующие установки и привычки, так сказать, психологию криминальной экономики, которую необходимо преодолевать, но для этого в должной мере еще не созрели соответствующие условия, хотя, говоря откровенно, подобная психология существует не только в России, но и в других странах (естественно в разных масштабах).

Работа налоговых органов по преодолению фактов сокрытия налогов нуждается, на наш взгляд, в психологическом сопровождении, и, в первую очередь, здесь важно выяснение мотивов и стимулов как выплаты, так и сокрытия налогов физическими и юридическими лицами (вернее, представителями последних). Широко распространенные в цивилизованных странах понятия «законопослушный» или «добропорядочный» налогоплательщик означает в первую очередь то, что такой человек добровольно и сознательно, без каких-либо нажимов отдает определенную часть своих доходов государст-

ву. Мотивы, которыми он руководствуется, бывают самыми различными: понимание нужности такой процедуры для жизнеспособности государства и местных органов власти, чувство долга перед обществом, желание не запятнать себя финансовыми правонарушениями и т.п. Сформированная позитивная мотивация большинства налогоплательщиков в благополучных странах, по признанию многих, является основой основ такого благополучия. Неразвитость налогового самосознания большинства россиян, стимулируемая «разбойничьей», конфискационной налоговой политикой государства (по крайней мере, до конца 90-х годов), делают весьма проблематичным, но в то же время весьма актуальным формирование положительной мотивации. Ее отсутствие ведет к серьезному экономическому ущербу для государства.

В нашем исследовании мы поставили своей целью рассмотреть два вышеупомянутых вида мотивов: уплаты налогов и уклонение от них. Результаты опроса в целом и по некоторым категориям респондентов можно пронаблюдать по таблице (см. табл. 20).

Таблица 20

*Мнения респондентов о мотивах уплаты и неуплаты налогов
(по некоторым категориям)*

| № | Содержание мотивов | Общие данные | Категории опрошенных | | | | |
|---|--|--------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------------|------------|
| | | | Работники коммерческих предп. | Работники гос. предприятий | Частные предприниматели | Военные, сотрудники МВД | Пенсионеры |
| 1 | Обязанность каждого гражданина | 34,2 | 27,3 | 47,6 | 22,3 | 28,1 | 49,6 |
| 2 | Налоги – это обеспечение средствами школ, больниц и т.п. | 32,7 | 28,7 | 37,3 | 26,0 | 33,7 | 41,4 |
| 3 | Налоги – основа существования государства | 29,3 | 30,0 | 30,9 | 18,8 | 21,4 | 32,4 |
| 4 | Боязнь уголовной ответственности | 25,7 | 28,7 | 17,2 | 29,3 | 36,0 | 11,7 |
| 5 | Боязнь административной ответственности | 23,8 | 31,3 | 11,3 | 40,0 | 25,8 | 13,5 |
| 6 | Поступают как все | 16,2 | 15,3 | 20,1 | 11,8 | 15,7 | 18,9 |

| № | Содержание мотивов | Общие данные | Категории опрошенных | | | | |
|----|--|--------------|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------------|------------|
| | | | Работники коммерческих предп. | Работники гос. предприятий | Частные предприниматели | Военные, сотрудники МВД | Пенсионеры |
| 7 | Уплата налогов – показатель авторитета, престижа человека в обществе | 3,8 | 4,0 | 2,5 | 4,2 | 7,9 | 1,8 |
| | | | | | | | |
| 1 | Нежелание отдавать заработанные деньги | 32,7 | 33,3 | 34,3 | 31,4 | 34,8 | 29,7 |
| 2 | Недоверие государству | 28,6 | 29,3 | 30,8 | 32,6 | 27,7 | 29,7 |
| 3 | Непонимание, куда и на что тратятся средства | 27,3 | 29,3 | 33,3 | 15,7 | 29,2 | 29,7 |
| 4 | Не платят налоги, стремясь увеличить свой доход | 24,3 | 22,0 | 22,6 | 25,1 | 32,6 | 25,3 |
| 5 | Непомерная величина и количество налогов | 22,8 | 26,7 | 21,6 | 23,1 | 18,0 | 12,6 |
| 6 | Налоги «забирают» средства, которые можно использовать на производство | 17,0 | 22,7 | 8,3 | 29,8 | 14,6 | 4,5 |
| 7 | «Новые русские» показывают пример неуплаты | 7,2 | 8,7 | 10,3 | 6,1 | 5,6 | 9,9 |
| 8 | Слабо проводится разъяснительная работа | 7,1 | 2,7 | 7,4 | 6,3 | 5,6 | 16,2 |
| 9 | Сложность системы уплаты налогов | 5,8 | 7,3 | 2,5 | 7,2 | 4,5 | 7,2 |
| 10 | Неуплативших налоги мало наказывают | 4,5 | 2,0 | 6,4 | 1,7 | 5,6 | 8,1 |

В качестве побудителей, стимулирующих уплату налогов, вышли на первые места среди работников бюджетных организаций, военнослужащих, пенсионеров и т.п. *социальные мотивы* и, прежде

всего, понимание необходимости данных средств для существования общества, для функционирования жизнеобеспечивающих его организаций, на социальную защиту и т.п. Это аналог для упомянутой «добропорядочности» зарубежных налогоплательщиков. В то же время нельзя не отметить, что для работников коммерческих и частных предприятий весьма значимыми оказались мотивы административной и уголовной ответственности. Наличие этих моментов, на наш взгляд, не позволяет исключать из форм воздействия на «нерадивых» налогоплательщиков методов и приемов давления и принуждения, которые определенными категориями граждан воспринимаются и понимаются быстрее. К значимости последних реалий подводят и несформированность сугубо социально – психологических мотивов: только 3,8% респондентов отметили, что «уплата налога – показатель авторитета и престижа человека в обществе».

Мотивы уклонения от налогов также весьма разнообразны. На первых местах среди них житейски вполне понятные причины. Нежелание расставаться хотя бы и с небольшой частью своей собственности – естественное стремление любого человека. Не случайно, по мотиву №1 весьма близки мнения респондентов из разных категорий, включая пенсионеров. Такое единодушие характерно для них далеко не всегда. Мотивы недоверия государству и непонимания, куда и на что тратятся средства по своему значению идут рядом. Рядоположны они и по своей сути: сегодня в обществе весьма распространено мнение о нерациональной и даже преступной трате государственных средств бюрократами из различных властных структур. Направлять свои деньги в коррумпированные органы – это не нравится любому человеку. К тому же, весьма слабо обеспечена информированность о конкретных расходах налоговых поступлений (о чем мы скажем чуть ниже).

Среди мотивов неуплаты налогов одно из первых мест занимают «стремления» сэкономить средства для увеличения своих доходов, их использования для расширения производства (в сумме около 40% ответов). К данной группе мотивов скорее всего «примыкает» и суждение о непомерной величине и количестве налогов (26,7%). Стоит напомнить читателю, что 27,7% респондентов, работающих в коммерческих структурах, и 44,2% частных предпринимателей, объясняя свою реальную практику уклонения от налогов, указывают, что «если этого не делать, то легко остаться нищим». Среди других мотивов можно назвать также подмеченную определенной частью опрошенных «сложность системы уплаты налогов».

По-видимому, многие из названных причин неуплаты налогов не в столь заостренной форме, как в России, проявляются и в других

странах. Так, А. Элинг, исследуя оценку налоговой реформы в Дании со стороны предпринимателей, предлагал испытуемым дать оценку по 7-балльной шкале следующих последствий реформирования:

- 1) Налоговая система станет в результате реформирования более / менее доступной для понимания.
- 2) Налоговая система станет более / менее справедливой в результате реформирования.
- 3) Реформа делает налоговую систему более простой / сложной.
- 4) Реформа приведет к денежным расходам / доходам в нашей организации.
- 5) Реформа приведет к увеличению / уменьшению нашей административной нагрузки (9, с.149).

В данном исследовании был сделан в определенной степени парадоксальный вывод: «чем меньше организации сталкиваются с налоговым законодательством, тем спокойнее они к нему относятся (там же, с.154). Любые изменения в налоговой системе, малопонятные или каким-то образом усложняющие установленный порядок исчисления налогов, психологически будут оцениваться отрицательно. Этот момент по своим последствиям будет стимулировать попытки уклонения от налогообложения. Напротив, понятные и простые новации в системе налогов, касающиеся большинства налогоплательщиков, будут позитивно влиять на общее изменение отношений.

В особый ряд психологических проблем налогообложения можно поставить сопровождение эффективной борьбы с нарушением налогового законодательства. Направлений в этой работе много: от формирования психологии неприятия любых налоговых нарушений (начиная с детского возраста) до психологического обоснования конкретных мер наказания, чтобы они воспринимались как обоснованные и справедливые как можно большим числом людей. Это зачастую требует расширения «карательных мер» государства к злым нарушителям законодательства, повышению эффективности работы налоговой политики.

Если вспомнить уже приведённое рассуждение канадского психолога Бейси об аналогии между системой взысканий и «раскаленной печью», то можно эту аналогию уверенно переносить и в практику налоговых органов. Вернёмся к ним с соответствующими комментариями.

- 1) *Горячая печь излучает жар, т.е. предупреждает всех, что прикосновение к ней вызывает ожог.* Налоговая система также должна быть предупредительной, т.е. включать в себя информацию не только о критериях и размерах выплат, но и о конкретных последствиях нарушения установленного порядка. Распространению этих сведений необходимо уделять самое пристальное внимание, всемерно используя средства массовой информации.
- 2) *Горячая печь обжигает сразу же в случае соприкосновения к ней, никто не подвергает сомнению связь между прикосновением к печи и ощущением боли.* Санкция за уклонение от уплаты или неправильную выплату налогов должна быть неотвратимой и следовать сразу же за совершившимся противозаконным действием.
- 3) *Горячая печь обжигает каждого, не обращая внимания на его отношение, позицию, протекцию.* Человек, имеющий обширные личные контакты и связи во властных структурах, а то и «свою руку» в налоговых и административных органах, не должен «по знакомству» уходить от ответственности за свои нарушения.
- 4) *Горячая печь обжигает всегда, при любом соприкосновении, нет такого положения, чтобы ожог был в отпуске.* Не должно быть положения, когда из-за ушедшего в отпуск или на пенсию должностного лица теряется ясность и жесткость в налоговой практике конкретного органа, неоправданно изменяются санкции за неуплату налогов или сокрытие собственности от налогообложения.
- 5) *Обжегшийся человек обижается на печь «не сильно и не долго», а больше обижается на себя.* При четко отрегулированной системе налогообложения не включаются в действие различные психологические защитные механизмы, которые позволяют в случаях нарушений «кивать» на других («все так делают», «не я один такой», «другие больше меня и дольше налоги не выплачивают»), на налоговые органы («они нарушают мои права») или на государство в целом («кругом такой беспорядок, что неуплата налогов – дело маленькое», «все равно деньги уходят на бесполезных чиновников»). При выполнении всех четырех названных выше требований человеку приходится признавать свои упущения и действительно обижаться на себя.

Одним из самых главных является приведенный выше *первый* принцип «горячей печи», поскольку предупреждение о последствиях нарушений может быть реализовано лишь через высокий уровень гласности о налоговой системе. В связи с этим кратко остановимся на некоторых вопросах налогового информирования, субъективных последствиях его соблюдения или нарушения.

5.4. Информированность и особенности поведения налогоплательщиков

Осознание объективности и справедливости налоговой системы, равно как и развитие позитивных мотивов налогоплательщика или формирования в ней чувства боязни нарушения закона, во многом зависят от *его информированности* о налоговых поступлениях и тратах собранных средств.

Все более популярная служба «Public Relations» (связи с общественностью) в государственном масштабе должна широко освещать названные аспекты налогообложения. Чтобы не быть голословными, приведем источники доходов и статьи расходов городских советов и советов графств Великобритании, о которых широко проинформирован любой налогоплательщик.

Откуда поступают деньги?

В каждом полученном фунте ст.

47,5 пенсов от налогоплательщиков (24,4 пенса от населения; 9,4 пенса от коммерческих предприятий; 6,5 пенса от промышленности; 7,2 пенса – прочие).

35,6 пенса – правительственные субсидии

15,9 пенса – сборы

1,0 пенса – резервный фонд

Куда расходуются деньги?

В каждом истраченном 1 фунте стерлингов

62,0 пенса – на образование

10,5 пенса – на социальные услуги

9,9 пенса – на дороги, транспорт, планирование, отдых и уборку мусора

9,6 пенса – на полицию

2,3 пенса – на пожарную, спасательную, торговых стандартов и прочие службы

2,9 пенса – на разработку стратегий и ресурсы

1,8 пенса – на библиотеки и музеи

1,0 пенса – на суды и исправительные предприятия

Естественно, приведенная система информирования делает «прозрачной» систему налогообложения, демонстрирует ее социальную адресность, а все это влияет на восприятие справедливости налоговой системы, на формирование положительной мотивации. Подобная система во многих российских регионах или полностью отсутствует, или она настолько сложна и громоздка, что вызывает стойкую антипатию, нежелание с нею знакомиться, поскольку люди заранее уверены, что эта информация фальсифицирована.

В опросе жителей Иркутска в октябре 2000 года (900 респондентов по репрезентативной выборке) мы задали вопрос следующего содержания: «Хорошо ли вы информированы о том, как расходуются собранные налоговыми органами средства?». Ответы иркутян распределились следующим образом (см. таблицу 21).

Таблица 21

Информированность жителей о расходовании средств бюджета

| № | Характер ответа | Ответы | |
|----|--|--------|--------|
| | | Кол-во | % |
| 1. | Хорошо знают, на какие нужды идет финансирование из городской казны, информации об этом достаточно | 23 | 2,64% |
| 2. | Об этом имеется информация, однако ею не полностью владеет | 174 | 20% |
| 3. | Меня не интересует вопрос, я не знаю, как расходуются деньги налогоплательщиков | 170 | 19,54% |
| 4 | Меня интересует этот вопрос, но чувствую острый недостаток информации | 456 | 52,41% |

Уверенно можно говорить, что большинство людей ждет четкой информации о расходовании средств (это ведь отторгнутые у них деньги), но по различным причинам этой информации не получают. Вне всякого сомнения, такая ситуация негативно влияет на психологию налогоплательщика, и должна целенаправленно преодолеваться. В последнее время разъяснению значимости своевременной выплаты налогов и характера налоговой системы в целом в обществе уделяется больше внимания. Но, на наш взгляд, эта работа организована еще не на должном уровне. Мы поинтересовались у наших респондентов, из каких источников информации они получают сведения о системе налогообложения, правилах уплаты налогов и действиях налоговых органов, и получили следующие ответы:

- 1) Центральные российские телеканалы – 50,4%
- 2) Друзья, близкие, знакомые – 31,4%

- 3) Местные телеканалы – 24,9%
- 4) Центральная пресса – 15,6%
- 5) Специальные справочные издания – 13,2%
- 6) Местная пресса – 9,9%
- 7) Сеть Интернет – 7,1%
- 8) Электронные базы данных – 3,7%
- 9) Консалтинговые структуры – 2,2%

Таким образом, основными источниками информации о системе налогообложения выступают телевидение и лица из близкого окружения. При этом местное телевидение заметно отстает от центрального. Социально – психологически значимым выступает тот факт, что значительную часть информации налогоплательщики получают от друзей, знакомых, родственников. В адекватности налоговому законодательству и достоверности таких сведений можно, мягко говоря, сомневаться. Но, вне всякого сомнения, подобная информация носит тенденциозный характер: изустно передается не только позитивный опыт добросовестной «законопослушной» уплаты налогов, но и в значительном количестве случаев реальной практики уклонения от налогообложения, «технология» бухгалтерских ухищрений, навыки использования противоправных способов работы с налоговиками (взятки, подкуп, обман и т.п.).

Но все же обмен опытом уклонения от налогов зачастую конфиденциален, касается только близких людей из-за ряда психологических причин:

Во-первых, уклонение от уплаты налогов не входит в перечень одобряемых значительной частью населения действий, особенно тех, кто слабо защищен социально: работники бюджетной сферы (врачи, учителя, преподаватели образовательных учреждений, сотрудники учреждений культуры и т.д.), пенсионеры и т.п. Человек, распространяющий о своих успехах в уходе от налогообложения среди таких категорий, может столкнуться не только со скрытым, но и с явным возмущением людей;

Во-вторых, обмен таким опытом среди заинтересованных лиц, особенно по оригинальным способам ухода от налогообложения, чреват тем, что «коллеги» постараются поскорее взять его на свое вооружение. Это означает, что в скором времени «тайное станет явным», а налоговики скорее найдут методы борьбы с подобными методами;

В-третьих, неосторожные высказывания об используемых ухищрениях могут через разные каналы стать достоянием сотрудников фискальных органов, чего, естественно, все боятся.

Таким образом, в информированности людей о финансировании налоговой системы есть немало психологических нюансов, касающихся уплаты или сокрытия доходов.

Кстати, как показывает практика, налогоплательщики зачастую не знают не только свои обязанности в выплате средств, но и свои права на налоговые льготы: при покупке жилплощади, имущества, дорогих лекарств, при индивидуальном строительстве и т.д. и т.п. К примеру, при покупке или постройке жилья собственник, согласно закону, может «вернуть» (в 2002 г.) до 78 тысяч рублей из налоговой казны. При продаже жилья или земли налогоплательщик имеет льготу, дающую ему возможность «вернуть» до 130000 руб., если недвижимость была в собственности меньше 5 лет, и без ограничений, если больше 5 лет. Эти и другие льготы определяются некоторыми условиями, и информированность о них важна для каждого гражданина. Но кроме незнания информации о льготах, сдерживающим фактором является нежелание человека в «выбивании» положенных средств проходить через длинную вереницу разного рода чиновников, теряя на это и время, и нервы, и деньги.

5.5. Налоговый менталитет россиян и правила эффективного налогообложения

Общеизвестна мысль, что экономическое сознание, в том числе и по налоговым вопросам, российского гражданина, отличается своими странностями и «бзиками». Но для теории и практики налогообложения важно не само это признание, а конкретные особенности, которые характеризуют это сознание в разных областях экономики. О. С. Дейнека по результатам собственных исследований сформулировала некоторые особенности налогового менталитета россиян. К ним она отнесла шесть основных моментов.

1) Наличие нравственной составляющей *оценки* системы налогообложения, в которой она представляется как *несправедливая*, хотя люди выражают высокую степень согласия с тем, что налоги — неизбежное и разумное явление экономической жизни.

2) Согласие с мыслью о праве каждого гражданина на информацию об использовании налоговых средств, сочетающихся с невысоким показателем *знания* о принципах нынешней системы налогообложения.

3) В механизм формирования отношения к налогам в контексте их справедливости включаются: *механизм сравнения* в разных его проявлениях (с доходами других людей, «вчера» и «сегодня» налоги, с другими странами и т.п.), *механизм идентификации* собственной экономической ситуации с экономической ситуацией в стране.

4) Крушение мифа о пропорциональной справедливости рынка (в зависимости от интенсивности труда) и отсюда понимание, что справедливость – это своего рода «общественный договор» между людьми с различным доходом.

5) Наличие у людей «механизма подравнивания вкладов и отдачи», когда через уклонение от налогов люди «добирают» то, что не дает им государство.

6) Лица в большей степени удовлетворенные своим потреблением, в такой же степени согласны с неизбежностью и разумностью налогов. Те, кто в меньшей степени довольны экономической ситуацией как потребители, чаще считают налоги кормушкой для чиновников (22, с.86-87).

Сформулированные О.С. Дейнека особенности «налогового менталитета» весьма важно, на наш взгляд, учесть в практике налогообложения, и это сделает налоговую систему более обоснованной. Точно так же важно учесть научные рекомендации и практический опыт, которые давно уже существуют в мире, причем не только в их современных положительных вариантах.

Уже в своем трактате о налогах и сборах В. Петти рассматривал в отдельном разделе вопрос о том, каким образом можно ослабить причины недовольства налогоплательщиков. По сути своей такие действия направлены на преодоление несправедливостей в восприятии налоговой системы, которые сформулировал В. Петти, и которые мы привели выше. А. Смит сформулировал основные требования к налоговой системе. Они известны также как четыре классических принципа здорового налогообложения:

- ◆ Налоги должны соответствовать доходам;
- ◆ Их размеры, способы и время уплаты должны быть точны и определены;
- ◆ Налог должен взиматься наиболее удобным для налогоплательщика способом;
- ◆ Сбор налогов должен обходиться государству возможно дешевле.

В дальнейшем экономисты – теоретики и практики неоднократно обращались к уточнению и детализации подобного рода требований и принципов. Наблюдалось это и в российском опыте. В дореволюционной российской практике налогообложения сложились определенные правила, которым, как считалось, должна соответствовать правильная организация налогов. В десяти таких правилах, приведенных в «Настольном энциклопедическом словаре» 1899 года легко обнаружить требования не только экономического, но и социально – психологического характера. Изложим их с небольшими изменениями и краткими пояснениями.

1) ***Налоги должны взиматься со всех в таком отношении к имущественной состоятельности, чтобы они не падали на одного большим бременем, чем на другого.*** При этом считалось, что более равномерными были налоги пропорциональные, но вот более справедливым являлось прогрессивное обложение. В последнем находили два преимущества: эта система открывает возможность значительно уравнять лишения, налагаемые потребностями государства на различные классы, с другой стороны, она обеспечивает государству постоянно возрастающий доход по мере того, как развивается процесс сосредоточения богатства все в меньшем количестве рук.

2) ***Налоги должны взиматься только с дохода лица, но не должны затрагивать капитала, так как уменьшение капитала понизило бы производительность труда в обществе и повело бы к обеднению народа.*** Как жаль, что подобное «золотое правило» налогообложения очень мало учитывает, а зачастую совершенно не учитывается в современной российской практике.

3) ***При обложении дохода следует иметь в виду постоянство дохода, иначе налоги будут падать неодинаковым бременем на всех.*** В частности, считалось, что доход трудящегося человека – юрист, врач, служащий – должен облагаться меньшим налогом, чем средства рантье, живущего за счет дохода от процентных бумаг.

4) ***Налоги должны быть организованы таким образом, чтобы они падали именно на те лица, которых государство имело в виду обложить..., необходимо, чтобы обложенный не мог переложить налог на другого.***

5) ***Необходимо, чтобы налоги были точно определены и чтобы плательщику было заблаговременно известны размеры, место и время платежа.***

6) Чтобы налог взимался в такое время и таким способом, какие представляют наибольшие удобства для облагаемых лиц.

7) Чтобы налоги требовали от плательщика лишь немногим больше того, что они приносят государственной казне (вопрос стоял о практикующейся в то время откупной системе взимания налогов, когда «откупщик» путем вымогательства и произвольного завышения цен берет с плательщика значительно больше того, что он отдал бы казне).

8) Чтобы налоги были достаточны для покрытия государственных надобностей.

9) Чтобы доход от налогов поддавался предварительному точному подсчету, и чтобы поступление налогов шло вполне исправно.

10) Чтобы налоги могли расширяться с возрастанием государственных расходов и доходов собственников, не вызывая тем никаких нарушений в нормальном ходе народного хозяйства.

Часто новые явления в экономической жизни России многое теряют от того, что они не учитывают имеющийся апробированный опыт в своей стране и за рубежом. Есть все основания сказать, что на сегодняшний день происходит нечто подобное и в налогообложении.

Думается, что «строителям» современной отечественной налоговой системы еще предстоит серьезно и детально продумать ряд приведенных и других принципов, чтобы она стала и экономически обоснованной, и психологически приемлемой многими российскими гражданами. А самим этим гражданам надо настраиваться на активную защиту собственных интересов в практике налогообложения, используя для этого соответствующее знание. Ведь только четкая, конкретная и справедливая налоговая система сможет внести весомый вклад в достижение благосостояния и богатства собственника любого масштаба и страны в целом.

ГЛАВА 6

ОТ ПСИХОЛОГИИ СОБСТВЕННОСТИ К ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

Материал, включенный в данный раздел, сориентирован на читателя, который заинтересовался психологическими аспектами собственности и в целом экономики, и желает углубить свои знания по данным вопросам. В нем авторы дают своеобразный обзор литературы по психолого-экономической проблематике. Рассматриваются и кратко анализируются книги, в которых изложены основные направления и положения взаимосвязи экономики и психологии. Любой читатель для расширения своих познаний может обратиться к рекомендованным источникам.

В последние годы в России очень быстрыми темпами развивается пограничная научная и в то же время учебная дисциплина, которая получила название экономическая психология. Сегодня в арсенале российских психологов уже имеется около 10 учебников и учебных пособий по данному предмету (см. 9, 19, 72, 86, 101, 102), выпускаются солидные научные труды по рассматриваемому вопросу (см. 21, 28, 38, 59, 63, 71, 99, 105 и др.) Интерес к экономической психологии растёт во всех сферах экономической деятельности, и причины этого факта нуждаются в анализе: вызвано ли развитие данной дисциплины кратковременными конъюнктурными соображениями или это всё же устойчивая и необратимая тенденция. Попытаемся разобраться в этом вопросе.

Точкой соприкосновения интересов экономики и психологии в качестве наук является факт, что в любой экономической системе действует человек со своими эмоциями, потребностями, целевыми установками, представлениями, способностями и т.п. Экономическое поведение человека (его труд, приобретение товаров, обращение к специалистам по служебной деятельности: парикмахер, повар, официант, туроператор) часто определяется внутренними установками и стремлениями конкретного индивида, поэтому психологический фактор в экономике обычно играет весьма значительную роль. К примеру, какой бы товар человеку не навязывали, окончательное решение покупать его или не покупать принимает сам человек. Это может проявляться и в массовом порядке. Так, бойкот каких-либо товаров, вызванный негативными установками к какому-то производителю или даже государству и поддержанный патристическими чувствами многих людей, может вызвать резкое со-

крашение их сбыта, несмотря на высокое качество изделий или продукции.

В первые годы становления психологии в качестве научной дисциплины (последние десятилетия XIX века) она почти не взаимодействовала с экономикой. Но эта «неестественность» вскоре была подмечена известными мыслителями за рубежом, в связи с чем возникло понимание необходимости интеграции экономических и психологических дисциплин. Уже в 1902 году в Париже вышла двухтомная работа французского ученого Г.Тарда «Экономическая психология», в которой он заложил основы психологии социально-ориентированной экономической жизни.

«Отцом экономической психологии» в Германии принято называть П.Мюнстерберга, издавшего в 1912 году свой объемный труд «Психология и экономика», внесший существенный вклад в дело научной кооперации между «национальной экономией» и психологией.

В дальнейшем объединение позиций и взглядов экономики и психологии стала характерной чертой работ многих зарубежных исследователей. Ф.Тейлор, Г.Файоль, Л.Джильбрет, Э.Мэйо, Д.Морено и другие теоретики и практики показали пример учета психологического (человеческого) фактора в научной организации труда и управления производством (менеджменте); Г.Капона посвятил свои работы прежде всего экономическому поведению потребителей и предпринимателей, в том числе иррациональности (неразумности, явной неподчиняемости законам логики) действий покупателей. Ф.Котлер исследовал социально-психологическую дифференциацию потребностей и запросов покупателей в интересах маркетинговой деятельности (организации сбыта) и прежде всего в сегментировании (разделение на части) рынка; Лауреат нобелевской премии Г.Беккер подверг детальному анализу социально-психологические механизмы экономического поведения людей, в том числе девиантного (отклоняющегося). В целом за рубежом во второй половине XX века сложилась традиция рассматривать экономические проблемы неотрывно от их социально-психологических детерминант.

В 1980-е годы английские, голландские, скандинавские экономисты и психологи, объединившись в международную ассоциацию экономической психологии (МАЭП), стали инициаторами выпуска регулярного издания "Журнал экономической психологии". Появление ассоциации и её журнала стимулировало выход в свет коллективных научных трудов, словарей, учебников и учебных по-

событий, отражающих проблемы экономической психологии и базирующихся на современном уровне психологических исследований.

Конец XX и начало XXI века в мировой практике хозяйственных и рыночных отношений ознаменовались еще более тесной интеграцией экономической и психологической науки в решении актуальных проблем социально-экономического развития. Ярким свидетельством признания значимости подобного рода подходов стало присуждение Нобелевской премии 2002 года в области экономики двум ученым. Половина данной премии была вручена психологу из Принстонского университета (штат Нью-Джерси, США) Даниэлю Канеману, а вторая часть - экономисту-экспериментатору университета Джорджа Мэйсона (Вирджиния, США) Вернону Смиту. Оба ученых изучают влияние психологических факторов на экономическое поведение. Они занимаются экспериментальной проверкой экономического парадокса – почему в сугубо рациональной деловой сфере предприниматели и потребители зачастую ведут себя иррационально, а подчас совершенно неразумно. Объясняя суть исследований Д. Канемана и сам парадокс ситуации, агентство Рейтер приводит пример покупателя, который тратит на бензин четыре доллара, отправляясь в супермаркет, где нужный ему товар стоит на 3 доллара дешевле, чем в ближайшей лавке.

Приведенные выше факты, как отдалённые так и современные, – это своего рода иллюстрации плодотворности сотрудничества экономической и психологической науки для решения проблем социальной практики. Не менее значимые результаты для производства и бизнеса дают интегрированные исследования в области разработки корпоративной культуры и совершенствования морально-психологического климата в корпорациях и фирмах, в повышении производительности труда, в маркетинге и рекламе, в росте качества разного рода услуг для населения и т. д.

В отечественной практике такие подходы вплоть до середины 80-х годов XX века тормозились идеологическими и методологическими установками. «Используемая в СССР марксистская школа политической экономии объявляла психологический аспект в экономическом анализе антинаучным субъективизмом» (83, с.16). Именно это обстоятельство обусловило тот принципиально негативный момент, когда интересы, запросы и желания производителя, предпринимателя, покупателя и пользователя весьма и весьма незначительно учитывались во всех областях советской экономики.

В результате одна из основополагающих идей рыночной экономики: «производство эффективно лишь тогда, когда оно стано-

вится производством «адресных» товаров и услуг, отвечающих потребностям, взыскательным вкусам и запросам современного потребителя», обеспечивалась весьма и весьма незначительно, приводя к заполнению рынков, магазинов, предприятий обслуживания мало кому нужными и неконкурентоспособными изделиями и услугами.

Стремление к преодолению разрыва между экономической и психологической теорией и практикой в отечественной науке наблюдалось прежде всего в таких дисциплинах как психология управления и организационная психология, а также эргономике, психологии труда и инженерной психологии. Данные дисциплины в различных вариантах рассматривали психологические основы управленческих процессов (психология трудового (производственного) коллектива, психология личности и деятельности руководителя, психология делового общения, психология принятия управленческих решений и т.п.). Эргономика, как и психология труда и инженерная психология, изучала человека или (группу людей) и его (их) деятельность в условиях современного производства с целью оптимизации орудий, условий, процесса труда и информационного взаимодействия. Их основными объектами исследования выступали системы «человек-орудие», «человек-компьютер», «человек-машина», «человек-человек». Многие положения, сформулированные и проверенные экспериментальным путем в данных дисциплинах, способствовали росту эффективности производства, гуманизации трудовых отношений, улучшению эксплуатации техники.

В последние годы в нашей стране, естественно, не без влияния общественных тенденций и работ международной ассоциации экономической психологии началось непосредственное взаимодействие экономической и психологической наук, причем усилия к их интеграции идут с той и с другой стороны. Так, психологами и социологами был подготовлен ряд работ, на которые мы уже ссылались. Но более всего необходимость учета психологического знания в экономике почувствовали сами экономисты-профессионалы, подготовив для экономических вузов ряд учебников и учебных пособий, которые касаются как общих проблем экономической психологии, так и частных вопросов: личное потребление, психология денег и психология бизнеса и др. (см. 9, 83, 99, 102 и др.).

Таким образом, есть весомые аргументы утверждать, что «лёд тронулся» и в скором времени можно ожидать улучшения качества подготовки и переподготовки в психолого-экономическом плане и студентов и «рядовых» экономистов, и руководителей подразделений. Вместе с тем в начальном периоде этого процесса неизбежно

возникает вопрос о конкретном содержании курса экономической психологии, который с подачи разных авторов может выглядеть неодинаково. Выяснение этого вопроса важно не только для определения предмета и структуры экономической психологии, но и для того, чтобы в русле задач нашего учебного пособия выявить, какое место в экономической психологии занимает категория собственности. Остановимся в связи с этим на некоторых индивидуальных и коллективных работах.

В первую очередь надо отметить тот факт, что актуальные и оригинальные работы «первопроходцев» А.И.Китова (41), В.Д.Попова (62) и некоторых других авторов в 80-е годы XX века оказались практически мало востребованными из-за существующей в государстве недооценки психологических аспектов экономики, в частности значения частной собственности, скорее даже её отрицания. Идеологическая машина партии и государства тех лет требовала от авторов всяческого принижения частнособственнической психологии и выставления капиталистических порядков в качестве «загнивающих» и антигуманных. А.И. Китов и В.Д. Попов как компетентные исследователи, понимали, что собственность – это основа экономической жизни страны, но вынуждены были подавать ее проблематику только в желательном, а значит – одностороннем идеологическом контексте. Ограниченность данной постановки вопроса постарались впоследствии преодолеть как сами названные авторы, так и другие отечественные учёные (см. 40, 63).

О.С. Дейнека в своих монографии и учебном пособии, анализируя зарубежную литературу, пишет, что *экономическая психология исследует процессы и механизмы, лежащие в основе потребления или других типов экономического поведения*. Она занимается предпочтениями, выбором, решениями в деловой и хозяйственной сферах и влияющими на них факторами, так же как и последствиями решений и выборов по отношению к удовлетворению потребностей человека. Эти исследования могут проводиться на различных уровнях: от домашнего хозяйства и индивидуального потребления до макроуровня целых наций.

В западноевропейской и американской науке, - отмечает автор, - экономическая психология включает в себя три крупных раздела, проблематика которых порождается тремя типами экономической реальности, а именно:

рынок (это, прежде всего психология потребителя и психология ведения домашнего хозяйства);

бизнес (поведение и психологические особенности предпринимателя, заключение сделок, ведение переговоров, конкуренция, коммерческая тайна и пр.);

отношение «общество - гражданин» (налоги, прибыли, инфляция, безработица, воздействие на население, проводимой экономической политики).

Данной структурой охватываются микро- и макроэкономический уровни экономики.

О.С. Дейнека свою книгу строит в следующем плане: 1) человек в мире вещей и экономическая психология; 2) экономическое сознание; 3) психология денег; экономическая власть и ее формы; 4) психология предпринимательства; 5) личность и рынок.

Другой автор В.М. Соколинский, занимающийся экономопсихологической тематикой, не дает однозначного определения рассматриваемой дисциплине, хотя считает, что **экономическая психология должна заниматься изучением экономических проблем, исходя из сознательного и неосознаваемого поведения человека**. Он высказывает мысль о том, что влияние психологических факторов на хозяйственную жизнь можно анализировать, используя микро- и макроэкономические ракурсы. В первом случае предметом экономической психологии является изучение экономического поведения индивида, группы, социального слоя в масштабах рабочего места, производственного участка, фирмы, концерна. Во втором случае мысль учёных и практиков направляется на экономическое поведение населения и (или) соответствующие действия государственных институтов.

Опираясь на данные позиции, В.М. Соколинский строит разделы своего учебного пособия по экономической психологии следующим образом: предмет, структура и этапы становления экономической психологии; личность в экономике: основы экономического поведения человека, типология экономического поведения; психологические аспекты макроэкономики: психологическая сущность денег, психология доходов и сбережений, психологические аспекты экономической политики, психология восприятия и оценки государственных доходов и расходов, психологические аспекты теневой экономики; психологические аспекты микроэкономики: психология отбора и стимулирования человека в трудовой деятельности, удовлетворенность трудом и ее психологическое содержание, психологические основы рынка и потребления. В.М.Соколинским рассматриваются также некоторые прикладные аспекты экономической психологии.

М.К.Бункина и В.А.Семенов считают, что *экономическая психология*, «родителями» которой являются экономика (теоретическая и прикладная) и психология, *включает следующие взаимосвязанные аспекты изучения: побуждения или мотивы* деятельности экономического человека; *экономическое сознание личности*, формирующиеся на основе жизненных переживаний, накопленного опыта преодоления трудностей; *бессознательное начало в психике индивида и масс* (иллюзии, страхи и психозы), возникающие из-за закрепившихся в памяти событий, взаимосвязей, эмоций; *экономическое поведение*, активные волевые действия, целенаправленно изменяющие окружающую среду.

Структуру же своего учебного пособия по экономической психологии они выстраивают по-другому, чем В.М. Соколинский и другие авторы. Вот основные моменты их позиций.

1. Субъективно-психологическая школа в экономике.
2. Психологический фактор в экономическом анализе (теория рациональных ожиданий, психология денег, налоги и поведение налогоплательщика, психология экономического прогнозирования).
3. Проблема выбора в экономической политике (теория общественного выбора, противоречия социальной политики, проблема бедности, система «паблик-рилейшнз» в экономической сфере).
4. Национально экономическая психология (формирование национальной психологии, об азиатском способе производства, российская экономика на исходе девятнадцатого столетия и т.д.)

Авторы учебного пособия для вузов «Социальная психология» (под редакцией А.Л.Журавлева) в специальной главе, посвященной экономической психологии, проводят мысль о том, что *предметом данной науки являются психологические закономерности экономического поведения человека, связанного с производством, распределением, обменом и потреблением товаров и услуг*. Экономическая психология, по их мнению, изучает закономерности взаимодействия и взаимные влияния экономических факторов и психологических феноменов в регуляции экономического поведения. Социально-психологический анализ экономических явлений может проводиться на разных уровнях: макроэкономическом, мезоэкономическом и микроэкономическом. В качестве субъектов экономического поведения могут выступать индивиды, большие и малые группы. Спецификой экономической психологии авторы считают исключительное внимание к субъективным, осознаваемым и неосознаваемым явлениям, связанным с отражением

человеком экономической сферы жизнедеятельности и регуляцией его экономического поведения.

Заметной среди работ по рассматриваемой проблематике стала монография Санкт – Петербургских учёных «Экономическая психология» под ред. доктора экономических наук, кандидата психологических наук И.В.Андреевой. В работе особое внимание уделено социокультурному подходу к экономико-психологическим проблемам. Авторы считают, «что зародившаяся на Западе **экономическая психология** заявила о себе, как о **науке субъективных представлений об экономической реальности**, которые, прежде всего сказываются на принятии решений субъектом экономической деятельности. Он руководствуется не теоретическими положениями экономических наук, а своими представлениями об экономической реальности, которые могут значительно отклоняться от экономических расчётов» [102, с.29]. Плодотворной является идея исследователей о том, что данная область знания является междисциплинарной: «Базовая фундаментальная составляющая экономической психологии – общая и дифференциальная психологии, социальная психология, этническая психология и социология, а также специальные научно-практические дисциплины» [там же, с.42].

В монографии имеются следующие разделы по основным проблемам экономической психологии:

- ✓ психология предпринимательства;
- ✓ общие проблемы психологии денег;
- ✓ психология инвестиционной деятельности;
- ✓ психология экономического поведения на рынке труда;
- ✓ проявление психологических факторов в сфере производства;
- ✓ экономическая психология и управление;
- ✓ психология рекламы.

Авторы книги не выделили особого раздела о психологии собственности. Но всё же они, проводя сравнение ценностей хозяйственной деятельности в рыночной и «советской» экономике, в качестве их коренных различий показали следующее:

рыночная экономика: признание частной собственности в качестве основной ценности и закрепление этого признания в нормативной культуре общества (законах);

советская экономика: признание высшей ценностью общественной (государственной) собственности и репрессивная борьба с любой иной собственностью [102, с.62].

В разделе «Социокультурный подход к экономико-психологическим проблемам» исследователи детализировали данные положения на примерах отношения к собственности властных структур, конкретных хозяйственников и рядовых граждан «социалистического общества», показывая идеологическую подоплёку этого негативного в целом явления.

В 2001 году в Санкт-Петербурге появилась в свет монография Машкова В.Н. «Психология экономики». Он рассматривает свою работу как своего рода введение в *психологическую экономику*, поставив цель проанализировать основополагающие проблемы экономической теории с позиций психологии. Автор стремится преодолеть существенный, по его мнению, недостаток, согласно которому «имеющиеся психологические разработки по экономической проблематике, как правило, не стыкуются с принятыми экономическими категориями и понятиями, не адаптированы к экономической терминологии, что не способствует привлечению к ним внимания экономистов» (52, с.6). Анализ психологических вопросов экономики В.Н. Машков осуществляет по четырем главам-направлениям:

1. Психологические аспекты общеметодологических проблем экономической теории.
2. Психологические проблемы производства и предложения товаров и услуг.
3. Психологические проблемы экономики потребления.
4. Психологические проблемы экономической политики.

На наш взгляд, автор данной монографии вполне успешно справляется с поставленной задачей показать психологическую обусловленность экономических проблем, необходимость участия психологии в их разрешении.

В 2005 году в учебном пособии «Психологическая экономика» экономист Б.А. Райзберг сформулировал свое отношение к «психологической экономике», которую он трактует как «часть экономической науки, изучающую экономические объекты, процессы, отношения, возникающие и складывающиеся под воздействием индивидуальной, групповой или общественной психологии. Если экономическая психология рассматривает, каким образом экономика влияет на психологию, то психологическая экономика рассматривает воздействие психологии на экономику, т.е. хозяйственную систему

обеспечения жизнедеятельности. Понятно, что психологическая экономика тесно связана с экономической психологией, по сути это две стороны одной медали, две части единой экономико-психологической науки» [72, с. 7].

Автор считает, что психологическая экономика как наука призвана в меру возможного выделять, различать:

- - объективные экономические процессы и закономерности, не зависящие от воли и сознания людей (объективная экономика);
- осознанные рациональные экономические действия, опирающиеся на институты права, морали, на общепризнанные нормы экономического общежития, добротные исторические традиции, свободно высказанную волю народа (позитивная экономика);
- сознательные и подсознательные, явные и скрытые экономические ухищрения во имя сугубо личных, семейных, узкогрупповых, клановых интересов, наносящих ущерб другим людям, ущемляющих их законные права, попирающие их свободу и достойное существование (негативная экономика).

Пособие включает в себя следующие главы:

1. Связь экономики с психологией
2. Экономические и психологические законы
3. Психологическая ориентация экономического поведения
4. Психология денежных отношений и денежного поведения
5. Психология труда и трудового поведения
6. Управленческая психология
7. Психология противостояния, противоборства, сотрудничества
8. Психология риска, страха, неуверенности

В книге импонирует прежде всего оригинальный подход экономиста к психологическим реалиям хозяйствования, а так же детализация некоторых важных аспектов, затронутых в работах по экономической психологии.

В 2003 году было опубликовано объёмное учебное пособие доктора психологических наук, профессора Спасенникова В.В. «Экономическая психология». В нём автор выделил три основные главы:

1. Введение в экономическую психологию, её роль и место в обществе;

2. Основные проблемы экономической психологии созидательной деятельности;

3. Основные проблемы экономической психологии на финансовом рынке и рынке труда.

В главах данной книги В.В.Спасенников показал ряд важнейших вопросов современной российской экономической психологии:

- политическая и экономическая психология власти как особой формы социальных отношений и проблемы формирования политического и экономического сознания социума;
- экономико-психологические проблемы инновационных стратегий научно-технического развития и охраны интеллектуальной собственности;
- экономическая психология восприятия доходов и сбережений и особенности финансового поведения населения;
- экономико-психологические факторы функционирования финансовых рынков и биржевое поведение на рынке ценных бумаг и т.д.

В своей работе В.В.Спасенников обращает более заметное внимание категории «собственность». В частности, в ней представлен раздел «Экономическое сознание и отношение людей к собственности как базовые понятия экономической психологии». Такой подход стал отражением общих тенденций российских психолого-экономических исследований последнего времени, когда появилось осознание, что «постсоветское» массовое экономическое сознание непродуктивно рассматривать вне анализа психологии собственности и собственника.

Заканчивая краткий анализ литературы по относительно новой для России проблеме, отметим следующее. Имеющиеся и заметные с первого взгляда различия позиций авторов проанализированных монографий и пособий по экономической психологии никак нельзя считать каким-то негативным явлением. Данное «многообразие» показывает, что практически в любой экономической проблеме имеется ее психологический аспект, а отсюда содержание курсов экономической психологии может быть самым разнообразным, и в этом нет ничего плохого. Вместе с тем, с целью систематизации подачи материала в учебном процессе тем, кто в нем за-

интересован, необходимо добиться, чтобы проблематика экономической психологии была максимально самостоятельной и не копировала, не «перепевала» разделы и темы таких дисциплин, как социальная психология, психология управления, психология делового общения и т.п.

Важно подчеркнуть тот факт, что *многие авторы в качестве предмета экономической психологии, ее стержневого элемента выделяют понятие «экономическое поведение»*. С данным утверждением можно согласиться, с уточнением, что *экономическая психология рассматривает поведение экономического субъекта в его разных ипостасях*: виды, направления, уровни и т.д. и т.п. В связи с этим экономическая психология может изучать те психологические ресурсы и резервы личности и группы, которые становятся предпосылкой и (или) условием эффективности экономических поведения и деятельности, определяют использование и накопление различных видов собственности (прежде всего частной и общественной), а также способствуют развитию экономического мышления. Психологическому анализу целесообразно так же подвергать конкретные экономические реалии такие, как цена и стоимость, прибыль, распределение и перераспределение доходов, маркетинг и реклама, налоги и налогообложение, рынок и деньги, в виду прежде всего особенности их восприятия и понимания людьми.

Анализ приведенных учебников и учебных пособий показал, что только в немногих из них более-менее детально поднимается проблема собственности в ее психолого-экономическом значении. Важно понять, почему это происходит, по каким причинам и психологи, и экономисты до последнего времени не уделяли должного внимания этой весьма важной в экономической жизнедеятельности общества категории. Но прежде чем обратиться к этому вопросу, рассмотрим еще один аспект экономической психологии, поскольку он самым непосредственным образом влияет на отношении людей к собственности, как в далёком прошлом, так и в современных ситуациях. Речь идет об этнопсихологической специфике восприятия и понимания людьми экономических реалий.

Адам Смит после публикации в 1776 году книги «Исследование о природе и причине богатства народов» стал одним из основателей экономической науки, заложив понимание важнейших закономерностей рационального и эффективного хозяйствования. Экономическая теория стала развиваться подобно математике, физике, химии, как универсальная «космополитическая» дисциплина с едиными или, по крайней мере, близкими терминами и законами. *Одной из важнейших целей экономической науки стало исследова-*

ние того общего, что делало разные народы богатыми и благосостоятельными. Но, в общем движение к этой цели, у каждого народа были свои отдельные дороги и тропинки, по которым шли люди, стремясь прийти к богатству наравне с другими, но одновременно сократить, не растерять свою оригинальность и уникальность, не изменить сложившимся традициям. Эти своеобразные "дороги и тропинки" зависели от географии местности и особенностей климата (горы, степи, лес или тундра) где они проживали, от условий труда и быта, от социальной истории народов, от традиций и норм владения собственностью, от дружбы или вражды "соседей" и еще от многих и многих причин. Следование своеобразными маршрутами порождало отличительные, оригинальные черты в психологии народа, а последние, в свою очередь, поддерживали и укрепляли самобытные формы и методы хозяйствования. И сегодня, несмотря на всеобщее стремление к универсализации мировой экономики немало *народов еще не могут* или *уже не хотят* предавать забвению свои традиционные формы хозяйственной деятельности, их нетривиальные результаты.

Более того, насытившись "всласть" типовыми, трафаретными, банальными товарами и услугами (автомашины, телевизоры, видеокамеры, компьютеры, бытовые приборы и т.п.), состоятельные космополиты всех народов все чаще начинают обращать свой взор на нестандартные, уникальные продукты труда, услуги сервиса и гостеприимства не только у экзотичных аборигенов, но и у своих консервативных, рутинных сограждан, чьим образом жизни и складом национального ума они еще совсем недавно помыкали. Растет понимание, что за всем оригинальным в материальной, вещной среде стоит, прежде всего, самобытность психологии народов или, говоря научным языком – их этнопсихологии.

Приведём ещё два важных аргумента в поддержку этнопсихологического подхода в экономике. Во-первых, стоит обратить особое внимание на значимую деталь работы классика экономической мысли А.Смита. Если обращаться к лингвистическим тонкостям, то название его книги было бы точнее перевести не как «Богатство народов», а как «Богатство наций», поскольку в отличие от английского языка в русском языке понятия «народ» и «нация» различаются. Адам Смит, ранее написавший, что естественные (и божественные) законы морали составляют фундамент экономических отношений, не случайно в заглавии своего труда поставил термин «нация». Можно условно говорить, что уже в первых работах известного мыслителя дано «добро» на развитие национально ориентированной экономической теории. Данное обстоятельство

подкрепляется в России тем, что в академических кругах психологов страны признано становление пограничной дисциплины «экономическая этнопсихология», у которой свой специфический предмет изучения» [см. 66, с.12, 545-614; 19].

В общем плане можно сказать, что *экономическая этнопсихология изучает особенности психологии и традиций хозяйствования и быта разных народов, которые, в свою очередь, влияют на своеобразие экономической деятельности и образа жизни данных народов и их этнических групп*. Такой подход, во-первых, дает возможность сравнить различные по типам управления и собственности системы хозяйствования на основе их эффективности и рентабельности, чтобы взять в будущее экономические структуры все рациональное и уникальное из каждой системы. Например, и американские, и японские корпорации обоюдно выиграли, когда начали перенимать друг у друга некоторые национальные элементы в организации производства различной продукции. Во-вторых, изучение субъективных аспектов экономики разных народов позволяет выявлять, оберегать и селекционировать не только традиционные виды хозяйственной деятельности, но и механизмы сохранения деловой и житейской психологии разных этнических групп и этносов в целом. Для России это особенно актуально, если брать во внимание положение «малых» народов Севера, Сибири, Дальнего Востока и т.п.

Последний момент в связи с чрезмерной унификацией общества имеет непреходящее значение. Здесь можно привести такое сравнение: в мировой экономике все большую роль начинают играть малые предприятия, мелкие фирмы: они имеют более высокие возможности удовлетворять самым взыскательным, привередливым вкусам потребителей в нестандартных товарах и услугах. Они хороши, потому что уникальны и индивидуальны. Точно так же уникальность и индивидуальность психологии каждого народа, ее духовных и материализированных продуктов становятся бесценным достоянием мирового сообщества. И как в конкретных фирмах и корпорациях основой основ является коллективная и (или) индивидуальная собственность, так и психологию любого народа нельзя рассматривать без учета специфики отношения его экономических субъектов к собственности.

Но самым важным, на наш взгляд, для этнопсихологического подхода к экономическим вопросам современности является то, что перестройка сознания людей в русле происходящих рыночных реформ не может не учитывать, с одной стороны, существовавших прежде национальных привычек, традиций, умений и навыков вла-

деть, пользоваться и распоряжаться собственностью, и в силу этого, уровня готовности индивидов воспринимать и осваивать новые тенденции в экономическом развитии общества, в том числе способности становиться эффективными собственниками. С другой стороны, развитое национальное самосознание, понимание собственной самобытности и особенных национальных качеств, побуждает представителей этноса изыскивать своеобразную «траекторию полёта» в экономическом развитии, а не просто обезьянничать, т.е. копировать, заимствовать чужие нормы и принципы хозяйствования без критического анализа возможностей их переноса на данную национальную почву. Например, Китайская Народная республика в 80-х годах XX века заявила, что она будет строить «социализм с китайским лицом» и довольно-таки успешно идёт по этому экономическому пути. Какой «капитализм» строит Россия с начала 90-х годов, заимствуя его элементы у других народов, причём из рыночных «механизмов» совершенно разных, об этом сегодня не могут сказать многие отечественные экономисты.

У данного вопроса есть ещё одна не менее важная сторона. Если мы искусственно настраиваем этнически ориентированное массовое сознание на «западные» или иные шаблоны, мы тем самым даём искажённую основу для понимания собственной общественной психологии, а значит в практической деятельности нацеливаемая на заведомо неточные ориентиры работы с людьми. Это практически наблюдается в том, что многие общепринятые в странах, давно перешедших к рыночной экономике, понятия и деловые образцы теории и практики бизнеса, маркетинга, менеджмента, рекламы и других областей жизнедеятельности мы совершенно некритично стараемся «внедрить» в неподготовленное сознание основной массы россиян. Никто сегодня ещё не подсчитал, сколько сбоев дали различные интересные, нужные и на «западный манер» сделанные проекты и бизнес-планы только из-за особенностей психологии российского обывателя, «новых русских» или отечественных чиновников.

Обращаясь непосредственно к анализу значения и проблем собственности в экономической психологии и этнопсихологии, вновь вернемся к мысли о том, что богатство человека всегда будет зависеть не только от социальных и этнических факторов, но в высокой степени от некоторых особенностей его личности. Лауреат Нобелевской премии Герберт Саймон – профессор университета Карнеги–Меллон (США) в своей мемориальной лекции напомнил мысль Альфреда Маршалла о том, что экономика должна быть психологической наукой и привел его конкретное высказывание: «по-

литическая экономия или экономическая наука занимается исследованием нормальной жизнедеятельности человеческого общества; она изучает ту часть индивидуальных и общественных действий, которая теснейшим образом связана с созданием и использованием материальных основ благосостояния.

Следовательно, она, с одной стороны, представляет собой исследование богатства, а с другой – образует исследования человека. Человеческий характер формировался в процессе повседневного труда и под воздействием создаваемых им в этом процессе материальных ресурсов, причем в гораздо большей степени, чем под влиянием любых других факторов, исключая религиозные идеалы» (76, с.25)

Поскольку отношение к богатству – это отношение к аккумуляции человеком, группами и обществом собственности, в зарубежной теории и практике эти аспекты постоянно имелись в виду при психолого-экономическом анализе жизненных реалий (хотя, надо признать, в несколько завуалированном виде). Но, к сожалению, подобный подход отсутствовал при анализе проблемы «социалистической» собственности. Он, к тому же, резко усугублялся тем, что «советская» экономическая наука весьма негативно относилась к категории «частная собственность» и рассматривала ее в сугубо критическом плане, как феномен характерный лишь для буржуазного, капиталистического общества. К примеру, один из первых исследователей проблем экономической психологии А.И.Китов подчеркивал негативный характер частнособственнической психологии человека и предполагал ее неизбежное исчезновение. В связи с этим он писал (во вполне естественном для того времени идеологическом контексте): «Полное преодоление частнособственнической психологии произойдет лишь на этапе строительства зрелого коммунистического общества. Однако отсюда вовсе не следует, будто постепенное приближение нынешних социалистических экономически отношений к зрелым коммунистическим само собой отбросит частнособственническую психологию» [41, с.200].

В «перестроечный» и «постперестроечный» периоды психологии и экономисты стали понимать необходимость отхода от односторонней оценки значения и «механизмов» частной собственности.

В 1989 году известный российский философ и психолог В.Д.Попов в своей книге «Психология и экономика» задавался следующими вопросами. «Бродит ли по стране «призрак частной собственности»? Если такой призрак и маячит, то насколько он пер-

спективно опасен для нашего общества, ведь в Венгрии, ГДР, Болгарии имеется опыт частной практики? При этом возникает и другой вопрос: а не происходит ли у нас пугливое смещение, подмена личной – частной собственностью» [62, с.112]. Но сама жизнь быстро нашла ответы на эти вопросы. «Воскрешение» института частной собственности в нашей стране в очень короткое время, осуществленная по-российски приватизация, принятие законов о собственности в целом, об интеллектуальной собственности, об обороте сельскохозяйственных земель и т.п. – все эти возникшие практически за последнее десятилетие реалии во многом изменили и массовое сознание, и взгляды каждого индивида на собственность как экономическую категорию.

В социально-психологическом плане важен тот факт, что нивелирование собственности в России и некоторых других государствах стало одним из основных камней преткновения во взаимоотношениях «социалистических» стран (вернее их властей) с другими обществами. Хотя большинство граждан капиталистических стран не обладали собственностью на средства производства, а имели в личном владении различные атрибуты индивидуальной собственности – дома, машины, холодильники телевизора и т.п., они все же были ярыми сторонниками частной собственности. Известнейший психолог Запада Э. Фромм писал по этому поводу: «и так же как член феодального общества считал выпады против феодальной системы безнравственными и беспочвенными, и так и рядовой член капиталистического общества считает выпад против частной собственности признаком варварства и бесчеловечности. Ненависть и отвращение, которые имеют многие люди в капиталистических странах по отношению к странам коммунистическим, в значительной мере основаны на том, что они негативно относятся к прямым признакам частной собственности» [92, с.334-335]. Таким образом, психологический негативизм к странам и лицам, отрицающим значение частной собственности, был одним из базисов международных экономических отношений, а вслед за ними и соответствующей политики.

Казалось бы, что в условиях реформ в России, в реальностях рыночной экономики такие мнения сходят и сойдут на нет. В первый период осуществляемых реформ так и было. Но, к сожалению, на их место нередко «заступают» другие стереотипы, связанные с собственностью, но уже в совершенно ином плане. Во-первых, гражданам западных стран на основе многочисленных примеров стало ясно, что осуществлённая в России приватизация, появление в стране олигархов и ярко выраженных «социальных низов» - это

зачастую несправедливая и негуманная по международным меркам реалья. Во-вторых, свой вклад в оценку проблемы внёс богатый российский собственник, ставший довольно-таки массовым явлением в зарубежных странах. Российский нувориш, по западным меркам «скакнувший из грязи – в князи», бесцеремонно скупающий недвижимость в европейских и иных государствах, подчас с русской бесшабашностью и мотовством, расшвыривающий «шальные» деньги», - такой человек в нравственном отношении более неприемлем для иностранного обывателя, чем далекий «коммунистический ортодокс», идейно отрицающий значение собственности, но которому собственное государство не давало возможности выезжать из-за «железного занавеса».

Но, несмотря на обилие проблем в рыночных преобразованиях России, обратного пути к полному отрицанию значения «частная собственность» в экономическом развитии уже нет и не будет. В этой связи актуальной задачей становится анализ как позитивных влияний собственности на деятельность человека и его личные характеристики с тем, чтобы помогать становлению психологии истинного собственника.

Сегодня многие вопросы хозяйственной жизнедеятельности россиян невозможно эффективно решать, не учитывая метаморфоз их отношений к собственности. Люди из разных социальных слоёв и категорий общества, из конкретных сфер экономики, работающие на предприятиях государственной, частной, коллективной собственности и т.д. зачастую специфично, своеобразно относятся к острым вопросам современной экономики. Но большинство из них, как это принято во всем цивилизованном мире, уже не приемлют открытого принижения или отрицания частной собственности. Еще Ф.М. Достоевский писал: «Без труда и без законной, нормальной собственности человек не может жить, превращается в зверя».

Зарубежные авторы с осторожностью относятся к анализу темы собственности. Здесь сказывается, прежде всего, понимание ее влияния на социальное расслоение людей и отсюда детерминацию конфликтности межличностных отношений. Но все же уйти от проблемы мало кто может. Так, А.Фернам и М.Аргайл в достаточно современной работе: «Деньги. Психология денег и финансового поведения» выделили специальную главу «Собственность», в которой рассмотрели следующие аспекты: деньги и имущество (почему мы нуждаемся в собственности, имущество, которое используется для улучшения качества жизни); межгрупповые имущественные различия; некоторые из главных видов собственности и т.д.

В России психолого-экономическим анализом отношений собственности, как было показано выше, занимается формирующаяся в отечественной науке дисциплина «Экономическая психология», в русле которой работают и авторы данной книги. Ради справедливости надо отметить то, что более–менее полный анализ проблемы собственности в психолого-экономическом ракурсе начался после выхода в «постперестроечный» период ряда работ наших коллег – экономистов и психологов. Одними из первых среди психологов к анализу тех или иных проблем собственности обратились сотрудники лаборатории социально – экономической психологии ИП РАН Е.Д. Дорофеев, А.Л. Журавлев, Е.В. Журавлева, А.С. Коцюба, В. П. Позняков, В.А. Хащенко, Е.В. Шорохова и др. Почти одновременно проблему стали рассматривать В.Д. Попов и Л.Д. Хвесюк, О.С. Дейнека и др. Среди экономистов психолого–экономические аспекты собственности затрагивали Д.Д. Бояркин, Г.Ю. Ивлева, В.М. Соколинский, Л.В. Шульгина и др. В 2002 г. в России появилась первая крупная монография по данному вопросу [см.38]. Внимание исследователей было обращено и на индивидуальную и на коллективную собственность в ее влиянии на характеристики человека, повышение или снижение эффективности его труда, на особенности межличностных отношений.

В частности, в серии исследований, выполненных В. П. Позняковым в 1987-1995 гг. на предприятиях агропромышленного комплекса ряда областей центральной России, изучалась динамика социально-психологических явлений в условиях изменения отношений собственности. Исследование поступательного развития внутригрупповых и межгрупповых отношений в производственной организации в условиях перехода на арендный подряд показало, что они складываются как сочетание процессов межгрупповой дифференциации (различение «мы» и «они» по разным подразделениям) и внутригрупповой интеграции (возникающее единство «я» и «моё сообщество»). Это связано с выделением и обособлением первичных трудовых коллективов, выступающих субъектами групповой собственности и совместной экономической деятельности. Как выяснил исследователь, совместная групповая собственность на средства производства сама по себе не является достаточным условием психологической интеграции коллектива, установлением единства «я» и «мы». Напротив, в сложных, напряженных условиях она может выступать фактором противоречий и конфликтов как внутри первичных коллективов, так и между ними.

Для примера можно привести еще одно исследование, которое рассмотрело попытки повышения эффективности производства

на основе коллективной собственности. В нем показано, как на строительном предприятии проводился эксперимент по развитию корпоративного управления собственностью. Основная цель эксперимента – расширение круга ассоциированных собственников, чтобы, в конечном счете, увеличить отдачу от использования имеющейся в компании собственности. В. Д. Попов и Л. Д. Хвесьюк, обосновывая «Психологическую культуру управления отношениями собственности» на данном предприятии, выдвинули ряд основных концептуальных положений, среди которых:

- отношения собственности, сложившиеся в результате приватизации в нашей стране, не отвечают менталитету, особенностям национального характера, доминантам глубинной психологии русского народа, и на первых порах воспринимаются как внешне навязанное явление (хотя необходимо признать, что менталитет, особенно в периоды серьёзных социальных изменений – это вещь пластическая и динамическая и может быть подвергнут значительным метаморфозам; но этот момент необходимо предварительно тщательно изучать);
- ведущим звеном в корпоративных формах развития отношений собственности (как объекте корпоративного управления) выступает общинность как ментальный для россиян вид социально-психологической связи между людьми, образующаяся для достижения общих экономических целей.

Эти аспекты целесообразно иметь в виду экономистам и менеджерам, разрабатывающим вопросы эффективного управления корпоративной собственностью в современной России.

Наиболее ёмкий обобщающий анализ роли и значения категории собственность в экономической психологии проведён в первом томе коллективной работы Института психологии РАН «Проблемы экономической психологии» в 2004 году. **Определив главными феноменами данной науки экономическое сознание и экономическое поведение**, авторы ряда статей книги показали в их структуре конкретные проявления отношений собственности. В частности, среди объектов, осваиваемых **экономическим сознанием**, названы:

- различная собственность и её собственники;
- деньги, твёрдая валюта или драгоценности, различные ценные бумаги как эквивалент денег;
- богатство и богатые люди, бедность и бедные люди и т.д.

К конкретным проявлениям *экономического поведения* в свою очередь отнесены: реальные выборы форм экономической активности (коллективной или индивидуальной формы собственности, специфики наёмного труда, направлений предпринимательской деятельности и т.п.), конкретные формы экономического поведения: потребительского, сберегающего, инвестиционного и т.д. (65 , с.5-6). В данном контексте не трудно заметить, что экономическое поведение во многих случаях предуготовлено специфичностью отношений собственности. Например, возможность инвестировать средства в производство может кроме государства только имеющий соответствующие активы и настроенный на их эффективное использование собственник.

В сборнике «Проблемы экономической психологии» введён специальный раздел (второй по своему расположению) «Психология отношений собственности», в который включены три статьи: «Личность и группа в системе отношений собственности» (А.И.Китов), «Психология собственности как область исследований в экономической психологии» (А.Д.Карнышев), «Особенности экономического сознания работников предприятий с разными формами собственности» (А.Л.Журавлёв). В каждой из статей рассматриваются специфические аспекты психологии собственности и собственника, а вкуче они показывают возможные направления анализа проблемы собственности в экономической психологии. Данное обстоятельство является ещё одним подтверждением того, что недооценка острых вопросов собственности в российской науке и практике преодолена.

Проведённый в главе анализ позволяет выделить *психологию собственности* в качестве специфического раздела экономической психологии. *Данный раздел изучает взаимовлияние личности и собственности. Конкретно это проявляется, с одной стороны, во влиянии собственности на психологические характеристики человека, а с другой – во влиянии индивидуальных и групповых особенностей людей на реализацию отношений собственности.* Экономическое сознание в данном случае проявляется как отношение человека к разным объектам и субъектам собственности, включая других людей, с которыми ему приходится взаимодействовать. Экономическое поведение же реализуется через различные поступки и действия, посредством которых человек увеличивает или уменьшает свои имущество и недвижимость, управляет и манипулирует партнёрами и сотрудниками с целью получения преимуществ и выгод для себя как собственника. Таков общий подход к вопросу о содержании экономической психологии собствен-

ности, и он должен детализироваться через раскрытие конкретных проблем.

В заключение подытожим некоторые, изложенные в настоящей главе, позиции.

Ряд областей экономической теории и практики традиционно включают в себя психологические аспекты и не могут эффективно рассматриваться вне их. В таких областях давно возникло осознание того, что субъективные характеристики человека и социальных групп – это вторая неотъемлемая сторона любых экономических реалий. Именно на этих сторонах экономической жизни сосредоточивает своё внимание развивающаяся научная дисциплина – экономическая психология.

Резкое изменение экономических отношений в России, прежде всего установление частной собственности, приватизация государственных предприятий, акционирование, «включение рыночных механизмов регулирования экономики и т.д., предопределили соответствующие изменения не только в позициях и установках индивида, но и в массовом сознании общества. При этом метаморфозы позиций отечественных субъектов экономической деятельности во многом не соответствуют экономическому сознанию зарубежного гражданина из цивилизованных стран, отличаются своей спецификой и своеобразием».

Во многих областях экономики при практическом решении хозяйственных вопросов срабатывают не столько экономические, сколько социально-психологические закономерности. Это касается прежде всего процесса приватизации, где клановые, родственные, земляческие, этнические связи, криминальная направленность отдельных индивидов предопределили характер перехода государственной собственности в частную, в результате чего зачастую не было получено не только ожидаемого, но и вообще никакого эффекта. Приватизация во многих отраслях не привела к появлению «хозяина нового типа», а, наоборот, способствовала развитию психологии завистничества, отчуждения одних социальных групп от других, отчужденности от общественных экономических интересов.

Психология собственника – россиянина, заметно отличается от аналогичного феномена в развитых странах. Все это ставит перед обществом серьезнейшую задачу – каким образом развить правильные, положительные тенденции в сознании российского гражданина, нейтрализовать негативное влияние произошедших перемен. Но в любом случае этому должны предшествовать теоретические и практические исследования и наработки, четко регистрирующие со-

временное состояние сознания «экономического человека», психологическую базу последующих изменений. В решении всех этих задач существенная роль принадлежит экономической психологии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Содержание книги по разным ее главам показало, что *психология собственности изучает вопросы взаимовлияния личности и собственности*. Рассмотренные в книге вопросы видов и форм собственности, этнических и религиозных позиций по анализируемому вопросу, проблематика приватизации и интеллектуальной собственности, другие темы проиллюстрировали обоснованность данного тезиса. В заключение попытаемся обобщить основные моменты проанализированных проблем.

Если рассматривать в целом предназначение и значение собственности в обществе, то здесь можно напомнить и подчеркнуть следующие моменты.

- ◆ Собственность – основа богатства, процветания эффективной экономики и в тоже время целевой ориентир для деловых людей;
- ◆ Собственность – стимул развития производства и одновременно – мерило потребления;
- ◆ Собственность – явная или скрытая причина социальных взаимодействий «исполнителей» различных экономических ролей, подоплека их отношений
- ◆ Собственность – детерминанта социального статуса человека в иерархической структуре современного общества;
- ◆ Собственность в плане расширения ее «работающих» форм и видов свидетельствует об эффективности экономических реформ и их динамике;
- ◆ Приобщение к собственности как формирование и закрепление умений и навыков владеть, пользоваться и распоряжаться ею является главным критерием экономической социализации;
- ◆ Отношение собственников к экономическим обязанностям, в частности выплате налогов, показывает уровень их социальной зрелости;
- ◆ Собственность увязывает воедино экономическое и политическое положение человека

Собственность как сложный психолого-экономический феномен может проявлять в человеке и все лучшее, и все худшее. Человечество издревне эти нюансы признавало и отразило их в этико-философских трактатах и в нравственно-религиозных канонах. К

числу важных характеристик собственности, воспринимаемых чаще всего человеком как положительные и в соответствующем плане влияющие на него, можно отнести следующие:

- | | |
|----------------------|--|
| Собственность | <ul style="list-style-type: none">◆ Гарантия, независимости, «отчеканенная свобода»;◆ Атрибут благополучия и уверенности;◆ Возможность реализации своих способностей;◆ Чувство комфорта и защищенности;◆ Возможность для благотворительной деятельности;◆ Детерминанты ответственности (учит рациональному поведению и социальной ответственности); |
| – это: | <ul style="list-style-type: none">◆ Возможность осуществления властных полномочий;◆ Определенный (соответствующий) образ и стиль жизни;◆ Основа, инструмент для получения дохода;◆ В ее интеллектуальных вариантах – показатель дарований человека. |

К числу отрицательных черт и состояний личности, связанных с собственностью и выступающих обратной стороной некоторых её достоинств, следует отнести

- | | |
|----------------------|--|
| Собственность | <ul style="list-style-type: none">◆ Зависть к уровню богатства других;◆ Причина неоправданной гордыни, апломба, амбиций; |
| – это: | <ul style="list-style-type: none">◆ Обуза (в связи с чрезмерной ответственностью, затратами времени и средств на ее «обслуживание»);◆ Стрессы и негативные эмоциональные состояния, связанные с риском и проблемами владения собственностью;◆ Возможность эксплуатации;◆ Жажда наживы;◆ Основа шантажа и вымогательства;◆ Эгоизм;◆ Извращенное у некоторых индивидов стремление не только к экономической, но и политической власти (часто связано с переделом собственности и стремлением к политической власти); |

- ◆ Необходимость отчуждения части доходов в виде налогов и т.п.

Приведенные выше и сделанные в книге другие обобщения позволяют говорить, что без знания и учета психологического восприятия собственности и отношения к ней (в том числе к конкретным формам ее проявления, способам приобретения, мотивам владения и т.д.) со стороны субъектов собственности, различных групп населения невозможно проводить разумную экономическую политику в стране. Одномоментно без знания психолого-экономических аспектов данного вопроса невозможно строить на цивилизованной основе «взаимоотношения» частной, муниципальной и государственной форм собственности, осуществлять оборот прав собственности, развивать интеллектуальную собственность, позитивно решать проблему экономической и политической власти.

ГЛОССАРИЙ

ЛИТЕРАТУРА

1. Алешина И. В. Поведение потребителей: Учеб. пособие для вузов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 384 с.
2. Андерсен Р., Шихирев П. «Акулы и дельфины» (Психология и этика российско-американского делового партнерства) – М.: Дело Лтд, 1994. – 208 с.
3. Асмолов А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. – М.-Воронеж, 1996. – 768 с.
4. Беляева Ю.И. Интеграция корпоративного капитала и формирования финансово промышленной элиты. Российский опыт. – М.: 1999. – 293 с.
5. Бёбель И. Собственность, права собственности и институциональные изменения / Проблема собственности: теория, история, практика. - М.: ИНИОН РАН РЭФсб, 1995. – с. 19-39.
6. Блази Дж., Круз Д. Л. Новые собственники (наемные работники – массовые собственники акционерных компаний). – М.: «Дело Лтд», 1995. – 320 с.
7. Бовин А. А., Чередникова Л. Е. Интеллектуальная собственность: экономический аспект. – М.–Новосибирск: ИНФРА-М – НГАЭ и У, 2001. – 215с.
8. Бояркин Д.Д. Теория собственности. – Новосибирск: «Экор», 1994.
9. Бункина М.К., Семенов В.А. Экономика и психология. Учебное пособие. – М.: «Дело и Сервис», 1998. – 400 с.
10. Бурменко Т.Д. Проблемы интеллектуальной собственности в современных условиях //Рынок и вопросы подготовки коммерческих кадров: Сборник научных и методических трудов. – Иркутск: Иркутский филиал Московского Государственного Университета Коммерции, 1997.
11. Бурменко Т. Д. Система отношений собственности в современной экономике /Экономическая теория (Политическая экономика). – М.: ФА при правительстве РФ, 1997. - С. 40-63.
12. Бурменко Т.Д. Становление рыночной экономики и люмпены // Становление рыночных структур и исследование новых видов социально-трудовой активности человека. Тезисы докладов всесоюз. науч. конф. – Калининград, 1991.

- 13.Бурменко Т.Д. Сущность и развитие отношений собственности // Основы функционирования экономических систем: Проблемные лекции по политической экономии. – М.: Высшая школа, 1991.
- 14.Бурменко Т.Д. Эксплуатация в системе отношений рыночной экономики // Проблемы жизнеобеспечения и социальной защиты в регионе: Сб. науч. трудов. – Иркутск: ИГЭА, 1994. Депонировано в ИНЕОН АН РАН.
- 15.Вагин И.О. Имейте деньги. Психология богатства. – СПб.: Питер, 2001. – 224 с.
- 16.Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 367 с.
- 17.Вебли П., Бергойн К., С.Ли, Б.Янг. Экономическое поведение в течение жизни // Экономическая психология в структуре жизненных реалий. – Иркутск: ИГЭА, 2001. – С. 86-124.
- 18.Винер Н. Человек управляющий. – СПб: ПИТЕР, 2001. – 288 с.
- 19.Винокуров М. А., Карнышев А. Д. Введение в экономическую этнопсихологию. Учебное пособие. – Иркутск: ИГЭА, 2000. – 304 с.
- 20.Деарлав Д. Бизнес путь: Билл Гейтс. 10 секретов самого богатого в мире бизнес-лидера. - СПб.: Изд-во «Крылов», 2003.- 208с.
- 21.Дейнека О. С. Экономическая психология. Социально-политические проблемы. - СПб.: СПбГУ, 1999. – 240 с.
- 22.Десницкий С.Е. Юридическое рассуждение о разных понятиях, какие имеют народы о собственности имущества //Русская философия второй половины XVIII века. Хрестоматия. - Свердловск: Изд-во УГУ, 1990. – С. 59-73.
- 23.Диттмар Х. Экономические представления подростков //Иностранная психология. – 1997. - №9. – с.25-35.
- 24.Дэвис С.М. Управление активами торговой марки. – СПб: Питер, 2001. – 272 с.
- 25.Евстигнеев Л., Перламутров В. Перестройка: общественный капитал и рынок. – Вопросы экономики. – 1990. - №4. – с. 3-11.
- 26.Емельянов Е. Н., Поварницына С. Е. Психология бизнеса. – М.: АРМАДА, 1998. – 511с.

27. Журавлев А. Л. Социально-психологические проблемы детерминации поведения личности и группы в изменяющемся обществе // Динамика социально-психологических явлений в изменяющемся обществе. - М.: ИП РАН, 1996. – С. 3-21.
28. Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. – М.: ИП РАН, 2003. – 436 с.
29. Зарубина Н. И. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. – М.: Магистр, 1998. – 360 с.
30. Ивлева Г.Ю. Основные закономерности развития и трансформации собственности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. – М., 2001.
31. История России. 1917-1940. Хрестоматия. – Челябинск: Южноуральское изд-во, 1994. – 352 с.
32. Капелюшников Р.И. Экономическая теория прав собственности (методология, основные понятия, круг проблем). АН СССР ИМЭ и МО. – М., 1990.
33. Капелюшников Р. Эксплуатация: термин с блуждающим смыслом. – МЭ и МО. – 1992. - № 12. – С. 74-86.
34. Кара-Мурза С.Г. Столыпин – отец русской революции. – М.: Алгоритм, 2002. – 256 с.
35. Карнышев А. Д. Очерки социальной психологии. – Иркутск: ИГУ – БГУ, 1998. – 325 с.
36. Карнышев А.Д., Жуков К.С., Шестак В.Ф. Психология и технология политического соперничества. – М.: ИМА-Пресс, 2001. – 208 с.
37. Карнышев А.Д., Бурменко Т.Д. Собственность: психолого-экономический анализ. – Иркутск: ИГЭА, 2002. – 204с.
38. Карнышев А.Д. и др. Психология в политической деятельности. – М.: ИМА-Пресс, 2004. – 456 с.
39. Кийосаки Р., Лектер Ш. Богатый папа, бедный папа. - Мн.: ООО «Попурри», 2002. – 272 с.
40. Китов А.И. Собственность и личность // Проблемы экономической психологии. – М.: ИП РАН, 2004. – С.109-138.
41. Китов А. И. Экономическая психология. – М.: Экономика, 1987. – 303 с.

- 42.Климов Е. А. Основы психологии. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 295 с.
- 43.Ключевский В.О. Сочинения в девяти томах. – М.: Мысль, 1990.
- 44.Короленко В.Г. Земли! Земли! Мысли, воспоминания, картины. - М.: Советский писатель, 1991. – 224 с.
- 45.Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991. – 736 с.
- 46.Краткий политический словарь. - М.: Политиздат, 1983. – 400 с.
- 47.Крамник В.В. Власть и мы: ментальность российской власти – традиции и новации // Общество и политика. – СПб.: СПбГУ, 2000. – с.90-143.
- 48.Лазурский А. Ф. Избранные труды по психологии. – М.: Наука, 1997. – 446 с.
- 49.Ламперт. Социальная рыночная экономика. Германский путь. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 224 с.
- 50.Лурье С.В. Историческая этнология. Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект – Пресс, 1997. – 448 с.
- 51.Майерс Д. Социальная психология. - СПб: Питер,1999. – 520 с.
- 52.Машков В.Н. Психология экономики. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 188 с.
- 53.Монтескье Ш. Избранные произведения. – М.: Политиздат, 1955. – 799 с.
- 54.Мухин А.А. Бизнес – элита и государственная власть. – М.: Изд-во ГНОМ и Д., 2001. – 208 с.
- 55.Нэсбитт, Д. Эбурдин П. Что нас ждет в 90-е годы. – М: Республика, 1992. – 415 с.
- 56.Общество и политика: Современные исследования, поиск концепции. – СПб: изд-во СПбГУ, 2000. – 512 с.
- 57.Петти В. Трактат о налогах и сборах //Классика экономической мысли. – М.: ЭКСМО – ПРЕСС, 2000. – С. 5-76.
- 58.Пинскер Б., Пияшева Л. Собственность и свобода. – Новый мир. – 1989. - № 11. – С. 188-196.
- 59.Позняков В. П. Психологические отношения субъектов экономической деятельности. – М.: ИП РАН, 2000. – 220 с.

60. Позняков В.П. Психологические отношения и экономическое поведение сельских жителей, связанные с выбором форм собственности // Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999. – С. 97-116.
61. Полякова Н. В. Экономическое поведение. – Иркутск: ИГЭА, 1998. – 236 с.
62. Попов В. Д. Психология и экономика. – М.: Советская Россия, 1989. – 304 с.
63. Попов В. Д., Хвесюк Л.Д. Экономическая психология (корпоративное управление отношениями собственности). – М.: Изд-во РАГС, 1999. – 108 с.
64. Приватизация по-российски / Под ред. А. Чубайса. – М.: ВАГ-РИУС, 1999. – 367 с.
65. Проблемы экономической психологии // Под ред. А.Л. Журавлёва, А.Б. Купрейченко. – М.: ИП РАН, 2004. – 619 с.
66. Проскуряков А. Интеллектуальная собственность. Учет, налоги, право, аудит. – Вологда: Ардвисура, 1998.
67. Пряжников Н.С. Психология элитарности.- М.-Воронеж: МО-ДЭК, 2000. – 512 с.
68. Психоанализ и культура. Избранные труды К. Хорни и Э. Фромм. – Юрист, 1995. – 623 с.
69. Психоанализ и науки о человеке /Под ред. Автомоновой И.С., Степина В.С. – М.: Прогресс-Культура, 1996. – 416 с.
70. Психологический словарь /А.В. Петровский, М.Г. Ярошевский. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
71. Психология и экономика. Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО. – Калуга, 2000. – 469 с.
72. Райзберг Б.А. Психологическая экономика. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 432 с.
73. Раушер А. Частная собственность в интересах человека труда. – М.: Дело, 1994. – 64 с.
74. Рудык Э. Керемецкий Я., Завьялова Г. Задачи демократизации собственнических отношений на российских предприятиях // Российский экономический журнал. – 1999. - № 4. - С.9-22
75. Русская философия собственности (XVII - XVIII вв.). – СПб.: СП Ганза, 1993. – 410 с.

76. Саймон Г.А. Рациональное принятие решений в деловых организациях // Психологический журнал. – 2001, том 22, № 6,7.
77. Селюнин В. Рынок: химеры и реальность // Знание. – 1990. - №6. – С. 201-208.
78. Симмонс Д., Мэрс Ч. Как стать собственником. – М.: Аргументы и факты, 1993. – 299 с.
79. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов // Классика экономической мысли. – М.: ЭКСМО – ПРЕСС, 2000. – С. 77-402
80. Современные проблемы экономической психологии и этики делового общения: Материалы конференции. – СПб.: СПбГУ-ЭФ, 2000. – 243 с.
81. Современные проблемы экономической психологии и этики делового общения в трудовой, управленческой и предпринимательской деятельности: Материалы IV-й Всероссийской научно-практической конференции, 29 октября – 1 ноября 2001 г. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 191 с.
82. Современная психология: состояние и перспективы. Тезисы докладов на юбилейной научной конференции ИП РАН 28-29 января 2002 года. / Ответственные редакторы: А.В. Брушлинский, А.Л. Журавлев. - М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002. Т.2. 340 с.
83. Соколинский В. М. Психологические основы экономики. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 215 с.
84. Соловьев Вл. Сочинения в 2-х томах. – М.: Мысль, 1988.
85. Социальная психология экономического поведения / Под ред. А. Л. Журавлева, Е. В. Шороховой. – М.: Наука, 1999. – 237 с.
86. Спасенников В.В. Экономическая психология: Учебное пособие. – М.: ПЭРСЭ, 2003. – 448 с.
87. Стенлейн Дж. Ф. Экономика для начинающих. – М.: Республика, 1994. – 447 с.
88. Сэндидж Ч. и др. Реклама: теория и практика. – М.: Прогресс, 1989. – 630 с.
89. Фернам А., Аргайл М. Деньги. Психология денег и финансового поведения. – СПб.: Прайм – ЕВРОЗНАК, 2005. – 352 с.
90. Филиппов А. В. Психология и собственность // Труды Ярославского методологического семинара (Методология психологии). Том 1. – Ярославль. МАПН, 2003. – 384 с.

91. Фишер И. Покупательная сила денег. – М.: Дело, 2001. – 320 с.
92. Фромм Э. Душа человека. – М.: Республика, 1992. – 430 с.
93. Фромм Э. Иметь или быть. – М., 1986. – 238 с.
94. Хащенко В.А. Ценностные ориентации различных социальных групп в условиях разных форм собственности //Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999. – С. 56-67.
95. Хейне П. Экономический образ мышления. – М.: Дело, 1993. – 704 с.
96. Хорни К. Наши внутренние конфликты //Психоанализ и культура. – М.: Юрист, 1995. – С. 5-190.
97. Шеншин А.Е. От «теневизации» экономики к криминализации общества: генезис и сущность криминальных экономических процессов //Вестник МГУ. Сер 18. Социология и политология. – 2003. - №3. – С. 33-50.
98. Шорохова Е. В. Психологические особенности социально – экономических преобразований в сельском хозяйстве России в 20-30–е годы XX века //Социальная психология экономического поведения. - М.: Наука, 1999. – 237 с.
99. Шульгина Л.В. Личное потребление и его формы (экономический и психологический аспекты). – Воронеж: ВГТА, 2002. – 240 с.
100. Экономическая психология: вопросы теории и практики. – СПб: СПбГУ ЭФ, 2001. – 274 с.
101. Экономическая психология //Психология. Учебник для экономических вузов /Под ред. В.Н. Дружинина. – СПб.: Питер, 2000. – 672 с.
102. Экономическая психология: социокультурный подход /Под ред. И. В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2000. – 511 с.
103. Экономическая психология: актуальные теоретические и прикладные проблемы. Материалы конференций /Под ред. А.Д. Карнышева. – Иркутск: ИГЭА, 2000, 2001, 2002; Изд-во БГУЭП, 2003, 2004, 2005.
104. Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития. Материалы конференций. – СПб.: СПбГУ ЭФ, 1999 – 2004.

105. Экономическая психология в структуре жизненных реалий /Под ред. Винокурова М.А., Карнышева А.Д. – Иркутск: ИГЭА, 2001. – 251с.
106. Экономическая психология и психологическая деятельность в Иркутске. Материалы для круглого стола /Под ред. А. Д. Карнышева. – Иркутск: ИГЭА, 2000. – 119 с.
107. Экономическая теория: Учебник: часть 1. – Иркутск: Изд-во ИГЭА, 1998.
108. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия: В 4-х т. – М., 1980.
109. Эффективный экономический рост: теория и практика: Учеб. пособие для студентов экономических вузов /Под ред. Т.В. Чечеловой. – М.: Изд-во «Экзамен», 2003.
110. Юрьев А. И. Глобализация как новая форма политической власти... //Россия. Планетарные процессы. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. – С. 235-264.
111. file: // М: \ disk %201%20 для %20 библиотеки \ REstore \ OUTT \ BIBLIOGRAFF \ 469842...