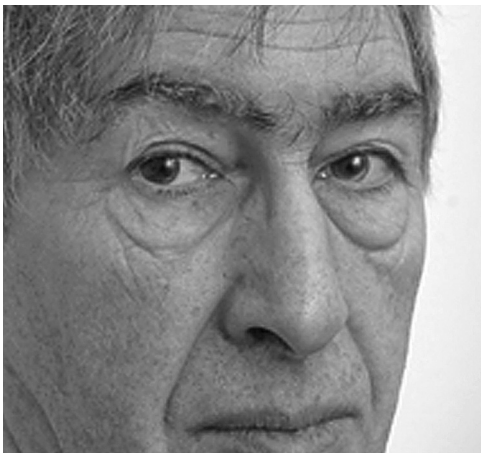
Алексей
Левинсон

К генеалогии российского бизнеса



В наши дни завершается процесс утверждения российского бизнеса как социального института, а с ним и репертуара статусов и ролей российских предпринимателей. О некоторых крупных бизнесменах («олигархах») публика что-то знает из массмедиа. О других не знает ничего. Крупным, в общем, неважно, что люди о них думают.

Мелкие и средние предприниматели вышли из народа, и этот выход был для них в большинстве случаев драматичным. Консистентной, признанной, внятной ролевой модели предпринимателя, делового человека, бизнесмена в советском и постсоветском обществе не существовало. Присутствовала только созданная советской пропагандой серия

g

СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ЛИРИКА

антимоделей — «капиталистов», «буржуев», — а также малорелевантных современным российским условиям образов деловых людей из зарубежной литературы и кинематографа или же образы дореволюционных купцов и капиталистов.

Ниже представлены несколько источников, которые помогли общественному сознанию сформировать для себя образ отечественного делового человека — или представить бизнесмена как социальный тип. Существенной частью этого процесса является становление представлений предпринимателей о самих себе, о том, как им надлежит выглядеть в глазах таких же, как они, в глазах других, как вести себя, как вести дела. Вопрос о ресурсах социальной памяти, которые уже были использованы для этого и которые еще могут быть при необходимости отмобилизованы, имеет, как кажется, не только академический характер[1].

За короткое (исторически — ничтожное) время на российской общественной сцене появилось несколько новых социальных типов. Откуда начинать? Возможно, кому-то из нынешних российских деловых людей импонируют образы Павла Третьякова, Саввы Мамонтова, Ивана Сытина или Саввы Морозова, и они пытаются им подражать. Но в массовом сознании нынешний образ предпринимателя с фигурой российского купца или фабриканта не связывается.

То же можно сказать и про образ нэпмана: он присутствует как театральный или книжный — и при этом малосимпатичный — персонаж, с нынешними предпринимателями никак не соотносимый. Нэпман забыт, нэп забыт, но именно с тех времен в городской бытовой культуре сохранилось важное разделение на *государственное* и *частное* по отношению к предприятию, к месту работы, к сфере жизни. Удел частника незавидный — «Меня, несчастную, торговку частную, ты пожалей», — но его товар, как правило, лучше, чем в госторговле (об этом, например, у Маяковского в «Клопе»); считалось, что частник был «при деньгах» — совслужащие и рабочий класс ему завидовали.

Далее нэп свернули, нэпманов посадили или распугали, но «частник» как социальный субъект продолжил свое существование — в основном в торговле и сфере услуг. Частниками были крестьяне/колхозники, продававшие продовольствие на Тишинском, Палашевском, Усачевском, Центральном и других рынках. Они были частными торговцами, но при этом законными, легальными. Их товар был более свежим и качественным, чем магазинный, но и существенно более дорогим. Такое могли себе позволить только зажиточные семьи.

Колхозники торговали выращенным на «приусадебных» участках — прежде всего картошкой, а также курятиной, свининой, говядиной, молоком и всем, что из него. Эти участки и дворы, где люди по своей воле растили, что могли или хотели, а потом продавали, не давали покоя тем, кто в СССР (как и в Народном

1 Укажем на недавний эпизод из истории российского бизнеса. Санкции и другие обстоятельства, так или иначе связанные с началом специальной военной операции, резко осложнили функционирование российской экономики, включая те ее сегменты, которые обслуживали нужды СВО. Руководство страны приняло тогда решение, по смелости сопоставимое с введением нэпа сто лет тому назад: фактически был реализован призыв президента Дмитрия Медведева, озвученный им в 2008 году: «Перестаньте кошмарить бизнес!». Число уголовных дел против «хозяйствующих субъектов» резко сократилось, что было сигналом: дела можно вести так, как считаете нужным, — был бы результат. И он не заставил себя ждать: необходимые ресурсы, товары, услуги вернулись. Почему? Потому что бизнес воспользовался теми навыками, знаниями и возможностями, которыми овладел еще в годы своего советского подпольного и полуподпольного, а также раннего постсоветского существования (в те самые «лихие 1990-е»).

Китае, Камбодже и так далее) называл себя «коммунистами», а под социализмом понимал систему, при которой «государство», то есть они и только они, распоряжаются всеми ресурсами. Участки отнимали, яблони рубили, скот уводили. Результат был всегда один — голод и дефицит.

И ведь эти борцы с частной собственностью знали, что если разрешить частную инициативу на земле, то население себя прокормит — чего они со своими госпроизводством и госраспределением сделать не могли. Примеры тому и нэп, и согласие властей во время Великой Отечественной войны на выращивание картошки на свободных участках в черте города, и более поздние «шесть соток». При этом ставилось условие: использовать землю городским можно только для собственного пропитания, но «не для наживы».

След от тех времен в народной памяти очень глубокий. В постперестроечные годы большинство опрошенных выступали за возможность иметь в частной собственности небольшие участки земли. Можно видеть здесь пережитки аграрного общества, но мы полагаем, что стойкость этим взглядам придал опыт (ранне) городского существования, когда картошка со своего огородика спасала семью от голода. Да, излишками овощей, фруктов, ягод со своих участков (и домашними консервами из них) понемногу торговали, но значимого вклада в благосостояние это не имело — дорога от «шести соток» к фермерству, к аграрному капитализму была далека. Не похожи на фермеров были и колхозники, торговавшие на рынках творогом-сметаной, картошкой-морковкой-луком, а также метлами и вениками.

Иными были люди с юга. У них — мандарины, лавровый лист, виноград: рента субтропиков, очень высокие доходы и интенсивное накопление средств в малых локусах на периферии большой державы. Заработанное шло в дело: появились первые (после нэпа) ростки частного предпринимательства — цеха и их хозяева-цеховики. Они использовали государственные предприятия легкой промышленности, вне плана и отчетности производя там товары высокого спроса, далее распространявшиеся через госторговлю и по иным каналам.

В республиках Закавказья и в прилегающих к ним регионах стала формироваться подпольная капиталистическая среда, которая — формально будучи незаконной — срасталась с «обычным» криминалом. Но также она была и своего рода инкубатором капитализма, позже распространившегося на всю страну. В отдельных колхозах то и дело появлялись оборотистые председатели, добавлявшие к своему хозяйству какие-нибудь мастерские или артели, производившие на немудрящем оборудовании что-либо из потребного селянам. Такие колхозы быстро богатели, слава председателей росла, затем прокуратура возбуждала дела о «незаконном предпринимательстве», мастерские разорялись, а председатель получал срок. Богатеть таким способом не разрешалось.

В больших городах центральной России частное предпринимательство в послевоенные годы имело иные формы, в чем-то повторявшие дореволюционную жизнь — только теперь прикрыто или потаенно. Частниками — поставщиками бытовых услуг — были мужики, ходившие по дворам с протяжными криками «Вставляяяятьстёкла!», «Точитьножиножницыбритвыправиить!», «Старьеберёёёём!». От государственной сферы услуг их отличал индивидуальный подход и оказание услуг на дому. Они действовали легально, от артелей, но ходили именно по дворам, а не по улицам.

Были совсем частники. На дом ранним утром приходили молочницы с бидоном и мерной литровой кружкой, иногда зеленщицы с укропом, огурцами. К нам приходил полотер, молча исполнявший сложный танец на паркете. Приходили маникюрша и парикмахер-еврей, стригший-бривший многих знаменитостей, о которых не сплетничал, но мимоходом упоминал громкие имена. Стоматолог-немка лечила соседям зубы, пряча инструменты под подушку от незнакомых. Деду выходной костюм шил портной-поляк, выходные туфли для матери заказывали у немца-сапожника. Всех этих людей называли по имени, без фамилий. О них говорили, чуть понизив голос и с известным уважением. Их ценили. Да и сейчас в сфере услуг некоторым хочется иметь «своего». За персонализацию готовы приплачивать.

Далее, существовали «спекулянты», торговавшие тем, чего нельзя было «достать» в магазинах. Это был «дефицит», «импорт» — в основном одежда и обувь (появившиеся позже «фарцовщики» шли той же дорогой). Они иногда приходили на дом, иногда назначали особое место для встречи, и все участники трансакции — кто рекомендовал, ручался, продавал и покупал — знали, что за спекуляцию была статья. Но среди формально незаконных действий люди различали преступное и непреступное, по человеческим нормам, — во второй сфере в основном и происходила такая жизнь; во многом из этой части социального спектра вышел современный российский бизнес.

Информация о всех перечисленных выше услугах распространялась исключительно по сетям знакомств, мастеров «передавали» от «своих» к «своим», сами эти услуги были обстоятельствами сугубо частной жизни. «Достать по знакомству» означало, что трансакции совершаются в сфере частного, то есть на основе иных норм и конвенций, нежели в сфере государственного. Покупки же в «Гастрономе» или в «Галантерее» были частью жизни публичной, и «своих» в таком смысле там не было[2]. Работники советской госторговли, вероятно, ближе всех стояли к тем ролям, которые пришлось осваивать пионерам частного предпринимательства, и имели сложный образ. С одной стороны, они были зажиточнее обычных трудящихся, что уважалось; с ними стремились поддерживать знакомства, они помогали «доставать дефицит»[3]. С другой стороны, существовало широчайше распространенное мнение, что в торговле «все воруют» — «даже кто приходит честный, принуждают воровать, чтобы был замазан и никого не сдал», — что продавцы обвешивали, обсчитывали, были махинаторами, что, наконец, они все мерили на деньги. А советских людей от этого отучили, они этим брезговали — не при капитализме же живем!

Практики российского постсоветского капитализма в силу исторических обстоятельств его появления поначалу

2 Впрочем, знакомства работали и здесь: у некоторых был знакомый мясник в гастрономе, «откладывавший» им необходимое. Также была категория алкоголиков-инвалидов, с утра толкавшихся у продмага, — для них продавщица винно-водочного отдела была «своей».

3 Янош Корнаи самым убедительным образом показал, как госсоциализм с неизбежностью порождает дефицит любого ресурса, который является значимым в этой системе (Корнаи Я. *Дефицит*. М.: Наука, 1990). Юрий Левада и автор этих строк еще до знакомства с трудами Корнаи пришли к тем же выводам, но на основе не политэкономического, а социологического анализа (Левада Ю.А., Левинсон А.Г. *«Похвальное слово» дефициту* // Горизонт. 1989. № 10). Впрочем, первенство в освоении данной темы принадлежит Михаилу Жванецкому, чей скетч «Дефицит» (1969; www.litres.ru/book/mihail-zhvaneckiy/izbrannoe-8707222/), известный советской аудитории в исполнении Аркадия Райкина, показывал, как дефицитарная экономика формирует социальную систему планового хозяйства, а именно — встраивание неформальных отношений (то есть частного) в отношения формальные, «государственные».

основывались на смеси правил поведения «буржуя» или «капиталиста», известных понаслышке или почерпнутых из критики капитализма, в том числе в журнале «Крокодил», с одной стороны, и описанных выше порядков городской частной жизни, с другой. Советское «это вам не частная лавочка!» подчеркивало приоритет государственного и принижало частное — собственность, инициативу, жизнь. И только удивительная живучесть всех этих полуподпольных, полунелегальных взаимодействий с их собственными законами честности, выгоды и справедливой цены на первых порах могла ценностно поддерживать предпринимательскую активность.

Это применимо и к капитализму «снизу», который рос из среды повседневности, начинался как дела между «своими» с постепенным выходом ко «всем», и к капитализму «сверху», когда огромные предприятия, а то и отрасли вдруг попадали в частные руки: отношения между крупными предпринимателями, «олигархами», их взаимодействия с высшим политическим корпусом строились по тем же схемам — эти «свои», а те нет; здесь есть «знакомства», «связи», «отношения», а там нет. В перестройку структуры частных неформальных отношений стали социальной основой нарождающегося капитализма.

Но принять складывавшуюся ценностно-нормативную систему людям, выросшим на советском культурном ресурсе, было тяжело. Для многих советских людей начать бизнес значило переступить моральную границу, ведь работать на ткацкой фабрике, быть учительницей — это точно хорошо, а завести ларек и торговать в нем — и рискованно, и вообще что-то в этом не то, пусть и денег, возможно, больше. Нынешний бизнесмен — одиночка, он сам за себя в ответе, а «мы», большинство, у государства за пазухой. Опросы показывают, что люди, готовые на риск ради успеха, в России постоянно в меньшинстве; преобладают же те, кто предпочтет не очень высокий, но стабильный доход.

Особенно тяжело приходилось тому, кто становился бизнесменом вынужденно. Это были или квалифицированные рабочие, оставшиеся без заработка, поскольку их предприятия остановились, а иного применения своей профессии они найти не могли[4], или бывшие руководители, которых партийная организация или коллектив «назначили в собственники», когда их предприятие пошло на приватизацию. Последняя категория и более редкая, и исследовательски более интересная: эти люди вовсе не чаяли стать хозяевами своего родного завода, а состоявшаяся перемена роли воспринималась ими в качестве временной, вынужденной и неприятной меры до тех пор, пока все не вернется на свои места.

Вообще же исторически первыми появились «кооператоры», поскольку частное предпринимательство поначалу было разрешено в формах, уже существовавших, но «спавших». Желающие могли создавать негосударственные, но и не совсем уж частные предприятия — кооперативы. Эти первые капиталисты зачастую исповедовали социалистическую — советскую, а то и досоветскую, народническую — мораль, они хотели налаживать производство и служить народу. В ходе интервью некоторые из них вспоминали про купцов-староверов, торговавших и прибыльно, и честно.

Другая часть новых людей пошла иным путем: они поехали в Польшу, Турцию,

4 «И вот когда я понял, что не могу дочери ботиночки купить…» — так обычно начинались рассказы о том, как он, рабочий человек, «попал в торгаши», пустился торговать «каким-то китайским барахлом». «Сначала просто помогал жене эти сумки клетчатые возить, потом сам встал на рынке».

Китай, накупили там самого дешевого дефицита — колготок и обуви, жвачки и конфет, шариков и ленточек — и вывалили этот сверкающий фольгой парадиз на прилавки вещевых рынков, картонки на перекрестках, витрины ларьков. Их цены — невысокие для столь ярко выглядящих товаров — сделали продукцию кооператоров-капиталистов неконкурентоспособной. Последние не выдержали конкуренции, да и не считали ее честной: мы свой товар создавали собственным трудом, а те купили сделанное чужими руками и перепродали по завышенной цене; мы предприниматели, а те просто спекулянты, и барыш их нечестный, жаловались они в интервью.

Первых кооператоров нынешняя публика не помнит, их порыв делать «честный бизнес» ушел вместе с ними. А вот «челноков», привозивших в огромных клетчатых сумках китайское барахло, помнят. Их тяжелый, в буквальном смысле ручной труд спас страну от товарного голода, как некогда труд «мешочников» спас ее (увы, не всю) от голода продовольственного. Но в коллективной памяти сохранилась некая, пусть не злая, но ирония по поводу этого раннего/детского капитализма[5], ставшего тем не менее если не фундаментом, то одним из важных оснований для становления образа предпринимателя.

Исследования первых постсоветских лет, которые проводил ВЦИОМ, показывали, что у россиян устойчивая «мелкобуржуазная» ориентация, а вот быстро разбогатевших «новых русских» не уважали, их без труда обретенному богатству не завидовали. Далеко не все, выросшие при «совке», были против любой частной собственности. Обычные россияне приветствовали переход в частные руки небольших предприятий и участков земли, а вот крупную собственность в те годы хотели бы видеть в собственности государства.

Данные опросов за последние полтора десятилетия свидетельствуют, что со временем отношение к крупному бизнесу стало меняться. Начиная с 2009 года «Левада-центр»[6] задает вопрос, заслуживает ли доверия бизнес — крупный и малый/средний. Вначале доверие было на минимальном уровне, а показатели в отношении некрупного бизнеса были выше в два раза, чем для крупного. За последующий период доверие выросло: к малому/среднему бизнесу втрое, к крупному — вчетверо, но разрыв, пусть и не такой большой, сохранился.

Опрос 2025 года позволяет увидеть различие в отношении к бизнесу со стороны разных социально-профессиональных групп (рассматриваются только ответы о полном доверии). На краях шкалы находятся две категории респондентов, различающиеся по возрасту и в силу этого — вероятностью стать предпринимателями в будущем: это студенты и пенсионеры. Над первыми в наименьшей, а над вторыми в наибольшей степени тяготеет остаточная советская «классовая ненависть» к капиталистам, превратившаяся в бытовые недоверие и неприязнь. Среди студенчества максимум приятия бизнеса как достойных поприща и места в обществе: три четверти студентов говорят

5 Как и куда более резкая ирония или даже злость в адрес «китайского», ставшего на долгое время синонимом дрянного, дешевого, поддельного. Далеко не сразу пришло понимание, что в Китае не все такое. Сперва явилось «китайское, но фабричное», потом — осознание, что «теперь всё — китайское!». Первые китайские автомобили считались хуже отечественных, к ним перешел лихой образ «ведра с гайками». Но мало-помалу они не просто завоевали рынок в коммерческом смысле, но и смогли заработать себе статус. Нынешнему бизнесмену не зазорно сесть в китайский лимузин премиум-класса.

6 АНО «Левада-центр» внесена Министерством юстиции Российской Федерации в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента. — *Примеч. ред.*

о полном доверии малому/среднему предпринимательству, две трети — о полном доверии крупному бизнесу. Среди пенсионеров малому/среднему бизнесу доверяет треть, а крупному — менее четверти.

Среди людей среднего возраста наиболее прохладным отношением к крупному бизнесу отличаются руководящие работники: лишь около трети из них полностью ему доверяют; к малому/среднему бизнесу благосклонны 50% из них. В наиболее массовых категориях населения, которые в советском политическом обиходе назывались словом «трудящиеся» (рабочие, служащие, инженерно-технические работники), крупному бизнесу доверяют около 40%, малому/среднему — 50% среди рабочих и почти 60% среди ИТР.

Если говорить о самих предпринимателях, то среди них полностью доверяет крупному бизнесу лишь половина, а малому/среднему — более чем две трети. Но тут следует учитывать, что в опросе, который проводился по месту жительства респондентов, не участвовали представители крупного бизнеса: в их имения и особняки интервьюерам попасть практически невозможно.

Революционные перемены в сфере информационных технологий, роботизация промышленного производства влекут за собой огромные перемены на рынке труда. Многие частные предприятия потерпят крах, но следует ожидать, что многие люди будут пробовать карьеру предпринимателя. Эти процессы имеют массовый характер, значит, ими будут управлять структуры массового сознания. А в них значительная роль принадлежит памяти и накопленному социальному опыту, в том числе и описанному выше.

	2009	2010	2011	2012	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Малый/ средний бизнес	17	17	19	22	22	29	30	26	38	33	42	47	45	50
Крупный бизнес	9	12	11	14	11	18	16	16	23	18	28	32	31	38

Доля опрошенных, которые, отвечая на вопрос о доверии бизнесу, считают, что тот «вполне заслуживает доверия», в %, 2009–2025 годы (в 2013–2015 годах вопрос не задавался).