(cc) BY

СОЦИОЛОГИЯ

Ильиных Светлана Анатольевна
д-р социол. наук, профессор
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИНХ»
г. Новосибирск, Новосибирская область

ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

***Аннотация**: в статье рассматриваются особенности восприятия предпринимателя и его поведения россиянами. Показывается, что на образ предпринимателя воздействуют бессознательные компоненты менталитета через специфические для россиян архетипические образы и сознательные компоненты через структуру языка.*

***Ключевые слова**: предприниматель, предпринимательство, менталитет.*

Сегодня остро стоит проблема привлечения молодежи к развитию бизнеса, к предпринимательству. Однако, как показывают исследования, число молодых не слишком увеличивает долю уже работающих в сфере бизнеса. Так, по данным социологического исследования, проведенного автором в 2015 году в г. Новосибирске (выборочная совокупность составила 434 респондента) 48,6% опрошенных еще не задумывались о том, чтобы организовать свой бизнес. И лишь 6,9% уже имеют свою фирму. При этом 60,1% респондентов отнесли себя к социально активным личностям.

Безусловно, не все социально активные индивиды могут или должны участвовать в предпринимательстве. Возможно, одной из причин отказа от предпринимательства является восприятие предпринимателя. То, что часто это не самый уважаемый образ, вероятно, предопределяется менталитетом россиян. Его краткий анализ позволит увидеть некоторые скрытые особенности, накладывающие свой отпечаток на восприятие собственно предпринимателя и его предпринимательского поведения.

Стоит сказать, что менталитет имеет сложную многоуровневую и многомерную систему образов и представлений бессознательного и сознательного, которая специфическим образом воздействует на конкретное поведение индивидов, в том числе и предпринимательское. Особенность воздействия менталитета в том, что его элементы влияют на сознание индивидов весьма неявно. Но под непрерывным влиянием ментальных элементов россияне усваивают сходные способы восприятия мира, формируют сходный образ мыслей.

При этом социальное поведение, направляемое бессознательными и сознательными образами и представлениями, не вызывает вопросов и расценивается как «естественное». Лишь специальный анализ этого естественного поведения позволяет выявить, что оно управляется элементами менталитета россиян. Поэтому нам важно рассмотреть сознательные и бессознательные элементы российского менталитета и выявить их влияние на разные виды поведения [2], в том числе предпринимательского.

Сознательный уровень российского менталитета может быть описан с помощью понятия «национальное или этническое сознание». Оно включает множество элементов, но мы остановимся на более выразительном, а именно «картине мира». Картина мира представляет собой когнитивную конструкцию совокупности элементов внешнего и внутреннего мира, ценностей и установок, связей между ними, которые имеют очевидные смыслы только для носителей данной культуры. А.Я. Гуревич, используя как равнозначные выражения «модель мира», «картина мира», «видение мира», определяет модель мира как «сетку координат», при посредстве которой люди воспринимают действительность и строят образ мира, существующий в их сознании [1, с. 16, 24–25].

Модель мира в каждой культуре состоит из набора взаимосвязанных универсальных понятий, к которым он относит время, пространство, изменение, причину, судьбу, число, отношение чувственного к сверхчувственному, отношение частей к целому. Таким образом, используя выражение А.Я. Гуревича,

можно отметить, что картина мира выступает как «сетка координат» для индивидов, ориентируясь на которую они создают тот или иной социальный порядок в рамках социальной организации.

Картина мира, присущая менталитету россиян отличается тем, что в ней присутствуют самые разные, и порой противоречивые, стремления: к идеалистичности и реалистичности; изысканности и простоте; к противоречивому отношению к работе – от кропотливости до полного пренебрежения; к социальному равенству как высшей ценности; к противоречивому поведению между послушанием и бунтом, непредсказуемостью. Картина мира находит свое отражение в языке.

Структура русского языка, как указывает А. Мельникова, отличается от других отсутствием структуры в предложении. Глагол, например, может быть и в начале, и в середине, и в конце предложения. Отсутствие четкой структуры автор связывает с отсутствием структуры в мире: «Это мир, в котором может случиться все» [7, с. 117]. Для русского языка характерна неагентивность, что проявляется в глаголах – «посчастливилось», «вышло», «повезло» и т. д. Это означает, что носители русского языка свои и чужие достижения склонны приписывать обстоятельствам или внешней, неконтролируемой силе. Итак, в языковой картине мира россиян присутствует идея непредсказуемости будущего.

Таким образом, картина мира создает стереотип действия – непредсказуемость в поведении, а потому и некоторой беспечности. Подобная стереотипизированность мышления, сознания и поведения формирует специфику отношения к предпринимательству. Предприниматель часто воспринимается человеком непредсказуемым.

Отметим еще одну особенность, связанную с отсутствием структуры в предложении. Отсутствие в русском языке жесткой конструкции, полагает А. Мельникова, предписывающей членам предложения определенные места, приводит к неприятию всего, что выступает в качестве внешней организующей силы. Наиболее ярко эта особенность проявляется в отношении россиянина к «власти», «за-

кону». Продолжая рассуждения в этом направлении, можно отметить, что, находясь в постоянном противостоянии с властью, с законом и нередко оставаясь ненаказанным за неисполнение, предприниматель отчасти обретает чувство вседозволенности. На деле же это своего рода проявление противоречивости и несвободы, которая проявляется как бунтарство. Как видим, в российском менталитете присутствуют противоположности: свобода-несвобода, покорность-бунтарство. Они характеризуют противоречивость менталитета россиян и указывают на связанные с этим возможные проблемы в предпринимательстве.

Второй уровень российского менталитета – бессознательный. В психологической антропологии под ним подразумеваются комплексы культурных констант [6]. В рамках аналитической психологии бессознательный уровень описывается К. Юнгом как коллективное бессознательное [9]. Укажем, что эвристическая ценность идей К. Юнга не утратила своей актуальности. Коллективное бессознательное состоит из мощных первичных психических образов-архетипов, которые предрасполагают людей воспринимать, переживать и реагировать на события определенным образом. Каждый архетип связан с тенденцией выражать определенного типа чувства и мысли в отношении соответствующего объекта или ситуации.

Преломляя эти идеи к коллективному бессознательному россиян, можно выделить архетипы «русского мужчины» и «русской женщины». И в первом, и во втором присутствуют разные, порой и прямо противоположные архетипические образы. Они нашли выражение в сказках, былинах, пословицах, афоризмах, поэтому их можно выявить при более пристальном внимании.

Так, если мы рассмотрим архетип «русского мужчины» через образы, представленные в сказках, то увидим, что это и сила, могущество (Иван Царевич), и слабость (Иван-дурак). «Русский» работящий, умелый и ловкий (как Левша, подковавший блоху), но и ленивый (как Емеля). Он алчный (как Кощей Бессмертный), но и бескорыстный (как старик из сказки А.С. Пушкина). «Русская жен-

щина» также предстает в разных архетипических вариантах. Она и сильная (Василиса Премудрая), и слабая (героини в сказке «Морозко»). «Русская женщина» и покорная (как Золушка), и непокорная (как Баба Яга).

Можно продолжать и дальше выявлять архетипические образы. Для нас важно отметить, что они присутствуют в менталитете россиян в виде стереотипов, которые реализуются в поведении, в том числе предпринимательском [3–5]. Такими негативными личностными свойствами, находящими свое проявление в предпринимательском поведении, могут быть непокорность, неорганизованность, безответственность, нетерпимость, противоречивость.

З.В. Сикевич, О.К. Крокинская и Ю.А. Поссель исследуют бессознательное с точки зрения социологии. В этом контексте они ведут речь о феномене социального бессознательного россиян [8]. Авторы указывают на его позитивные и негативные проявления.

К позитивным относится его «работа» по обеспечению целостности бытия и познания, развитию индивидуальности, творчества, одушевлению жесткой рациональности современного мира. В числе его негативных проявлений – многие виды регрессии и редукции: незрелость мышления, низкий уровень развития личности, поддержание непросвещенности и социальной некомпетентности. По виду их можно считать одной из форм проявления социальной аномии, а именно архаизацией социальной жизни, неправомерным и опасным упрощением ее сложности [8, с. 59].

Итак, роль социального бессознательного (или коллективного бессознательного) в отношении предпринимательского поведения состоит в том, что индивиды обладают некими бессознательными комплексами, которые воздействуют на их социальное поведение. В связи с этим у россиян возможны проблемные ситуации, причины которых трудно формализовать, а также сознательно контролировать развитие этих ситуаций.

Таким образом, в рамках статьи мы попытались показать некоторые особенности восприятия предпринимателя, а также предпринимательского поведения,

которые предопределяются особенностями менталитета россиян. Сознание каждого индивида вне зависимости от его воли находится под влиянием бессознательных и сознательных компонентов российского менталитета. При этом бессознательные компоненты воздействуют через специфические для россиян архетипические образы, а сознательные – через структуру языка. Все это существенно влияет на восприятие россиянами предпринимателя и его моделей поведения.

Список использованной литературы

1. Гуревич А.Я. Категории средневековой культуры / А.Я. Гуревич. – М., 1972.

2. Ильиных С.А. Множественная маскулинность / С.А. Ильиных // Социологические исследования. – 2011. – №7. – С. 101–109.

3. Ильиных С.А. Женский топ-менеджмент с точки зрения социологии управления / С.А. Ильиных // Вестник НГУЭУ. –2012. – Т. 2. – №4. – С. 113–123.

4. Ильиных С.А. Гендерная асимметрия: причины и основные пути ее преодоления: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук / С.А. Ильиных. – Новосибирск, 2004. – 18 с.

5. Ильиных С.А. Организационная культура как инновационный фактор эффективного управления организацией / С.А. Ильиных // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2008. – №6 (62). – С. 317–321.

6. Лурье С.В. Психологическая антропологи: история, современное состояние, перспективы / С.В. Лурье. – М.: Академ. Проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2003.

7. Мельникова А.А. Язык и национальный характер. Взаимосвязь структуры языка и ментальности / А.А. Мельникова. СПб.: Речь, 2003.

8. Сикевич З.В. Социальное бессознательное / З.В. Сикевич, О.К. Крокинская, Ю.А. Поссель. СПб.: Питер, 2005.

9. Юнг К.Г. Об архетипах коллективного бессознательного / К.Г. Юнг // Вопросы философии. – 1988. – №1. – С. 133–151.