



УДК 316.614

Социализация личности и бизнес

В.И. Орлов

Важнейшей характеристикой современной социальной жизни является ярко выраженное обезличивание человека. Эти негативные процессы, идущие одновременно с атомизацией общества, рассматриваются различными философами и социологами как утрата человеком самоценности своего бытия, замены сущности человеческого «Я» на его функциональную роль. «Постепенно, – отмечает Р. Гвардини, – исчезает чувство собственного бытия человека и неприкосновенной сферы «личного», составляющее прежде основу социального поведения. Все чаще обращение с человеком как с объектом воспринимается как что-то, само собой разумеющееся: начиная от бесчисленных форм статистически-административного «охвата» и кончая немислимым насилием над отдельными людьми, группами, даже целыми народами. И не только в критических ситуациях или пароксизмах войн – это становится нормальной формой управления» [1]. Р. Гвардини не указывает на господство рыночных отношений как причину описываемой им ситуации. Э. Фромм же определенно возлагает на капитализм вину за утрату человеком своего личного «Я». «В средние века, – пишет он, – человек ощущал себя неотъемлемой частью социального и религиозного сообщества, в рамках которого он обретал себя, когда он как индивид еще не отделился полностью от своей группы. В новое время, когда он столкнулся с необходимостью осознать себя как независимого, самостоятельного человека, его самоидентификация стала для него проблемой. В XVIII и XIX веках понятие «я» чрезвычайно резко сузилось: «я» утверждалось размером собственности. Такое понятие стало выражаться не формулой «Я есть то, что я думаю», а формулой «Я есть то, что я имею», «Я есть то, чем я обладаю» [2].

Обратим внимание, что, согласно Э. Фромму, тот, кто полностью не выделился из социума, был личностью в большей степени, по сравнению с «независимым» от общества человеком XVIII–XIX веков. Однако, если в эти времена функциональный аспект начал превалировать над сущностно-онтологическим, то, по крайней мере, человек становился функцией своей, а не чужой собственности, или обезличенных объективных сил. В дальнейшем, по мнению Э. Фромма, положение дел радикально изменилось в худшую сторону. «У последних нескольких поколений в условиях растущего влияния рынка смысл понятия «я» несколько сместился от формулы «Я есть то, чем я обладаю» к формуле «Я есть то, каким меня хотят видеть». Человек, живущий в системе рыночной экономики, чувствует себя товаром. Он отчужден от самого себя, подобно тому, как продавец отделен от товара, который желает продать» [2, с. 111–112].

Прежде чем выяснить, насколько бизнес и рыночные отношения повинны в обезличивании современного человека, ответим на вопрос: лежат ли цели деятельности бизнесмена в чисто экономической сфере? По мнению Ф. Хайека, за исключением чисто

патологических случаев скупости, ответ на поставленный вопрос будет отрицательным. «Конечные цели деятельности разумных существ, – считал он, – всегда лежат вне экономической сферы. Строго говоря, нет никаких «экономических мотивов», ибо экономика – это только совокупность факторов, влияющих на наше продвижение к иным целям. А то, что именуется «экономическими мотивами», в обыденной речи означает лишь стремление к обретению потенциальных возможностей, средств для достижения каких-то еще не определившихся целей» [3]. Обратим внимание на то, что Ф. Хайек пишет только лишь о конечных целях человеческой деятельности. Причем экономические цели не являлись финитными ни до капитализма, ни во времена господства капиталистического производства. Что же нового внес капитализм в телеологическом плане в бытие человека? Еще первыми капиталистами – протестантами – средством для достижения главной христианской цели было названо экономическое преуспевание. В дальнейшем это преуспевание стало конечной целью для большинства людей, втянутых в сферу рыночных отношений.

Таким образом, деньги в XX веке стали мерилем не только человеческого благополучия, но и главным универсальным средством достижения жизненных целей. Однако не распространение бизнеса привело к описанным последствиям. Скорее наоборот, изменение мировоззрения, психологии людей способствовало становлению бизнеса в его нынешней форме, во многом отличной от такой, которая существовала до возникновения капиталистической экономики. Материалистический лозунг о том, что бытие определяет сознание, верен лишь в отношении тех людей, которые ведут полуживотный образ жизни.

Проще говоря, там, где, например, утрачена совесть, там все человеческое осознанное поведение регулируется внешней средой его обитания. Но там, где человек не утратил ощущение своей подчиненности чему-то более великому, чем он сам, безусловно, не бытие человека определяет сознание, а сознание в целом определяет бытие. Вот почему, на наш взгляд, превращение рыночной экономики в универсальный способ человеческого существования является следствием процессов, происходящих в сфере духовной жизни человечества. Автор не ставит целью своего исследования анализ данных процессов, он лишь отмечает, что бизнес как экономический феномен не мог оказать на них решающего влияния. Кроме того, следует отметить, что некоторые ученые придерживаются прямо противоположной точки зрения. Они полагают, что корень всех негативных явлений на Западе (в том числе и лишение человека свободы социального самоопределения) нужно искать не в излишнем развитии рыночной конкуренции, а, наоборот, в усилении плановости. Так, например, тот же Ф. Хайек в работе «Дорога к рабству» в качестве основной идеи проповедовал мысль о том, что отсутствие рынка, свободной конкуренции ведет к полной регламентации человеческой жизни, к превращению человека в асоциальное существо, в марионетку органов планирования и распределения [3, с. 19].

Для того, чтобы выяснить какая из приведенных точек зрения на роль бизнеса в социализации человека адекватно отражает реальное положение дел, необходимо провести онтологическое осмысление социализации как вполне реального средства формирования полноты человеческой жизни, то есть обретение человеком всей полноты своего «Я». Обрести – в данном случае означает и приобрести. Обычно в процессе со-

циализации выделяют проблему приобретения обществом своего нового индивида, но упускается из виду, что человек, становясь полноправным членом социума, не только включается в социум, выполняя в нем определенные ролевые функции, но и включает общество в себя. И в зависимости от того, насколько общество обладает тем свойством «социальности», которое является «живым братством людей», настолько подлинные, а не фальшивые ценности приобретает человек в процессе своей социализации.

Приобретение индивидом общества является двусторонним процессом. С одной стороны, человек включается в социальную традицию, впитывает в себя социальную память. Но с другой стороны, он обретает свое подлинное место в обществе. Это место – его собственность, та собственность, которая позволяет индивиду онтологически укорениться в жизни, ибо подлинный человек должен быть укоренен не только в традицию своего социума, но и в свою собственность, правильное распоряжение которой является его общественным делом. Конечно, частная собственность на средства производства, наличие собственного дела – далеко не единственно возможная форма такого укоренения. Однако, на наш взгляд, именно владение частной собственностью делает возможным процесс социализации – как обретения укорененности и общности – для большинства людей.

Практика показывает, что общность имущества, не имеющая под собой предварительной духовной всепроникающей общности индивидов, намного антисоциальнее частной собственности. «Разъединенные телом и душой, духом и инстинктом самосохранения, – отмечал И.А. Ильин, – люди способны выносить общность имущества лишь постольку, поскольку им удастся преодолеть это разъединение любовью, дружбой, совестью, щедростью, личным благоволением, духом, внутренней дисциплиной и, главное, добровольным согласием. При всяких иных условиях общность имущества будет вести только к разочарованию, вражде, насилию, воровству и хозяйственным неудачам. Она будет создавать каторжный, тоталитарный режим, всеобщее рабство и падение культуры» [4]. Таким образом, для становления человека общественным общность имущества не может быть средством, а может служить лишь разделению людей. Наоборот, частная собственность должна служить не атомизации, а социализации индивидов.

Конечно, речь пока не идет о роли бизнеса как средства социализации. Мы говорим лишь о частной собственности, которая существовала и существует не только в рамках капиталистической рыночной экономики. Кроме того, необходимо отметить, что в этой экономике в настоящее время присутствуют два вектора. Один – тот, который задан протестантской этикой. Другой возник намного раньше – это атеистический, грабительский вектор. Именно такую линию развития капитализма и описывал в своих трудах К. Маркс, неправомерно идентифицируя ее со всем капиталистическим производством. В реальной жизни в капитализме мы можем обнаружить оба этих направления. Причем в капитализме, связанном с производством, сильнее проявляет себя протестантская этика, и наоборот, в финансово-торговом капитализме более выражена хищническая атеистическая этика. Отметим, что в капитализме XVI–XIX веков эти два направления были не только тесно взаимосвязаны между собой, но и мультиплицировали друг друга.

Понимая, что на постсоветском пространстве главная роль принадлежит хищническому бизнесу, автор будет вести речь о противоположном векторе, который (пусть и при утрате религиозности) во многом еще сохранился на Западе, который, на совер-

шенно иных мировоззренческих установках, появился в Японии и некоторых других азиатских странах, и ростки которого видны в странах СНГ. Если в хищническом бизнесе результатом является постепенное вытеснение социальных связей с последующей заменой их на денежные (а значит и десоциализация индивида), то противоположный бизнес, пусть не являясь самым эффективным способом социализации личности (в том же феодальном обществе в Западной Европе уровень социализации, на наш взгляд, был выше, чем на современном Западе), по крайней мере, способствует ей. И не зря именно сторонники частного предпринимательства так много говорят о роли бизнеса, частной собственности в процессе социализации как социальной укорененности. Бывший президент Франции Валери Жискар Д'Эстен, выступая на предвыборном митинге, отмечал, что именно с помощью этой укорененности человек начинает приобретать общество. «Каждому французу, – утверждал он, – нужно помочь вернуться к своим корням, ведь наш народ прочно связан со своей землей, хотя часто французы и утрачивали эту связь. А разве могут быть более крепкие корни, чем те, которые связывают нас с нашим домом, нашей землей, собственными средствами производства? Да, нужно вновь сделать французов индивидуальными владельцами Франции» [5].

Так как процесс социализации не ограничивается непосредственным взаимодействием индивидов, а характеризуется включением индивида в Традицию, то можно считать, что в социуме существуют определенные формы такого поэтапного включения. Эти формы В.В. Павловский называет «возрастноориентированными программами, функционирующими в обществе». «Социальные возрастноориентированные программы, – считает он, – это определенные системы знаний, навыков, умений, опыта и практических действий, которые используют в своей жизнедеятельности старшие по возрасту генерации людей и в силу объективной необходимости и субъективных факторов, как правило, передают их более младшим, по возрасту, генерациям» [6]. Подобного рода передача происходит как по отношению к определенной возрастной группе, так и по отношению к отдельному индивиду. Однако передачей знаний, навыков, умений и т.д. социализация не ограничивается. Для ее полноты необходимо также обретение индивида в качестве элемента единого целого – социума. Последнее с неизбежностью предполагает «обрастание» индивида невидимыми нитями – социальными связями, с помощью которых он и включается в общество. Отметим, что мы будем в дальнейшем вести речь только лишь о социальной личности, однако в рамках некоторых мировоззренческих установок, например в христианстве, полная, а значит и подлинная, личность намного богаче социальной личности.

Включение индивидов в социум, их социальная кооперация – это, по мнению Л.А. Тихомирова, объединение не самих индивидов как целостных организмов, а лишь их нервных центров. «Смотря на общество глазами биолога, – пишет он, – мы должны назвать общество кооперацией нервных центров... А что такое нервный центр, с точки зрения биологии? Это клеточка, или агрегат клеточек, специализированных не на движении, не на уподоблении, не на каком-либо частном чувстве восприятия, а на функциях представления и регуляции, то есть на способностях сознания ощущения и воли» [7]. Исходя из данной предпосылки, Л.А. Тихомиров делает затем следующий вывод: «Таким образом, законы кооперации, возможной для животных и человека – при возник-

повении среди них общественности – суть законы кооперации чувств, представлений и желаний, кооперации того, что составляет наш психологический мир. Законы общественности, а стало бытъ, и гражданственности и политики развиваются из психологического источника» [7]. На наш взгляд, данная точка зрения гносеологически бесплодна в философско-социологическом аспекте. Она отражает только лишь изначальный этап кооперации. Вступив в социальные отношения, человек перестает быть просто психологическим существом, а становится социальным. По существу, социальный человек представляет собой целостную систему общественных взаимосвязей, которые могут осознаваться, но могут и не осознаваться им. Без этих связей человек не может быть адекватно понятым, то есть становится гносеологической пустотой (а может быть, и онтологическим ничто, по крайней мере, в социальном плане). Обратим внимание на то, что данные связи, создавая индивида, отшодь не липают его личной индивидуальности, не превращают в пассивный объект действия социальных сил. Скорее наоборот, наличие этих связей, их экстенсивность и интенсивность дает возможность человеку психологическому обрести свою неповторимость в качестве человека социального. Конечно, речь идет далеко не о всех связях – лишь о социально-конструктивных, а не о деструктивно-разрушительных.

Социальные связи индивида имеют как количественные, так и качественные характеристики. Очевидно, что капиталистическое производство, бизнес, в силу своего рыночно-интернационального характера, включает отдельного производителя и продавца в глобальную экономическую систему. В современных условиях в отношения конкурентной борьбы между собой вступают бизнесмены, предприятия которых находятся на противоположных концах земного шара, а сами они ничего друг о друге не знают. Сказанное относится также и к сотрудничеству. Социальные связи в эпоху глобальной рыночной экономики зачастую носят не непосредственный, а опосредованный характер, но от этого они не стали менее реальными, чем, например, аналогичные связи в XVIII веке. Более того, в наше время происходит не только пространственная экстраполяция социальных связей и их мультиплицирование, но количественное увеличение таких связей связано также с возрастанием их разнообразия.

Очевидно, что реальное наращивание универсума социальных связей возможно лишь при условии, что новые связи могут не только порождаться имеющимися в распоряжении людей способами (как социальными, так и техническими), но и адекватно восприниматься. Если же такие способы отсутствуют, то о новых связях можно говорить лишь условно, они будут носить потенциально-гипотетический характер, реальное оперирование ими людьми будет невозможным. Кроме того, необходимо помнить, что увеличение объема универсума социальных связей может осуществляться двумя различными способами. При первом способе новые связи создаются на базе уже существующих. При втором пути старые связи либо вообще никаким образом не используются, либо полностью уничтожаются, как препятствие, для появления новых. Разрушенное же применяется не в качестве первокирпичиков, а скорее в качестве питательной среды, на которой возрастает новое.

Таким образом, именно благодаря системе частного предпринимательства шло количественное увеличение социальных связей. Следствием данного процесса стало

включение, вольное или невольное, большинства народов в единый экономический процесс. Однако глобализация социально-экономических связей не привела к сплочению человечества, к осознанию человеческого всеединства. Скорее она привела к усилению тенденции атомизации индивидов. Русский философ В.С. Соловьев в работе «Оправдание добра», используя термин «солидарность» (синоним термина «единство»), утверждал, что солидарность как полное физическое единство создать нельзя, оно существует изначально постольку, поскольку существуют люди. Мировая же задача состоит не просто в практической актуализации единства, а в его нравственно-духовном усвоении. «Жизнь человека, – пишет он, – уже сама по себе и сверху, и снизу есть невольное участие в прогрессивном существовании человечества и целого мира; *достоинство* этой жизни и смысл всего мироздания требует только, чтобы это невольное участие каждого во всем становилось вольным, все более и более сознательным и свободным, т.е. действительно – *личным*, чтобы каждый все более и более понимал и исполнял *общее дело*, как *свое собственное*» [8].

Конечно, можно сказать, что в экзистенциальном плане, между личным и общим делом различий принципиальных нет. Недаром, тот же В. С.Соловьев отмечал: «Последовательно утверждать свою отделенность или обособленность было бы для лица даже физическою невозможностью. Все, что есть в жизни общей, непременно так или иначе воздействует на единичных лиц, усваивается ими и только в них и через них доходит до своей окончательной действительности, или завершения; а если смотреть на то же самое дело с другой стороны – в жизни личной все *действительное* ее содержание получается чрез общественную среду и так или иначе обусловлено ее данным состоянием. В этом смысле можно сказать, *что общество есть дополненная или расширенная личность, а личность – сжатое, или сосредоточенное общество*» [8, с. 285].

Итак, бизнес актуализирует связи, делает их ощутимо явственными, и в этом его заслуга в плане социализации. Однако, с другой стороны, капитализм, как общество, в котором бизнес получил подлинное развитие, пока не дает большинству людей перейти от онтологического к нравственному единству, от невольного, безумного включения в социальную жизнь (включения лишь благодаря рыночному механизму), к осознанному участию в этой жизни. Автор считает, что в данном случае мы имеем дело с причинами, порожденными историческими условиями генезиса системы капиталистического частного предпринимательства.

Для людей, стоящих у истоков бизнеса, получение прибыли было не просто главным делом жизни, а носило еще и трансцендентный характер. Человеческая личность, таким образом, оказывалась сконцентрированной в одном деле. Но если вспомнить слова Соловьева о том, что общество – это расширенная личность, то, расширяясь, подобного рода личность создавала и соответствующее общество. Вся система существующих до капитализма общественных связей и отношений была радикальным образом разрушена. В данном случае автор полностью согласен с тем, как был описан этот процесс в программной работе классиков марксизма «Манифест Коммунистической партии»: «Буржуазия, повсюду, где она достигла господства, разрушила все феодальные, патриархальные, идиллические отношения. Безжалостно разорвала она пестрые феодальные путы, привязывающие человека к его «естественным повелителям»...» [9].

Особое внимание К. Маркс и Ф. Энгельс уделяют тому, что изменение отношений между людьми – это не одноразовый процесс, а целая система непрерывных изменений. «Беспрестанные перевороты в производстве, непрерывное потрясение всех общественных отношений, вечная неуверенность и движение отличают буржуазную эпоху от всех других. Все застывшие, покрывшиеся ржавчиной отношения, вместе с сопутствующими им, веками освященными представлениями и воззрениями, разрушаются, все возникающие вновь оказываются устарелыми, прежде чем успевают окостенеть» [9, с. 427].

Динамичность капиталистического общества, характерная для времен написания Коммунистического манифеста, в современных условиях приняла характер сверхдинамичности. Вот почему, если мы будем понимать под социализацией выработку у человека тех умений и навыков, которые позволяют ему ориентироваться в окружающем его мире, то современный бизнес ставит человека в условия, требующие непрерывной адаптации этих умений и навыков к быстро изменяющимся условиям его существования.

Конечно, не все умения бизнесмена утрачивают свое значение. Умение общаться с людьми – фундаментальный навык, овладев которым человек намного лучше приспосабливается к внешним изменениям. Это умение является структурообразующим для всего процесса социализации. И если в обществах традиционного типа общение носило ограниченный характер, то в условиях рынка умение общаться должно носить универсальный характер. Расширение сферы общения, как правило, непосредственно связано с расширением сферы деятельности частного предпринимателя, что в свою очередь является одной из предпосылок превращения этой деятельности в одну из разновидностей социальной игры – ролевую игру. Российский специалист по проблемам психологии игры Д.Б. Эльконин считает, что современные исследования показали: «ролевая игра особенно чувствительна к сфере деятельности людей и отношений между ними, что ее содержанием является именно эта сфера деятельности. Итак, содержанием развернутой, развитой формы ролевой игры является не предмет и его употребление или изменение человеком, а отношения между людьми, осуществляемые через действия с предметами; не человек – предмет, а человек – человек» [10].

Социализация личности кроме внешнего аспекта имеет еще и внутренний. Во внутреннем аспекте она означает не что иное, как возрастание личности. Хорошо известно, что одним из основополагающих критериев уровня развития личности является та степень ответственности, которую осознанно несет последняя. Бизнес изначально был построен на личной ответственности человека за результаты своей деятельности. Причем на заре становления капитализма данная ответственность ощущалась предпринимателями не только перед людьми, но и перед Богом. Сейчас перед Богом большинство бизнесменов ответственности не чувствуют. Однако отвечать за свои действия им приходится не только имуществом, но даже свободой. Обратим внимание, что собственник, бизнесмен, отвечает именно своей собственностью, то есть он несет индивидуальную ответственность. Конечно, бизнес – не единственная сфера человеческой жизни, в которой эффективность решений обратно пропорциональна степени их коллегиальности. Великий немецкий политик О. Бисмарк считал, что «административные постановления отнюдь не выигрывают ни в смысле честности, ни в смысле своего соответствия существу дела от того, что они принимаются коллегиально, независимо от того, что при решении вопроса

большинством голосов арифметика и случай заступают место логического обоснования, чувство личной ответственности, – эта существенная гарантия добросовестности решения, – утрачивается сразу же, когда что-либо решает анонимное большинство» [11].

Итак, бизнес способствует выработке чувства личной ответственности, а следовательно, и возрастанию личности самого бизнесмена. Однако в современных условиях, когда держателями акций крупнейших предприятий являются тысячи человек, обретение акций мелким акционером не повышает уровня осознания им ответственности за работу крупного предприятия. Собственность, таким образом, становится для него не *реальной* своей собственностью, понимаемой как часть *единой* собственности, а только *своей* собственностью. Таким образом, человек несет не полную, а ограниченную ответственность: он отвечает не за успех общего дела, а лишь за свое личное умение продать или купить акции. То, что отчуждаясь от собственности путем принятия коллективных решений, человек тем самым теряет свою социальность, хорошо видно было на примере существования партийно-бюрократического слоя в СССР. Собственность в СССР не была обобщественной, она была институализирована. Ею владели не коллективы, а социальные институты как таковы. Включаясь в систему функционирования данной собственности, человек обезличивается, то есть десоциализируется и превращается, по мнению В.М. Быченкова, в функционера. «Человек в таком обществе, – утверждает он, – не выполняет функцию, он прикреплен к ней, и в этом смысле институализирован, отчужден всемогущим квазигосударством. Кстати, слово «функционер», – не дань канцелярскому словоупотреблению. Функционер – это индивид, который действует от имени института и в силу полномочий данных ему институтом. Он как бы светит отраженным светом. Такая вторичность отличает его от социально состоятельного частного лица, самостоятельного индивида, действующего от своего имени, от себя лично, опираясь, допустим, на свое владение собственностью» [12].

Процесс институализации собственности затронул и капиталистическое общество. Известно, что существующие предприятия могут управляться как самими капиталистами, так и наемными служащими. Последние, по существу, так же являются функционерами. Чем больше размер частной собственности, тем более она институализирована. Полная институализация частной собственности предполагает и полную рационализацию общественной жизни, планирование как внешнее, так и внутреннее. «Корпорации большого бизнеса, – отмечает Б. Карлоф, – действуют сейчас как государства с плановой экономикой. Мечта сторонников плановой экономики – внедрить тотальную вертикальную интеграцию, когда цикл включает все стадии производства: от переработки железной руды, до сборки автомобилей и холодильников. Большие компании стремятся делать все самостоятельно, охватывая весь производственный цикл, вплоть до создания готовой продукции» [13]. Однако такое планирование имеет свои количественные пределы. Так, несмотря на все декларативные заявления, элементы стихийности в экономической жизни СССР никогда не были устранены. Эти элементы проявлялись в наличии не только лишь так называемых «черного рынка» и «теневой экономики», но и неформальных бюрократических торговых отношений. Описывая процесс эволюции экономических отношений в СССР, В.М. Быченков отмечает, что «отношения жесткого господства – подчинения, принуждения, существовавшие между аппаратом и обществом стали дополняться, а впоследствии и в какой то мере заменяться эле-

ментами договорных, согласительных, торговых отношений. Возникла официальная система иерархических торгов (например, между предприятиями и министерством), что в совокупности с горизонтальными торгами (например, между предприятиями) дает специалистам основание считать, что уже в 60-е годы командной экономики у нас в действительности не было, вместо нее сложился бюрократический рынок и произошло перерождение командного общества в торговое» [12, с. 28].

Очевидно, что этот «командный рынок» и жил не совсем по тем законам рыночной экономики, которые существовали на Западе. В его деятельности огромную роль играли неофициальные связи и отношения, существовавшие между субъектами этого рынка, то есть огромное значение имело вторичное коммуникативное поле. С помощью этого вторичного поля человек приобретал негласные социальные связи, то есть происходила его вторичная, полукриминальная социализация. Подобные взаимоотношения, как уже отмечалось, существуют и в странах с развитой системой бизнеса, однако там они не получили такого широкого развития. Возникшие в СССР в 60-е годы (а, может быть, и раньше), эти связи являются прообразом нелегального социально-коммуникативного поля, которое существует в сфере бизнеса в постсоветских государствах. Таким образом, одной из важнейших особенностей нормального бизнеса является постепенное отмирание в нем социальных связей,носящих не просто неформальный, но нелегальный характер, и замена их на легально-договорной характер. Для развитого капиталистического общества, по сравнению с социалистическим (а также обществами переходного типа), характерно наличие минимума вторичной социализации.

Если посмотреть на процесс социализации как на возрастание ответственности индивида не только за конкретные свои действия, но и за свое существование в качестве наделенного разумом и волею существа, то становится ясным, что отвечать за свое существование означает отвечать за выполнение человеком своего предназначения в жизни. Мы не будем здесь рассуждать о смысле человеческой жизни, о предназначении человека. Отметим лишь еще раз, что как в эпоху зарождения системы частного предпринимательства, так и в настоящее время личность многих бизнесменов оказывалась сконцентрированной в одном деле – деле получения прибыли. Такая сверхконцентрация не может быть объяснена исходя из обычных представлений о потребностях как мотивах человеческой деятельности. По всей видимости, для определенной категории людей речь может идти не об обычной, а об универсальной потребности. Немецкий философ А. Шопенгауэр считал потребность в деньгах не просто универсальной, но даже абсолютной, как некоей составляющей платоновского «мира идей». «Ведь всякое другое благо, – пишет он, – может удовлетворять лишь *одно* желание, *одну* потребность: пища хороша только для голодного, вино для здорового, лекарство для больного, шуба для зимы, женщины для юношей и т.д. Все это, следовательно, лишь блага относительные. Одни деньги – абсолютное благо: они отвечают не какой-нибудь одной потребности, а всякой потребности вообще» [14].

На наш взгляд, слова А. Шопенгауэра не следует понимать только лишь в узко-материалистическом смысле. То, что на деньги человек может приобрести еду, одежду, жилище и тем самым удовлетворить свои материальные потребности – хорошо известный факт. Но даже в современном мире не все (по крайней мере не для всех людей) является

объектом товарно-денежных отношений. Конечно, для тех, кто придерживается противоположной точки зрения на наш взгляд, абсолютность потребности в деньгах как раз и заключается в абсолютной ликвидации денег. Однако для других бизнесменов абсолютность данной потребности определяется не свойством денег как таковых по отношению к другим предметам (то есть относительным свойством), а свойством денег по отношению к их владельцу. Таким образом, абсолютность потребности в деньгах носит не объект-объектный, а субъект-объектный характер. Применительно к бизнесмену сказанное означает, что для него гораздо важнее не обладание деньгами, а процесс их «делания». Следовательно, речь, по существу, идет о том, что для многих бизнесменов основной является потребность в определенном виде человеческой деятельности, то есть в бизнесе. Таким образом, социализация с помощью частного предпринимательства – это направленность всего человеческого «Я» на занятие бизнесом. Сама по себе такая направленность не является свидетельством изначальной ущербности «Я» будущего бизнесмена. В самом деле, ведь никто не будет утверждать об односторонности, ущербности человека, считающим главным делом своей жизни, скажем, поэзию. Бизнесмен, на наш взгляд, лишь в том случае калечит себя и лишается человеческого облика, если он исходит из полной самодостаточности бизнеса. Но если он понимает, что его деятельность важна не сама по себе, а лишь как способ реализации (причем – не единственный, а лишь один из возможных) потенциальной сущности своего индивидуального «Я», то тогда «отрешенность» от мира – такое же, как для поэта (и для других людей) необходимое условие его деятельности.

Отметим, что деятельность частного предпринимателя многогранна. Он обязан очень много уметь и знать, причем не обязательно эти знания должны носить характер так называемой «книжной мудрости». Скорее наоборот, больше ценятся жизненные умения и навыки, например, универсальный навык общения. Наряду с динамичностью самого бизнеса, и на фоне этой динамичности, возрастают требования к универсальности подготовки бизнесмена. Таким образом, социализация с помощью бизнеса ведет к сужению потребностей, но и одновременно к расширению, универсализации знаний, умений и навыков человеческой личности.

Любая социализация является формированием человеческой биполярной личности. Один из полюсов лежит вне человека и принадлежит тому социуму, членом которого становится человек. Второй полюс – чисто индивидуальный. Он принадлежит отдельному человеку и изменяется вместе с изменением самого индивида. По мнению А. Шопенгауэра, преобладание внутреннего полюса характерно лишь для небольшой части людей – гениев. Большинство же людей – обыкновенные (по терминологии А. Шопенгауэра), то есть с преобладанием внешнего полюса. «Обыденный человек, – пишет он, – напротив, чтобы сделать свою жизнь приятной, должен ограничиваться *внешними* для него вещами – имуществом, рангом, женою и детьми, друзьями, обществом и т.д. и в них полагает он свое счастье: поэтому, оно кончается, когда он утрачивает эти блага или видит что обманулся в них. Для характеристики такого положения можно сказать, что центр тяжести у подобного человека находится вне него. Оттого-то у него и является столько изменчивых желаний и прихотей ...» [14, с. 214].

Очевидно, что желания многих бизнесменов неизменны – они хотят прибыли, а не тех разнообразных удовольствий, которые можно получить за деньги. Следова-

но, по правилам логического вывода центр тяжести, полюс личности таких людей не может лежать вне них. Но, с другой стороны, этот центр не принадлежит и человеку: прибыль, безусловно, не является характеристикой человеческой личности. Конечно, в отношении первопроходцев бизнеса можно сказать, что прибыль для них вообще не имела социального смысла, она была лишь способом спасения души. Для большинства же современных бизнесменов речь скорее можно вести о стирании граней между внутренним и внешним, о деллокализации полюсов их личности. Такая «размытость» мироощущения как раз и проявляется в восприятии денег в качестве реальной частицы своего тела, и всего человеческого «Я». Кроме того, именно распространенность этого мироощущения приводит (наряду с элементами рынка и т.д.) к восприятию бизнеса как формы социальной игры: дело в том, что игра для своей привлекательности требует плавного своего перехода в мир реальной жизни и наоборот.

Итак, мы видим, что для бизнесмена капитал становится частицей его собственного «Я». Однако эта частица не полностью растворена в индивиде, она одновременно живет в нем и собственной жизнью. На наш взгляд, утверждение о том, что в капиталистическом обществе капитал онтологичен, то есть наделен самостоятельностью и индивидуальностью, ни в коем случае нельзя понимать в чисто метафорическом плане. Подобно тому, как великие поэты утверждают, что они не пишут, а в них живет, звучит и творит Слово, подобно этому одержимый бизнесом человек может сказать, что уже не он сам создает капитал, а сам капитал создает его. И в этом заложена главная опасность капитала для личности бизнесмена – опасность утраты своего «Я» путем слияния себя с живым, самостоятельным и индивидуальным капиталом. С другой стороны, бизнес не может не строиться на взаимоотношении капиталов, он есть взаимосвязь людей, обладающих капиталами. Вот почему, как ни странно, индивидуализация капитала может привести к усилению социальных связей, к увеличению их многообразия, а значит и к социализации личности, ибо теперь в процессе общения социальные связи как бы мультиплицируются за счет активности той составляющей индивида, которая называется капиталом.

Мультиплицирование связей для бизнесмена зачастую носит вполне реальный характер. Капитал по своей природе требует расширения поля деятельности, что, как ни странно, может привести к сужению спектра *социальных* отношений, ибо связи капитала еще не являются подлинными социальными связями. «Чрезмерное расширение круга знакомств, – отмечает А.И. Титаренко, – делает их менее прочными, менее постоянными. Увеличение контактов в этом случае оказывается внешней, «суетной» стороной общения, придающей ему поверхностность... Наступает «кризис самовыражения» индивидов, казалось бы втянутых в благоприятное «поле» общения – динамичный круг знакомств, встреч, контактов» [15]. Это и есть состояние псевдообщения – то есть взаимосвязи капиталов или капиталов и людей. Отметим, что в старом, патриархальном, например, феодальном обществе данной проблемы не существовало. Она возникает только лишь в условиях расширенного капиталистического производства и является одним из проявлений социализации личности при капитализме.

Социализация человеческой личности, как обретение последней определенной совокупности устойчивых социальных связей, на наш взгляд, непосредственно связана с процессом становления у личности иерархической системы интересов. Именно на базе

единства определенных интересов люди вступают в *устойчивые* отношения друг с другом. Ф. Энгельс, выделяя среди интересов так называемые «чисто субъективные» считал, что «возведение интереса в связующее начало человечества необходимо влечет за собой – пока интерес остается именно непосредственно субъективным, просто эгоистичным – всеобщую раздробленность, сосредоточение индивидов на самих себе, изолированность, превращение человечества в скопление взаимно отталкивающихся атомов...» [16]. На наш взгляд, такое понимание сущности человеческих связей ложно в своей основе. Дело в том, что всякий интерес может носить только индивидуальный, а, следовательно, и субъективный эгоистический характер.носителем интереса может быть только лишь отдельный, конкретный человек, а не общество в целом и даже не коллектив. Сказанное, безусловно, не означает, что в основе индивидуального интереса не может лежать определенная объективная составляющая, единая для многих людей. Речь идет о том, что общество, понимаемое как структура (а структура – это в первую очередь совокупность взаимосвязей) не может обладать отдельным интересом, отличным от интересов составляющих его членов: интерес не отчуждается и не институализируется. Однако субъективность интереса есть не только его эгоистичность, но одновременно – его коллективность. Чем больше социализируется человек, тем больше он начинает понимать, что подлинный его интерес взаимосвязан с интересами других людей и может быть реализован в рамках некоего социума. Вне социума для большинства людей реализовать свои интересы практически невозможно. Вопреки мнению Ф. Энгельса, именно возведение интереса в связующее начало позволяет людям не отталкиваться друг от друга, не атомизироваться, а наоборот, притягиваться в поисках консенсуса интересов. Конечно, роль бизнеса в социализации как объединении на почве общих интересов различна. С одной стороны, рынок зачастую разъединяет людей по интересам, но с другой стороны, наряду с центробежными, существуют и ярко выраженные центростремительные тенденции, проявляющиеся, например, в стремлении бизнесменов учитывать интересы покупателей их продукции.

Отметим, что не только в процессе общения, но и в процессе включения человека в реальные рыночные отношения происходит выработка общих интересов, осознание в качестве таковых некоторых паритетных интересов. «Рынок и дискурс, – считает немецкий философ П. Козловски, – являются способами опосредования и *взаимного приспособления индивидуальных интересов*. В обмене и общении можно попытаться выработать основанные на консенсусе решения. Однако рынок и дискурс по-разному, в соответствии со своими установками, трансформируют индивидуальные интересы и потребности. Рынок ориентирован на *фактические* приоритеты (revealed preferences) и на то, что они опосредуются индивидами с помощью взаимовыгодного обмена. Дискурс претендует на моральную *трансформацию* индивидуальных предпочтений, что предполагает существование нравственности как готовности субъекта к модификации» [17].

Утверждение о том, что носителем интереса является только лишь индивид, конечно, не означает, что мы в области социальной философии придерживаемся номиналистических взглядов, считая, что реально существуют лишь отдельные личности, а общество – не что иное как механистическая совокупность этих личностей. Наоборот, на наш взгляд, любые социальные организации, в том числе и общество в целом существуют так же реально, как и отдельные индивиды и взаимопорождают друг друга. Личность – это не механиче-

ская совокупность связей с другими личностями. Это, в первую очередь, социальная личность, занимающая определенное место в обществе. Но объективность существования общества не означает, что у него, как у некоего гоббсовского Левиафана, существуют потребности, а, следовательно, и целенаправленная конкретизация этих потребностей, выражающаяся в интересах. Общество действительно не имеет своих собственных интересов, но отдельный человек способен реализовать свои интересы только лишь социальным способом, поэтому социуму принадлежит не сам интерес как таковой, а только лишь способ реализации. Не имея своих собственных интересов, общество, однако, проводит процесс непрерывной социализации, вновь и вновь воспроизводя самого себя. В этом процессе находит свою актуальную реализацию безусловно, всеми в явном виде понимаемый интерес каждого индивида: породить то, что, будучи порожденным, создаст его самого как личность, то есть – общество. А последнее порождается лишь путем социализации отдельных индивидов. Именно таким видится автору круговорот социальной жизни. Именно в этом круговороте бизнес реализует свое влияние на процесс социализации.

Л и т е р а т у р а

1. *Гвардини Р.* Конец нового времени // Вопросы философии, 1991, № 4. – С. 145.
2. *Фромм Э.* Психоанализ и этика. – М., 1993. – С. 111.
3. *Хайек Ф. А.* Дорога к рабству. – М., 1992. – С. 72.
4. *Ильин И. А.* О грядущей России. Избранные статьи. – Казань, 1993. – С. 62.
5. *Жискар д'Эстен В.* Власть и жизнь. – М., 1990. – С. 316.
6. *Павловский В.В.* Ювентология. – М., 2001. – С. 157.
7. *Тихомиров Л. А.* Монархическая государственность. – СПб., 1992. – С. 11.
8. *Соловьев В.С.* Сочинения: В 2 т. Т. 1. – М., 1990. – С. 276.
9. *Маркс К. Энгельс Ф.* Манифест Коммунистической партии // Маркс К. Энгельс Ф. Соч. Т. 4. – С. 426.
10. *Эльконин Д.Б.* Психология игры. – М., 1999. – С. 34.
11. *Бисмарк О.* Мемуары железного канцлера. – М., 2003. – С. 20–23.
12. Бюрократия, авторитаризм и будущее демократии в России (материалы «круглого стола») // Вопросы философии, 1993, № 2. – С. 29.
13. *Карлоф Б.* Деловая стратегия: концепция, содержание, символы // *Маккей Х.* Как уцелеть среди акул. *Карлоф Б.* Деловая стратегия. – М., 1993. – С. 180.
14. *Шопенгауэр А.* Афоризмы житейской мудрости // Шопенгауэр А. Избранные произведения – М., 1992. – С. 221.
15. *Уткин А.* Кто управляет мировой экономикой? // Белорусская думка, 2000, № 11–12. – С. 43.
16. *Энгельс Ф.* Положение Англии. Восемнадцатый век // *Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. Т. 1. – С. 605.
17. *Козловски П.* Общество и государство: неизбежный дуализм – М., 1998. – С. 254–255.