

## Вытесняя советское: особенности воспитания деловых людей из «подростков перестройки»<sup>1</sup>

DOI: 10.19181/inter.2019.18.5



Роман Абрамов\*

*Данная статья призвана вернуть в аналитическое русло разговор об одном из относительно слабо изученных периодов истории нашей страны, к тому же находящемся в плену медийных и идеологических стереотипов — периоде 1990-х гг. Статья посвящена анализу мировоззрения и биографических траекторий «подростков перестройки» — тех, кому было 14–16 лет в период исторического перелома 1989–1991 гг., — с акцентом на переход к индивидуалистскому мышлению и ориентации на личностный и деловой успех. Все участники качественного исследования были выпускниками пензенской школы юных менеджеров (ШЮМ), целью которой стало обучение советских школьников начала 1990-х знаниям и идеологии рыночной экономики, маркетинга и бизнеса. Рассматривается история ШЮМ в Пензе, анализируется ее учебный план и концепция работы со слушателями в связи с выполнением задачи воспитания «деловых людей» для новой России. Анализируется рецепция слушателями ШЮМ идей Дейла Карнеги и «карнегизма», находившихся в центре обучающих программ не только этой, но и других школ юных менеджеров начала 1990-х. Прослеживается мировоззренческая эволюция слушателей ШЮМ под влиянием работ Карнеги. Специальное внимание уделяется размышлениям о месте «подростков перестройки» в современной России с учетом исследований, в которых эта*

<sup>1</sup> Данная публикация подготовлена при финансовой поддержке Фонда «Президентский центр Б. Н. Ельцина» в рамках проекта «Социальная история России (1990-е годы)», реализуемого в НИУ ВШЭ.

\* Абрамов Роман — доктор социологических наук, доцент кафедры анализа социальных институтов департамента социологии факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»; старший научный сотрудник отдела теории и истории социологии ФНИСЦ РАН, e-mail: socioportat@yandex.ru



группа называется «потерянным поколением» или «несостоявшимся поколением». Статья опирается на материалы эмпирического исследования — изучения тематических источников и интервью со слушателями ШЮМ начала 1990-х.

**Ключевые слова:** перестройка, личный успех, карнегизм, устная история, биография

В последнее время вышло несколько публикаций, посвященных возрастной категории жителей России, чей подростковый период пришелся на момент поздней перестройки и период начала 1990-х гг. с его сложными экономическими, политическими и ценностными перипетиями. Кто-то считает, что это люди 1971–1973 гг. рождения (Анипкин, 2018), другие исследователи относят к этой категориальной группе тех, кто родился в 1970-х (Kruglova, 2017). Вполне вероятно, это действительно размытая по дате рождения группа, поскольку ее разные представители имели неодинаковые траектории социализации: кто-то долго учился, а кто-то, не окончив школы, становился «силовым предпринимателем» (Волков, 2012), владельцем коммерческого киоска, рок-звездой<sup>2</sup>, редактором богемного журнала<sup>3</sup> и т. п. Не уверен, что к этой группе применимо понятие «поколение» в его демографическом или культурном и метафорическом смыслах, как пишет в своей книге А. Юрчак о родившихся десятилетием раньше (Юрчак, 2014). Скорее, мы можем говорить о воображаемой общности, на чей подростковый возрастной перелом наложился исторический перелом, который стал следствием накопившейся за предыдущие десятилетия усталости советской системы, сломавшейся мгновенно, с яркой вспышкой, оставившей след на биографиях участников и свидетелей. Предполагается, что это «перестроечное» поколение с амбивалентной советской и российской идентичностью» (Анипкин, 2018), которое сохранило в себе остатки социалистического романтизма и идеализма, однако росло и вступало во взрослую жизнь в период, когда нарочитый цинизм, агрессивный напор и даже «наглость» (Kruglova, 2017) давали больше шансов на успех. Сегодня они всё еще считают себя рациональными индивидуалистами (Абрамов, Зудина, 2010; Новый быт, 2009), но пытаются найти мировоззренческое укрытие в демонстрации семейных ценностей, ироничной аполитичности и духовных и интеллектуальных исканиях в виде различных хобби или систем верования.

В данной статье я решил обратиться к одной из подгрупп «перестроечных подростков» — слушателям школ юных менеджеров, которые в 1990-е годы стали своеобразными центрами образовательной и идеологической борьбы по вытеснению советского языка, мировоззрения и способов действия

<sup>2</sup> О трансформации неформальной музыкальной сцены 1990-х в Санкт-Петербурге см. сборник воспоминаний участников событий (Стогов, 2016).

<sup>3</sup> О московской молодежной богемной тусовке 1990-х см. полудокументальный роман Игоря Шулинского (Шулинский, 2016).

некими «рыночными» моделями поведения, связанными с ориентацией на личный успех, овладение сленгом западного менеджмента и идентификацией себя с несоциалистическим будущим страны. Школы юных менеджеров были организованы почти одновременно в 1989–1990 гг. в разных городах страны, и их слушателями были в основном школьники 9–11 классов, посещавшие эти неформальные учебные заведения как учреждения дополнительного образования.

### **Информационная база исследования**

В ходе реализации исследовательского проекта «Социальная история России (1990-е годы)», помимо анализа содержания публикаций деловой прессы 1989–1993 гг. и научных социологических публикаций о молодежи того времени, было собрано пятнадцать интервью с выпускниками пензенской школы юных менеджеров (далее — ШЮМ) первых лет ее работы (1990–1993 гг.). Выбор выпускников этой школы обусловлен наличием относительно хорошо документированной истории ее создания в воспоминаниях организаторов и возможностью доступа в поле через личные сети знакомств. Проблема поиска информантов заключалась в отсутствии актуальных списков выпускников и их контактных данных: в социальных сетях отсутствуют онлайн-сообщества, объединяющие выпускников первых лет ШЮМ. Поэтому я использовал собственные контакты с одноклассниками и однокурсниками, окончившими эту школу, и через них выходил на более широкий круг выпускников. Системное смещение выборки, в данном случае, заключается в характере рекрутмента: более доступными для интервью были выпускники ШЮМ, чьи дальнейшие профессиональные и личные биографии сложились относительно благополучно: они работали в бизнесе или научно-образовательной сфере, где добились определенных успехов, у многих имеются аккаунты в социальных сетях. Те, кто «выпал» из благополучных траекторий российского «среднего класса», с меньшей вероятностью оказывались среди информантов. В основном информантами были мужчины (11 участников исследования), в той или иной мере реализовавшие амбиции успешных менеджеров или бизнесменов.

### **Быть свободным — быть богатым: понимание свободы в 1990-е гг.**

В 1993 г. в Новосибирске был проведен опрос с целью выявления отношения населения к свободе (Шабанова, 1995). Нужно сказать, что год проведения опроса прошел под знаком растущих экономических трудностей и политического напряжения в стране, когда «романтический» период демократизации общества и надежд на «свободный рынок» стали уступать место разочарованию и даже озлобленности значительной части населения,



потерявшей привычное качество жизни и политически дезориентированной. В то же время имела часть населения, готовая к рыночным переменам и ощущавшая новый экономический порядок как пространство свободы и инициативы. О них и говорит М. А. Шабанова в публикации 1995 г.: в центре ее внимания — доля опрошенных, которую она обозначила как «свободолюбивые», не указывая при этом, каков процент этой категориальной группы от всей выборочной совокупности. Согласно результатам опроса, «свободолюбивых» «новая экономическая система в большей мере привлекает более широкими правами и свободой личности: среди них доля назвавших этот признак в 4,3 раза выше, чем среди всех остальных респондентов (43%). Большую их часть притягивает также возможность обеспечить высокий материальный достаток, что связывается, в первую очередь, с возможностью в новых условиях более полно проявить себя (38% против 14%), а также с перспективой стать собственником, организовать свое дело (32% против 10%)» (Шабанова, 1995). Интерпретация данных, представленная в статье М. А. Шабановой, интересна еще и тем, что автор оперирует популярными клише того времени, связанные с переходом к новой экономической реальности: в тексте упоминаются «активные рыночники», находящиеся в некоем особом психологическом состоянии «готовности к рынку», способные изменить «жизненный уклад», адаптируясь к последствиям экономических реформ, и т. п. Семантика авторского анализа наследует семантику позднеперестроечной прессы, где активно обсуждались перспективы быстрого выхода из кризиса посредством быстрого продвижения к «истинному рынку» (Абрамов, 2019). Среди моих информантов из числа выпускников пензенской ШЮМ были те, кто, еще будучи советскими пионерами, видели себя людьми, активно зарабатывающими деньги с помощью различных форм предпринимательства:

*«Пионерия я не воспринимал никаким образом. Заветы Ильича и эти правила, я к ним относился никак, потому что, раз галстук нацепили, есть правило — нужно соблюдать. Я галстук носил. В пионеры меня приняли самым последним. Начал серьезно заниматься фотографией, фотографировать родственников, родителей в разных поездках, и потом серьезно увлекся музыкой — тяжелой музыкой, и она могла приносить некую прибыль. В 1987 году — пятый класс, мне пришла в голову мысль: почему бы не печатать фотографии и не продавать их среди таких же людей, которые тоже увлекаются музыкой. Берешь немецкий журнал, перефотографируешь его, делаешь фотографии и продаешь. Это был мой первый шаг в коммерцию, я впервые узнал, что такое спекуляция. Мой близкий родственник, который меня воспитывал — мой папенька, работал в структуре, которая боролась со спекулянтами, и как раз именно в этой семье начал расти спекулянт, который сначала спекулировал фотографиями, потом начал спекулировать звукозаписями, то есть, записал в одном месте за три рубля, и потом десяти человекам по три рубля стал продавать» (Михаил, 44 года, средний предприниматель).*

М. А. Шабанова продолжила изучение отношения жителей страны к свободе. В конце 1998–1999 гг. в Новосибирске был проведен репрезентативный опрос трудоспособного населения (N=605), касающийся понимания свободы. Результаты опроса показали, что «важнейшим элементом и условием индивидуальной свободы в настоящее время чаще всего признаются деньги (“в наше время деньги решают всё”, “если есть деньги, есть всё”))» (Шабанова, 2000). При этом свобода участниками исследования рассматривалась как материальное и стабильное положение, включающее «достойную жизнь» для себя и семьи, которая приобретается с помощью «интересной» работы. Очень немногие участники опроса связывали понятие «свобода» с терминами «самостоятельность», «инициатива», «выбор», «ответственность», «независимость». Это вполне предсказуемая позиция для периода 1990-х, когда для значительной части населения главной задачей были не мысли о свободе, а забота о биологическом выживании; в исследовании М. А. Шабановой эта доля составила 48% от всех опрошенных (Шабанова, 2000). Иными словами, свобода понималась опрошенными прежде всего как возможность иметь финансовую и материальную независимость и реализовывать свои потребительские желания, но не свобода в политическом или даже правовом ключе. Участники моего исследования, начавшие заниматься мелким предпринимательством еще в школе в конце 1980-х гг., схожим образом объясняли свою мотивацию — поиском финансовой независимости от родителей и желанием приобрести товары престижного потребления в молодежной среде того времени (магнитофон, кроссовки, джинсовую куртку):

*«Мы яблоки рвали в заброшенных садах. Никому не надо было. У нас был мотоцикл, у родителей машина была. Берешь сколько-то мешков этих яблок, привезешь на базар, половину дня посидишь, получишь зарплату. Деньги получишь такие, сколько, например, у меня мать получала за месяц, а я получал за день» (Василий, 45 лет, самозанятый предприниматель).*

*«Я работать начал с седьмого класса. Первая работа у меня была на безалкогольном комбинате, я бутылки расставлял на конвейере. Потом было что-то там купить, чтобы здесь потом продать и у родителей на кроссовки деньги не просить. Я прекрасно помню, что после 10 класса я заработал за два летних месяца в два раза больше, чем мой отец. Для него это было в некоторой степени «удар ниже пояса», но, с другой стороны, он спокойно к этому отнесся, но эта ситуация возникала именно таким образом. Но это еще не бизнес, это мелкая фарца — на карманные расходы юному пионеру, и чтобы учебе не мешало» (Игорь, 43 года, топ-менеджер крупного холдинга).*

Исследователи, проводившие опросы подростков, выросших в девяностые (то есть тех, кто был на 3–5 лет младше первых слушателей ШЮМ



Пензы), отмечали, что эта когорта является «самостоятельными, “теоретически” не зависящими от родителей людьми, озабоченными исключительно собственной судьбой, где на первом месте стоит желание разбогатеть, хорошо устроиться в жизни, иметь свое дело: 39% из них ставили счастье в прямую зависимость от количества денег. Это поколение, в котором рыночный романтизм (мечты о “красивой жизни”, власти, богатстве) самым тесным образом переплетались с прагматизмом (ставка на собственные силы, карьеру, готовность к социально неодобряемым действиям). В экономическом сознании и поведении подростков кризис общества отразился в наибольшей мере, поскольку он пришелся на период их активной социализации. Их отношение к деньгам — результат влияния и возрастных особенностей, и кризиса всего общества» (Абрамова, 2000).

В. С. Магун вместе с украинскими коллегами на протяжении десятилетия (1985–1995 гг.) исследовал динамику притязаний молодежи России и Украины, связанных с карьерными амбициями, материальным статусом и т. д. (Магун, 1998). Авторы исследования отмечали рост притязаний молодежи в отношении возможной должностной позиции: больше опрошенных стали мечтать о должности руководителя крупного предприятия (холдинга) и меньше — о руководстве небольшим коллективом (уровень рабочей бригады). Авторы исследования связывали рост властных притязаний у молодежи с «растормаживанием» сознания, являющимся одним из результатов «процессов разрушения тоталитаризма и освобождения личности, происходящих в бывшем Советском Союзе с 1985 года и повлиявших на процесс социализации юношей и девушек, оканчивающих среднюю школу в 90-х годах» (Магун, 1998). Те, о ком писал В. С. Магун в те годы, в 2019 г. находятся в возрасте от 40 до 50 лет и составляют основу трудоспособного активного населения России и Украины. При этом в отношении этой части населения России распространено мнение, что именно оно стало главным интересантом и бенефициаром длительного периода «путинской стабильности» и общественного договора, предусматривающего рост экономических стандартов жизни (Гладарев, Цинман, 2007) в обмен на аполитичность. Подростки 1990-х активно делали карьеры (тогда их называли «офисным планктоном») и обзаводились семьями в первое десятилетие 2000-х, отвлекшись от политики, причем заметная их часть встала на консервативные позиции после «крымской весны» 2014 г., или полностью заменив политические притязания потребительскими, реализуемыми в семейных ценностях, обустройстве жилья, хобби. Они стали «рефлексивными консьюмерами» (Абрамов, Зудина, 2009) и хорошо разбираются в дизайне интерьеров, марках смартфонов или автомобилях, могут дать экспертное заключение о качестве вина или выборе лучшего места отдыха. Многие из них внутренне не согласны с действиями государства или скорее недовольны качеством государственных услуг, коррупцией, однако не готовы открыто протестовать, ограничиваясь «кухонными разговорами» в социальных сетях и мессенджерах. К тому же работа или бизнес самых успешных из них напрямую связаны или зависят от государства: их компании обрабатывают госзаказы, они сами являются

госслужащими или работают в квазигосударственных организациях, и даже если это коммерческие структуры, то чаще всего тесно интегрированные с региональной властью (Кордонский, 2008). Иными словами, сами бывшие «юные менеджеры» являются частью государственной системы.

В моем корпусе интервью тема политических притязаний выпускников ШЮМ Пензы специальным образом не рассматривалась, но из биографий информантов, ставших успешными предпринимателями или топ-менеджерами, я знал, что их компании вовлечены в тендеры на государственные заказы, их компании вполне лояльно относились и стимулировали сотрудников к участию в официальных общественных мероприятиях (первомайская демонстрация, спонсорство городских праздников по заданию областных властей, участие в повышении явки на выборах), а часть информантов включена в региональные бизнес-элиты. Из неформальных разговоров выяснялось, что информанты не рассматривают эту активность как форму политического участия: они лишь делают то, что помогает сохранять и развивать их бизнес в имеющихся обстоятельствах. Гибко реагируют на запросы среды, не считая это «политикой». Лишь один информант высказал отрицательную точку зрения в адрес сложившегося социального и политического порядка в стране. При этом он выпал из крупного бизнеса, где был наемным менеджером, и после уголовного преследования стал неформальным малым предпринимателем, чья бригада занимается строительством и ремонтом частных домов. Он настроен критически к существующим российским реалиям:

*«Страна не туда идет. После 2014 года — вообще заметно стало. Налоги, воровство, сейчас инициативу подавляют везде. И в бизнесе тоже»* (Василий, 45 лет, самозанятый предприниматель).

В средствах массовой информации (Бирюков, 1990) и даже в экспертном сообществе в начале 1990-х сложилось мнение о том, что население страны за советский период «испортилось», потеряло способность к упорному труду и инициативе и обладает низкой экономической культурой:

«Сформированная в СССР экономическая культура представляла собой совокупность черт экономического сознания и поведения, вытекавших из господствующей идеологии и политики. (...) Например, такие особенности экономической культуры населения бывшего СССР, как уравнительная психология, нетерпимость к богатым и богатству, несомненно, можно отнести к господствовавшей в стране идеологии социального неравенства, мифов о преодолении различий между умственным и физическим трудом, верхами и низами, городом и деревней. Корни иждивенчества можно найти в господствовавшем культе советского государства с присущими ему якобы чертами общенародности и всемогущества» (Рывкина, 1994).

Поэтому залогом успешного перехода к рыночной экономике сторонники реформ считали, в том числе, воспитание у населения страны лояльного отношения к предпринимательству и выработке несоциалистической экономической культуры. Предполагалось, что обретение веры в «рынок»



является формой «деидеологизации экономического сознания», когда люди перестают «смотреть на экономическую жизнь через призму научно-го коммунизма» (Рывкина, 1994). Именно в то время рыночные отношения и ориентация на ценности личного материального успеха стали рассматриваться не как часть новой идеологии, но как само собой разумеющийся порядок вещей. Славой Жижек в своем критическом труде, посвященном анализу неolibеральной идеологии, показал, что идеология «свободного рынка» после провала коммунистического проекта стала восприниматься как естественное положение вещей и единственно возможный способ организации обмена товарами и услугами в человеческом обществе:

«Идеологическая натурализация глобального капитализма достигла сегодня беспрецедентного уровня: редко кто даже осмелится помечтать в утопических мечтах о возможных альтернативах; один за другим немногие сохранившиеся коммунистические режимы заново изобретают себя в качестве авторитарных защитников нового, еще более динамичного и эффективного «капитализма с азиатским лицом». (...) Утопии альтернативного мира исчезли, будучи вытесненными господствующей утопией, которая выдает себя за воплощение прагматического реализма» (Жижек, 2011: 47–48).

Слушатели школ юных менеджеров были благодарной аудиторией для принятия рыночного мировоззрения, поскольку их детство пришлось на время товарного дефицита позднего застоя, дряхления социалистической идеологии и окончательного разрыва между частной жизнью советских людей, озабоченных повышением материального благосостояния, и надоевшими заклинаниями советской прессы об успешном построении «реального социализма». К тому же гласность позволила открыть и публично обсуждать многие темные страницы советского прошлого — политические репрессии и военное вмешательство в дела других государств, — что окончательно подорвало веру в социалистический проект. Конечно, будучи детьми, подростки рубежа 1980–1990-х гг. не воспринимали происходившее рационально, а, скорее, ощущали и впитывали меняющиеся общественные настроения по разговорам родителей, телепрограммам, неуверенным интонациям школьных учителей. И они были готовы принять новое мировоззрение, которое к тому же предполагало ориентацию на западные потребительские стандарты.

В философском эссе о притязаниях как теоретической категории А. Согомонов говорит о том, что в мире высокого модерна «в пространстве биографических проектов торжествует принцип индивидуального планирования собственной жизни самим человеком. Каждый выбирает свою биографию из широкого спектра возможностей, включая социальную группу или субкультуру, с которой он хотел бы себя идентифицировать» (Согомонов, 1998: 104–122). Соответственно, рефлексивная биографическая индивидуализация приходит на смену «традиционной категоризации социального пространства индустриального общества — классовой принадлежности, социальной стратификации и т. д.» (там же). Действительно, перестройку и 1990-е годы можно считать временем открывшихся социальных лифтов,

когда каждый в силу своей воли и желания или вынужденно (потеряв работу или жилье) мог трансформировать свой биографический проект, переменив образ жизни, род занятий и пробуя себя в новых видах деятельности, включая политику, бизнес или силовое предпринимательство. Информанты, окончившие ШЮМ и затем ставшие успешными предпринимателями, указывали на открывшиеся тогда перспективы и обозначали свой сознательный разрыв с биографическими проектами родителей, которые могли быть, например, квалифицированными рабочими или офицерами милиции. Иногда этот разрыв был травматичным, поскольку родители не понимали стремлений их детей к личному и финансовому успеху через бизнес, предлагая им действовать традиционным образом — через рост образовательного капитала и его реализацию в привычных условиях крупных организаций:

*«В 1992 г. меня родители перевели в другую школу и о предпринимательской деятельности, связанной с рекламой, я на какое-то время забыл. Вообще, родители к этому негативно скорее относились — им важна была успеваемость, институт, чтобы хорошую работу получить. Они инженеры советские, в НИИ работали» (Алексей, 42 года, американский предприниматель).*

Однако наиболее «харизматичные» из выпускников ШЮМ предпочли трудный путь собственного бизнеса, оставив образование «на потом», так как в тот момент не видели смысла в длительном и полноценном высшем образовании:

*«Те предметы, которые меня интересовали, а именно, психология, управление, коммуникации среди людей — они появлялись только на четвертом курсе. Я увидел все это, я говорю: “Я четыре года буду кирпичи изучать?”<sup>4</sup> Я сюда пришел людей изучать, я пришел изучать, как управлять людьми, а не как устроены кирпичи и как плитку ломать, сопротивление физики, химии, всё”. И я ушел после первого курса. Совмещать работу и учебу было совершенно невозможно, поэтому я стал только работать. Я поступил на работу в одну из коммерческих фирм, которые тогда еще только-только начинались: это сеть ларьков, где торговали сникерсами и газировкой» (Михаил, 44 года, средний предприниматель).*

Впрочем, новые социальные лифты приоткрылись на очень короткое время. Предварительный анализ состава слушателей пензенской ШЮМ и других школ юных менеджеров показывает, что уже в 1994–1995 гг., когда некоторые из них стали платными, отбор туда производился в том числе и на основе информации о статусе родителей потенциальных слушателей,

<sup>4</sup> Информант учился на факультете менеджмента Пензенского инженерно-строительного института, ныне ПГУАС.



а сами школы привлекали представителей нового класса предпринимателей и наемных менеджеров из бизнеса, которые желали передать своим детям свой классовый статус. К тому же некоторые школы юных менеджеров, включая пензенскую ШЮМ, заняли нишу подготовительных отделений для факультетов менеджмента и маркетинга, открывшихся в 1990-е гг. и сразу ставших престижными, поскольку ожидалось, что их выпускники будут готовы для работы в условиях рыночной экономики. То есть рефлексивный биографический проект с множественностью выбора довольно быстро вернулся в прокрустово ложе детерминации, когда воспроизводство форм капиталов следующими поколениями стало снова работать в режиме отлаженной бурдьевистской машины социальной селекции (Bourdieu, 1994; Bourdieu, Passeron, 1990; Бурдьё, 2004).

### Школа юных менеджеров Пензы: история организации

Инициатором организации пензенской ШЮМ стал амбициозный доктор экономических наук<sup>5</sup>, профессор, заведующий кафедрой экономики и организации строительства ПИСИ<sup>6</sup> Семен Резник<sup>7</sup>, который к 1990 г. из исследователя текучести кадров и трудовых ресурсов в строительстве эволюционировал в сторонника рыночной экономики и научного менеджмента западного типа с сильными элементами идеологии «карнегизма»; эти три элемента и стали основой обучающей программы школы юных менеджеров и затем факультета менеджмента в ПИСИ.

Первое организационное собрание слушателей ШЮМ Пензы состоялось 9 сентября 1990 г.<sup>8</sup> в средней школе № 58. В этой школе, расположенной в центральной части города, тогда учились оба сына С. Резника, и он решил именно там сделать базу для нового учебного заведения. За редким исключением, слушателями школы могли стать ученики 10-х классов: они обучались в ней в течение двух лет и для получения итогового сертификата должны были сдать две письменные работы — «курсовую» и «выпускную», представлявшие собой расширенный аналог студенческих рефератов. Поскольку С. Резник был выходцем из вузовской среды, то и построил обучение в ШЮМ по вузовским стандартам, начиная с введения расписания

<sup>5</sup> Докторскую диссертацию на тему, близкую к проблематике менеджмента, «Управление трудовыми ресурсами отрасли народного хозяйства (на примере строительства)» С. Резник защитил в 1989 г. в Ленинградском инженерно-экономическом институте.

<sup>6</sup> Тогда ПИСИ — Пензенский инженерно-строительный институт, сейчас это ПГУАС — Пензенский государственный университет архитектуры и строительства.

<sup>7</sup> О жизненном пути С. Резника см. (Резник, 2014).

<sup>8</sup> Точная дата этого собрания известна благодаря сохранившейся записи в моем дневнике, который я вел с мая 1990 г. до конца 1997 г.: «Сегодня в 10 часов состоялось организационное собрание ШЮМа Сначала перед нами выступила директор школы. Она говорила о том, что мы будем проходить в этой школе. Написали заявления. В ШЮМ попало много людей из других школ. Занятия начнутся 13 октября. (...) После директора стал говорить руководитель ШЮМа — Резник. Он говорил, какие издания нужно выписать, чтобы разбираться в экономике» (дневник Р. Абрамова, Тетрадь № 1).

в формате вузовских «пар» и заканчивая привлечением к преподаванию сотрудников пензенских вузов, специализировавшихся на теории управления, экономике и журналистике. В то же время С. Резник старался расширять кругозор слушателей посредством приглашения на встречи и (если использовать современную лексику) «мастер-классы» пензенских предпринимателей, специалистов по этикету, психологов, даже представителей различных конфессий.

Идеология создаваемой ШЮМ была представлена С. Резником в двух обширных статьях, опубликованных в двух сентябрьских номерах главной областной газеты, официального печатного органа Пензенского Обкома КПСС «Пензенская правда» за 1990 г. Первая статья «Бизнес — это дело» (Резник, 1990а) состояла из риторической аргументации в пользу «делового человека», чья основная цель — «не стремление к “сытой жизни”, а призвание “делать деньги”, вкладывая их в любое дело, приносящее прибыль». Так «само дело для настоящего бизнесмена превращается в смысл его существования». Продвигая идею «нового делового человека», автор использует отсылки к самым разным типам аргументации: от семантических дефиниций из популярного словаря русского языка Ожегова и данных анкетных опросов до отсылок к высказываниям православных иерархов, призывающих совершать «малые дела», которые ложатся в основу «больших дел». Конечно, этот образ «делового человека», созданный воображением советского ученого, специалиста по научной организации труда (НОТ), был основан на очень отдаленных представлениях о характере труда бизнесмена, часть которых, очевидно, почерпнута из недавно распространившихся видеокопий зарубежных фильмов (один из таких фильмов упоминается в статье), чтения переведенных американских пособий делового успеха и представлений советского человека о западном бизнесе. Вторая часть программного манифеста С. Резника получила название «Предприимчивость» и была опубликована в следующем номере «Пензенской правды» (Резник, 1990b). В этой статье автор отталкивается от негативного образа советского человека (руководителя), характеризуя его как безынициативного, стремящегося избежать рисков, инертного, и выводит на авансцену образ успешного менеджера (предпринимателя), который отличается *«деловой активностью, самообладанием, инициативностью, находчивостью, деловой хваткой, умением увязывать свои цели с реальными условиями, наличием чувства нового, творческим подходом к делу, стремлением выполнить любую работу наилучшим образом, постоянной неудовлетворенностью собой и тягой к самосовершенствованию, способностью доводить начатое дело до конца»*. По сути, предприимчивость в этом высказывании охватывает собой все качества гибкого, идеального работника, описанные в известном исследовании о новом духе капитализма Э. Кьяпелло и Л. Болтански (Болтански, Кьяпелло, 2011; Абрамов, Климова, 2010).

Впрочем, довольно значительное место в характеристике «предприимчивого» человека С. Резник отводит свойствам характера, присущим веберовскому буржуа с его протестантской этикой упорного труда и здравого



смысла: «В основе воспитания бережливости лежат такие качества, как аккуратность и точность, старательность, усердность». При этом имен М. Вебера и В. Зомбарта автор статьи нигде не упоминает, что позволяет предположить спонтанный характер подобного описания предприимчивого человека. Однако предприимчивый человек нового типа не лишается «права на риск», хотя такое право реализуется только вместе с системой взаимного доверия. В целом, образ нового делового человека по С. Резнику — это образ предпринимателя и управляющего, действующего в условиях промышленного капитализма, где «движущей силой предпринимателя была не ростовщическая “к злату проклятая страсть”, а страсть к расширению Дела, имеющего организационную форму промышленного предприятия» (Давыдов, 1998: 467). Такой «деятельный человек» может разбогатеть, но это будет «действительно богоугодное богатство, свидетельствующее о благорасположении к тому, кто его производит, самого Бога, достижимое, согласно новому предпринимательскому этосу, лишь на путях напряженного, систематического, непрерывного, а главное, продуктивного труда, замещающего в сознании верующего протестанта <...> монастырский “труд молитвы”» (там же). Третья статья С. Резника «Как помочь бизнесмену» (Резник, 1990с) завершает цикл и начинается с тезиса о негативной роли бюрократизма в развитии свободного духа предпринимательства. Идея автора заключается в том, чтобы создать правовую базу для бизнеса и убрать «преграды» со стороны государства для развития бизнеса. Именно это, по мнению автора, даст импульс развития «подлинному рынку». В этой статье С. Резник постулирует необходимость создания специального учебного заведения для воспитания нового поколения предпринимателей и управленцев и говорит о планирующемся открытии такой школы в Пензенском инженерно-строительном институте (в описываемом виде эта идея не была реализована) и при школе № 58.

### **«Гармонично развитый менеджер»: о программе обучения в пензенской ШЮМ**

Пензенская ШЮМ<sup>9</sup> под разными названиями работала до начала 2000-х гг. и стала подготовительным этапом для выходцев из пензенского среднего класса, административной и деловой элиты при поступлении в вузы на престижные в то время специальности по экономике и менеджменту<sup>10</sup>. В целом, для слушателей это стало хорошей возможностью погрузиться в вузовскую культуру, подготовиться к будущему обучению в системе высшего образования. Соответственно, содержание обучения

<sup>9</sup> В 1994 г. ШЮМ была переименована в ПАЮМП (Пензенская академия юных менеджеров и предпринимателей), а затем, уже в конце 1990-х гг., стала ПАЛИДЕК (Пензенская академия лидерства и деловой карьеры).

<sup>10</sup> В своих воспоминаниях С. Резник пишет: «Воспитанников Академии я отбирал лично, задавая им непростые вопросы в присутствии их родителей» (Резник, 2014: 117).

в ШЮМ было близким к вузовским дисциплинам управленческого профиля. В итоговом сертификате выпускника первого набора можно увидеть следующие курсы: «Социально-психологические методы руководства» (24 учебных часа), «Организация личного труда менеджера» (10 часов), «Правовые основы управления» (8 часов), «Основы экономической теории» (24 часа), «Экономика предприятия» (16 часов), «Информатика и работа на персональных компьютерах» (24 часа), «Культура делового общения» (6 часов) и т. п. По сути, ШЮМ предлагала вполне современную для того времени подготовку по базовому курсу рыночной экономики и менеджмента. С. Резник в то время был поклонником советского НОТ, в частности, идей руководителя ЦИТ и революционного поэта-романтика А. Гастева, прежде всего, его книги практических советов по самоорганизации труда «Как надо работать» (Гастев, 1972), а также советско-американского специалиста по менеджменту В. А. Терещенко (Терещенко, 1970). К моменту начала работы ШЮМ уже были переведены труды Д. Карнеги и некоторые биографии успешных менеджеров и предпринимателей — например, «Карьера менеджера» Ли Якокки (Якокка, 1990) — которые предлагались слушателям в качестве обязательного чтения. Как оказалось, сегодня бывшие слушатели ШЮМ относительно неплохо помнят Д. Карнеги, а остальных авторов практически не помнят. Харизматичная манера ведения занятий С. Резником и его почти мессианская вера в рецепты американского гуру «личностного успеха» запомнились лучше, чем содержание занятий:

*«Книжки конкретные — не помню ничего. Помню — читали. Но у меня не осталось в голове. В основном запомнила Резника как деятельного человека с багажом знаний, верующего в то, что преподает, и это помогло и нам поверить в это» (Елена, 43 года, бухгалтер).*

В течение 1990-х гг. ШЮМ сдвигалась от простого обучения основам рыночной экономики и научного менеджмента к более широкой повестке, связанной с воспитанием лидерства и освоением коммуникативных практик, в том числе под влиянием методологии организационно-деятельностных игр Г. Щедровицкого: *«Запоминающимся событием в моей жизни стало обучение на семинаре для победителей конкурса инновационных педагогических проектов, где наша Академия стала номинантом. (...) Семинар проводил Петр Щедровицкий, известный игротехник и методолог, руководитель Школы культурной политики... Это обучение впоследствии помогло нам разработать проект Молодежного экономического лагеря» (Резник, 2014: 120).* Молодежный экономический лагерь стал одним из проектов ШЮМ<sup>11</sup> и представлял собой тотальную ролевою экономическую игру для детей и подростков в возрасте от 9–10 лет, где применялись технологии

<sup>11</sup> Технология и концепция молодежного экономического лагеря описана в диссертации младшего сына С. Резника — Игоря Резника, см. (Резник, 1998).



Г. Щедровицкого для иммерсивного включения в мир рыночной экономики и конкуренции.

В целом пензенская ШЮМ была частью относительно широкого движения школ юных менеджеров начала 1990-х гг., когда по всей стране открылись десятки подобных центров дополнительного образования (Абрамов, 2019), ставивших своей задачей перековку советских подростков в людей нового типа, способных стать успешными бизнесменами.

### **Биографические контексты выпускников пензенской ШЮМ: через оптику Карнеги**

В центре моего внимания — мировоззренческая и идеологическая трансформация, превратившая «последних советских пионеров» в адептов личного и делового успеха. Деградация советской идеологии началась с конца оттепели, вместе с угасанием энтузиазма «шестидесятников», но эксплицитные формы, в виде легального перехода к «рыночной» идеологии личностного успеха и прагматизации межличностных отношений, она приняла в позднюю перестройку, когда «карнегизм» и «психологизация общества» (Сироткина, Смит, 2008; Абрамов, 2019) стали востребованными возможностями идеологической миграции. «Карнегизм» — это мировоззрение, источником которого являются идеи американского гуру личностного роста Дейла Карнеги, чьи работы массовыми тиражами стали выходить в России с конца 1980-х гг. и активно использоваться первыми консультантами по имиджу как пособие для перестройки личности с ориентацией на социальное манипулирование при достижении своих корыстных целей. Американский автор Д. Уэлш обобщил суть идеологии карнегизма, состоящей из простых тезисов:

«1) индивиды существуют в объективной реальности капиталистического гражданского общества; 2) деньги или прибыль являются легитимным арбитром социального успеха; 3) каждый предпринимает действия для максимизации денежной выгоды. Кража или насилие также являются путями для зарабатывания денег, однако идеология карнегизма предписывает не обращение к страху или угрозам, а использование привлекательных приманок и психологической манипуляции. (...) Обычный человек зависит от решений и мнений других — тех, кто контролирует доступ к выживанию и успеху, и для достижения успеха, измеряемого в денежном выражении или продвижении по карьерной лестнице, необходимо повлиять на решения и действия, совершаемые влиятельными другими» (Welsh, 1986).

Конечно, это очень марксистский критический взгляд на Д. Карнеги и его наследие, но, тем не менее, именно его труды открыли путь для всего богатства тренингов и литературы личностного роста, которые и по сию пору являются неотъемлемой частью «лидерской» культуры корпоративного бизнеса. В школах юных менеджеров начала 1990-х Д. Карнеги был столь же обязательным источником к прочтению и практическому применению его

рецептов, как «цитатник» Мао в период китайской культурной революции. В моем исследовании я просил информантов вспомнить и рассказать о своем опыте знакомства и освоения идей Дейла Карнеги в период обучения в школах юных менеджеров.

В своем отношении к трудам Д. Карнеги участники исследования разделились на две группы: одни лишь с трудом припоминали о том, что им что-то подобное рекомендовали читать, а для других его книги послужили источником осознания себя, своей модели поведения и экспериментальным пособием по освоению окружающего мира. Вдохновленные «карнегизмом» воспринимали труды американского гуру личностного успеха как руководство к действию и вчитывались в эти книги, стремясь перенять методы поведения «настоящих деловых людей»:

*«Первая вещь, которая меня сильно-сильно впечатлила — это Дейл Карнеги... Я просто не мог понять, почему одни люди успешны, другие не успешны, то есть, почему к одним с уважением относятся, а к другим не с уважением, почему с одними хотят общаться, а с другими не хотят, я видел это в среде, и я не понимал, почему один является лидером компании, к примеру, в классе, а кто-то нет. Я, когда прочитал книгу, я себе поставил цель: стать в классе номером один с точки зрения неформального лидерства, да. И я ее, считаю, тогда достиг. Благодаря этой книге» (Александр, 45 лет, владелец крупного бизнеса).*

*«Мало того, что читал, я это еще перечитывал, вникая, изучая, и пытаюсь проецировать на жизнь. Я пытался разложить главу на параграфы, из этих параграфов осознать какие-то тезисы, и эти тезисы пытался применить или в классе, или в школе юных менеджеров, или на улице, или при общении с родственниками. Я с каждой главой работал и экспериментировал, как это работает на людях, то есть, как это можно применить, и мне это было интересно, я пробовал, я экспериментировал, что-то у меня получалось, во что-то я вносил какие-то свои коррективы, просто я сейчас не помню. У меня даже были тетрадки, которые я вел, в которых я конспектировал вот эти вот пункты, тезисы, и записывал примерно результат, то есть, что мне это дало: во время общения с этим-то — получилось вот это, вот это» (Михаил, 43 года, средний предприниматель).*

Те из информантов, кто серьезно подходил к освоению идей Карнеги, и сегодня интересуются литературой по достижению личного успеха и так же читают ее с карандашом в руке<sup>12</sup>:

*«Мне нравился Наполеон Хилл “Думай и богатей!”. Я читал многие книги, которые были связаны с успехом людей: “Карьера менеджера” Ли Якокки, “Сделано в Японии” Акио Морита. Я их буквально проглатывал,*

<sup>12</sup> Один из участников исследования активно вовлечен в движение саентологии Рона Хаббарда, полагая, что это способствует дальнейшему деловому успеху.



*потому что старался вчитываться в каждое предложение. Что приводит людей к успеху, какие черты, какие качества, какие мысли?» (Дмитрий, 43 года, топ-менеджер крупной региональной компании).*

В то же время, романтическая увлеченность Карнеги столкнулась с реалиями российской действительности 1990-х гг. и межкультурными различиями, которые не позволили превратить рекомендации американского автора в рецепты прямого действия. Некоторые из информантов, вдохновленных «карнегизмом», постепенно пришли к осознанию того, что далеко не все приемы эффективной коммуникации срабатывают в России. Их попытки буквально следовать правилам общения Дейла Карнеги приводили к коммуникативным полкам, превращались в эксперименты в духе Г. Гарфинкеля (Гарфинкель, 2007), проблематизировавшие сложившиеся местные фоновые практики взаимодействия с другими. Улыбка воспринималась как подвох, искренняя заинтересованность в другом — как способ получения личной информации, вежливость выглядела подозрительной:

*«Эта улыбчивость, эта открытость, она людей сбивала с толка. Почему он такой искренний? Почему он улыбается? Если он искренний и если он улыбается — ему есть что скрывать. Если ему есть что скрывать — его нужно бояться. И меня стали бояться» (Михаил, 44 года, средний предприниматель).*

*«Возможно, это подходит к Америке, а у нас это работает фифти-фифти. Ты можешь какому-то человеку сказать просто: “Здорово, братан”, если он лучший друг, и всё, не надо ему никаких специальных подходов» (Василий, 45 лет, самозанятый предприниматель).*

В моей выборке большинство участников исследования составляли юноши, хотя из тридцати шести человек первого выпуска пензенской ШЮМ четырнадцать слушателей — девушки. Я смог взять интервью у некоторых из них: практически все опрошенные смутно припоминали, что были книги Карнеги, которые рекомендовалось читать, но никто не проявлял к ним интереса тогда, и сегодня не обращается к идеям американского автора. Представления об «успешности» у выпускниц пензенской ШЮМ отличались от представлений выпускников. Интервью показали, что для женщин, получивших престижное, по региональным меркам второй половины 1990-х гг., образование (экономика, менеджмент, бухгалтерский учет), «успешными» личными и профессиональными стратегиями стало создание семьи, рождение детей и работа в финансовой сфере — в банке, налоговой инспекции, бухгалтерии и т. п. — в качестве рядового специалиста или руководителя подразделения. Другие профессиональные и карьерные возможности оказались серьезно ограничены в силу экономической ситуации в регионе и в стране в целом. К тому же общая нарастающая неразбериха

в 1991–1993 гг. привела к снижению образовательной мобильности для выпускников школ этих лет. Даже многие «отличники» и «медалисты», которые раньше попробовали бы свои силы, поступая в крупные университеты страны, нередко оставались в своем городе, выбирая из имевшегося небогатого набора специальностей и факультетов: родители не хотели отпускать детей в неизвестность, а рост инфляции ограничил их финансовые возможности. Для многих выпускников школ тех лет поступление на новые специальности в области менеджмента и экономики стало альтернативой обучению в крупных университетах других городов.

*«У нас в 1992 году был самый первый набор экономистов, и у нас был очень сильный поток. Там был конкурс среди даже золотых медалей. У нас 60% студентов из 120 человек окончили институт с “красным” дипломом. И поэтому там было соревнование лучших из лучших»* (Наталья, 44 года, бухгалтер).

К тому же практичные родители предполагали, что в условиях наступающего «рынка» более перспективными профессиями для их детей станут те, что связаны с экономической сферой, пусть и в ущерб их желанию и призванию:

*«Я и не думала идти в экономику, я хотела идти в педуниверситет. Я даже в него поступила на физику и математику. Я поступила в два института — на физмат и сюда, на экономику. Родители категорически запретили мне идти в педагоги»* (Ирина, 43 года, заместитель главного бухгалтера).

Данная информант во время беседы не раз возвращается к теме упущенного шанса стать учителем в школе, о чем мечтала в юности:

*«Ориентация на успех в бизнесе — для меня это было не близко. Я была бы учительницей. А надо было выбирать приоритеты, что пригодились бы больше по жизни, что приносило бы больше материальных благ и меньше нервную систему портило — пошла на экономический. Хотя были периоды, когда я жалела о том, что я не пошла, особенно, когда родился второй ребенок. Я не могла потом найти работу очень долго. У меня была депрессия. Когда женщина выпадает из профессиональной сферы на несколько лет, очень тяжело потом обратно в нее зайти»* (Ирина, 43 года, заместитель главного бухгалтера).

Другая участница исследования также поступила в школу юных менеджеров по желанию родителей, стремившихся найти для нее «надежную» профессию в новых условиях. Сама она хотела стать врачом, но смогла реализовать эту мечту только в своем ребенке, отправив дочь учиться в Москву на медика:



*«Честно говоря, пошла в ШЮМ для более свободного поступления в институт. Я ничем таким не интересовалась ни тогда и ни сейчас. Я хотела на медицинский, а туда не отпускали родители. Время такое было — сложное, а в Пензе не было тогда медицинского. И раз меня не отпускали в медицинский — мне было все равно, куда поступать, лишь бы получить высшее образование. Я его получила. Зато я свою дочь отдала в медицину. Учится в Москве» (Виктория, 42 года, домохозяйка).*

В поле зрения моего исследования оказались выпускники ШЮМ, которые затем сделали очень успешную бизнес-карьеру: часть из них — владельцы собственных компаний, кроме того, один из них является директором по маркетингу крупного регионального холдинга, а второй смог открыть офис в «Москва-сити» и управляет сетью собственных заводов в различных регионах страны. По-своему, эти ШЮМовцы стали воплощением делового успеха именно в том виде, как это описано в американских пособиях по личному преуспеянию: они состоялись как предприниматели и управленцы, они ориентированы на дружелюбную коммуникацию, готовы делиться секретами «успеха», у обоих семейные ценности занимают значимое место в их жизни. С другой стороны, в ходе общения складывается ощущение, что я говорю с представителями «поколения разрыва», чье взросление пришлось на смену исторических вех и сопровождалось ценностными конфликтами с родителями и отчасти вынужденными выборами в жизни и профессии, что особенно ярко показали беседы с представителями женской части выпускников ШЮМ первых лет.

## **Заключение**

В начале статьи я ссылался на некоторые исследования, в которых есть рефлексия относительно мировоззрения и определения своего места в мире «подростками перестройки». Эти люди вобрали в себя советское детство, отрочество перестройки и постсоветскую непростую юность 1990-х гг. — совершенно разные по настроению, атмосфере, ценностным характеристикам периоды. Конечно, это отразилось на их мировосприятии: даже если сейчас трудно различить черты советского пионера в преуспевающем владельце сети крупных заводов, чей офис возвышается над столицей в претенциозной башне «Москва-сити». Кажется, такие, как он, навсегда отринули советское детство как важный жизненный опыт, вынося за скобки биографии тот период жизни. И всё же, у меня сложилось впечатление, что биографическая негативизация личного советского прошлого стала одной из причин того, что некоторые из слушателей ШЮМ до сих пор вдохновляются Дейлом Карнеги и подобными формами знаний: «карнегизм» становится удобной ценностной основой и прагматической философией жизни. Любопытно, что выпускницы ШЮМ в большей мере жалуют о «советском», несмотря на наличие хорошо оплачиваемой работы

и относительно благополучной семьи, — как будто они вынужденно ведут жизнь среднего класса, по-настоящему не найдя себя в этой жизни. Однако можно ли считать «подростков перестройки», прошедших через движение школ юных менеджеров, «потерянным поколением»? На этот вопрос почти невозможно ответить, так как среди них можно найти неудачников и преуспевающих людей, политически активных и аполитичных, оптимистов и пессимистов. Скорее, я бы сказал, что мои сверстники не обрели целостного личностного мировоззрения, поскольку росли в период краха одного большого идеологического проекта и непростого начала другого. Они были вынуждены приспосабливаться к текущему положению вещей, иногда откладывая что-то важное «на потом». Лишь перейдя черту сорокалетия, они ощутили потребность не только делиться своими победами и излучать благополучие, но обратиться к травмам своего отрочества и молодости, концентрация на которых в тот момент была бы воспринята как слабость.

Проблема данного исследования заключается в том, что участвующие в исследовании информанты либо не связывали свою дальнейшую карьеру и изменения в мышлении с периодом обучения в ШЮМ и на управленческих отделениях вузов, либо исходно уже были ориентированы на успех в предпринимательстве и бизнесе, а обучение стало для них лишь дополнительным средством легитимации выбранного пути. Иными словами, первоначальное предположение о том, что ШЮМ и последующее профессиональное обучение менеджменту меняло их сознание, перенастраивая его на индивидуалистические рельсы личностного успеха, либо не подтверждается, либо необходимо искать иные методические инструменты для подтверждения этой гипотезы. Возможны и иные объяснения неработающей гипотезы о трансформации сознания вследствие полученного образования. Во-первых, можно предположить, что успеха в бизнесе и управленческой карьере добились те выпускники ШЮМ, кто исходно уже имел талант и способности к тому, чтобы вести «самостоятельное дело» или управлять людьми. В советской системе они могли бы занять руководящие должности в партийных, хозяйственных органах или же стать «цеховиками», работать в сфере советской торговли, совмещая эту деятельность с теневой. То есть ШЮМ и факультеты менеджмента предложили им дискурсивную оболочку и некоторые знания, адекватные ситуации становления рыночной экономики в 1990-е гг., но в других обстоятельствах эти люди все равно заняли бы руководящие должности и нашли способ проявить свою предпринимательскую инициативность. Во-вторых, между теоретическим экономическим знанием и управленческими кейсами из западной практики, с одной стороны, и реалиями отечественного предпринимательства и бизнеса 1990-х гг., с другой, был столь сильный разрыв, что, помимо базовых основ экономики, остальные полученные в ШЮМ и на факультетах менеджмента знания имели очень отдаленное отношение к происходившему в период приватизации и первоначального накопления капитала, а потому остались в памяти учащихся в основном как любопытные, но отвлеченные сведения, не столь нужные в сфере бизнеса. Первые издававшиеся в те годы переводные



книги Ли Якокки, Акио Морита, Наполеона Хилла и др. об успехах в управленческой карьере или на ниве предпринимательства, так же как и первые переводные учебники по менеджменту, экономике и маркетингу, в той же степени представляли некое идеальное общество «свободного рынка» для советского и российского читателя тех лет, в какой столетием ранее труды западных философов-социалистов и марксистов представляли новую эпоху справедливости и равенства.

В ходе исследования сложилось впечатление, что относительно своих воспоминаний о девяностых информанты разработали особые регистры амнезии, молчания и говорения. У многих не было желания мысленно возвращаться в то время, а какие-то сложные и неоднозначные сюжеты (например, отношения с рэкетом на стадии организации собственного бизнеса), если и проговаривались, то как некое общее, не уникальное, то, что было повседневностью для всех, и поэтому не заслуживает внимания. Есть риск, что девяностые станут набором расхожих исторических клише, баек и типового набора артефактов памяти, поэтому так важно обращаться к отдельным кейсам, жизни сообществ и личным биографиям, как в данном исследовании.

## Литература

Абрамов Р. Н. Идеология личного успеха и движение школ юных менеджеров в начале 1990-х гг. в России // Материалы конференции «Социальная история России (1990-е гг.): к новому осмыслению», 18–19 октября 2018 г. Пермь, 2019 (в печати).

Абрамов Р. Н., Зудина А. А. Социальные инноваторы: досуговые практики и культурное потребление // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. № 6. С. 109–119.

Абрамов Р. Н. От коммунизма к «карнегизму»: адаптация практической психологии успеха к российскому контексту 1990-х гг. Рукопись. 2019 (в печати).

Абрамов Р. Н., Зудина А. А. Люди XXI как рефлексивные консьюмеры: социологический анализ потребительского потенциала // Практический маркетинг. 2009. № 9. С. 11–23.

Абрамов Р. Н., Климова С. Г. Современный работник: концептуализация и эмпирическая проверка понятия // Мир России: Социология, этнология. 2010. Т. 19. № 2. С. 98–117.

Абрамова С. Б. Деньги как социальная ценность: поколенческий срез проблемы // Социологические исследования. 2000. № 7. С. 37–41.

Анипкин М. Поколение «лишних людей»: антропологический портрет последнего советского поколения // Неприкосновенный запас. 2018. № 1. С. 290–308.

Бирюков В. Ставка на делового человека. Слово к читателю // Деловые люди. 1990. Июнь. С. 1. Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма. М.: НЛО, 2011.

Бурдые П. Формы капитала. Пер. с франц. О. И. Кирчик под ред. Н. А. Шматко // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Ред. В. В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2004. С. 519–536.

Волков В. Силовое предпринимательство, XXI век. Экономико-социологический анализ. СПб.: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2012.

Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. СПб., 2007.

Гастев А. К. Как надо работать. Сборник. М.: Экономика, 1972.

Гладарев Б., Цинман Ж. Потребительские стили петербургского среднего класса: из экономики дефицита к новому быту // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 3. С. 61–81.

Давыдов Ю. Н. Макс Вебер и современная теоретическая социология: Актуальные проблемы веберовского социологического учения. М.: Мартис, 1998.

Жижек С. Размышления в красном цвете: коммунистический взгляд на кризис и сопутствующие предметы. М.: Изд-во «Европа», 2011.

Кордонский С. Сословная структура постсоветской России. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008.

Курс для высшего управленческого персонала. Пер. с англ. В. А. Терещенко. М.: Экономика, 1970.

Магун В. С. Революция притязаний и изменения жизненных стратегий молодежи: 1985–1995 годы. Москва: Институт социологии РАН, 1998.

Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности: коллективная монография / Под ред. Е. Здравомысловой, А. Роткирх, А. Тёмкиной. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2009.

Резник В. С. Академия юных менеджеров и Молодежный экономический лагерь // Резник С. Д. Дороги к менеджменту: о себе и окружающих меня людях, о времени и событиях. М.: ИНФРА-М, 2014. С. 120–121.

Резник И. С. Развитие концепции непрерывной практической подготовки молодежи к предпринимательской деятельности. Диссертация на соискание степени кандидата экономических наук. Саратов: 1998.

Резник С. Д. а Бизнес — это дело // Пензенская правда, 14 сентября 1990 г., № 212.

Резник С. Д. Дороги к менеджменту: о себе и окружающих меня людях, о времени и событиях. М.: ИНФРА-М, 2014.

Резник С. Д. б Как помочь бизнесмену // Пензенская правда, 16 сентября 1990 г., № 214.

Резник С. Д. с Предприимчивость // Пензенская правда, 15 сентября 1990 г., № 213.

Рывкина Р. В. Экономическая культура в России: трудности и этапы становления // Мир России: Социология, этнология. 1994. Т. 3. № 1. С. 55–65.

Сироткина И. Е., Смит Р. «Психологическое общество» и социально-политические перемены в России // Методология и история психологии. 2008. Т. 3. Вып. 3. С. 73–90.

Согомонов А. Ю. Феномен «революции притязаний» в культурно-историческом контексте // Революция притязаний и изменения жизненных стратегий молодежи: 1985–1995 годы. Москва: Институт социологии РАН, 1998. С. 104–122.

Стогов И. Другие девяностые. У нас была великая эпоха. М.: Амфора, 2016.

Шабанова М. А. Образы свободы в реформируемой России // Социологические исследования, 2000. № 2. С. 29–38.

Шабанова М. А. Ценность и «цена» свободы в процессе социальной адаптации к рынку // Социологические исследования. 1995. № 4. С. 88–97.

Шулинский И. Странно пахнет душа. М.: Мир хобби, 2016.

Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М.: НЛО, 2014.

Якокка Л. Карьера менеджера. М.: Прогресс, 1990.

Bourdieu P. Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge, 1994.

Bourdieu P., Passeron J. — C. Reproduction in Education, Society and Culture. London: SAGE, 1990.

Kruglova A. Between «Too Young» and «Already Old»: The Fleeting Adulthood of Russia's Split Generation, in: Elusive Adulthood: The Anthropology of New Maturities. Indiana University Press, 2017. С. 174–196.

Welsh J. F. The social psychology of fraud: dramaturgy, Carnegie and puppet theater // Mid-American Review of Sociology. 1986. Т. 11. № 1. С. 45–66.

Дата поступления: 25.03.2019



## Removing Soviet: features of education of business people from the “teenagers of perestroika”

DOI: 10.19181/inter.2019.18.5

Roman Abramov

**Abramov Roman** — Doctor Sci. in Sociology, associate professor at the National Research University Higher School of Economics, the Analysis of Social Institutions Department; senior researcher at FCTAS RAS, e-mail: [socioportall@yandex.ru](mailto:socioportall@yandex.ru)

The period of the 1990s is relatively poorly studied and is in a situation of media and ideological stereotypes. This article is devoted to return the discourse of the “nineties” in the analytical channel. It is devoted to the analysis of biographical trajectories and the worldview of “teenagers of perestroika”, those who were 14–16 years old during the period of historical change in 1989–1991 with an emphasis on the transition to individualistic thinking and a focus on personal and business success. All participants in the qualitative research were graduates of the Penza school of young managers. This school was engaged in teaching knowledge and ideologies of a market economy, marketing and business of Soviet schoolchildren of the early 1990s. The article discusses the history of the Penza school of young managers, analyzes its curriculum and the concept of working with students in conjunction with the task of educating “business people” for the new Russia and the ideology of “carnegieism”. Special attention is paid to the reception by students of the school of young managers of Dale Carnegie’s ideas and the ideology of “carnegieism”, who were in the center of the training programs not only of this, but of other schools of young managers of the early 1990s. The article has a reflection on the worldview evolution of students of the school of young managers under the influence of Carnegie’s works. Special attention is paid to reflections on the place of the “teenagers of perestroika” in modern Russia, taking into account the research of this group, in which it is called the “lost generation” or the “failed generation”. The article is based on empirical research materials — the study of thematic sources and interviews with students of the school of young managers in the early 1990s.

**Keywords:** perestroika, personal success, carnegieism, oral history, biography

### References

Abramov R. N. (2019) Ideologiya lichnostnogo uspekha i dvizhenie shkol yunyh menedzherov v nachale 1990-h gg. v Rossii [The ideology of personal success and the movement of the school of young managers in the early 1990s in Russia]. *Materialy konferencii “Social’naya istoriya Rossii (1990-e gg.): k novomu osmysleniyu”*, 18–19 oktyabrya 2018 g. Perm’ (in print).

Abramov R. (2019) *Ot kommunizma k “karnegizmu”: adaptaciya prakticheskoj psihologii uspekha k rossijskomu kontekstu 1990-h gg.* [From Communism to Carnegism: Adaptation of Practical Psychology of Success to the Russian Context of the 1990s] (in print).

Abramov R. N., Zudina A. A. (2010) Social’nye innovatory: dosugovye praktiki i kul’turnoe potreblenie [Social Innovators: Leisure Practices and Cultural Consumption]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i social’nye peremeny*, no 6, p. 109–119.

Abramov R. N., Zudina A. A. (2009) Lyudi XXI kak reflektivnye kons’yumery: sociologicheskij analiz potrebitel’skogo potenciala [People XXI as reflexive consumers: a sociological analysis of consumer potential]. *Practical marketing*, no 9, pp. 11–23.

Abramov R. N., Klimova S. G. (2010) Sovremennyj rabotnik: konceptualizaciya i ehmpiricheskaya proverka ponyatiya [Modern worker: conceptualization and empirical verification of the concept]. *World of Russia: sociology, ethnography*, vol. 19, no 2, pp. 98–117.

Abramova S. B. (2000) Den'gi kak social'naya cennost': pokolencheskij srez problem [Money as a social value: generational problem]. *Sociologicheskie issledovaniya* [Sociological researches], no 7, pp. 37–41.

Anipkin M. (2018) Pokolenie "lishnih lyudej": antropologicheskij portret poslednego sovetskogo pokoleniya [The generation of "extra people": an anthropological portrait of the last Soviet generation]. *Neprikosovennyj zapas* [Emergency ration], no 1, pp. 290–308.

Biryukov V. (1990) Stavka na delovogo cheloveka. Slovo k chitatelyu [Bet on a business person. Word to reader]. *Delovye lyudi* [Business people], June, p. 1.

Boltanski L., K'yapello E. (2011) *Novyj duh kapitalizma* [New spirit of capitalism]. M: NLO.

Burd'e P. (2004) Formy kapitala [Forms of capital]. Per. s franc. O. I. Kirchik pod red. N. A. Shmatko, in: Radaev V. V. (red.) *Zapadnaya ehkonomicheskaya sociologiya: Hrestomatiya sovremennoj klassiki*. M: ROSSPEN, pp. 519–536.

Bourdieu P. (1994) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Bourdieu P., Passeron J. — C. (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: SAGE.

Davydov Y. N. (1998) *Maks Veber i sovremennaya teoreticheskaya sociologiya: Aktual'nye problemy veberovskogo sociologicheskogo ucheniya* [Max Weber and Modern Theoretical Sociology: Actual Problems of Weber's Sociological Study]. M: Martis.

Garfinkel' G. (2007) *Issledovaniya po ehtnometodologii* [Research on ethnomethodology]. SPb.

Gastev A. K. (1972) *Kak nado rabotat'* [How to work]. Sbornik. M: Ehkonomika.

Gladarev B., Cinman Zh. (2007) Potrebitel'skie stili peterburgskogo srednego klassa: iz ehkonomiki deficita k novomu bytu [Consumer styles of St. Petersburg middle class: from the economy of deficit to a new way of life]. *Economical sociology*, vol. 8, no 3, pp. 61–81.

Kordonskij S. (2008) *Soslovnaya struktura postsovetskoy Rossii* [Class structure of post-Soviet Russia]. M: Institut Fonda "Obshchestvennoe mnenie".

Kruglova A. (2017) Between "Too Young" and "Already Old": The Fleeting Adulthood of Russia's Split Generation, in: *Elusive Adulthood: The Anthropology of New Maturities*. Indiana University Press, pp. 174–196.

*Kurs dlya vysshego upravlencheskogo personala* (1970) [Course for senior management staff]. Per. s angl. V. A. Tereshchenko. M: Ekonomika.

Magun V. S. (1998) *Revolyuciya prityazanij i izmeneniya zhiznennyh strategij molodezhi: 1985–1995 gody* [The revolution of claims and changes in the life strategies of young people: 1985–1995]. M: Institut sociologii RAN.

*Novyj byt v sovremennoj Rossii: gendernye issledovaniya povsednevnosti: kollektivnaya monografiya* (2009) [New life in modern Russia: gender studies of everyday life: a collective monograph]. Pod red. E. Zdravomyslovoj, A. Rotkirh, A. Tyomkinov. SPb: Izdatel'stvo Evropejskogo universiteta v Sankt-Peterburge.

Reznik V. S. (2014) Akademiya yunyh menedzherov i Molodezhnyj ehkonomicheskij lager' [Academy of Young Managers and Youth Economic Camp], in: Reznik S. D. *Dorogi k menedzhmentu: o sebe i okruzhayushchih menya lyudyah, o vremeni i sobytijah*. M: INFRA-M, pp. 120–121.

Reznik I. S. (1998) *Razvitie koncepcii nepreryvnoj prakticheskoy podgotovki molodezhi k predprinimatel'skoj deyatel'nosti* [Development of the concept of continuous practical preparation of youth for entrepreneurial activity]. Dissertaciya na soiskanie stepeni kandidata ehkonomicheskikh nauk. Saratov.



Reznik S. D. (1990a) *Biznes — ehto delo* [Business is business]. *Penzenskaya Pravda* [Penza truth]. 14 September, no 212.

Reznik S. D. (2014) *Dorogi k menedzhmentu: o sebe i okruzhayushchih menya lyudyah, o vremeni i sobyitiyah* [Roads to management: about myself and people around me, about time and events]. M: INFRA-M.

Reznik S. D. (1990b) *Kak pomoch' biznesmenu* [How to help a businessman]. *Penzenskaya pravda* [Penza truth]. 16 September, no 214.

Reznik S. D. (1990c) *Predpriimchivost'* [Enterprise]. *Penzenskaya Pravda* [Penza truth]. 15 September, no 213.

Ryvkina R. V. (1994) *Ekonomicheskaya kul'tura v Rossii: trudnosti i ehtapy stanovleniya* [Economic culture in Russia: difficulties and stages of formation]. *Mir Rossii: Sociologiya, ehtnologiya* [World of Russia: sociology, ethnography], vol. 3, no 2, pp. 55–65.

Shabanova M. A. (2000) *Obrazy svobody v reformiruemoj Rossii* [Images of freedom in a reformed Russia]. *Sociologicheskie issledovaniya* [Sociological research], no 2, pp. 29–38.

Shabanova M. A. (1995) *Cennost' i "cena" svobody v processe social'noj adaptacii k rynku* [Value and "price" of freedom in the process of social adaptation to the market]. *Sociologicheskie issledovaniya* [Sociological research], no 4, pp. 88–97.

Shulinskij I. (2016) *Stranno pahnet dusha* [It smells strange soul]. M: Mir hobbi.

Sirotkina I. E., Smit R. (2008) *"Psihologicheskoe obshchestvo" i social'no-politicheskie peremny v Rossii* ["Psychological Society" and the socio-political changes in Russia]. *Metodologiya i istoriya psihologii* [Methodology and history of psychology], vol. 3, issue 3, pp. 73–90.

Sogomonov A. Yu. (1998) *Fenomen "revolyucii prityazaniy" v kul'turno-istoricheskom kontekste* [The phenomenon of the "revolution of claims" in the cultural and historical context]. *Revolyuciya prityazaniy i izmeneniya zhiznennyh strategij molodezhi: 1985–1995 gody*. M: Institut sociologii RAN, pp. 104–122.

Stogov I. (2016) *Drugie devyanostye. U nas byla velikaya ehppoha* [Other nineties. We had a great era]. M: Amfora.

Volkov V. (2012) *Silovoe predprinimatel'stvo, XXI vek. Ehkonomiko-sociologicheskij analiz* [Power Entrepreneurship, XXI century. Economic and sociological analysis]. SPb: Izdatel'stvo Evropejskogo universiteta.

Welsh J. F. (1986) *The social psychology of fraud: dramaturgy, Carnegie and puppet theater*. *Mid-American Review of Sociology*, vol. 11, no 1, pp. 45–66.

Yakokka L. (1990) *Kar'era menedzhera* [Manager career]. M.: Progress.

Yurchak A. (2014) *Ehto bylo navsegda, poka ne konchilos'*. *Poslednee sovetskoe pokolenie* [It was forever, until it was over. The last Soviet generation]. M.: NLO.

Zhizhek S. (2011) *Razmyshleniya v krasnom cvete: kommunisticheskij vzglyad na krizis i soputstvuyushchie predmety* [Reflections in red: a communist view of the crisis and related items]. M: Izdatel'stvo "Evropa".

Received at: 25.03.2019