

ФЕНОМЕН ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОНЯТИЙ*

М.О.Шкаратан

При изучении российских предпринимателей, а также других новых для российского общества социальных групп социологи чаще всего используют количественные методы. Автор статьи считает, что применительно к современному российскому обществу более адекватны качественные подходы, основанные, в частности, на феноменологическом и лингвистическом анализе. Именно эти подходы были использованы для интерпретации некоторых результатов эмпирического социологического исследования, проведенного в Институте экономики РАН при участии автора.

“Как это часто бывает, проблема начинается с языка.”

П.Бергер

I. Человек действующий как человек размышляющий

(о социальной ситуации в современном российском обществе)

1. Об одной из причин многозначности понятия “предприниматель”

Когда в современной России обсуждают проблемы, связанные с возникновением социального слоя предпринимателей, часто говорят о многозначности самого понятия “предприниматель”. Разные определения этого термина присутствуют и в западной литературе (см. по этому поводу обзоры литературы в (1)). Однако проблемы, связанные с интерпретацией понятия “предприниматель” применительно к российскому обществу, шире — они включают в себя не только концептуальную сложность этого термина и трудность перевода его с концептуального на эмпирический уровень, но и “неуловимость” предпринимательства на эмпирическом уровне. С этой проблемой сталкивались все, кто занимался эмпирическим изучением предпринимательства. Предприятия могут называться негосударственными, а реально (по типу собственности) являться государственными. Руководитель может быть подставным лицом, а реальным собственником — крупный государственный чи-

* Работа выполнена при финансовой поддержке фонда “Культурная инициатива” (фонд Сороса). Работа является составной частью проекта “Новое предпринимательство в России” (совместный проект Института экономики РАН и Междисциплинарного академического центра социальных наук (ИНТЕРЦЕНТР)). Разработка программы и проведение эмпирической части исследования осуществлены сотрудниками сектора экономической социологии Института экономики РАН. Директор проекта - к.э.н., зав. сектором Вад.В.Радаев.

новник. Оборот предприятия может быть миллиардным, а по бумагам — ничтожно маленьким. Должность может называться “генеральный директор”, а в дирекции он один, да и подчиненных всего двое — жена и теща... Список подобных примеров бесконечен.

Такое положение дел в российском предпринимательстве приводит к тому, что это понятие используется с разным смыслом не только в научных обсуждениях (см., например, (2)), но и в газетных статьях и непрофессиональных разговорах.

Особенно трудно понять, что же называют предпринимательской элитой. При опросах предпринимательской элиты обычно (другие случаи нам неизвестны) в выборку включают тех, чьи имена мелькают на страницах газет, т. е. так называемых public relations persons от бизнеса, тех, кто захотел создать себе имидж крупного предпринимателя. Авторы этих опросов и не спорят с сомнительностью такого определения бизнес-элиты в российских условиях, при которых любой прибыльный бизнес имеет криминальный “оттенок” из-за серьезных несовершенств законодательства и общей экономической нестабильности.

Для социологов те особые трудности, которые возникают при поиске критериев выделения предпринимательской элиты, являются свидетельством неясности смысла слова “предприниматель”. Элита — это группа людей, занимающих ведущие социальные позиции из основных для общества сфер деятельности (в нашем случае — в предпринимательской деятельности). Именно по таким позициям можно судить о социальных характеристиках всей этой сферы деятельности. Если же есть серьезные сомнения в определении ведущих позиций, значит, и сама сфера деятельности не институционализована, т.е. не определены социальные роли тех, кто в ней действует, и нормы, эту деятельность ограничивающие.

Существенно, что деятельность российских предпринимателей не ограничена нормативно (лишена ролевой определенности) не только в социальном, но и в юридическом смысле. Противоречивость законов часто заставляет их чувствовать себя маргиналами в одних случаях и “хозяевами жизни” — в других. Правовое положение предпринимателя в современной России можно коротко выразить цитатой из учредительных документов одного солидного совместного предприятия, зарегистрированного в России: “Обстоятельствами непреодолимой силы учредители условились считать войны, стихийные бедствия и Законодательные Акты Правительства России”.

Таким образом, многозначность понятия “предприниматель” возникает не из-за наличия разных терминологических значений предпринимательства, что можно было бы предположить, а из-за проблемы институциональной неопределенности предпринимательской деятельности. На наш взгляд, эта проблема появляется благодаря существованию в нашей стране “переходной” социальной ситуации, в которой именно предприниматели занимают особое место.

Попытаемся коротко объяснить, в чем мы видим переходность этого периода и значимость роли предпринимателей в такие времена, обосновав тем самым выбранный в данном разделе работы метод социологического анализа эмпирических данных.

2. Время неопределенности социальных ролей

Мы исходим из того, что изменения, происходящие в нашем обществе в последние годы, в основе своей институциональны. Они основаны на резком измене-

нии социетальной идеологической системы, на ликвидации жесткой официальной идеологии, которая несколько десятилетий серьезно влияла на социальную жизнь. Официальная идеология создавала строгие нормы исполнения социальных ролей и тем самым — маломобильную институциональную структуру общества. В последние годы происходит разложение специфической советской институциональной структуры общества (см. об этом в (3); наиболее полно связанные с этим процессы проанализированы в (4). Одновременно создается новая институциональная структура.

Это означает, что меняется смысл и нормативные ограничения социальных ролей, перестраивается сама структура этих ролей, создается ролевая неопределенность деятельности индивидов. Человек, который еще недавно жил в рамках жестких нормативных ограничений официальной идеологии, с одной стороны, получил свободу в выборе социальных ролей, но с другой стороны — оказался перед необходимостью осознать их смысл и важность для самого себя. Теперь он не только может выражать свои взгляды и мнения без риска быть “отлученным” от общества, но и вынужден осознать, какие социальные роли он исполняет.

Совершенно определено, что в условиях снятия многих институциональных ограничений в обществе появляется новый тип социальных актеров (см. об этом, например, (5)).

3. Человек действующий становится человеком размышляющим

Мы выделяем три основных фактора, под воздействием которых складываются особенности этого нового типа человека действующего.

Во-первых, это увеличение свободы выбора социальных ролей. Разрешено поведение, которое раньше жестко контролировалось или запрещалось.

Во-вторых, это резко возросшая неопределенность смысла многих социальных ролей и нормативных ограничений, связанных с их исполнением. Наиболее очевидные примеры новых социальных ролей — роли предпринимателя, бизнесмена, богатого человека, собственника, владельца предприятия. Уже одно только появление этих новых ролей смещает значение многих других, существовавших и в советском обществе, меняет их содержание и престиж соответствующих им социальных позиций. Получается, что если “новые” социальные актеры создают новые роли, то “старые” актеры вынуждены переосмыслить свои, приспособиться к новой ситуации. Вследствие этого ситуация переходного периода может отражаться на поведении лишь немногих людей, но обязательно будет влиять на массовое сознание, делая более подвижными, активными мнения, оценки и взгляды.

Третий фактор, под воздействием которого формируются новые социальные актеры, — это двойственность нормативной системы разрушающегося советского общества, следствием которой, как это ни парадоксально, является необычайная устойчивость ценностной системы индивида. На наш взгляд, основная черта советской системы норм — не только и не столько в том, что она складывалась из двух сложным образом переплетающихся частей, а в том, что эти две системы норм были построены на фундаментах очень разной степени устойчивости. Одна из них — “истинная” система норм, определяемая индивидом или малыми группами — основывалась на ценностях. Другая — официальная или государственная — базировалась не на ценностях, а на гораздо более зыбкой почве официальной идеологии. В результате сложился специфически советский тип поведения и мышления, при ко-

тором будто бы принимаемая вторая система норм служила “линией обороны” для защиты индивидуального жизненного мира, основанного на ценностях. Близкие взгляды, подтвержденные результатами массовых опросов, выражены авторами работы “Советский простой человек”. По их мнению, устойчивость системы двойных стандартов “связана со способностью демпфировать, сглаживать внешние воздействия, сохраняя неповрежденным некое ценностное ядро” (6).

Следствием трех перечисленных особенностей “переходного” периода является то, что люди действующие (социальные актеры) становятся прежде всего людьми размышляющими, их активность направлена в первую очередь на приписывание смыслов новой реальности. Активное создание массовым сознанием новых социальных смыслов становится оборотной стороной распада старой институциональной структуры. Этому способствуют как объективные условия (снятие официальной идеологии и отказ от основанной на ней официальной системы норм), так и выработавшаяся у советского человека в условиях двойственности норм устойчивость ценностной основы поведения. Разрушение институциональных структур, катастрофически сказывающееся на самоидентификации индивида и устойчивости его “жизненного мира”, в результате оказывается созидательным. Оно создает основу для возникновения новых идеологий, поскольку вместо прежних, разрушенных общественных идеалов, появляется несистематизированное множество образцов восприятия мира. Период аномии, распада институциональной основы общества, характеризуется в этом случае множественностью способов обыденного мышления, борьбой этих способов за место в складывающейся новой идеологической системе. Соотношение разрушительных и созидательных процессов в постсоветском обществе очень точно, на наш взгляд, отражено в теории культуры и взрыва Ю.Лотмана (см. (7)).

4. *Феноменологический подход как адекватный описанной социальной ситуации*

Снятие институциональных ограничений создает пространство возможностей для индивидуального действия, прежде всего, для мышления — для создания новых “жизненных миров”, субъективных значений реальности, образцов сознания, каждодневного, обыденного знания.

В социологии существует концептуальный подход, который может быть адекватно использован при изучении обществ в таких социальных ситуациях, а именно — при исследовании социального действия человека размышляющего. Это феноменологический подход, который применительно к социологии наиболее отчетливо выражен в классической работе П.Бергера и Т.Лукмана (8). Он базируется на положении о том, что основы социальной жизни — в межиндивидуальных взаимодействиях в обыденной жизни. Межиндивидуальные взаимодействия основываются на понимании каждым из действующих лиц поведения партнера, на приписывании этому поведению смысла, мотива. Происходит это с помощью соотнесения наблюдаемого поведения с типологиями поведения, образцами поведения, которые каждый усваивает в процессе социализации. Взаимная типизация и приписывание мотивов означают, что люди играют роли относительно друг друга. Например, если человек в трамвае просит пассажиров предъявить билеты, мы понимаем, что он выступает в роли контролера, и строим свое ответное поведение на основе этого понимания. Мы типологизировали его как “контролера” и реагиру-

ем на его действия как “пассажиры”. Подобным образом используя свои собственные типологии, мы присваиваем наименования наблюдаемым событиям и их участникам и в более сложных ситуациях. Существенен и обратный процесс — построение новых типологий в результате приписывания смысла новым или непонятным явлениям (о ключевой особенности этого процесса см. (9)).

Институциональный распад общества означает разрушение многих типологий, устойчивых прежде стереотипов интерпретации событий в повседневной жизни. Это прежде всего относится к новым для нашего общества социальным ролям. Появился социальный слой предпринимателей. Общепринятый, типичный, стереотипный смысл слова “предприниматель” применительно к российской действительности еще не сложился, он формируется в ходе каждодневных наблюдений, сравнения разных вариантов возникающих смыслов друг с другом и реальностью.

Ориентацию на описанный подход усиливает то, что данная работа основана на опросе предпринимателей, которые, будучи по содержанию своей деятельности людьми риска, инноваторами, должны быть настроены на активное аналитическое восприятие действительности и на “реконструкцию действительности” в большей степени, чем многие другие социальные слои. Наверное, в конструировании жизненных смыслов особенно важна роль социальных групп и слоев, характеризующихся новаторским поведением.

Хотелось бы остановиться еще на одной особенности нашего подхода. Она связана с проблемой экспертизы. В данной работе использованы результаты двух видов опросов — интервью экспертов по проблемам российского предпринимательства и анкетного опроса руководителей негосударственных предприятий. Предметные стороны первого и второго исследования различались — экспертам и предпринимателям задавали разные вопросы, — но способ интерпретации результатов был общим. И в первом, и во втором случае полученная информация рассматривалась как экспертная. Экспертиза понимается нами не как мнение специалиста по вопросам, входящим в сферу его профессиональной компетенции, а как основанные на здравом смысле взгляды на знакомые проблемы человека любой профессиональной принадлежности.

“Экспертиза постоянно воспроизводится непрофессионалами как часть их каждодневного взаимодействия с абстрактными системами. Никто не может быть экспертом ни в смысле владения полным экспертным знанием, ни в смысле наличия соответствующих формальных подтверждений больше, чем в небольших областях существующих сегодня сложных систем знания. И никто не может жить в мире абстрактных систем, не обучившись некоторым принципам их работы

Уровень доверия индивида к данной экспертной системе и эксперта различен. Процессы переосмысления индивидами экспертных рекомендаций при использовании абстрактных систем происходят во всех сферах социальной жизни — например, в применении медицины, в воспитании детей, в сексе. ...все мы непрофессионалы по отношению к огромному числу экспертных систем” (10).

В этом смысле мнения экспертов-специалистов стоят на том же уровне значимости, что и мнения неспециалистов — и те, и другие проводят экспертизу, осмысливая факты своего жизненного опыта. И те, и другие являются

“интерпретаторами”^{*} действительности. Поэтому информация, полученная от первой группы респондентов — “экспертов” по проблемам предпринимательства, т. е. людей, либо изучающих предпринимательство, либо являющихся квалифицированными консультантами в бизнесе, — анализируется в данной работе так же, как и данные, полученные от самих предпринимателей.

II. Интерпретация понятия “предприниматель”: образы и типы **

1. О методе построения образов

Люди строят разные образы реальности, пользуются разным языком для описания этих образов и, более того, понимают употребляемые ими при построении образов слова с разными смыслами. Один художник, услышав известный сейчас многим, вошедший благодаря газетам и телепередачам в обиходный язык, юридический термин “физическое лицо”, долго смеялся и спросил, почему “физическое”, разве бывают “химические” лица? Это было в августе 1992 г., когда все образованные москвичи, может быть, уже и не знали, как в былые времена, что печатают в литературных журналах, но зато, казалось бы, прекрасно разбирались в том, что такое ваучер, о чем говорится в 601-м постановлении, что такое устав и учредительный договор, чем отличается юридическое лицо от физического и кто такие предприниматели. Когда наши эксперты отвечали на вопросы интервью, они описывали свои образы предпринимательства. Все они по-своему понимали наши вопросы, но каждое отдельное интервью, если его рассматривать как целостность, не разбивая по смысловым с точки зрения интервьюера позициям, отражает образ предпринимателя, созданный экспертом в ходе интервью.

154

В результате обработки текстов 27 интервью было выделено четыре выраженных образа, сильно различающихся между собой, к которым тяготеют многие из остальных. Каждый из них рассматривался как соответствующий определенному типу предпринимателя. Под типом понимался не веберовский идеальный тип, сконструированный аналитически, а эмпирически полученный тип.

Образы предпринимателей, описание которых предлагается ниже, так и строились: основа образа взята из одного, “типического” интервью, а некоторые (иногда — многие) элементы, дополняющие образ черты — из тех интервью, которые тяготеют к повторению этого образа. К каждому ОБРАЗУ, представленному в статье как ТЕКСТ, предлагается краткое обобщенное описание его автора — респондента (“эксперта”), который дал основополагающие характеристики образа. Это описание следует рассматривать как КОНТЕКСТ образа, ведь читатель тоже должен иметь возможность для переинтерпретации. Наша же интерпретация текстов образов (каждого в своем контексте) воплотилась в ТИПАХ предпринимателей, описанных в заключениях к каждому из соответствующих разделов статьи.

Для нас не имело значения, какое количество интервью оказывалось источником образа. В одном случае были использованы данные из девяти интервью, в другом — всего из одного, в двух оставшихся — из шести и трех. Девять из 27

* Этот термин используется в том смысле, в каком он употребляется З.Бауманом (11).

** Данный раздел работы основан на материалах интервью с 27 экспертами. Тема интервью - проблемы предпринимательства в России.

интервью не представляют для нас интереса. Это произошло потому, что мы стремились обнаружить в интервью основу для построения выраженных типов предпринимателей, и образы, которые были найдены аморфными, нехарактерными, расценивались как "брак".

2. Образы и типы предпринимателей

А. АВТОРИТАРНАЯ ЛИЧНОСТЬ

Контекст:

"эксперт" — автор образа — менеджер российского отделения крупной международной фирмы, образованный человек. Говорит уверенно. Обладает рациональным мышлением, не подвержен идеализму. Проявляет крайний индивидуализм в оценках, полное отсутствие стремления к делению мира на "своих" и "чужих".

Текст — темы и высказывания:

1) *О целях и смысле предпринимательской деятельности.*

Надо двигаться к тому, чтобы ты управлял людьми, а не люди тобой.

Однажды вкусив свободы, отказаться от нее нельзя. Это как с военачальником: сначала он делает это в силу необходимости, а потом завоевывает весь мир.

Эта работа — как управление армией: концентрация воли, усилий, планирование, анализ ситуации.

Ради чего занимаются бизнесом? Да в этой стране жить иначе нельзя. Впрочем, у нас можно быть миллиардером, но миллиардерство это клоунское. Имея доллар в кармане, чувствуешь себя спокойнее, чем имея миллион рублей.

Предпринимателями становятся ради денег и влияния. Успех — добиться того, ради чего он все это затевает. А поскольку затевает он это ради прибыли, то успех выражается в той величине, которую он сумеет заработать, и в том влиянии, которое он благодаря этому получит.

Предпринимателями становятся ради обладания экономической властью, влияния, славы. Влияние — это способ самореализации. Неудачники предпринимателями не становятся.

2) *О предпринимателях.*

Для достижения целей нужна жесткая самоорганизация. Мало кого заставишь постоянно рано вставать, думать, как заработать...

3) *О наемных работниках.*

Если кто-то из наемных работников работает по совместительству, или создал свое предприятие, или куда-то вложил деньги, он будет уволен моментально.

Берут на работу лояльных и компетентных, послушных и умных, преданных делу, идее, руководителю, стремящихся к самоотдаче.

Высокая зарплата предполагает личную преданность руководству.

Наемный работник знает, что в любой момент может быть уволен.

Или хозяин хочет тебя видеть, или он тебя выкидывает".

И они довольны своим беспорядком.

4) *Об отношении к миру*

Наши люди — босяки, ворвавшиеся во дворец. У всех одинаковые потребительские ориентации.

Этики нет. Есть дикость.

Всегда воровали. Какое законодательство?

Зачем нужны эксперты, если можно купить чиновника?

Заключение: тип предпринимателя — АВТОРИТАРНАЯ ЛИЧНОСТЬ

“Надо, чтобы ты управлял
людьми, а не люди тобой.”

Из интервью

Характерная черта этого типа предпринимателя — полная самодостаточность, отсутствие желания сравнивать себя с другими. Этого нет ни в форме идентификации себя с какой-либо группой, ни в форме противопоставления себя другим группам. Ни следа пиетета не только к предпринимателям, но и к идее предпринимательской деятельности.

Такой крайний индивидуализм в сочетании с отношением к подчиненным как к “довольным своим бесправием”, “лично преданным”, а к свободе — как к ситуации, в которой “ты управляешь людьми, а не люди тобой”, формирует выражено авторитарную личность.

Другие черты дополняют этот тип. Жесткая самоорганизация, рациональность и целевая направленность деятельности, отсутствие ориентации на ценностные представления, отношение к окружающим как к темной массе “босяков, ворвавшихся во дворец”, делают этот тип законченным.

Это самый яркий тип из всех, которые удалось выделить по текстам интервью.

Б. КАПИТАЛИСТ

Контекст:

эксперт — автор образа — очень богатый (по мировым меркам) человек, сам приобрел капитал, хорошо образован, кандидат наук, весьма уверен в себе, “хозяйин жизни. Умеет ценить свое время: говорит коротко, четко, не рассуждает о понятиях.

Текст — темы и высказывания:

1) *О целях и смысле предпринимательской деятельности.*

Предпринимательство и бизнес — синонимы.

Карьера в бизнесе — делание денег. Это занятие профессиональное.

Придумывание нового и удовлетворение от этого присутствуют, но цель — деньги.

2) *О предпринимателях.*

Предприниматель — это человек, делающий деньги, ведущий свое дело ради прибыли.

В российском бизнесе нет ни одного человека, который занимался бы законной деятельностью.

Если нет жажды наживы, человек не сможет зарабатывать, ему просто нравится чувствовать себя “капиталистом”.

Добиваться успеха в российском бизнесе за редким исключением будут самые наглые, самые жестокие.

3) *О наемных работниках.*

За хорошие деньги наемные работники должны хорошо работать.

Хороший наемный работник старается хорошо работать и получить премию, а плохой — стать предпринимателем.

4) *Об отношении к миру.*

Престиж в этом мире определяется одним: престижно иметь деньги, непрестижно их не иметь.

5) О "своих" и "чужих" в бизнесе.

Все предприниматели делятся на две группы: "своих" и "дураков".

"свои" — те, кто зарабатывает деньги

"чужие" — те, кто ничего не зарабатывает, а занимается бизнесом "ради любви к делу" (дилетанты, ничего не умеют)

цель — прибыль

цель — чувствовать себя при деле, заработать не могут принципиально

действуют только незаконно

могут действовать по закону, разницы нет

карьера = деньги

карьера = стать Председателем Правления

в конце концов эмигрируют

хотят эмигрировать, но не могут

политически пассивны, имеют вынужденно демократические взгляды

политически активны, выступают по ТВ, демократы (только демократия дает возможность заниматься бизнесом)

Заключение: тип предпринимателя — КАПИТАЛИСТ.

"Если нет жажды наживы, человек не сможет заработать, ему просто нравится чувствовать "капиталистом".

Из интервью

Этот тип удивительно одномерен. Ключевое слово при ответах на любые вопросы — деньги. Даже вместо нейтрального слова "прибыль" звучит привычно вызывающее отрицательные эмоции слово "нажива". Одномерна и самоидентификация — отождествляет себя с "бизнесменами", "капиталистами". К этой группе относит только тех, кто составил большое состояние. Тех же, кто пытается "сделать деньги", но не достигает успеха, презирает. Однако, уважения он не испытывает и к "своим": уверен, что "добиваться успеха в российском бизнесе за редким исключением будут самые наглые, самые жестокие". Считает, что в современном российском обществе престиж человека определяется только одним: "престижно иметь деньги, непрестижно их не иметь".

Этот тип интересен, прежде всего, однозначной самоидентификацией. Однозначность эта неожиданна в наше переходное время, когда логично было бы предположить наличие более сложных, смешанных типов ценностных ориентаций и взглядов.

В. СВОБОДНЫЙ ПРОСТОЙ ЧЕЛОВЕК

Контекст:

эксперт — автор образа — человек прикладной науки, давно изучает предпринимательство, ориентирован на практическое применение научных результатов. Бизнесом не занимается серьезно. Говорит ярко, но не очень уверенно.

Текст — темы и высказывания:

1) О целях предпринимательской деятельности.

Предпринимателями становятся ради свободы.

Свобода и самореализация важнее денег.

По сравнению с ощущением свободы деньги ничего не дают.

Основной мотив — свобода, затем самореализация и прибыль.

Независимость, самостоятельность — ради этого становятся предпринимателями.

Очень важна самостоятельность, когда ты хозяин себе и своему делу.

Работают ради самостоятельности.

Деньги — не главное, главное — самостоятельность, независимость, но деньги — критерий успеха.

2) О смысле предпринимательской деятельности.

Деньги значения не имеют. Важен сам процесс предпринимательской деятельности.

Главное — получать удовлетворение от работы, поставить дело на высокий уровень.

Удовольствие от работы заслоняет удовольствие от денег.

Это интересное занятие, ради которого не спят по ночам, не ездят в отпуск.

Успех — сделать из малого предприятия крупное, иметь хорошее предприятие.

Карьера — это известность предприятия.

Карьера — это рост предприятия, хороший бизнес, увлеченность делом.

Карьера — это развитие дела, когда о тебе говорят, деньги никакой роли не играют.

3) О предпринимателях.

По 12—14 часов в день работают 80—90% предпринимателей.

Надо много бегать.

На себе приходится тащить всю рутину.

Чтобы суметь все бросить, бегать, работать, мотаться, надо очень хотеть этим заниматься.

Увлечены делом, живут скромно.

Предприниматели дело замарать боятся, в тюрьму сесть — нет.

Те, у кого есть внутренний потенциал управлять делом.

Ощущают себя переустроителями этого мира.

Очень многие предприниматели — бывшие маргиналы, те, кого не признавали, или карьеру нельзя было сделать. Люди, у которых были конфликты в госорганизациях, а теперь появилась возможность самореализации.

К себе предприниматели относятся с уважением.

Нижний эшелон предпринимателей очень активен, стремится к знаниям, информирован. Там более продуктивно идет освоение нового, чем наверху, где больше — для амбиций.

В наших условиях главное — закаленный характер, умение “проходить во все двери”.

4) О наемных работниках.

Собственники обычно хотят, чтобы наемные работники работали так же, как они.

Предприниматель не простит шоферу воровства, которое ему прощало государство.

С наемными работниками советуются. Управление начинает быть коллегиальным.

К наемным работникам относятся как к партнерам.

Если наемный работник умный — организует свое дело.

5) *Об учредителях.*

Возникают проблемы — как избавиться от учредителя, например. Есть методы.

6) *Об отношении к миру.*

Наше население нормально относится к предпринимательству и с удовольствием будет работать на частном предприятии, кроме тех, кто вообще работать не хочет.

Частная собственность большинством людей воспринимается негативно, когда это не их частная собственность.

7) *Об условиях работы.*

Такие люди сидят на ключевых постах, что они постоянно выдумывают что-то новенькое, заставляя всех приспособливаться по-новому.

Незаконные действия идут сверху, от правительства.

Все на взятках построено.

Чиновники наглеют.

Эксперты некомпетентны.

К консультантам обращаются, если есть чем платить, а чаще на этом обжигаются.

Заключение: тип предпринимателя — СВОБОДНЫЙ ПРОСТОЙ ЧЕЛОВЕК.

“Предпринимателями становятся ради свободы”.

Из интервью

“Эти люди увлечены делом, живут скромно”.

Из интервью

Этот человек выглядит скромным и непритязательным. Ему приходится нелегко, надо “много бегать”, “тащить на себе всю рутину”, “работать по 12—14 часов в день”. Но у него “закаленный характер”, и он выстоит даже в условиях российского бизнеса, где на взятках построено, “чиновники наглеют”, “эксперты некомпетентны”, и в довершение всего люди “наверху” “постоянно выдумывают что-то новенькое, заставляя всех приспособливаться”.

Он, скорее всего, небогат, во всяком случае, не настолько, чтобы уже нельзя было чувствовать общность с наемными работниками. Он считает наемных работников “своими”, относится к ним как к “партнерам”, участвующим в управлении предприятием. Другое дело — учредители. От них он найдет “метод избавиться”. Да и к другим “наверху” он не испытывает теплых чувств, считает, что главное в них — амбиции, а вот “нижний эшелон предпринимателей”, с которым он идентифицирует себя, “очень активен, стремится к знаниям, информирован”.

К себе он “относится с уважением”, любит свое дело, работает ради свободы, независимости, не ради денег. Для него очевидно, что “по сравнению с ощущением свободы, деньги ничего не дают”. Главное для него — “получать удовлетворение от

работы”, “поставить дело на высокий уровень”, “создать хорошее предприятие”. Только это даст возможность чувствовать себя “переустроителем этого мира”.

Предприниматель этого типа, с одной стороны, простой человек, много работающий в тяжелых условиях. С другой стороны, он не просто тянет лямку, а работает ради осуществления идеалов, ради переустройства мира, пусть на уровне своего небольшого предприятия. Именно это позволяет ему уважать себя и окружающих.

Такие люди, как показывает опыт опросов, действительно часто встречаются среди тех руководителей мелких и средних предприятий, которые соглашаются на роль респондента в социологическом исследовании. Они не жалеют на это ни времени, ни сил, хотят помочь социологам так же, как они хотят быть полезны, делая свое дело.

Но предприниматели ли они?

Г. ПЕРСОНАЖ

Контекст:

эксперт — автор образа — кабинетный ученый. Вокруг много книг, в том числе на нескольких иностранных языках. Изучает предпринимательство. С практикой предпринимательской деятельности не знаком.

Текст — темы и высказывания:

1) *О целях и смысле предпринимательской деятельности.*

ни одного высказывания

2) *О предпринимателях.*

Предприниматель — создатель новых комбинаций производства (в шумпетерианском смысле), инноватор, творческий человек.

Ему свойственен постоянный поиск нового, творчество.

Это человек интуиции.

Верит в свои силы, волевой человек, оптимист.

Им движет желание доказать себе, что он на многое способен.

Открытый, мобильный, энергичный человек.

В любом производстве есть предприниматель. Это человек, принимающий решения — автор идеи, замысла, совсем не обязательно собственник.

Занимается бизнесом ради изменения статуса, не ради денег (и речи об этом нет).

Незаконные хозяйственные действия — это уголовные дела, при чем здесь предприниматели?

Предприниматели считают, что их капитал — честность.

3) *О наемных работниках.*

Наемные работники ощущают свою принадлежность к фирме, единство целей фирмы и своих целей.

4) *Об отношении к миру*

Предпринимателям свойственны самые разные политические ориентации. У них есть свои союзы, лобби, есть среди них и такие, кто не стремится к политической власти.

Занятие предпринимательством престижно, но престиж странный: есть различие между мнением и поведением. Кажется, к этой деятельности относятся отрицательно, но в то же время любое предложение войти в эту структуру любым человеком принимается.

Заключение: тип предпринимателя — ПЕРСОНАЖ.

“Им движет желание доказать себе, что он на многое способен”.

Из интервью

Этот тип предпринимателя существует как будто в безвоздушном пространстве — вне социальной среды и своей деятельности. Он — Идея предпринимателя, воплощающая в себе и субъект деятельности, и саму деятельность. Вместе с тем, ни содержание деятельности, ни ее прикладные результаты для него значения не имеют. Важен только он сам. Им движет лишь “желание доказать себе, что он на многое способен” и стремление “изменить свой статус”. Желание изменить свой статус — единственный признак того, что он ощущает себя членом общества, точнее, элементом иерархической социальной системы. Вместе с тем, он обладает определенными психологическими чертами, делающими его истинным предпринимателем — это человек “волевой”, “творческий”, “энергичный”, “принимающий ешения”.

Он будто действующее лицо спектакля в театре одного актера. Персонаж-предприниматель.

III. Интерпретация предпринимателями понятий “успех” и “цели деятельности”*

1. Постановка задачи

В первом разделе данной работы сделана попытка представить образы “предпринимателя”, существующие в сознании “экспертов”, и построить на основе этих образов несколько типов современных российских предпринимателей.

В данном разделе мы хотим рассмотреть проблему интерпретации основных понятий, обозначающих предпринимательскую деятельность, с другой стороны. Наша задача — получить информацию о том, что сами предприниматели считают целью и смыслом деятельности. Такого рода данные были получены и от “экспертов” (см. раздел 1). Тем более интересно нам было узнать, что думают по этому поводу сами предприниматели.

Для того, чтобы сформулировать вопросы анкеты о целях и смысле предпринимательской деятельности, мы провели некоторую предварительную работу. Было выбрано аналогичное, по нашему мнению, слово, которое используется как в быденном языке, так и в профессиональном языке социологов — “успех”. Это слово было использовано в качестве центрального понятия данного исследования. Затем был проведен анализ западной литературы по проблеме представлений людей об успехе и на этой основе разработаны некоторые гипотезы нашего исследования (см. об этом п.2 данного раздела). Дело в том, что в литературе понятие успеха связывается прежде всего с успехом карьеры, достижением положения в обществе. В рос-

* В данном разделе работы используются результаты анкетного опроса руководителей негосударственных предприятий. Опрос проводился в Москве в ноябре 1992 — феврале 1993 гг. Выборка репрезентативна по двум признакам: типу организационной формы предприятия и профилю деятельности предприятия. Данные по этим признакам получены из регистрационных документов предприятий в Мосгорстате. Было проанализировано 277 заполненных анкет. Анализ отказов участвовать в опросе дает основания считать, что опрошены были руководители мелких и средних предприятий.

сийском обществе слова “карьер” и “положение в обществе” воспринимаются совсем иначе, часто негативно или двусмысленно. Поэтому мы сочли нужным разделить вопрос об успехе (или о целях и смысле деятельности) на две части.

Таким образом, проведение на основе анализа литературы операционализации понятия “успех” привело к включению в анкету двух открытых вопросов:

1. “Что Вы понимаете под предпринимательским успехом?”
2. “Чего лично Вы хотели бы добиться в ближайшие два года?”.

Первая часть вопроса касается предпринимательского успеха, а вторая — успеха как достижения в жизни. Интерпретация полученных эмпирических данных представлена в п.3 и п.4 данного раздела.

Несколько слов о методе анализа текстов ответов. Единицей анализа была отдельная тема высказывания, а не ответ одного респондента. Это существенная черта выбранного подхода. Интерес для нас представляет не социальный индивид, т. е. индивид, характеризующийся определенным набором социальных позиций и мнений, а совокупность выраженных всеми респондентами мнений по определенному вопросу. Таким образом, если единицей сбора информации выступает индивид, то единицей анализа — тип (тема) высказывания по поставленному вопросу. В одном ответе могло содержаться несколько тем, и тогда они рассматривались независимо друг от друга. Нас не интересовало, какие высказывания характерны для каких-либо групп респондентов (т. е. связаны ли они с другими чертами респондента, например, социальным положением). Интерес представляло то, какие мнения распространены среди предпринимателей больше, какие меньше, в какой форме они выражаются и какие смыслы пересекаются, переходя из одной темы в другую. Поскольку в большинстве эмпирических социологических исследований единица сбора информации и единица анализа информации совпадают, это может показаться непривычным. Поэтому мы нашли нужным специально остановиться на этом вопросе.

2. Об использовании понятия “успех” в современной западной социологии

Пользуясь понятием “успех”, можно сделать некоторые наблюдения относительно представлений людей о целях и смысле социальной деятельности и, таким образом, о критериях оценки ими положения человека в обществе, о социальной “лестнице”. По словам знаменитого социолога Питера Бергера, социальное продвижение воспринимается американцами именно как “лестница к успеху” (“the ladder of success”).

Кратко описывая основу американских ценностей (характера), Н.Смелзер перечисляет их в таком порядке:

1. достижение успеха;
2. оптимизм;
3. упорный труд (12).

Р.Вильямс в 1960 г. составляет перечень главных ценностей американцев, и на первых трех местах оказываются следующие:

1. личный успех (“из хижины во дворец”);

2. активность и упорный труд (к тем, кто не работает много и упорно, относятся с подозрением);

3. эффективность и полезность (ценность качественных вещей и людей) (13).

В своей классической работе Д.Рисман с соавторами описывают логику изменения американского характера от “ориентированного-на-себя” к “ориентированному-на-другого” как переход от ценностей внутренних убеждений и самосовершенствования к ценностям успеха в глазах окружающих. Он объясняет это потребностью в социализации в мире, где успех достигается с помощью поведения, соответствующего представлениям о нем других (круга общения, референтной группы, средств массовой коммуникации) (14).

Дэниэл Белл в 1975 г. предлагает понимание динамики ценностей как цикла (на этот раз речь идет не об особенностях американской культуры, а о глобальных тенденциях). Общая логика изменения ценностей описывается как рост эгоцентризма (“поколение для себя”), т. е. как поиск своего места в меняющемся мире. Цикличность представляется как смена периодов, когда люди придерживаются традиционных ценностей, периодами, когда они ставят их под сомнение:

1920-е годы — упор на успех в бизнесе

1930-е годы — критика капиталистических символов веры

1950-е годы — упор на экономическое процветание

1960-е годы — критика способов достижения жизненного успеха

1970-е годы — консервативные тенденции

1980-е годы — вероятно, смесь тенденций, унаследованных из прошлого (15).

Нетрудно заметить, что во всех работах ключевое слово — успех или соответствующие ему по смыслу слова. Слишком общее описание 1970-х и 1980-х г. у Д.Белла объясняется, видимо, тем, что в 1975 г. это были рассуждения о будущем.

Позже, в 1986 г., Питер Бергер пишет о “типичных патологических ориентациях на успех своих детей у родителей из высшего среднего класса” (upper — middle class), и дальше: “специфически американский культ успеха выражен, в частности, в имидже мальчика-продавца газет, который, благодаря упорству (“proper application”) и, возможно, небольшой удаче, вырастает до уровня главы крупной корпорации”* (16).

Основанная на индивидуализме современная (модернистская) культура заставляет людей рассматривать свое положение в системе социальных иерархий как результат собственных усилий, тем самым движение вверх по абстрактной “лестнице успеха” становится самоценным. Общественная оценка, которая так важна для современного “ориентированного-на-другого” человека, не касается содержания понятия “успех”, она относится лишь к абстрактному движению вверх. Само понятие “успех” постепенно лишается общепринятого смысла, одинакового для

* Любопытно, что образ мальчишки-газетчика, добивающегося упорным трудом самого большого успеха, американская мечта - это миф, выросший на почве романтизации преступности, что свойственно далеко не только американской культуре (примеры такой романтизации известны и в русской, и в немецкой, и в английской, и в испанской литературе и истории). Но что касается профессии продавца газет, интересно, что в 1920-е гг., на втором этапе создания американской мафии, именно ее выбирали себе в качестве трамплина к успеху американские подростки из крупных городов США. Она давала прибыль, районы города были поделены между группировками молодых бандитов, и борьба за место для продажи газет составляла чуть ли не основной интерес группировок. Дорога к успеху у самых сильных мальчишек-газетчиков, однако, отличалась степенью прямоты от дороги американской мечты - это был путь к руководству преступным миром, благодаря этому - к богатству, но далеко не всегда - к общественному престижу, и очень редко - к спокойному благополучию в старости, до которой, кстати, большинство из этих людей не доживало (17).

Обе эти тенденции — ценность для современного (модернистского) человека успеха как движения вверх по абстрактной лестнице и амбивалентность представлений о ценностях постмодернистского человека — формируют в результате снижение интереса к непреложности иерархий, либо в форме отказа видеть непреложность иерархий, либо в форме стремления к созданию собственного мира иерархий.

“Луи Дюмон, великий французский индолог, говорил, что отказ принять непреложность иерархий — это наиболее яркое отличие современного человека от его предков из традиционного общества. Он описывает современного человека как “*homo aequalis*” в отличие от “*homo hierarchicus*” традиционного общества” (18). Очевидно, что речь идет не столько о реальной структуре возможностей современного человека, сколько о стиле его мышления, об ориентации на существование в обществе разнородных возможностей, жизненных путей, открытости социальных лестниц, а не на существующие в обществе ограничения к социальному продвижению. Питер Бергер связывает это с объективными чертами современного западного общества индустриального капитализма, характеризующегося рыночной ситуацией возможностей и демократией, которая дает равенство доступа к институтам, способствующим успеху (19). На этом основано явление “аномии” в классическом определении Р.Мертон — несоответствие между заданными культурой целями социального успеха и институционально ограниченными средствами их достижения.

В качестве эмпирической иллюстрации к теории аномии Р.Мертон интересна недавняя работа Л.Форсайта (20), в которой исследуются причины высокого уровня самоубийств среди успешных (*successful*) студентов колледжей в США (успешность определяется их оценками). Выясняется, что среди успешных студентов самоубийства значительно чаще совершают люди из семей рабочего класса, чем из семей профессионалов. Если высокий уровень самоубийств среди успешных студентов объясняется в литературе по отклоняющемуся поведению так называемым *Fraud Complex* (заниженным доверием к своим способностям, восприятию объективного успеха как случайного, страхом перед неудачей в будущем), то К.Форсайт находит совсем другие, не психологические, а социально-культурные объяснения более частым самоубийствам среди успешных студентов из рабочей среды. Для них успех в учебе — это ситуация аномии. “Вознаграждение за знания не сочетается с “этикой рабочего класса”. Они привыкли думать о профессиональной карьере, в которой “награда” может быть отдалена на 10—15 лет. Их устремления фиксируются на первой ступени лестницы профессиональной карьеры, не учитывают того, куда эта лестница в результате приведет, если вообще приведет... Студенты более высокого социального происхождения лучше социализированы в отношении концепции карьеры и в большей степени способны видеть смысл программы обучения не в непосредственном практическом применении” (21). В этом причина того, что студенты из рабочих семей — чужие, маргиналы в среде студентов колледжей, где большинство — из высшего среднего класса, и где царит культура высшего среднего класса (22).

Возникает вопрос — а что, собственно, вознаграждается хорошими оценками? Хорошее усвоение информации или что-то другое? Может быть, само стремление к успеху?

По теории культурного капитала П.Бурдьё, в образовательной системе вознаграждается компетентность индивида в культуре высших слоев общества, способ-

ность воспринимать и воспроизводить образцы поведения, привычки и установки, характеризующие эту культуру.

Эта концепция подтверждается многими эмпирическими исследованиями. В качестве примера можно предложить две работы. В одной из них изучение связи между социальным происхождением, успешностью учебы и социальными позициями индивида показывает, что успешность усвоения культурного капитала — медиатор мобильности (23). В другой работе исследовалась связь между успешной учебой в школе и культурным капиталом (24). Оказалось, что вознаграждаются вовсе не знания сами по себе, а общие навыки (skills), стиль усвоения информации. Кроме того, вознаграждается склонность к самоопределению.

Такие устремления поддерживаются в семьях среднего класса, как показывает, в частности, исследование Мелвина Кона 1990 г. (25): люди, занимающие более высокие позиции в классовой структуре, больше ценят самоопределение для своих детей и сами ориентированы на самоопределение (self-direction), чем те, кто стоит ниже на социальной лестнице.

Итак, ценится успех, а вознаграждается способность к социализации, к усвоению культуры поведения “успешного человека”, культуры людей высших слоев общества, культуры самоопределения в мире “ориентации-на-другого”, что связано со склонностью к самоопределению, со способностью самостоятельно выбирать тип карьеры, смотреть в будущее, на “другие ступени” социальной лестницы, меньше фиксировать внимание на успехе здесь и сейчас.

Можно заметить еще одну общую черту в выводах перечисленных работ. В качестве успеха, успешного, вознаграждаемого поведения выступает поведение адаптивное, отражающее осознание индивидом своей роли в обществе, социальных ожиданий от него, усвоение культурных образцов.

Можно предположить, что в российском обществе сейчас все наоборот: конформное поведение гораздо менее важно, чем активное, инноваторское, успех мало связывается с адаптивностью, способностью к социализации, а также с умением строить стратегию карьеры, смотреть в будущее. Также можно предположить, что в современной России не распространена культура “ориентации-на-другого”, внешние символы успеха и признание успеха окружающими не важны для успешности. Напротив, существенными являются самые прямые признаки успеха как материального благополучия — высокие доходы и высокий уровень жизни. Соответственно строятся представления людей о том, что в поведении вознаграждается и что такое успех. Особенно это должно касаться социального слоя предпринимателей, сам род деятельности которых предполагает их склонность к инновациям.

Некоторые подтверждения такому предположению дает работа 1992 г., целью которой было сравнение американских и российских студентов по восприятию ими нескольких ключевых понятий социально-политической культуры. Среди этих понятий было слово “успех”, а также — “семья”, “воспитание”, “лидеры”. Студентам было предложено написать рядом с каждым понятием те слова, которые с ним ассоциируются. В результате оказалось, что у американцев со словом “успех” ассоциируются чаще всего деньги, материальное благополучие, власть, персональные достижения. У русских слово “успех” вызывает наиболее частые ассоциации со счастьем, любовью, радостью, удовлетворением жизнью, благополучием в жизни. Для американцев успех связан с делами и достижениями, для русских — с работой (трудом) и удачей (26).

Единственное, что вызывает сомнения в выводах данной работы, это то, что современные российские люди связывают успех с удачей. На наш взгляд, распространенное мнение о русских как о живущих “на авось” — миф, который трудно подтвердить с помощью опросов. Кроме того, нынешняя социальная ситуация вряд ли располагает российских людей к развитию в себе подобных черт.

3. Предприниматели о предпринимательском успехе

Первый вопрос звучал таким образом: “Что Вы понимаете под предпринимательским успехом?”. Из 277 респондентов на него ответили 232 (83,8%). Результаты анализа сведены в табл. 1 и рис. 1.

На первом месте по частоте упоминания стоит тема прибыли, финансового успеха фирмы (79 упоминаний). Разнообразия в формах высказываний по этой теме почти нет. Иногда это краткое высказывание — “прибыль”, “прирост капитала”, “коммерческий успех”, иногда более развернутое “мин затраты — макс прибыль”, “прибыль и ее разное использование”. Существенно то, что довольно редко эта тема является единственной в ответе. Обычно она дополняется другими, сочетаясь с “моральным удовлетворением от решения поставленной задачи”, “стабильностью” и т. д.

Второе место занимает тема работы, труда, интересной работы, хорошо организованного дела (46 упоминаний). Высказывания такого рода крайне разнообразны, но их объединяет одно — в них отражается ориентация на труд как таковой, на самооценку работы, на интерес к занятию своим делом.

“Хорошо выполненная работа”, “интересное занятие”, “хорошо организованное дело”, “работа, приносящая удовлетворение”, “продолжать работать на данном предприятии”, “необходимость работать”, “хорошо работать”, “производство, сбыт”, “надежность в выполнении обязательств”, “создание производства на уровне мировых стандартов”, “материальное и моральное удовлетворение деятельностью”, “удовлетворение от работы, организованной мной”.

Третьей по частоте упоминания оказалась тема дохода, материальных условий жизни (33 высказывания). Нужно оговориться, что иногда слово “доход” подразумевает прибыль, и по ответам нельзя понять, что именно имел в виду респондент. Поэтому возможны пересечения этой темы с первой. Однако, таких неопределенных высказываний среди тех, которые отнесены к этой теме, мало — всего 14 из 46. Разнообразие в форме высказываний небольшое, они достаточно однородны: “материальное благополучие”, “материальное вознаграждение”, “хороший заработок”, “быть на вершине благополучия”, “вложение денег в недевальвируемые ценности”, “личное благосостояние”, “обеспечение нормальных условий жизни”, и подобные. В отличие от “прибыли”, “доход” часто является единственной темой высказывания.

Четвертое место — у темы стабильности (28 высказываний). В высказываниях этого рода говорится либо о стабильности как таковой, о самооценке стабильности, о стабильности предприятия, работы, условий жизни, либо о стабильности доходов. Это самая разнообразная по форме выражения тема. Речь идет и о “налаживании устойчивого производства”, и о “стабильности политической власти и экономики”, и о “стабильности работы”, и о “стабильности и предвидении ситуации на рынке”, и о “создании фирмы, крепко стоящей на ногах”, и о “стабильном

уровне рентабельности в 25—30%". Но во всех высказываниях ключевое слово — стабильность.

На пятом месте по количеству упоминаний — тема достижения цели, выполнения поставленной задачи, получения планируемого результата (23 высказывания). Как и в случае со стабильностью, цели формулируются по-разному, но ключевое слово для всех высказываний — "цель" или равнозначные слова. "Получить планируемый результат", "успех конечного результата", "успешное выполнение поставленных задач", "успех в конце года", "достижение планируемых целей", "когда операция реализуется даже через год", "успешное выполнение начатого", "чтобы задумка осуществилась", "внедрено то, что ты хотел", и даже "достижение невозможного".

Шестая по частоте появления в ответах тема — развитие дела, рост производства, процветание фирмы (22 упоминания). Высказывания достаточно однородны: "перспективность деятельности", "расширение возможностей", "рост бизнеса", "резкое расширение деятельности", "процветание и развитие фирмы", "расширение производства", "развитие дела", "развитие производственных мощностей", "процветание предприятия".

Седьмая в списке — тема пользы для общества, для страны (13 высказываний): "работа на благо государства", "удовлетворение потребностей общества", "возрождение России", "выполнение нужного для общества рода деятельности", "улучшение социальной России", "польза деятельности для других".

Все остальные темы встречаются редко — каждая не чаще 8 раз (см. табл. 1). В конце списка оказались профессионализм (1 упоминание), стремление оказывать влияние (1 упоминание), возможность выжить (2 упоминания). Только 1 раз упоминается благодарность окружающих, лишь 2 раза — хорошие партнеры, всего 4 раза — хороший коллектив и только 7 раз — хорошие клиенты (или удовлетворение запросов клиентов).

Анализ смысла высказываний позволяет сделать следующие выводы: сходный смысл — у части высказываний по темам "доход" и "стабильность", "стабильность" и "работа", "работа" и "цели", "работа" и "польза" (см. рис. 1).

Чистые типы высказываний (не пересекающиеся по смыслу с высказываниями по другим темам) — это "прибыль", "имя, известность" и "рост, развитие дела".

ВЫВОДЫ (см. табл. 1):

Можно заметить, что обозначенные выше гипотезы о характере представлений об успехе в современной России, особенно у предпринимателей как наиболее инноваторской группы, в основном подтвердились. Есть и некоторые дополнительные результаты.

1) Материальное благополучие.

Как и предполагалось, наиболее часто в ответах на вопрос "Что Вы понимаете под предпринимательским успехом?" встречается тема материального благополучия — на первом месте по количеству упоминаний находятся высказывания о прибыли, о финансовом успехе фирмы, а на третьем — о доходе, материальных условиях жизни. В сумме эти две темы включают в себя 34,6% всех высказываний.

2) Класс, но не статус и не власть.

Другим любопытным, на наш взгляд, результатом является то, что при выражении представления о предпринимательском успехе как материальном благополучии, совсем не обозначены темы чисто статусного положения (например, о профессионализме упоминается 1 раз, об известности фирмы — 8 раз, совсем нет

высказываний о положении в обществе, об образовании) и положения в системе власти (только 1 раз говорится о возможности оказывать большое влияние, нет ни одного другого упоминания о властных полномочиях). Видимо, рост в нашем обществе в последние годы свободы экономического поведения заставляет предпринимателей концентрировать свои силы на завоевании рыночных позиций и материального благополучия, т. е. на улучшении своего классового положения. При этом успех в достижении статусных и властных позиций их не интересует.

Таблица 1

ТЕМЫ ОТВЕТОВ НА ВОПРОС "ЧТО ВЫ ПОНИМАЕТЕ ПОД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИМ УСПЕХОМ?" И КОЛИЧЕСТВО СЛУЧАЕВ УПОМИНАНИЯ ТЕМЫ В ОТВЕТАХ.

Темы ответов	Количество случаев упоминания темы в ответах
1. Прибыль, финансовый успех фирмы	79
2. Работа, труд, интересная работа, хорошо организованное дело, наличие работы	46
3. Доход, материальные условия жизни	33
4. Стабильность, в том числе:	28
— как самооценność, предприятия, работы, условий жизни	22
— доходов	6
5. Достижение цели, выполнение конкретной оставленной задачи, получение планируемого результата	23
6. Развитие дела, рост производства, процветание фирмы	22
7. Польза для общества, для страны	13
8. Имя, авторитет фирмы, известность	8
9. Польза для работников (коллектива, партнеров)	8
10. Клиенты (хорошие клиенты, удовлетворение запросов клиента)	8
11. Самостоятельность (независимость, самоутверждение, свобода действий)	7
12. Уверенность (в завтрашнем дне, в жизни)	6
13. Создание хорошего коллектива	5
14. Удача	4
15. Конкуренция	4
16. Партнеры (хорошие партнеры)	3
17. Возможность выжить	2
18. Благодарность людей	2
19. Влияние (оказывать большое влияние)	1
20. Повышение профессионального уровня	1
ВСЕГО:	324

3) Человек коллективный.

При том, что предприниматели не демонстрируют стремления принадлежать к каким-либо статусным или властным группам, они показывают себя людьми с коллективистскими взглядами. Среди тех немногих высказываний, которые не касаются работы, нет практически ни одного о личной жизни, о друзьях, о семье и о детях. Зато 13 высказываний о пользе для общества, 8 — о пользе для коллектива,

4 — о создании хорошего коллектива. Что касается высказываний о работе, то среди них очень редко встречаются такие, в которых предпринимательский успех описывается как личные достижения или как достижения для себя. Обычно представления об успехе связаны с успехом дела, или с успехом коллектива, или с достижением для коллектива, для общества. Да и общий стиль большей части высказываний — коллективистский. Исключения составляют 3 темы высказываний, каждая из которых, как уже упоминалось, не имеет смысловых пересечений с другими (это прибыль, развитие дела и известность фирмы). Выше они были названы нами чистыми типами высказываний. Есть серьезные основания предположить, что все эти типы ответов соответствуют взглядам определенной социальной группы предпринимателей — тех, кто ориентирован на чисто предпринимательские цели в своей деятельности — на прибыль, развитие дела и известность предприятия.

4) Расчет не “на авось”, а на результаты своего труда.

Подтвердилось и наше предположение о том, что мнение о российских людях как о склонных действовать “на авось”, связывать успех с удачей, не всегда является верным. В ответах на вопрос о предпринимательском успехе всего 4 раза упоминается удача. Более того, ответы в большинстве своем — о работе, очень мало упоминаний о сферах жизни, с работой не связанных. Не предполагалось заранее, что предпринимательский успех так часто связывается в представлении предпринимателей с содержательностью работы, с интересным делом, с трудом. Однако оказалось, что высказываний по этой теме очень много, они находятся на втором месте по количеству.

5) “Ориентация-на-себя”.

Гипотеза об отсутствии в ответах предпринимателей на вопрос об успехе признаков “ориентации-на-другого” подтвердилась. Практически нет упоминаний о необходимости для достижения успеха адаптивного, социализированного (соответствующего действиям и желаниям других) поведения, осознания социальных ожиданий от своей роли, а также упоминаний о внешних символах успеха. Всего 1 раз



Рис. 1. Смысловое пересечение тем высказываний в ответах на вопрос “Что Вы понимаете под предпринимательским успехом?”

говорится о благодарности окружающих, лишь 2 раза — о хороших партнерах, всего 4 раза — о хорошем коллективе, только 7 раз — о хороших клиентах (или об удовлетворении запросов клиента).

При этом успех часто связывается с содержанием работы (с работой, с делом, а также с фирмой, ее развитием). В сочетании с явным отсутствием “ориентации-на-другого” это дает выраженный синдром “ориентации-на-себя”.

б) Воля к успеху.

Если по ориентированности на адаптивное поведение российские предприниматели противоположны американцам, то общая ориентация на успех их объединяет. И те, и другие связывают успех с различного рода достижениями, с развитием, будь то рост прибыли или интересная работа, процветание фирмы или польза для общества, а то и буквально “достижение поставленной цели”. Таких высказываний примерно 3/4. В большей части других высказываний успех ассоциируется со стабильностью (1/10 всех высказываний). И только в двух высказываниях из 324 (0,6%) речь идет о неудачах, успех связывается с отсутствием неудач, с возможностью выжить.

4. Предприниматели о своих личных целях

Второй вопрос звучал следующим образом: “Чего лично Вы хотели бы добиться за ближайшие два года?” Из 277 респондентов на него ответили 224 (80,9%).

Результаты анализа ответов на вопрос сведены в табл.2 и рис.2.

Первое место по частоте упоминаний занимает тема развития дела, роста производства, процветания фирмы (73 упоминания). Примерно две трети высказываний по этой теме однородны — это “расширение производства”, “создание крупной фирмы”, “расширение сферы деятельности предприятия”, “расширение дела в несколько раз”, “процветание предприятия”, “увеличение направлений работы предприятия”, “развитие дела”. Каждое из них встречается несколько раз. Остальные высказывания по этой теме не такие однородные, более конкретные и пересекаются по смыслу с другими темами. Это “укрепить дело”, “наращивание усилий в предпринимательстве”, “раскрутиться”, “открыть еще несколько предприятий”, “открыть филиал за границей”, “расширение возможностей предприятия”, “чтобы количество проектов, которые реализуются, удвоилось”, “расширить предприятие, выйти на западный рынок”, “получить новые контракты”, “выйти на более высокий уровень”.

Если в ответе есть эта тема, то она довольно часто дополняется другими, а именно — темой стабильности и темой работы, хорошо организованного дела.

На втором по частоте упоминаний месте находится тема стабильности (47 упоминаний). Речь идет и о стабильности работы, и о стабильности условий работы и жизни в целом, и о стабильности доходов. “Стабильное законодательство”, “стабильность в бизнесе”, “достижение стабильного успеха”, “сделать фирму стабильной”, “стабильного дохода”, “стабильной прибыли”, “стабильной финансово-хозяйственной деятельности предприятия”, “стабильности работы”. Несмотря на то, что таких высказываний много и они пересекаются по смыслу с другими темами (с темой работы, доходов, развития дела), вариантов высказываний по теме “стабильность” мало. Мы перечислили практически все варианты.

Третье место — у темы личной жизни. Мы нашли в ответах всего 25 высказываний такого рода. Учитывая характер вопроса, его нацеленность на выяснение

личных планов и устремлений респондентов, такое количество ответов личного характера является крайне небольшим. Это всего 9% всех высказываний. Сами высказывания очень разные и иногда неожиданные. “Успокоиться и начать жить”, “отдохнуть 1 день”, “полного благополучия”, “благополучия для семьи”, “совершенства”, “возможности перепоручить текущие дела предприятия своему сыну”, “успешно жениться”, “купить дачу”, “купить коттедж под Москвой”, “сменить автомобиль”, “издать книгу”, “успеха в осуществлении личных замыслов”, “благополучия для семьи”, “выкроить время для изучения английского языка”.

Таблица 2

ТЕМЫ ОТВЕТОВ НА ВОПРОС “ЧЕГО ЛИЧНО ВЫ ХОТЕЛИ БЫ ДОБИТЬСЯ В БЛИЖАЙШИЕ ДВА ГОДА?” И КОЛИЧЕСТВО СЛУЧАЕВ УПОМИНАНИЯ ТЕМЫ В ОТВЕТАХ.

Темы ответов	Количество случаев упоминания темы в ответах
1. Развитие дела, рост производства, процветание фирмы	73
2. Стабильность, в том числе:	47
— как самооценку, предприятия, работы, условий жизни	40
— доходов	7
3. Личная жизнь	25
4. Работа, труд, интересная работа, хорошо организованное дело, наличие работы	19
5. Прибыль, финансовый успех фирмы	16
6. Доход, материальные условия жизни	16
7. Возможность выжить	14
8. Самостоятельность (независимость, самоутверждение, свобода действий)	13
9. Польза для общества, для страны	11
10. Условия жизни	11
11. Имя, авторитет фирмы, известность	7
12. Партнеры (хорошие партнеры)	5
13. Польза для работников (коллектива)	4
14. Уверенность (в завтрашнем дне, в жизни)	3
15. Повышение профессионального уровня	3
16. Создание хорошего коллектива	2
17. Конкуренция	2
18. Клиенты	1
19. Статус	1
ВСЕГО:	273

На четвертом месте оказалась тема работы, труда, интересной работы, хорошо организованного дела. Высказывания по этой теме достаточно разнообразны. Это наименее “чистый” тип высказываний, поскольку по содержанию они пересекаются с большим количеством других тем, чем высказывания любого другого типа. “Постоянных заказов”, “хорошо работать”, “работать”, “заняться любимым делом”, “эффективной работы”, “улучшения работы предприятия”, “делать свое дело”, “нормально организовать работу” и подобные высказывания относятся к этой теме.

Пятое место занимает тема прибыли, финансового успеха фирмы. Это одна из самых однообразных по формам высказываний тем. Кроме того, это одна из “чис-

тых” тем, не имеющих смысловых пересечений ни с одной другой. “Прибыльность работы предприятия”, “увеличить капитал”, “увеличение доходов предприятия”, “повышение прибыльности предприятия”, “большей прибыли”, “получения прибыли”, “максимальной прибыли”, “прибыльности работы предприятия”, “заработать капитал”.

Шестая по вниманию к ней респондентов — тема дохода, материальных условий жизни. “Стать миллиардером в долларах”, “быть богатым и иметь все”, “благополучия”, “материального благополучия”, “поднять уровень жизни”, “заработать много денег”, “улучшить материальное благополучие”, “свободные средства”, “доход”, “увеличение дохода”, “иметь доход”. Нетрудно заметить, что при смысловой замкнутости (“чистоте”) этой темы, ее отличие от темы прибыли — чисто формальное, т. е. определяется нами по употребляемым словам “прибыль” и “доход”. Нам не известно, какой смысл вкладывают в эти слова респонденты, возможно, в некоторых случаях — одинаковый.

На седьмом месте оказалась тема выживания (14 упоминаний). Можно заметить смысловое пересечение этой темы с темой работы. Высказывания достаточно однотипны — “сохранить дело”, “выжить”, “устоять и выжить”, “минимум — выжить”, “продолжать работать”, “сохранить предприятие, коллектив”, “не остаться без работы”, “чтобы производство не заглохло”, “сохранить предприятие”, “доработать до пенсии”.

Другие темы привлекли значительно меньше внимания респондентов. Каждая из них упоминается не чаще 13 раз (см. табл.2). В самом конце списка — темы клиентов, статуса, создания хорошего коллектива; редко упоминаются темы известности фирмы, повышения профессионального уровня. Ни разу не говорится об удаче, влиянии, благодарности окружающих.

Анализ смысла высказываний приводит к следующим выводам: пересекаются смыслы высказываний по темам “стабильность” и “условия жизни”, “стабильность” и “доход”, “стабильность” и “работа”, “работа” и “возможность выжить”,



Рис.2. Смысловое пересечение тем высказываний в ответах на вопрос “Чего Вы хотели бы добиться в ближайшие два года?”

“работа” и “польза для общества”, “работа” и “развитие дела”, “развитие дела” и “польза для общества” (см.рис.2).

Чистые типы высказываний, т. е. те, которые не имеют смысловых пересечений с другими темами, — это “прибыль”, “личная жизнь”, “самостоятельность” и “известность фирмы”.

ВЫВОДЫ (см. табл. 2):

1) Я есть мое дело.

В ответах предпринимателей на вопрос “Чего лично Вы хотели бы добиться в ближайшие два года?” чаще всего встречаются высказывания о развитии дела, фирмы. Из 273 высказываний, которые были получены при интерпретации ответов на этот вопрос, 73 определены нами как относящиеся к этой теме. Это 26% от всех высказываний. Надо сказать, что большая часть других тем также формируется из высказываний, связанных с работой, с делом, причем не с внешними атрибутами дела (об известности фирмы, в частности, всего 7 высказываний), а с реальным развитием дела и уровнем фирмы. Исключение составляет тема личной жизни. Однако, высказываний по этой теме крайне мало. Несмотря на то, что формулировка вопроса должна была ориентировать респондентов на ответы о личных планах, тема личной жизни включает в себя всего 9% от общей совокупности высказываний.

Складывается ясное представление о том, что предприниматели идентифицируют себя со своей фирмой, со своим делом.

2) Не статус, не власть, может быть — класс, наверняка — коллектив.

Бросается в глаза, что предприниматели не идентифицируют себя с какой-либо социальной группой. Их цели (то, чего они хотели бы добиться за два года) не связаны с достижением статусного положения или властных позиций. Только 1 раз упоминается желание повысить свой социальный статус, 3 раза — повышение профессионального уровня, ни разу — образование.

В то же время, при ответе на этот вопрос респонденты уделяют внимание некоторым характеристикам рыночных позиций. Мы нашли 16 высказываний о прибыли, финансовом успехе фирмы; 13 — о самостоятельности, свободе действий в бизнесе. Однако, всего 2 высказывания связаны с проблемами конкуренции, 1 — с монополизмом, ни одного — со специализацией фирмы и с созданием рабочих мест, всего 5 — с партнерами и 1 — с клиентами.

При этом в своих ответах предприниматели проявляют склонность к идентификации себя с коллективом. Это трудно показать с помощью цифр, поскольку высказываний непосредственно о коллективе мало (всего 2), однако в каждой теме присутствует много высказываний, коллективистских по духу. Напротив, высказываний индивидуалистского характера почти нет. Это относится практически ко всем высказываниям по темам, занимающим первые места по вниманию к ним респондентов. В этот список попадают темы развития дела, стабильности, работы, прибыли, возможности выжить.

Таким образом, если предприниматели не ставят цели занять какие-либо статусные или властные позиции и довольно специфически, односторонне интересуются своим будущим положением в системе рыночных позиций, то они очевидно проявляют свои коллективистские ориентации.

3) “Ориентация-на-себя” как ориентация на свое дело.

Описанные выше свойства предпринимателей, выражающиеся в коллективистских взглядах, с одной стороны, и в идентификации себя со своим делом, с другой

стороны, могут быть описаны в терминах “ориентации-на-себя” как ориентации на свое дело.

Гипотеза о том, что современные российские предприниматели не проявляют признаков “ориентации-на-другого”, подтверждается нашими данными. Высказываясь о желаемых результатах своей деятельности, предприниматели почти не упоминают внешние символы деятельности, а также оценку себя и результатов своей деятельности окружающими.

Интерес к индивидуальным, личностным достижениям также отсутствует. Всего 2 раза упоминается повышение профессионального уровня, 1 раз говорится о повышении образования, очень мало — о своей личной независимости.

При этом во многих темах идет речь о совершенствовании своего дела, о повышении уровня выполняемой работы, о пользе результатов работы для других. Основываясь на этом, можно сделать вывод об отсутствии у предпринимателей “ориентации-на-другого” и о наличии специфической формы “ориентации-на-себя” в виде ориентации на свое дело.

4) Воля к успеху.

Обращают на себя внимание признаки общей ориентации предпринимателей на достижения, на рост и развитие. Респонденты редко рассматривают в качестве своих целей борьбу с неудачами, неуспехом. О возможности выжить говорится всего 14 раз (5% всех высказываний). Правда, довольно много высказываний, в которых в качестве цели деятельности ставится сохранение стабильности фирмы, доходов, условий жизни (47 высказываний или 17%). Однако абсолютное большинство составляют высказывания, в которых цели формулируются в терминах роста и развития деятельности.

5) Расчет не “на авось”, а на результаты своего труда.

Результаты нашего опроса не дают оснований считать, что распространенное мнение о российских людях как о полагающихся во многом на удачу, “на авось” оправдано. Нет ни одного высказывания, в котором желаемые результаты деятельности связывались бы респондентами с удачей, со счастливым стечением обстоятельств.

Напротив, очень часто цели и смысл своей деятельности предприниматели связывают с работой, с трудом. Достижение намеченной цели происходит, по их мнению, в основном в результате активной деятельности, труда, направленного на развитие дела. Факторы неслучайного характера, но при этом внешние относительно самого дела, работы, также не принимаются ими во внимание. Это подтверждается тем, что темы развития дела и работы включают в себя 1/3 всех высказываний, а темы, описывающие внешние условия достижений деятельности (известность фирмы, условия жизни и некоторые другие) — всего 1/10 от общей совокупности высказываний.

Заключение к разделу III

Мы провели интерпретацию ответов, которые дали руководители негосударственных предприятий на 2 открытых вопроса нашей анкеты. Оба вопроса были использованы для того, чтобы выяснить один исследовательский вопрос: в чем предприниматели видят цели и смысл своей деятельности? Чтобы не произошло смешения понятий “успех карьеры” и “жизненный успех”, а также чтобы разделить понятия “результат деятельности” и “цели деятельности”, мы сформулирова-

ли этот исследовательский вопрос в двух вопросах анкеты. Первый из них — “Что Вы понимаете под предпринимательским успехом?” — был задан для того, чтобы выяснить, что предприниматели рассматривают в качестве успешного результата деятельности в своей профессиональной сфере. Второй — “Чего лично Вы хотели бы добиться в ближайшие 2 года?” — ставился для того, чтобы узнать, что предприниматели выбирают в качестве своих целей, не только деловых (карьерных), но и более общих, жизненных.

Интерпретация ответов на каждый из этих вопросов предложена выше, в выводах к анализу ответов на каждый из вопросов анкеты. Здесь же мы хотели бы, пользуясь этими выводами, описать обобщенный тип предпринимателя. Речь идет не о типичном российском предпринимателе, а о типе предпринимателя, построенном нами в результате интерпретации представлений наших респондентов о целях и смысле предпринимательской деятельности. Другими словами, этот тип, возможно, не встречается в жизни, он является результатом нашей интерпретации представлений экспертов.

Также следует отметить, что наши данные нельзя рассматривать как репрезентативные для данной задачи по двум причинам. Во-первых, наша выборка составлялась всего по двум признакам, причем оба описывают характеристики предприятия, а не предпринимателя. Во-вторых, стремиться к составлению репрезентативной выборки для опроса предпринимателей в современных условиях бесполезно: предпринимательская деятельность не институционализована и вследствие этого, с одной стороны, не могут быть определены критерии составления такой выборки, а с другой стороны, статистические данные по любым параметрам предпринимательской деятельности неадекватны реальному положению дел.

Человек, действующий в предпринимательской сфере, видится нам довольно цельной личностью. Основное его свойство заключается в том, что он ориентирован в понимании целей и смысла своей деятельности почти исключительно на свою работу. Цели; внешние относительно самой предпринимательской деятельности, для него практически не существуют. Ему некогда думать о таких жизненных целях, как благополучная семья и спокойствие в личной жизни. Он пока не стремится ни к изменению своего статуса в обществе, ни к политической власти.

Особенно заметно полное отсутствие у него статусных ориентаций. Он не ценит профессионализм и образование, мало думает об известности своей фирмы, совсем не стремится занять престижное место в общественной иерархии. Такие цели он мог бы ставить в качестве стратегических в своей карьере, но он еще не осознал, что такие факторы могут дать ему выигрыш непосредственно в бизнесе, в достижении собственно предпринимательских целей. А это пока для него главное. Он боится потерять все достигнутое, если отвлечется от сегодняшней ежеминутной борьбы за свои рыночные позиции для того, чтобы тратить время и силы на создание “стратегического резерва”. Сегодня важно увеличить капитал и расширить дело, сделать фирму стабильной. Чтобы добиться этого, надо много работать, а не мечтать о будущем. А там видно будет.

Кроме того, и это очень важно, он в большинстве случаев “бизнесмен поневоле” и еще не осознал принципиального отличия профессионализма в бизнесе от профессионализма в любой другой сфере деятельности. Уровень профессионализма в его прежней работе, которой он занимался еще два-три года назад, оценивался по внутривидовым критериям качества работы. Уровень профессионализма в бизнесе оценивается по критериям внешним, известным человеку любой профес-

сии — по размеру прибыли. Наш же предприниматель в большинстве случаев руководствуется своими старыми представлениями о профессионализме, и поэтому часто определяет цели и смысл деятельности в своей области, исходя из содержания работы.

С этой его чертой связано и то, что он никогда не рассчитывает на случай, на удачу. Успех и удачу — синонимичные понятия — он строго разделяет. Успеха достигают, и он в этом убежден, те, кто много и целенаправленно работает, отдает всего себя делу, идентифицирует себя со своим делом, с фирмой. Те, кто рассчитывает не “на авось”, а на результат своего труда.

Другое свойство человека, действующего в предпринимательстве, — воля к успеху. Он практически никогда не связывает успех с отсутствием неудач, редко ассоциирует его со стабильным положением, и чаще всего называет успехом рост, взлет. Даже в нынешних трудных условиях он почти не связывает свои цели с выживанием, не слишком часто — со стабильностью, зато очень часто — с достижениями.

Если общий настрой на успех позволяет предположить в нем черты индивидуалиста, то другие его проявления перечеркивают это предположение. Все же он — человек коллективный. Это проявляется в его отношении к работе как к общему делу, полезному для общества, для других; в том, что среди его личных целей в огромном большинстве присутствуют не личные интересы, а интересы дела, интересы общества и некая абстрактная полезность.

Такой “портрет” предпринимателя составлен нами по высказываниям самих предпринимателей. В нем отчетливо видны черты советского человека, но в то же время проявляются тенденции, направление изменения этих черт. Предприниматель еще “человек коллективный”, но уже не чувствует себя элементом жесткой иерархической социальной структуры. Он еще не видит себя создателем своего социального статуса, но уже уверен, что результаты его работы зависят только от него, и идентифицирует себя со своим делом. Он нацелен на успех, на развитие, он активно действует и, возможно, результаты действительно проявятся и будут иметь значение не только для него, но и для общества.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Агеев А. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М., 1991; Автономов В. Предпринимательская функция в экономической системе. М., 1990.
2. Урнов М. Менеджеры разных стран. Рукопись доклада. М., 1992; Шапиро В.Д., Червяков В.В. Куда девать деньги нищим? // Социологические исследования (далее — СИ). 1993. N 2; Нельсон Л.Д., Бабаева Л.В., Бабаев Р.О. Перспективы предпринимательства и приватизации в России: политика и общественное мнение // СИ. 1993. N 1; Климова С.Г., Дунаевский Л.В. Новые предприниматели и старая культура // СИ. 1993. N 5.
3. Гудков Л., Дубин Б. Без напряжения // Новый мир. 1993. N 1.
4. Советский простой человек / Отв. ред. Левада Ю.А. М., 1993.
5. Гимпельсон В. Новое российское предпринимательство: источники формирования и стратегии социального действия // Мировая экономика и международные отношения. 1993. N 6.
6. Советский простой человек. С.31.
7. Лотман Ю. Культура и взрыв. М., 1992.
8. Berger P., Luckmann T. The Social Construction of Reality. L., 1971
9. Ионин Л. Понимание и экспертиза // Вопросы философии. 1991. N 10; его же. Две реальности “Мастера и Маргариты” // Там же. 1990. N 2.
10. Giddens A. The consequences of modernity. L., 1990, P.144-146.
11. Bauman Z. Legislators and interpreters. Cambridge, 1987; его же. Философские связи и влечения постмодернистской социологии // Вопросы социологии. 1992. N 2.

12. Смелзер Н. Социология. (Гл.2. Культура) //СИ. 1990. N 2. С.134.
13. Ibid. P.133.
14. Riesmann D, Glazer N, Denney R. The lonely crowd. N.-Haven; London, 1971.
15. Смелзер Н. Указ. раб. С.133.
16. Berger P. The capitalist revolution. N.Y., 1986. P.49.
17. Мессик Х., Голдблат Б. Бандитизм и мафия. История организованной преступности в Америке // Иностранная литература. 1992. N 11-12. С.232-237.
18. Berger P. Op. cit. P.50.
19. Ibid. P.65.
20. Forsyth C. Another injury of class: explaining the Fraud complex // International review of modern sociology. V.20. 1990. N 1.
21. Ibid. P.106
22. Ibid. P.108-110
23. Katsillis J., Rubinson R. //American sociological review. 1990. N 2.
24. Farkas J.et.al. Cultural resources and school success. // American sociological review. 1990. N 1.
25. Kohn M. Position in the class structure and psychological functioning in the US, Japan and Poland // American sociological review. 1990. N 4.
26. Russian-American communication and cultural guide for mutual understanding and cooperation. Report. (director of the project — L.Szalay). Institute of comparative social and cultural studies. The American council of Russian Teachers. Maryland, 1992.