

Стратификационный анализ постсоветской России: невеберовский подход

Вводные замечания

Переходный период характеризуется возникновением новых социальных групп и ускоренной мобильностью, поставившей многие из этих групп в ситуацию *статусной декомпозиции*, когда, например, образовательный потенциал расходится с трудовыми позициями, квалификация — с материальным вознаграждением, стиль жизни — с социальным опытом, личные самооценки и амбиции — с оценками окружающих. Помимо этого, все слои российского общества оказались в ситуации повышенной нормативно-статусной *неопределенности* и рассогласования общих систем оценок. Именно в такой ситуации наиболее плодотворными оказываются исследовательские подходы, которые, во-первых, основаны на принципе многокритериальности, а во-вторых, исходят из подвижного состояния самой социальной структуры. Это одна из главных причин, заставляющих исследователей обращаться к веберовскому наследию.

Как известно, веберовское направление наряду с марксизмом и функционализмом выступает как одно из классических направлений стратификационной теории. Богатство и творческая открытость этого направления получили широкое признание. Однако серьезным препятствием для его дальнейшего развития оказывается то, что основы стратификационного подхода изложены МВебером в коротких и незавершенных фрагментах: «Класс, статус и партия» и «Статусные группы и классы»¹ (первый из них доступен в двухразных русских переводах). Оба фрагмента сложны; в системе понятий отсутствуют достаточная строгость и полнота, что порождает множество разночтений. В результате типична ситуация, когда принятие веберовской теории сопровождается признанием трудностей операционализации и ее использования в эмпирическом исследовании.

Для преодоления возникающих при этом трудностей целесообразно рассматривать стратификационную концепцию М. Вебера в более широком контексте, представленном всей совокупностью его основных трудов³, многие из которых уже переведены на русский язык⁴. Полезно также обратиться к работам интерпретаторов веберовского наследия⁵.

Основные характеристики веберовского стратификационного подхода

Принципиальные подходы к анализу социальной структуры, которые были продемонстрированы М. Вебером и его последователями, можно сформулировать следующим образом.

- В основе любой стратификации (отнюдь не только в политической сфере) лежит распределение власти и авторитета. Вопреки мнению марксистов, властные отношения не увязываются жестко с отношениями собственности, а вопреки представлениям функционалистов — несут в себе явные элементы конфликтных начал.

- Центр тяжести переносится со сформировавшихся структур на системы социального действия, на становящуюся структуру. При этом внимание фокусируется на типологических характеристиках индивидуального действия.

- Утверждается плюралистический подход к анализу социальной структуры. Понятиями «класс», «статус» и «партия» обозначаются три относительно самостоятельные плоскости экономической, социокультурной и политической стратификации.

- Изменяется понимание «экономического класса». Отношение к собственности становится частным критерием. Акцент же делается на рыночные позиции групп. Принадлежность к классу определяется жизненными шансами на рынках товаров и рынке труда.

- Жизненные шансы социальных групп определяются не только их текущим положением на разных рынках, но рассматриваются как продукт специфических карьерных возможностей. Перспективы социальной мобильности являются важным внутренним фактором, конституирующим сравнительные позиции разных групп.

- Статусные позиции (определяемые престижем образования и профессии, стилем жизни, социокультурными ориентациями и нормами поведения), связаны с рыночными позициями. Статусные группы образуют реальные общности, осуществляющие коллективное действие, — в отличие от классов, которые чаще остаются статистическими группами.

С марксистами веберянцев объединяет конкретно-исторический подход, внимание к властным основам отношений, выделение дискретных экономических классов, с функционалистами — осознание принципиальной важности статусных различий и социальной мобильности. В то же время нельзя не признать, что марксисты и функционалисты в своем стремлении к монизму предлагают более стройные логически и более влиятельные в идеологическом отношении модели социального порядка. Но в отличие от марксистов, у которых традиционная схема стратификации представляет собой ось с двумя основными классами на полюсах, и функционалистов, конструирующих более или менее длинные непрерывные шкалы социально-профессиональных позиций, у веберянцев на стратификационной карте появляется множество относительно самостоятельных иерархий. И каждая социальная группа занимает сложные, комбинированные классовые и статусные позиции.

К преимуществам веберовского подхода можно отнести его разностороннюю сбалансированность, позволяющую включать конфликтные и функциональные элементы, выявлять социальных актеров, не выходя при этом за исходные структурные рамки, отражать стратификационную динамику сразу по множеству направлений, не пытаясь уложить суть происходящих изменений в рамки очередной монокритериальной модели

Современное развитие веберовских стратификационных концепций

1960-70-е гг в западной социологии были ознаменованы веберовским ренессансом. В этот период появилось немало ценных работ, развивающих в том числе стратификационные идеи из веберовского наследия. Следует упомянуть рассмотрение классов как продукта коллективного действия — социального исключения и узурпации⁶; последовательное отстаивание веберовского плюралистического подхода к стратификационному анализу⁷. *Общетеоретические* позиции неовеберянцев в области стратификации формировались в продолжительной методологической борьбе с неомарксизмом⁸.

Не менее важны *эмпирические* работы неовеберянцев. Речь идет о классических исследованиях таких слоев, как клерки, преуспевающие рабочие, мелкая буржуазия, фермеры⁹. Появились и веберовские по духу работы, посвященные проблемам социальной мобильности¹⁰. В отношении методологии эти исследования остаются актуальными и по сей день. Наиболее эффективным данный подход оказывается при определении границ сложных средних слоев, занимающих «промежуточное» положение.

Веберовский ренессанс (хотя и с большим опозданием) уже несомненно затронул постсоветскую Россию. Имеются серьезные работы по веберовской методологии¹¹. Но в целом пока влияние веберовского наследия носит довольно поверхностный характер, рассматривается как новое веяние, дань моде. При этом основная часть дебатов концентрируется на веберовской концепции капитализма в связи с его работой "Протестантская этика"¹². Появились и первые более или менее систематические описания веберовского стратификационного направления¹³. Намного труднее отыскать явные попытки применения неовеберянских подходов в эмпирических исследованиях¹⁴.

В целом приходится признать, что в России наиболее характерными для нынешней исследовательской ситуации в области стратификационных построений являются метания между подходами постмарксистского и функционалистского образца. В данной статье предлагается обратиться к веберовскому классическому наследию и инструментам, разработанным позже на его основе. Конечно, нереально описать все возможные приложения неовеберянских схем к анализу постсоветской России. Поэтому мы сосредоточимся на разработке модели и эмпирической иллюстрации ее работы, используя как отдельный пример руководителей российских малых предприятий (далее «предприниматели»).

Модель неовеберянского стратификационного анализа

Плюралистический подход, при всем богатстве предлагаемых возможностей, имеет и неизбежные негативные стороны. Так, его стратификационные

схемы непросты для операционализации. Дополнительные трудности, как уже отмечалось, представляет незавершенность классических веберовских фрагментов. Тем не менее попробуем придать классической схеме операциональный вид.

Для этого целесообразно анализировать положение социальных групп и слоев по ряду параметров, включающих текущее положение группы и ее потенциальные шансы на продвижение, объективные характеристики групп и субъективные установки их членов. При этом каждая позиция должна описываться набором стандартных индикаторов. В исходном пункте *стратификационная ситуация* любой группы в соответствии с классической триадой определяется тремя основными позициями — классовыми, статусными и политическими.

Попробуем их конкретизировать.

Классовые позиции. Масса сложностей возникает при определении *классовой ситуации*, которая включает экономический и социальный классы.

Значение категории «*социальный класс*» не очень ясно определено. Во-первых, она подчеркивает, что класс — это не просто совокупность фиксированных позиций, но набор жизненных шансов представителей данной группы; во-вторых, «социальный класс» оказывается логическим переходом от «экономического класса» к «статусной группе» и отчасти к «политической группе». Кажется целесообразным изначально упростить схему, считая «социальный класс» одной из характеристик класса в более традиционном экономическом понимании.

Понятие «*экономический класс*» включает следующие принципиальные элементы: рыночные позиции, трудовые позиции и материальные позиции. Каждая из перечисленных позиций подлежит дальнейшему разветвлению. Так, *рыночные позиции* социальных групп включают *собственнические*, управленческие и социально-профессиональные позиции.

Здесь мы, наконец, выходим на уровень, где возможно предлагать конкретные эмпирические индикаторы, описывающие стратификационную ситуацию социальной группы или слоя. *Собственнические позиции* характеризуются объемом и характером ресурсов, на которые группа предъявляет свои права. *Социально-профессиональные позиции* охватывают набор таких стандартных индикаторов, как уровень и качество образования, профессиональная квалификация, должностное положение и формы занятости на рынке труда (принадлежность к «ядру» или «периферии» рынка труда, его первичным или вторичным сегментам).

Управленческие позиции для многих групп выступают своеобразным связующим звеном между их собственническими и социально-профессиональными позициями, ибо они связаны как с характеристикой должностного положения, так и с возможностью распоряжения тем или иным объемом ресурсов.

Перейдем от рыночных к *трудовым позициям* групп. Они отражаются в следующих параметрах: условия производственной среды, содержание труда, степень автономии в трудовом процессе и структура трудовой мотивации.

Наконец, *материальные позиции* групп выражаются такими показателями, как уровень текущих доходов (индивидуальных и семейных) и масштабы накопленного личного богатства.

Отметим, что с аналитической точки зрения составляющие классовой ситуации не субординированы, а скорее рядоположены, то есть здесь нет однозначно определенных каузальных связей. Хотя в отдельных случаях намеки на такого рода связи просматриваются. Например, трудовые позиции во многом могут определять «более поверхностные» материальные позиции, а социально-профессиональные характеристики — серьезно влиять на управленческие возможности и перспективы.

Напомним также, что каждый из описанных элементов должен рассматриваться под углом зрения не только текущего состояния дел, но и социально-экономической *мобильности* — ретроспективной и потенциальной.

Статусные позиции. Статусные позиции групп — весьма разнородное образование. Тем не менее, по нашему мнению, возможно выделить три главных элемента, определяющих *статусную ситуацию* группы или слоя, а именно уровень социального престижа, характеристики стиля жизни и нормативные и ценностные ориентации.

Сразу возникает ряд сложностей. Во-первых, каждый из перечисленных элементов совсем не прост, во-вторых, они достаточно разнородны, в-третьих, связи между ними еще менее очевидны, чем в случае с элементами классовой ситуации. Наконец, они не с такой легкостью подвергаются количественной формализации. И все же представляется, что, идя по этому пути, мы сможем прийти к набору операциональных определений и эмпирических индикаторов. Тем более что по всем трем направлениям имеется немалый опыт социологических исследований.

Уровень престижа группы или слоя определяется двумя параметрами: относительными позициями в социальной иерархии (уровень уважения, почета, признание заслуг и профессиональной полезности) и привлекательностью положения (интенсивность стремлений занять подобное место).

Претензии на уважение и обоснованность этих претензий выявляются через самооценку групп и оценку их позиций другими группами.

Уровень престижа во много определяется демонстрируемым *стилем жизни*, включающим два элемента: способы потребления и способы использования свободного времени. Каждый из этих двух элементов включает набор стандартных индикаторов потребительского и досугового поведения.

Наиболее сложной составляющей статусных позиций являются *нормативные и ценностные ориентации* — общие стандарты действий, принятые в той или иной группе. Они включают обширный и весьма разнородный набор элементов, среди которых следует упомянуть хозяйственные стратегии, мораль-

ные императивы, конфессиональную принадлежность и идеологические пристрастия.

Конечно, приведенный список неполон. К тому же в каждом случае мы еще далеки от операционального уровня. Чтобы представить относительно полное описание всех элементов нормативно-ценностных ориентаций, потребовалась бы специальная работа (или скорее, несколько работ).

Дальнейшая операционализация зависит от задач конкретного исследования, например, при исследовании групп предпринимателей особое внимание было обращено на следующие параметры:

- репутационные стратегии;
- стратегии утверждения внутрифирменного авторитета;
- соблюдение деловых соглашений и этика бизнеса;
- включенность неформальные и криминальные отношения;
- применение силы в хозяйственных отношениях;
- этнические и конфессиональные основы предпринимательской деятельности;
- отношение к благотворительности.

Политические позиции. Эти позиции были раскрыты М.Вебером в наименьшей степени. Они характеризуют определенные аспекты деятельностного потенциала социальных слоев, связанные с возможностями их коллективной мобилизации, нацеленной на утверждение или перераспределение ресурсов власти и авторитета. Политические позиции определяются двумя группами параметров: отношением к социально-политическим структурам и степенью участия в мобилизованном коллективном действии.

Социально-политические структуры включают в себя: органы государственного управления, политические партии, профессиональные и деловые ассоциации и общественные объединения. А *степень участия в мобилизованном коллективном действии* предполагает членство в политических структурах, участие в коллективных политических акциях (собрания, митинги и т. п.), электоральное поведение.

Добавим, что в стратификационный анализ элементы индивидуального и коллективного действия включаются отнюдь не только в параметры политических позиций. Исследование *способов* действия является общей методологической установкой в рамках неовеберовского стратификационного анализа. Речь, следовательно, идет не только о политической активности, но о классовом (в отличном от марксизма понимании) и статусно-ориентированном действии. Это повышенное внимание не только к возникшим структурам, но и к самому процессу структурирования — важная, хотя и нелегко реализуемая эмпирически методологическая задача.

Такова предлагаемая стратификационная схема. Еще раз подчеркнем, что между тремя основными блоками, а также между отдельными позициями внутри блоков нет однозначных причинных связей. Стратификационные позиции группы или слоя, таким образом, характеризуются сложной комбинацией (кон-

стелляцией) условий, множеством взаимосвязанных, но при этом относительно самостоятельных факторов. К достоинствам этой схемы можно отнести богатство содержания, методологическую открытость и отсутствие жесткого детерминизма. Недостаток же заключен в сложности и перегруженности критериями и показателями.

Использование модели при анализе слоя предпринимателей (малый бизнес)

Выбор этого слоя обусловлен тем, что предприниматели представляют собой новые, динамичные и в то же время достаточно сложные элементы постсоветской стратификационной картины. Что же касается малого бизнеса, то его субъекты образуют важную часть формирующихся средних слоев. Их позиции характеризуются повышенной сложностью и множественными проявлениями статусной декомпозиции. Однако, как уже отмечалось, веберианские подходы особенно эффективны именно в подобных случаях.

Эмпирической базой послужили результаты серии исследований, проведенных среди руководителей российских предприятий.

Два анкетных опроса руководителей московских негосударственных предприятий на базе репрезентативной выборки Мосгорстата (1993 г., выборка—277 и 281 чел. соответственно); анкетирование среди руководителей негосударственных предприятий, имеющих высшее образование и опыт прошлой работы в государственном секторе (с последующим полустандартизованным интервью; 1996 г., выборка — 115 анкет и 100 интервью); стандартизованный анкетный опрос участников I Всероссийского Конгресса представителей малых предприятий (1996 г., выборка — 1517 респондентов из всех регионов России, включая 887 руководителей малых предприятий); стандартизованный анкетный опрос 227 руководителей предприятий из 21 региона России (1997 г., выборка—227 респондентов); серия углубленных интервью о руководителями предприятий (1997-1998 гг., выборка — 96 респондентов).

Что отличает обозначенную группу предпринимателей от их «соседей» — рядовых дипломированных специалистов, клерков, самостоятельных работников? Насколько они противостоят, с одной стороны, нижним слоям в лице рабочего класса, а с другой стороны — хозяйственной элите?

Классовые позиции. Мы вправе говорить о руководителях малых предприятий как о формирующемся новом социально-экономическом классе (его по традиции называют «старым средним классом»). Чем характеризуются его *рыночные позиции* и жизненные шансы в хозяйственной сфере?

Начнем с *социально-профессиональных позиций*. По уровню формального образования предприниматели близки отряду квалифицированных специалистов. Согласно данным разных опросов, четыре пятых руководителей в их рядах имеют университетские и институтские дипломы, а примерно десятая часть — также и ученые степени. Высокий уровень образования связан с тем, что предприниматели во многом рекрутировались из групп специалистов¹⁵. В пер-

спективе уровень формального образования предпринимателей должен несколько снизиться (в ведущих западных странах он не настолько высок).

Формальное образование все чаще дополняется специальной профессиональной квалификацией, полученной на курсах менеджмента, бухгалтерского учета и т. п. Если пять лет назад предприниматели, прошедшие специальное обучение, составляли единицы (большинство были «самоучками»), то сегодня доля тех, кто прошел через те или иные структуры профессионального обучения, составляет до 30-40%.

Говоря о ретроспективной социально-профессиональной мобильности, отметим, что предприниматели вышли из всех типов семей. А вот позиции, непосредственно предшествовавшие приходу в предпринимательство, у них достаточно высоки: чаще всего они были руководителями среднего звена — начальниками отделов, подразделений, служб, или даже руководителями государственных предприятий.

Что касается нынешнего должностного положения, то руководителями малого бизнеса считаются главы предприятий (первые лица или члены небольших «команд», принимающих ключевые решения). Это отличает их как от рядовых специалистов, так и от самостоятельных работников.

На первых порах предпринимательская деятельность нередко оставалась в качестве дополнительной занятости, респонденты предпочитали для страховки сохранять свои места в государственном секторе. Затем все чаще предпринимательство становилось основным занятием не только по доле приносимого дохода, но и с формальной точки зрения.

Собственнические позиции предпринимателей достаточно сильны. Не менее трех четвертей руководителей являются одновременно собственниками (одним из собственников) предприятия. Как правило, будущие руководители сами создают (приватизируют) предприятия, становятся его собственниками и лично их возглавляют. Таким образом, степень совмещения трех основных функций — предпринимательской, собственнической и управленческой — весьма высока и характеризует более чем половину предпринимателей¹⁶.

По *управленческим позициям* предприниматели выступают нанимателями рабочей силы, однако масштабы найма невелики — на 70-80% предприятий они не превышают 15-20 человек. Многие первоначальные «команды», возникшие в «кооперативный период», развалились, и наблюдается тенденция к усилению авторитарного начала в управлении малым предприятием, где все основные функции сосредоточены у одного «хозяина» — первого лица фирмы.

Трудовые позиции предпринимателя отличаются высокой степенью автономии — при всей зависимости малого предприятия от внешних сил и структур многое руководителю приходится решать самому. Однако не следует думать, что по содержанию его трудовой процесс предпринимателя изобилует творческими

элементами. Основная часть выполняемых функций связана с обычной рутинной, повседневным «функционированием» — бумагами, разъездами, переговорами и т.п. Думать и принимать поворотные решения часто приходится «на ходу»¹⁷. При этом труд предпринимателя не только интенсивен, но и продолжителен. В отличие от банковского клерка он часто не имеет регламентированного рабочего дня, отдавая делу по 11-12 часов. Это непрерывный труд с элементами самоэксплуатации при нерегулярных выходных и кратковременных отпусках. Не случайно здесь концентрируются представители наиболее активных возрастных групп — молодежи и лица среднего возраста.

Классическая структура трудовой мотивации предпринимателя определяется следующей триадой: независимость, самореализация и прибыль. При более глубоком рассмотрении оказывается, что многие руководители малых предприятий с головой погружены в проблемы выживания. Важна также и потребность в социальном самоутверждении. А чисто профессиональные, инновационные мотивы, не говоря уже о гедонистических устремлениях, зачастую вынужденно перемещаются на второй план.

Наконец, о *материальных позициях*. Уход в предпринимательство, как правило, улучшает материальное положение и повышает уровень жизни предпринимателя и его семьи, хотя зачастую другие этот уровень завывают, особенно когда речь заходит о масштабах накопленного предпринимателем личного имущества и недвижимости¹⁸. Дело в том, что в глазах общественности руководители малого бизнеса ассоциируются с предпринимателями в целом. Последние же считаются более чем обеспеченными людьми, особенно те, о которых сообщают средства массовой информации. Однако между богатыми слоями и основной массой предпринимателей по материальному уровню различия весьма и весьма существенны.

Еще одной характерной чертой материального положения предпринимателей является исключительная неравномерность в получении доходов, когда сегодня может быть «густо», а завтра — «пусто».

В плане рыночных шансов и потенциальной социально-экономической мобильности предприниматели выглядят довольно динамичной группой — с высокой степенью социального и экономического риска. Малое предпринимательство справедливо рассматривается многими как шанс если и не выбиться в верхние слои, то по крайней мере достичь уровня «высшего среднего класса». Однако многие теряют то, что имели: смертность малых предприятий высока во всем мире, а в условиях российской нестабильности — особенно.

Статусные позиции. В целом следует признать, что статусные позиции предпринимателей по сравнению с их рыночными позициями более низки и отличаются большей противоречивостью. Если говорить о *самооценках*, то предприниматели жалуются на то, что *престиж* их деятельности недостаточно высок — особенно в глазах представителей органов государственной власти и масс населения. Много претензий также к средствам массовой информации в свя-

зи с недостаточным и неточным освещением проблем малого предпринимательства. При этом предприниматели отмечают явное «потепление» отношений со стороны родственников, друзей и знакомых (утверждение социальных позиций предпринимателей обычно начинается с более узкого круга).

Оценки предпринимательских позиций другими группами населения, по данным опросов общественного мнения, страдают изрядной противоречивостью¹⁹. Это сложная смесь признания и неприятия, презрения к «торгашам» и желания, при благоприятных обстоятельствах, занять их место, высокой оценки деловых предпринимательских способностей и низкой оценки моральных качеств. В целом отношение населения к предпринимателям улучшается, становится более толерантным. Однако скорее речь идет о привыкании, нежели о действительном признании экономической роли и общественных заслуг. Между тем статусные претензии самих предпринимателей, судя по всему, заметно возрастают. Им хочется не только признания легитимности предпринимательской деятельности (что в общем уже произошло), но и признания заслуг, их вклада в создание общественного богатства и повышение занятости, обеспечиваемых, как правило, нелегким личным трудом. О такого рода престиже пока, пожалуй, говорить сложно. И статусное «напряжение», таким образом, продолжает сохраняться.

По *стилю жизни* предприниматели не образуют однородной группы. Здесь складывается несколько более или менее отчетливых типажей²⁰. Многие придерживаются советских стереотипов потребления. Однако по мере роста материальной обеспеченности и освоения новых продуктов и услуг проявляется вестернизация потребительского поведения, выраженная более или менее явно. Серьезные изменения произошли в досуговой сфере. Прежде всего свободного времени стало значительно меньше, и многими привычными занятиями приходится жертвовать. Речь идет о чтении, театрах; вынужденно сокращается и время, уделяемое семье.

В целом изменения стиля жизни в большей степени проектируются предпринимателями для своих детей — через системы платного образования и здравоохранения, с использованием возможности регулярно выезжать за рубеж — на отдых или для обучения.

Каковы *нормативные и ценностные ориентации*, характерные для современного российского предпринимательства? В целом следует сказать, что каких-то универсальных кодексов предпринимательской чести пока не сложилось

Не менее четырех пятых предпринимателей сталкиваются с периодическими или даже частыми нарушениями деловых обязательств, и формальный договор от этого не спасает²¹. Тем не менее посредством укрепления межперсональных деловых связей происходит постепенное формирование сегментарной этики. Складывающиеся связи не только обеспечивают неформальный обмен услугами, но и способствуют выработке деловых *репутаций*, составлению «черных списков» ненадежных экономических агентов.

Около 40% участников опроса сообщают; что продолжают сталкиваться со случаями *угроз и применением силы* в деловых отношениях. Но все же заметна тенденция к уменьшению организованного насилия в бизнесе. Произошел первоначальный раздел сфер влияния, одновременно криминалитет более тесно врос в «белые» и «серые» сегменты рынков. Что же касается «нормального» бизнеса, то, по нашим расчетам, основанным на пересечении нескольких показателей, к криминалу тяготеют около 15% руководителей предприятий.

Две трети предпринимателей сталкиваются с требованиями со стороны чиновников. И *коррупция*, похоже, не собирается отступать. В широких сегментах рынка она превратилась в элемент повседневных хозяйственных отношений. Различия состоят, пожалуй, в том, что одни откупаются от представителей власти, другие подкупают их, пытаясь получить какие-то льготы и привилегии. Обман государства как внешней, давящей и регламентирующей силы считается скорее доблестью, чем преступлением. Например, уход от уплаты налогов не только является обычным делом, но и рассматривается как норма, оправданная с экономической и моральной точек зрения²².

Среди стратегий утверждения *внутрифирменного авторитета* для самых мелких предприятий характерны *фратерналистские*, а для более крупных — *патерналистские* установки. И та, и другая стратегии связаны с развитием неформальных элементов в трудовых отношениях. Но первая культивирует атмосферу товарищества и артельности, а вторая проявляется в более жестко выраженной субординации при проявлении заботы о подчиненных со стороны руководителя фирмы²³.

Конфессиональная приверженность предпринимателей сегодня не играет заметной роли в установлении того или иного характера деловых отношений и этики бизнеса. Общий уровень религиозности за последнее десятилетие, конечно, повысился, но во многом эта религиозность является поверхностной и не изменяет кардинальным образом повседневной деятельности²⁴.

Более важную роль играет *этническая принадлежность* предпринимателя: по этому признаку строятся многие системы взаимной деловой поддержки. Мы являемся также свидетелями развития так называемого этнического предпринимательства — относительного преуспевания на предпринимательской ниве отдельных этнических меньшинств²⁵.

В завершение отметим, что отношение предпринимателей к благотворительности достаточно сдержанное. Основные пожертвования предприниматели направляют в основном на поддержку детских учреждений (школ, детских садов) и учреждений здравоохранения (больниц, поликлиник). Реже это касается нужд науки и высшего образования, культуры и искусства²⁶.

Политические позиции. Приходится признать, что в наших исследованиях политическим позициям предпринимателей уделялось значительно меньше внимания. Тем не менее имеются основания для следующих выводов.

Отношение к органам государственного управления в среде предпринимателей, как правило, резко негативное. Государство обвиняется в установлении непосильного налогового бремени, сохранении множества административных барьеров, коррупции среди его полномочных представителей.

Политическая активность предпринимателей относительно невысока. В отличие от более крупных бизнесменов, они сторонятся политических партий и в основном политически индифферентны. Попытки сформировать особую партию руководителей малого бизнеса были, но они закончились созданием очередной бумажной организации.

Только 15-20% предпринимателей входят в какие-либо *деловые объединения и ассоциации*. И от силы треть из них говорят, что получают от объединений осязаемую поддержку, поэтому и отношение достаточно скептическое. Девять десятых руководителей малых предприятий заявляют, что они сами в индивидуальном порядке лоббируют собственные интересы, что, естественно, расходится с оценками представителей структур, занимающихся поддержкой малого бизнеса²⁷.

Что касается *электорального поведения*, то предприниматели чаще голосуют за представителей партий либерального и демократического толка, однако они скорее выступают здесь как часть образованных слоев, чем заявляют специфические предпринимательские интересы.

Заключение

Проблема проведения стратификационного анализа современной России состоит не в том, чтобы выловить один-два удачных критерия, разграничивающие основные социальные слои и группы. На примере руководителей малых предприятий хорошо видно, что таким способом вопрос не решается. Необходимо и соотнесение множества критериев, учет разнообразных линий, отделяющих ту или иную группу от более низких и более высоких слоев, а также от «соседей» по социальной лестнице.

Используя разные стратификационные критерии, мы постоянно сталкиваемся со случаями статусного несоответствия, причем чем менее стабильным является общество, тем чаще это происходит. Кроме того, и сами границы смещаются, перестраиваются, и мы, таким образом, призваны следить за непрерывным структурирующим процессом.

Примечания:

1 Weber M. Economy and Society. - Berkeley: Univ. of California Press. 1978, vol. 1, pp. 302-307; vol. 2, pp. 926-940.

2 Социальная стратификация // Отв. ред. С.А. Елановский. - Вып. 1. - М., 1992 ; Вебер М. Основные понятия стратификации // Социол. нсслед., 1994, № 5.

3 From Max Weber: Essays in Sociology. - New York: Oxford Univ. Press, 1946; Weber M. The Theory of Social and Economic Organization. - New York-Glencoe: Free Press, 1947; Weber M. Selections in Translation (Ed by W.G. Runciman). - Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1991.

4 Вебер М. История хозяйства. - Петроград: Наука и школа, 1924; Вебер М. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990; Вебер М. Избранное. Образ общества. - М.: Юрист, 1994.

5 Среди наиболее известных работ см., напр.: Арон П. Этапы развития социологической мысли. - М.: Прогресс-Универс, 1993, Bendix R. Max Weber: An Intellectual Portrait - London-New York: Anchor

- Books Doubleday, 1962; *Holton R., Turner B.* Max Weber on Economy and Society. - London: Routledge, 1990; *Parkin F.* Max Weber. - London-New York: Routledge, 1991.
- 6 The Social Analysis of Class Structure (Ed F.Parkin). - London: Tavistock Publications, 1974; *Parkin F.* Marxism and Class Theory: A Bourgeois Critique. - London: Tavistock Publications, 1979.
- 7 *Runciman W. G.* How Many Classes Are There in Contemporary British Society? // *Sociology*, 1990, vol. 24, №3.
- 8 Social Stratification and Economic Change (Ed. D.Rose). - London: Hutchinson, 1988; *Goldthorpe J., Marshall G.* The Promising Future of Class Analysis: A Response to Recent Critiques // *Sociology*, 1992., vol. 26, №3.
- 9 *Lockwood D.* The Blackcoated Worker: A Study in Class Consciousness. - London: Allen and Unwin, 1958; *Goldthorpe J., Lockwood D., Bechhofer F., Platt J.* The Affluent Worker in the Class Structure. - Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1969; *Newby H., Bell, Rose D., Saunders P.* Property, Paternalism and Power: Class and Control in Rural England. - London: Hutchinson, 1978; *The Petite Bourgeoisie: Comparative Studies of the Uneasy Stratum* (Eds. F.Bechhofer and B.Elliot). - London: Macmillan, 1981.
- 10 Классической работой в этой области является: *Goldthorpe J.H.* Social Mobility and Class Structure in Modern Britain. - Oxford: Clarendon Press, 1980.
- 11 *Гайденко П.П., Давыдов Ю.Н.* История и рациональность: социология Макса Вебера и веберовский ренессанс. - М.: Политиздат, 1991; *Гудков Л.Д.* Метафора и рациональность. - М.: Русина, 1994.
- 12 См., напр.: *Давыдов Ю.Н.* Веберовская социология капитализма // Социол. исслед., 1994, № 10.
- 13 *Радаев В.В., Шкаратан О.И.* Социальная стратификация. 2-изд.-М.: Аспект-Пресс, 1996, гл. 5.
- 14 Об отдельных элементах такого подхода см.: *Радаев В.В.* Четыре стратегии утверждения авторитета внутри фирмы: некоторые результаты обследований российских предпринимателей // Социол. журнал, 1994, № 2; *Радаев В.В.* Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности (по материалам эмпирических исследований) // Вопр. экономики, 1994, №7.
- 15 Становление нового российского предпринимательства. Социологический аспект / Ред. В.В. Радаев. - М.: Институт экономики РАН, 1993.
- 16 *Радаев В.* Российские предприниматели: кто они? // Вестник статистики, 1993, № 9; о других характеристиках нового российского предпринимателя см.: *Гориков М.К.* и др. Российское предпринимательство: социальный портрет. - М.: Аналит. центр «Российские исследования», 1994; *Гриценко Ж.М., Новикова Л. Г., Латина И.Н.* Социальный портрет предпринимателя // Социол. исслед., 1992, № 10; *Тихонова Т.Ж.* Предпринимательство: групповой портрет на фоне экономической реформы / Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта / Ред. А.Ю. Чепуренко. - М., 1995.
- 17 *Радаев В.В.* Что означает «принять предпринимательское решение» (по результатам опроса предпринимателей) // Обществ. науки и современность. 1995, № 1.
- 18 Там же, с. 93-96.
- 19 Наилучшим образом это нашло отражение в периодических опросах ВЦИОМ в нач. 1990-х гг. Среди других источников см., напр.: *Червяков В.В., Черединыченко В. А., Шапиро В.Д.* Россияне о предпринимательстве и предпринимателях // Социол. исслед., 1992, № 10; *Нельсон Л.Д., Бабаева Л.В.* Перспективы предпринимательства и приватизации в России: политика и общественное мнение // Социол. исслед., 1993, № 1.
- 20 *Рощина Я.М.* Стиль жизни предпринимателя: Типы потребительских ориентаций // Вопр. экономики, 1995, № 7; *Рощина Я. М.* Досуг бизнесменов Москвы // Социол. журнал, 1995, № 4.
- 21 *Радаев В.* О некоторых чертах нормативного поведения новых российских предпринимателей // Мировая экономика и международные отношения, 1994, №4; *Радаев В.В.* Малый и бизнес и проблемы деловой этики: надежды и реальность // Вопр. экономики, 1996, № 7.
- 22 О коррупции, нарушениях соглашений и применении силы в деловых отношениях более подробно см.: *Радаев В.В.* Формирование новых рынков: транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика. - М.: Центр политич. технологий, 1998.
- 23 *Радаев В.* Четыре стратегии... - С. 149-157.

- 24 Радаев В. О вере и милосердии: фрагмент облика нового российского предпринимателя// Общество и экономика, 1993, № 6.
- 25 Радаев В.В. Этническое предпринимательство: мировой опыт и Россия//Полис. 1993, №5.
- 26 Радаев В.В. О вере... с.82.
- 27 Об этих расхождениях см.: Радаев В.В. Проблемы малого бизнеса в сравнительных оценках предпринимателей и представителей структур поддержки предпринимательства / Малый бизнес... - С. 252-263.