



УДК 316.32
ББК 60.52

ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССА ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ

Е.Н. Васильева

Работа посвящена теме становления социально-экономических ценностей и предпринимательства в России. Автор выявляет сущность процесса институционализации в рамках социально-экономических ценностей, обращается к российской специфике феномена, показывает, что культура современных российских предпринимателей еще не сложилась и находится в стадии становления.

Ключевые слова: *социально-экономические ценности, мотивация, ценностные ориентации, экономическая культура, культура предпринимательства.*

Дискуссия о соотношении морали и хозяйства, этики и экономики возникла давно. Одним из ее результатов стало широко распространенное понятие о несовместимости разных стратегий действия, ориентирующих или на мораль, или на рентабельность. В то же время в реальной социальной практике должны быть определены условия, при которых одной из стратегий предоставляется преимущество по отношению к другой или при которых они могут быть приведены в равновесие друг с другом. Пытаясь решить возникающие проблемы, исследователи вводят такие понятия, как «экономическая культура», «организационная культура», «этика экономических отношений», «деловая культура», «профессиональная культура» и «культура предпринимательства». При анализе этих дефиниций акцентируется внимание на условиях легитимации деятельности предпринимателя и социальной ответственности бизнеса.

Данная проблематика особо актуальна для современной России, поскольку, несмотря на то что государство заинтересовано в расширении слоя предпринимателей, он является немногочисленным, а те, кто занимаются предпринимательством, не всегда позитив-

но оцениваются населением. С формированием данного слоя связываются надежды на повышение уровня жизни населения, а значит, система нуждается в «культурном» предпринимательстве, так как именно культура снимет возможные дисфункциональные последствия инновационной активности предпринимателя.

О благоприятных или дисфункциональных характеристиках социальной жизни судят по функциональному поведению индивидов, организаций и подсистем разных уровней. Одним из ярких представителей функционального подхода является Р. Мертон [8, с. 40]. Операционализм и свобода от требования однозначного соответствия функций структурной единице делают функциональный подход Р. Мертона оптимальным для динамического процессуального представления о социальной системе. Им было введено понятие социальной ситуации, которая может быть описана и понята как «система взаимозависимых элементов».

Школа «социальных систем» рассматривает человека в организации как «социально ориентированное и направляемое существо», обладающее многочисленными потребностями, которые влияют на производственную среду и в свою очередь испытывают воздействия с ее стороны; существо, реакции которого частью предвидимы, частью же совершенно непредсказуемы. Поэтому для выживания общества как системы важна предсказуемость предпринимательского поведения, что

будет достигнуто тогда, когда цели общества будут восприниматься субъектами действия как свои собственные, что, в свою очередь, является предпосылкой функциональности предпринимательства.

Итак, на действие влияют следующие факторы: во-первых, это ценности, во-вторых, нормы. Ценности и нормы проявляются через предпочтения – приоритеты социальных благ. Другая форма проявления – потребности, нужда в тех или иных социальных благах. Выражением глубинных потребностей и ценности разных видов благ являются интересы. Потребности, ценности, представления о нормах – это разные аспекты интереса (заинтересованности), то есть конкретные формы, в которых они проявляются [15].

Ценности, нормы и потребности проявляются также в мотивации поведения. Традиция, заложенная М. Вебером и направленная на определение мотивации индивида, дает объяснение многим процессам в общественной жизни. Инновация, творчество как основное качество предпринимателя может нести в себе полярные характеристики, негативные и позитивные, что проявляется в реализации функциональной или дисфункциональной роли предпринимателя. Позитивная сторона инновационной активности предпринимателя работает на благо общества и его развития, порождая нечто новое и оригинальное. На противоположном полюсе находится отрицательная сторона – дисфункциональная роль предпринимателя, что относится уже к антиобщественным явлениям. Таким образом, инновация (то есть нестандартность, отсутствие шаблона, выход за пределы нормы и за рамки привычного) может приводить к объективно полезным, прогрессивным процессам, служа механизмом поступательного развития общества, или, наоборот, к общественно опасным, сдерживающим развитие общества и культуры.

В условиях изменений институциональной системы ролевые ожидания находятся в стадии формирования, и наблюдается большая неопределенность ожидаемого поведения, соотносимого с рядом экономических и социальных позиций. К примеру, должны ли предприниматели платить налоги в полном объеме, если государство не выполняет своих обязательств ни перед ними, ни перед их наем-

ными работниками? Должны ли предприниматели заботиться о социальной сфере, или это обязанность государства, которому они платят налоги? У индивидов есть свои интересы, ценностные ориентации и ресурсы, которые в определенных условиях и обстоятельствах они используют для изменения существующих ограничений.

Рассматривая процесс институционализации как системообразующий фактор формирования экономических ценностей, мы исходим из убеждения, что институты, так же как культура, являются основой предсказуемого поведения индивида. В то же время нельзя сказать, что это взаимозаменяемые процессы, они протекают параллельно. Задача нашего исследования – указать, каким структурам принадлежит основная роль в процессе институционализации и каким образом процессы обуславливают друг друга.

Институты ограничивают действия индивидов и одновременно открывают перед ними новые возможности. Процесс построения институтов происходит в контексте социального взаимодействия, которое Н. Флигстин рассматривает в рамках политико-культурного подхода как «игры» [13, с. 31–32; 14]. Основная идея этого подхода состоит в следующем: любое социальное действие осуществляется в некотором социальном пространстве, которое называется «полем» – это условно выделенный кусок общества, который включает всех действующих лиц, оказывающих хоть какое-то влияние на результат. Действующие лица поля пытаются построить систему доминирования на этом поле. Это возможно путем создания и поддержания определенной локальной культуры (локальной означает «действующей в рамках данного поля»). Культура включает в себя определенные смыслы и правила поведения, которые разделяются действующими лицами поля. Акторы делятся на занимающих какую-то позицию и оспаривающих или претендующих на какую-либо позицию. Как правило, первые навязывают вторым такие смыслы и правила поведения, которые способствуют воспроизводству их господствующего положения. Борьба между первыми и вторыми за изменение этой локальной культуры и представляет собой источник развития поля и причину эволюции институтов.

Н. Флигстин отмечает, что процесс институционализации может оказаться неудачным: разрозненные интересы и несовпадающие идентичности групп могут воспрепятствовать появлению стабильных институтов. Правила, действующие на этой арене, определяют границы допустимого, предоставляя акторам инструменты для взаимодействия. Они также побуждают их осмысливать свои интересы, интерпретировать поступки других и определять стратегию дальнейшего поведения.

Политико-культурный подход, таким образом, показывает, каким образом связаны процессы институционализации и культура. Это дает основание предположить, что становление формальных институтов (конституция, гражданский и другие кодексы, законы и т. д.) происходит наряду с формированием группы неформальных институтов: традиций, привычек, стереотипов поведения и других устойчивых форм взаимодействия между людьми, которые определяются культурой данного общества.

Более тонкий инструмент качественно-го изучения механизмов и потенциала институциональных изменений в данном случае представляет ролевой анализ, который дает возможность:

- различать ролевые ожидания и реальное выполнение роли;
- проводить различие между реальным выполнением роли и привязанностью индивида к ней, то есть определять ролевую дистанцию;
- выявлять силу и частоту внутриролевых и межролевых конфликтов;
- увидеть разный уровень свободы экономических акторов, занимающих различные социальные позиции, в построении и реализации своих социальных ролей;
- видеть различия в стремлении людей (или давления на них) к соблюдению согласованности между разными ролями, которые они играют, и теми идентификациями, которые им сопутствуют, и др.

В рамках данного подхода работает М. Аболафия [1]. Он приходит к выводу, что, будучи местами осуществления повторяющегося взаимодействия, рынки предполагают свои собственные, особенные совокупности взаимных пониманий. Эти понимания одновременно стимулируют и ограничивают действия.

В ходе повторяющегося взаимодействия участники рынка формируют ожидания относительно уместного поведения и сценарии своих ролевых действий. Именно посредством правил и ролей участники и выстраивают рынок как непосредственную среду экономической деятельности предпринимательства.

Исследователь обнаружил, что помимо правил, образующих данный рынок, его участники сконструировали многогранные социальные идентичности, которые начали определять поведение и взаимодействие тех, кто занимает соответствующие ролевые позиции. Здесь позиция М. Аболафия пересекается с проблемами, исследуемыми Г. Саймоном, который, раскрывая вопросы равновесия системы, говорит, что создание равновесия достигается в процессе «идентификации индивида с организацией» [5]. Для успешного функционирования организации деятельность всех ее членов должна мотивироваться стремлением внести вклад в организацию вследствие оптимальной идентификации личных и общих целей. Функция «идентификации» как раз и заключается в создании соответствующих условий, стимулов, которые бы побуждали всех членов организации идентифицировать личные интересы и интересы организации, а следовательно, принимать нужные для последней решения. Это актуальная тема исследования на современном этапе развития нашего государства: оно является той организацией, с интересами которой должны идентифицировать свои интересы как отдельные индивиды, так и большие социальные группы, и слои населения, в нашем случае предприниматели.

Еще раз, но уже отдельной строкой выделим государство как фактор, влияющий на становление субъектов экономического действия. Ряд работ, ставших весьма влиятельными в социальных науках и пошатнувших позиции классических подходов к данной теме, написал К. Поланьи в 1940–1950-е годы [9; 10]. В них речь идет о том, что недостаток или неэффективность мер, ограничивающих развитие рыночных отношений, способны порождать негативные побочные эффекты (экстерналии), несущие в себе опасные элементы саморазрушения для самого рынка. Наряду с социальным регулированием, осуществляемым силой традиций, социальных

норм, стихийными и организованными действиями хозяйственных агентов, важнейшую роль в этом процессе играет регулирование со стороны государства. Большинство рынков складывалось не помимо и вопреки, а при его прямой поддержке. Это относится отнюдь не только к примитивным, но и к современным хозяйствам, в том числе к нашему государству.

В этом же ключе рассуждает Ф. Блок, отмечая, что действия государства всегда играют ключевую роль в формировании хозяйства, и позиционировать государство как нечто за рамками хозяйственной деятельности – бессмысленная задача [2, с. 46; 3]. Немного другой аспект проблемы рассматривает Ф. Доббин, он также говорит о влиянии на становление экономических институтов государства, но конкретизирует это влияние терминами «политика», «политическая культура», «нация» [6; 7]. Он отмечает, что политическая культура влияла на то, как нации понимали и институционализировали экономическую рациональность. Каждая страна трактовала свои государственные институты так, чтобы они стали неотъемлемой частью позитивной, рациональной теории экономического роста. Каждая нация выработала индустриальную идеологию, соответствовавшую ее политической культуре, поскольку политика, которую она избирала для защиты политических прав, связывалась в сознании граждан с экономическим ростом. Таким образом, следующий фактор формирования культуры предпринимательства – национальные особенности, характеризующие социальные практики конкретного государства.

Исследуя факторы, обеспечивающие институционализацию, особой строкой выделим право, то есть наличие юридически закрепленных норм деятельности, которые определяют границы поведения экономических субъектов, формируют правосознание граждан.

Следующая традиция, которая дает нам основания для выявления факторов, участвующих в обозначенных процессах, заложена М. Вебером и направлена на определение мотивации индивида, основания которой лежат в рациональной организации труда. Корни этой рациональности исследователь находит, анализируя социокультурные условия, в протестантизме [4, с. 85]. Поэтому возможно выде-

лить религиозно-этические установки как фактор, влияющий на характер и способ осуществления экономической деятельности.

Иную систему мотивации мы находим у В. Радаева: обеспечение жизнедеятельности людей. В. Радаев добавляет субстантивный элемент в определение экономического действия. При определении понятия жизнедеятельности речь идет об элементах, без которых нарушается процесс нормального биологического и социального воспроизводства и возникает угроза самому существованию отдельного человека, группы или сообщества. Для иллюстрации ученый берет пример из российской действительности. Типичный предприниматель на первом этапе, в конце 1980-х гг., начинал заниматься каким-то бизнесом, чтобы материально обеспечить себя и свою семью. На втором этапе, когда материальные проблемы семьи были в основном решены, основной заботой становилось выживание и развитие бизнеса, проблема сохранения своей рыночной ниши. Наконец, на третьем этапе, когда бизнес окончательно укреплялся, предприниматель продолжал успешно зарабатывать деньги, но мотивация вновь изменялась. С одной стороны, бизнес превращался в своего рода увлекательную игру, связанную с профессиональной и личностной самореализацией. С другой стороны, заметно повысилась важность статусных мотивов – размер бизнеса и зарабатываемых денег определял место в деловом мире и признание со стороны сообщества. С каждым очередным шагом в хозяйственных действиях предпринимателя становилось все меньше экономического с субстантивной точки зрения, он все меньше заботился о выживании и постепенно освобождался от давящей экономической необходимости, хотя с позиций формальной экономической теории он продолжал заниматься тем же самым делом – зарабатывать деньги [11; 12]. Таким образом, мы выделяем следующий фактор институционализации – экономические условия, конструирующие интересы индивида и закрепляющиеся в определенных социальных ролях.

Таким образом, можно подвести следующий итог: культура играет множество ролей в хозяйственной жизни: конституирует индивидов и хозяйственные институты,

определяет цели и средства действия, регулирует отношения между ними. Формирование культуры находится под влиянием множества факторов: государства и его политики, права, национальных особенностей субъектов экономической деятельности, религии, которые входят в единую систему, отвечающую за институционализацию предпринимательства, в результате которой происходит идентификация индивида с определенной ролью, выполняемой в группе, и статусом, обеспечивающим реализацию предпринимательских функций, что подтверждается данным исследованием.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аболафия, М. Рынки как культуры: этнографический подход / М. Аболафия // Современная экономическая социология и социальная теория: Актуальные проблемы общества и экономики в западной социальной теории : хрестоматия / авт.-сост. И. В. Василенко. – Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2005. – С. 66–74.
2. Блок, Ф. Роли государства в хозяйстве / Ф. Блок // Экономическая социология. – 2004. – № 2. – С. 37–57.
3. Блок, Ф. Роли государства в хозяйстве [Электронный ресурс] / Ф. Блок. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc_t5_n2.pdf. – Загл. с экрана.
4. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер // Избранные произведения. – М. : Прогресс, 1990. – С. 67–272.
5. Гвишиани, Д. М. Организация и управление / Д. М. Гвишиани. – М. : Наука, 1972. – 536 с.
6. Доббин, Ф. Политическая культура и индустриальная рациональность / Ф. Доббин // Экономическая социология. – 2004. – № 1. – С. 43–55.

7. Доббин, Ф. Политическая культура и индустриальная рациональность [Электронный ресурс] / Ф. Доббин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc_t5_n1.pdf. – Загл. с экрана.

8. Мертон, Р. Явные и латентные функции / Р. Мертон // Американская социологическая мысль : тексты. – М. : Изд-во МГУ, 1994. – С. 207–246.

9. Поланьи, К. Два значения термина «экономический». О вере в экономический детерминизм / К. Поланьи // Неформальная экономика: Россия и мир / под ред. Т. Шанина. – М. : Логос, 1999. – С. 505–513.

10. Поланьи, К. Экономика как институционально оформленный процесс / К. Поланьи // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3, № 2. – С. 62–73.

11. Радаев, В. В. Экономико-социологическая альтернатива Карла Поланьи / В. В. Радаев // Экономическая социология. – 2004. – № 5. – С. 23–28.

12. Радаев, В. В. Экономико-социологическая альтернатива Карла Поланьи [Электронный ресурс] / В. В. Радаев. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc_t5_n5.pdf. – Загл. с экрана.

13. Флигстин, Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений / Н. Флигстин // Экономическая социология. – 2001. – № 4. – С. 28–56.

14. Флигстин, Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений [Электронный ресурс] / Н. Флигстин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc_t2_n4.pdf. – Загл. с экрана.

15. Шапошников, А. Н. Категория «интерес» как инструмент экономико-социологического исследования / А. Н. Шапошников // Экономическая социология и перестройка. – М. : Прогресс, 1989. – С. 141–165.

INFLUENCE OF INSTITUTIONALIZATION PROCESS ON ECONOMIC VALUES FORMATION

E.N. Vasilyeva

The article concerns social and economic values and entrepreneur development in Russia. The author reveals the essence of institutionalization process in frames of social and economic values, considers Russian peculiarities of the phenomenon and shows that the culture of contemporary Russian entrepreneurs is still in the process of formation.

Key words: *social and economic values, motivation, value orientations, economic culture, entrepreneurial culture.*