

ИНСТИТУТ МОЛОДЕЖИ

На правах рукописи

СУРИНА Ирина Анатольевна

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Специальность - 22.00.04 - социальная структура,
социальные институты и образ жизни

ZGODNE Z ORYGINAŁEM

Zgodno z oryginałem

AKADEMIA POMORSKA
w Słupsku
Wydział Nauk Społecznych
76-200 SŁUPSK ul. Boh. Westerplatte 64
tel. 59 84 05 921

PRODZIEKAN
Wydziału Nauk Społecznych
DS. KSZTAŁCENIA I STUDENTÓW
Iwona Gumowska
dr Iwona Gumowska

А в т о р е ф е р а т

диссертации на соискание ученой степени кандидата
социологических наук

Москва - 1994

Работа выполнена на кафедре социологии Института молодежи

Научный руководитель - доктор социологических наук,
профессор ШЕНДРИК А.И.

Официальные оппоненты - доктор социологических наук
ЛЕВАНОВ Е.Е.

кандидат философских наук,
доцент АМЕЛИН В.Н.

Ведущая организация - Российская Академия управления,
кафедра теории, методологии и
методики социологических исследова-
ний

Защита состоится 16 марта 1994 года в 14 час.30 мин. на
заседании Специализированного совета К-150.01.05 в
Институте молодежи по адресу: III442, г.Москва, ул.Юности,
д.5/1, корп. 3, ауд.511.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института
молодежи.

Автореферат разослан "16" февраля 1994 г.

Ученый секретарь Специализированного
совета, кандидат педагогических наук

А.И.Ковалева
А.И.Ковалева

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИССЕРТАЦИИ

Актуальность темы исследования. Сегодня в условиях перехода к рыночным отношениям одной из ключевых фигур, вызывающей повышенный интерес со стороны ученых, публицистов, а также рядовых граждан является предприниматель.

Показателем пристального интереса к представителям нового социального слоя со стороны "растрепяченного" общественного сознания выступает все увеличивающееся с каждым годом число публикаций в периодической печати. Практически в каждом номере центральных газет, в абсолютном большинстве научных, научно-популярных и публицистических журналов можно найти информацию, раскрывающую те или иные аспекты образа жизни предпринимателей, определяющую их идейные установки, моральный облик. Появились и первые монографические работы, где на теоретическом уровне осмысливается феномен предпринимательства.

Столь большое внимание к предпринимателям в нашем обществе обусловлено, прежде всего, фактом легализации предпринимательской деятельности, превращением их, образно говоря, из класса "в себе" в класс "для себя". О масштабах предпринимательства говорят следующие факты: только за девять первых месяцев (январь-сентябрь) 1992 года в России было зарегистрировано 350 тыс. товариществ, 80 тыс. акционерных обществ, 12 тыс. ассоциаций, концернов, консорциумов, 5 тыс. кооперативов, 8 тыс. совместных предприятий, 200 тыс. частных предприятий. Этим, прежде всего, обусловлена актуальность данного исследовательского проекта.

Однако значимость исследования ценностных ориентаций современных российских предпринимателей определяется не только постоянно растущим их числом, но и тем обстоятельством, что деловые люди оказывают значительное влияние на процесс принятия и выработки политических решений, на формирование тактики и стратегии дальнейшего развития российского общества. Именно это второе обстоятельство определило выбор темы диссертационной работы.

Кроме того, сегодняшние предприниматели представляют собой одну из главных сил, происходящего в России процесса изменения материального базиса общества, реформирования отношения к собственности, создания принципиально новой системы экономической связи.

И последно, как показывает социальная практика, формирование нового социального типа личности особенно быстрыми темпами происходит именно в предпринимательской среде.

Поэтому представление о том, что собой представляет предприниматель в идеальном и морально-этическом плане, какова его система ценностей даст возможность с достаточной долей уверенности утверждать о том, каков будет доминирующий социальный тип личности в ближайшем будущем, какая именно система связей и отношений станет определяющей в процессе взаимодействий между отдельными индивидами и в социальной системе в целом.

Таковы основные факторы, определяющие актуальность данного диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы. Отдельных работ, посвященных изучению ценностных ориентаций предпринимателей в отечественной социологической литературе нет. Однако существует значительное число публикации, монографий отечественных и зарубежных исследователей, рассматривающих проблемы ценностей, ценностных ориентаций, интересов, потребностей, механизмов регуляции социального поведения и деятельности личности. К ним, прежде всего, относятся работы М.Вебера, В.Виндельбанда, Э.Дюркгейма, Ф.Шпенгера, У.Томаса, а также - Еобневой И.М., Василенко В.А., Водзинской В.В., Гречаного В.В., Золотухиной-Аболиной Е.В., Кона И.С., Леонтьева А.Н., Ольшанского В.Б., Копова И.М., Тугаринова В.П., Чагина Б.А., Ядова В.А. и других.

Сущность ценностного феномена через исследования механизмов социального поведения рассматривается в работах Р.Виллинса, Б.Смита, Б.Франкла, Б.Г.Ананьева, В.Н.Мясищева, В.С.Мерлина, С.А.Рубинштейна, Б.Д.Паригина, А.С.Прангшвили, А.А.Ручка, Д.Н.Узнадзе, П.Н.Шихирева и др.

Важное значение для социологического подхода к раскрытию структуры ценностных ориентаций имеет изучение природы и разработка методов эмпирической фиксации социальных установок (аттитюдов), ценностных ориентаций, которые нашли свое отражение в работах Ш.Бюхлера, Ф.Вернона, Л.Лутмана, Г.Линдзи, Г.Олпорта, М.Рокича, а также отечественных ученых - А.П.Бардосмацкого, И.С.Деятко, А.Г.Справомыслова, В.С.Комаровского, Д.А.Леонтьева, В.М.Соколова, М.Х.Титмы, В.А.Ядова.

В данной диссертационной работе автор опирается в основном

на подходы отечественных ученых, в частности на диспозиционную концепцию В.А.Ядова, учитывая при этом специфичность объекта исследования.

Объектом исследования выступают российские предприниматели.

Предметом исследования являются ценностные ориентации современных предпринимателей России.

Цель исследования: описать ядро системы ценностных ориентаций современных российских предпринимателей.

Выдвижение данной цели обусловило постановку следующих задач:

- проанализировать основные теоретические подходы в зарубежной и отечественной науках к исследованию ценностных ориентаций социальных субъектов;
- предложить схему иерархии диспозиционных образованных личности;
- выявить ядро системы ценностных ориентаций, присущее российским предпринимателям;
- разработать специальную методику для фиксации ценностных ориентаций предпринимателей в социологическом исследовании.

Основные гипотезы:

1. Структура системы ценностных ориентаций определяется, в основном, структурой потребностей и ситуации их удовлетворения. При этом сама система определяет целостность социального поведения и позволяет получить достаточно реальную картину об обобщенных характерных чертах исследуемой социальной группы.

2. В нынешних конкретно-социальных, исторически обусловленных условиях развития российского общества происходят изменения не только характера связи в ценностно-ориентационной системе, но и меняется по содержанию и вся система ценностей у российских предпринимателей.

3. Период перехода к новому историческому типу общества отмечен формированием нового класса - класса предпринимателей, представителям которого присуща большая внутренняя свобода, что ведет к изменению, прежде всего, системы нравственных ценностей, к политической переориентации, а в отдельных случаях к аполитичности.

4. В среде современных российских предпринимателей можно выделить, по крайней мере, две возрастные группы, отличающиеся системами ценностей: молодежь (19-35 лет) и средний возраст (35-50 лет).

5. Расширение границ предпринимательской деятельности, увеличение числа предпринимателей в связи со вступлением в новый этап развития приводит к необходимости выделения основных каналов прихода в данную среду, среди которых можно выделить два: низкооплачиваемые слои населения (в том числе научная интеллигенция) и работники комсомольско-партийной номенклатуры.

Теоретико-методологической базой диссертации являются труды классиков отечественной и зарубежной философской, социально-психологической и социологической науки, посвященные проблемам ценностей, ценностных ориентаций и связанных с ними потребностей, интересов, идеалов, механизмов социального поведения личности.

В основе авторского подхода лежит принцип взаимодополняемости различных методологических и методических приемов, разработанных в рамках разнообразных направлений, прежде всего, неокантианстве, "понимающей" социологии, теории социального действия.

В качестве исходной в данной диссертационной работе была взята диспозиционная концепция регуляции и прогнозирования социального поведения личности В.А.Ядова, дополненная автором в соответствии с целью и задачами исследовательского проекта.

Достижению цели исследования и выполнения задач способствовало совмещение плоскостей аксиологического, социально-психологического и социологического подходов.

Эмпирическую базу исследования составили:

- результаты контент- и содержательного анализ газет "Деловой мир" за январь-июнь 1992 года;
- данные анкетного опроса 153 российских предпринимателей.

Выборка является случайной, бесповторной, нерепрезентативной. Она строилась с учетом социально-демографических и профессиональных признаков. Данные опроса обрабатывались с помощью ЭЕМ.

Исследование проведено в апреле-октябре 1993 года в г.Москве, в доступных диссертанту масштабах. С одной стороны,

оно носит разведывательный, поисковый характер, в силу чего полученным данным необходимо воспринимать в качестве предварительных. С другой стороны, это самостоятельное исследование, позволяющее вполне обоснованно сделать некоторые выводы по изучаемой теме.

Научная новизна диссертационного исследования:

1. Зафиксировано становление новой социальной силы, которая пока еще не обладает ярко выраженным классовым самосознанием и детализированными представлениями о своих настоящих интересах и потребностях. Предприниматели России сегодня представляют скорее становящийся нежели сформированный класс. Подтверждением этого является присущий им эскепизм, нежелание участвовать в политических процессах, концентрация внимания исключительно только на индивидуальных сторонах бытия; отсутствие четкого представления о своих сторонниках и противниках в политической жизни, крайне негативное отношение к политическим партиям и движениям, призывающих к защите интересов класса предпринимателей, в частности Партии Экономической свободы.

2. Выявлено, что система ценностных ориентаций современных российских предпринимателей не является целостной. Ей присущи разорванность, аморфность, неидентифицированность ценностных представлений, разнонаправленность векторов поведения личности в ценностном пространстве. Наряду с ориентациями, которые присущи классическому типу предпринимателей в их ценностной системе присутствуют и ориентации совершенно иного плана, в частности, на коллективизм, политическую толерантность, любовь как высшую жизненную ценность. По сути перед нами социальный тип личности переходной эпохи, сознание которого характеризуется расщепленностью и неустойчивостью.

3. Определено, что диспозиции, регулирующие социальное поведение предпринимателей обладают более сложной структурой, чем представлены в ряде опубликованных работ. Предложена иерархия диспозиций, высший уровень которой занимают идеалы, определяющие стратегию жизни личности в отличие от диспозиционных образований других уровней, детерминирующих тактику поведения в различных сферах деятельности и совершения конкретных поступков.

Как показывает теоретический анализ, ценностные ориентации и общая направленность интересов личности, являются разнопорядковыми величинами, вследствие того, что занимают разные

уровни в иерархии диспозиций. Диспозиционные образования высших структурных уровней включают в себя диспозиции низших уровней в "снятом виде". Это позволяет утверждать, что в момент свершения работает вся диспозиционная структура, а не только элементарные или фиксированные социальные установки.

4. Исследование ценностных ориентаций социальных субъектов обладает определенной спецификой, поэтому применение единой методики исключено. Эмпирическая фиксация ценностных ориентаций в принципе возможна при согласованности предмета исследования, цели и задач. Обосновано, что методика эмпирической фиксации ориентаций на системы ценностей должна включать в себя, по крайней мере, три смысловых блока: когнитивный, эмотивный и поведенческий.

Данные, полученные в ходе анкетного опроса обязательно должны перепроверяться с помощью других методов, что является необходимым условием для повышения качества и надежности социологического исследования ценностных феноменов.

Практическая значимость работы состоит в том, что она открывает возможность изучения ценностных ориентаций путем применения метода анкетного опроса в массовых социологических исследованиях.

Кроме того, полученные данные представляют интерес для политических деятелей, руководителей высших рангов негосударственных структур, специалистов, занимающихся вопросами социального управления, менеджмента, маркетинга, консультантов различных государственных структур.

А также результаты исследования могут быть использованы при разработке тактики и стратегии ведения предвыборных кампаний различными политическими партиями и движениями; при подготовке персонала банков, бирж, совместных и других предприятий; в процессе обучения различных звеньев образовательной сети, в том числе в высшей школе при чтении курсов социального менеджмента, социального управления, акмеологии и т.д.

Апробация работы. Основные положения диссертации изложены автором в научных публикациях, отдельные положения и выводы работы обсуждались на международной конференции (Москва, 1993), на заседании "круглого стола" "Культура в современном мире: состояние, проблемы, перспективы" (Москва, 1993) и заседании кафедры социологии Института молодежи.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех разделов, заключения, библиографии и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность темы, показывается степень ее разработанности, описываются основные теоретико-методологические принципы, определяется объект, предмет, цель и задачи исследования, научная новизна и практическая значимость работы, формулируются основные гипотезы.

В первом разделе - "Теоретико-методологические проблемы исследования ценностных ориентаций социальных субъектов" излагается сущность изучаемой проблемы, основные теоретико-методологические принципы анализа ценностных ориентаций как в зарубежной, так и в отечественной науках.

Автор отмечает, что в социальной психологии и социологии накоплен достаточный теоретический материал исследования ценностных ориентаций. В отечественной социологической науке изучение ценностных ориентаций и их влияние на регуляцию социального поведения личности связано с именами А.Г. Здравомыслова и В.А. Ядова, предложившими подход к исследованию ценностных ориентаций. Однако ряд вопросов до сегодняшнего дня остается открытым. Например, сущность ценностных ориентаций, природа ценностных явлений, возможные классификации, а также структура ценностных ориентаций.

Диссертант исходит из того, что существует некая теоретическая модель формирования и функционирования ценностных ориентаций.

Ценностные ориентации личности рассматриваются автором как ориентации на совокупность материальных и духовных благ, которые понимаются как предметы (или их свойства), цели и средства для удовлетворения потребностей личности, выражаются в идеалах, личностном смысле жизни и проявляются в социальном поведении. Через ценностные ориентации определяется отношение субъекта к условиям своего бытия; отношение, которое существует как результат сознательного, оценочного выбора жизненно значимых предметов и объектов.

Ценностные ориентации возникают при столкновении потребности вовлечения в целостную социальную систему и наличия общих социальных условий жизнедеятельности человека: политических,

экономических и культурных особенностей образа жизни личности.

Согласно диспозиционной концепции В.А.Ядова, которая была принята диссертантом за исходную, ценностные ориентации являются структурным диспозиционным образованием личности, в результате чего они достаточно самостоятельны и относительно устойчивы.

Однако автор настоящего исследования показывает, что ценностные ориентации и направленность интересов личности являются разнопорядковыми величинами, вследствие чего они занимают разные диспозиционные уровни. Это опровергает гипотезу исследования, проведенного под руководством В.А.Ядова (Ядов В.А., 1979). Более того, высший уровень в иерархии диспозиционных образований, как обосновывает диссертант, занимают идеалы.

В работе отмечается, что последние образуются при столкновении потребности достижения морального или общественного совершенства и социальных условий реализации возможностей, воплощения высших моральных или общественных требований, при том в конкретно-социальных, исторически обусловленных формах жизнедеятельности индивидов. Они обладают наибольшей устойчивостью во времени по сравнению с другими диспозициями. Следовательно система ценностных ориентаций является структурной составляющей идеалов и уступает им по уровню в иерархии диспозиций.

Иерархическая система всех образований представлена в работе в виде схемы, в основе которой лежит механизм образования диспозиций. Этот механизм выражается следующим образом:

$K_n - S_n = D_n$, где n - уровни, $n = \overline{1,5}$ (порядок нумерации уровней соответствует их образованию от низшего к высшему);

K_n - потребности, S_n - ситуации удовлетворения потребности,

D_n - соответствующие n -уровню диспозиции.

Таким образом, структурная иерархия диспозиционных образований будет выглядеть следующим образом (от низшего уровня к высшему): фиксированные установки ("set") - социальные фиксированные установки ("attitud") - общая направленность интересов личности - ценностные ориентации - идеалы.

Автор утверждает, что при "снятии пласта" уровня ценностных ориентаций в диспозиционной иерархии образований он содержит в себе социальные установки и общую направленность интересов личности. Аналогичное утверждение можно распространить и на любой другой уровень диспозиции (начиная со второго).

Далее, анализируя различные подходы в зарубежной и отечественной науках автор отмечает, что за основу классификации ценностных ориентаций ученые, в своем большинстве, берут классификацию ценностей. Однако, по мнению диссертанта, основанием классификации ценностных ориентаций выступают содержательные стороны аспектов направленности интересов личности, с одной стороны, т.е. отношение личности к различным явлениям, процессам в общественной жизни. Тогда классификация будет следующей: мировоззренческие, политические, экономические, нравственные, эстетические, правовые и другие ценностные ориентации.

С другой стороны, принимая классификацию ценностей В.Франкла, диссертант считает, что основанием классификации могут выступать содержательные характеристики смыслов жизни. В этом случае классификация ценностных ориентаций примет вид: ценностные ориентации творчества, переживания, отношения. Эта классификация шире по содержанию в силу полиаспектности сторон жизни социальных субъектов. Однако она не исключает, а взаимодополняет первую. В совокупности же две приведенные классификации обосновывают выбор личностью определенной ценностной ориентации.

В данной диссертации исследуются следующие системы ценностных ориентаций: мировоззренческая, политическая, нравственная и эстетическая.

Автор утверждает, что составляющими элементами системы ценностных ориентаций являются три подсистемы:

1) когнитивная - система знаний, суждений и убеждений об объекте;

2) эмотивная (аффективная) - система чувств, эмоциональных оценок объекта;

3) поведенческая - система определенных действий, последовательное поведение по отношению к объекту.

Данный вывод вытекает из предложенной М.Смитом трехкомпонентной структуры социальных установок, а также из обоснования включенности низших уровней в иерархии диспозиционных образований в высшие.

Диссертант особо подчеркивает, что для определения той или иной ценностной ориентации необходима фиксация всех трех структурных компонентов, а это требует применение специальных методов исследования.

Во втором разделе - "Особенности эмпирической фиксации ценностных ориентаций предпринимателей" диссертант останавливается на анализе методических приемов, применяемых для фиксации ценностных ориентации в зарубежной и отечественной социологии, социальной психологии. При этом рассматриваются отличительные особенности социологического подхода в изучении ценностных ориентации от психологического.

Анализ существующих методик показывает, что проведение теоретико-прикладного или прикладного социологического исследования ставит исследователя перед проблемой выбора методов изучения ценностных ориентаций социальных субъектов. Здесь необходимо сделать выбор в каждой группе методов, используемых на разных этапах исследования.

Автор утверждает, что, когда исследуются ценностные ориентации, то социолог стоит перед решением одной из проблем:

1) выбор метода квантификации, если необходимо замерить или же показать изменение (либо устойчивость) системы ценностных ориентаций той или иной социальной группы; 2) выбор методов фиксации, регистрации ценностных ориентаций, в случае, если нужно описать социальную сущность группы социальных субъектов.

Однако исследователь может оказаться перед решением сразу двух проблем, в случае необходимости прогнозирования, предсказания характерных черт реального поведения или же регулирования социального поведения группы субъектов.

Главным, по мнению диссертанта, является вопрос ценностные ориентации надо измерить или определить, зафиксировать.

Отмечается, если ценностные ориентации надо измерить или определить их устойчивость, используются методы кумулятивного шкалирования Л. Гутмана, равных интервалов Л. Терстоуна, социальной дистанции Е. Богардуса, суммированной оценки Р. Лайкерта.

При фиксации системы ценностных ориентаций социальных субъектов применяются следующие методы: тест ценностных предпочтений Олпорта-Вернона-Линдзи, методика Рокича для определения терминальных и инструментальных ценностей, биографический метод, позволяющий описать типичную структуру жизненного пути и особенности систем ценностей целых поколений, аксио-биографический метод, с помощью которого определяются жизненные ценности социальных групп на больших отрезках биографии, метод проективных ситуаций, при определении возможного социального поведения группы субъектов.

При этом тест Олпорта-Вернона-Линдзи, метод Рокича можно отнести к формализованным методикам, т.к. разным социальным группам предлагаются одинаковые наборы наименований ценностей даже, если их собственное ценностное пространство имеет другое содержательное наполнение. Аксио-биографический метод является неформализованной методикой, в применении которой для разных социальных групп получаем набор ценностных ориентаций, свойственный каждой конкретной группе.

Диссертант подчеркивает, что в исследованиях для определения системы ценностных ориентации, присущей социальной группе бывает недостаточным использование только одного из описанных выше методов. Тогда, наряду с этими, используют и другие, такие как свободные ассоциации, неоконченные предложения, развернутые "портреты".

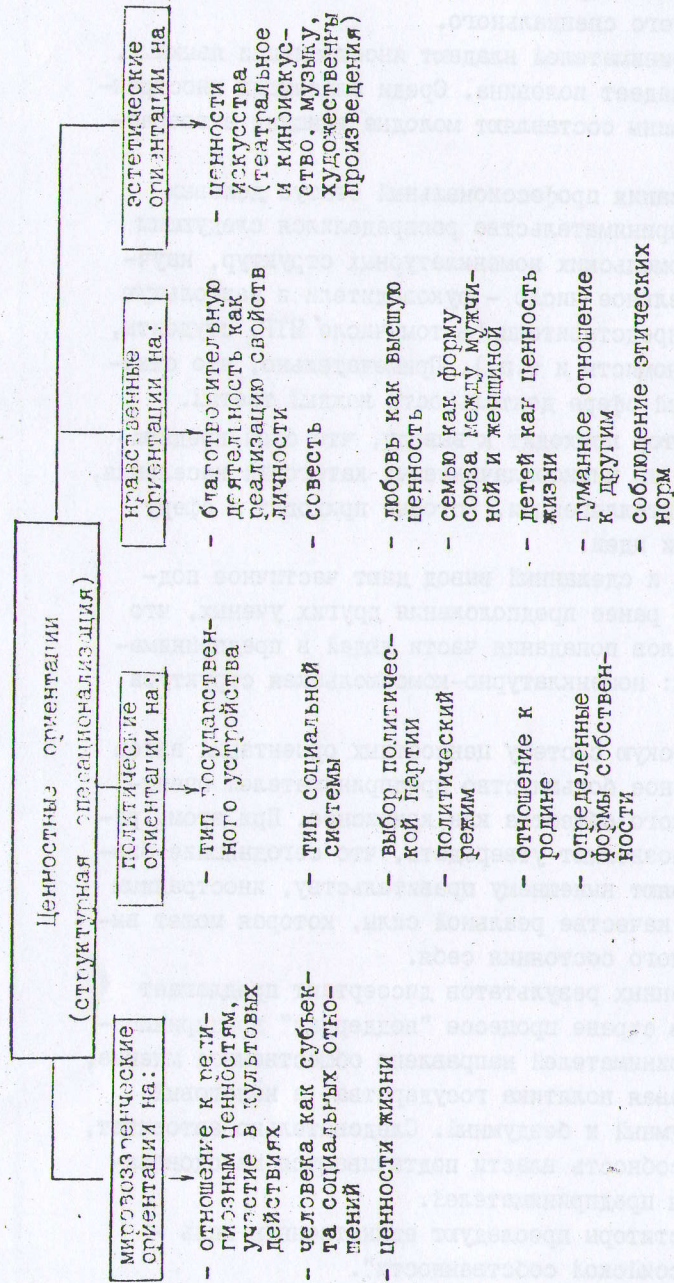
Описание и обоснование методов исследования ценностных ориентаций приводит к выделению двух групп методов - измерения и фиксации. Однако как показывает анализ, такое разделение достаточно условно, т.к. ряд методов "второй" группы включает в себя упрощенные процедуры "первой", к примеру метод Рокича, проективных ситуаций, где замеряется устойчивость выбранных предпочтений.

Автор на основе данных показывает, что когнитивные, эмоциональные и поведенческие аспекты в рамках одной ориентации тесно коррелируют лишь тогда, когда для измерения, фиксации всех трех компонентов используются аналогичные процедуры. Существенно меньшая связь обнаруживается в случае, если компоненты измеряются, фиксируются разными процедурами.

Отмечается, что наиболее важным является вопрос соотношения ценностных ориентаций и поведения, который рассматривается в рамках соответствия реального и осознаваемого, реального и сообщаемого другим людям. Рассогласование, вызванное несопадением между ценностными ориентациями, фиксированными в исследовании, и теми, которые реально управляют поведением ведет к систематическим ошибкам.

Ошибок и рассогласований можно избежать в том случае, если диспозиционно-поведенческие связи будут наиболее тесными. Этого можно добиться, в случае, когда реальные поступки испытуемых будут предшествовать во времени их высказываниям о своем отношении к этим поступкам.

Схема I.



Диссертант обосновывает, что при исследовании системы ценностных ориентаций социальных субъектов можно применять либо 1) целый комплекс взаимосвязанных методик - это обусловлено тем, что каждый метод фиксирует только один определенный компонент структурных подсистем, как было сделано в исследовании социального поведения инженеров ленинградских проектных бюро, проводимого под руководством В.А. Ядова, либо 2) применять только один метод, но тот, который даст возможность зафиксировать сразу все три компонента ценностной ориентации.

При этом подчеркивается, что необходимо к различным категориям респондентов применять и различные методики. А следовательно выбор индикаторов, формирование индексов обуславливается выбором категории испытуемых.

Диссертант полагает, что наиболее приемлемым методом в определении ценностных ориентаций в массовых социологических исследованиях является метод анкетного опроса. Данный метод и был применен в настоящем диссертационном исследовании. При этом, инструментарий разрабатывался таким образом, что основные блоки вопросов анкеты отражают одну из составляющих подсистем, а внутри блока фиксируется исследуемый компонент каждой конкретной ценностной ориентации. Таким образом, выделяются блоки: когнитивный, эмотивный и поведенческий, в которых фиксируются конкретные ориентации мировоззренческой, политической, нравственной и эстетической систем.

Отмечая компоненты определенной ценностной ориентации, необходимо зафиксировать именно те показатели, индикаторы, которые дадут возможность утверждать, что измерен характерный признак той или иной ценностной ориентации. Следовательно, для определения системы ценностных ориентаций социального субъекта, нужно иметь соответствующую систему индикаторов. Причем каждый индикатор должен быть зафиксирован трижды, т.е. в каждой из структурной подсистем: когнитивной, эмотивной и поведенческой (или в каждом блоке вопросов анкеты).

В данном исследовании система индикаторов определена в рамках эмпирической операционализации ценностных ориентаций и представлена на схеме I.

Ценностная ориентация будет считаться зафиксированной только при наличии и сопоставимости всех трех составляющих ее компонентов.

Как подчеркивает автор, результат определения всей системы ценностных ориентаций выражается в обобщенных характеристиках или же в описании социальной сущности изучаемой группы социальных субъектов.

Преимущество приведенного подхода, используемого автором состоит в том, что, во-первых, данный подход отвечает требованиям фиксации ценностных ориентаций, во-вторых, выдерживается внутренняя согласованность подсистем ценностных ориентаций, в-третьих, предоставляется возможность видения общей картины ценностного поля, а также охватить контекстные характеристики ценностей, в-четвертых, данный подход дает возможность применения метода анкетного опроса в изучении ценностных ориентаций в массовых социологических исследованиях на достаточно больших выборках.

В третьем разделе - "Ценностные ориентации современных российских предпринимателей" дается анализ результатов социологического исследования и определяется система политических, мировоззренческих, нравственных и эстетических ценностных ориентаций предпринимателей России, путем фиксации диссертантом по трехкомпонентной структуре показателей, индикаторов (согласно схеме I), на основании которых утверждается наличие (или отсутствие) той или иной ценностной ориентации.

По данным эмпирического исследования, сегодняшние предприниматели - это, в основном, мужчины в возрасте от 25 до 45 лет, большую половину из которых составляет молодежь и лишь незначительная часть - люди старше 45 лет.

Характерно, что почти все предприниматели выросли в полных семьях, причем более половины - в семьях, где было больше одного ребенка и совсем незначительная часть - в неполных семьях. Тех, кто воспитывался в детском доме среди опрошенных не оказалось.

Значительное большинство сегодняшних предпринимателей начало свою трудовую деятельность в возрасте от 18 до 23 лет.

Каждый второй бизнесмен имеет семью либо разведен, а каждый четвертый в возрасте до 45 лет семью не имеет. Интересно, что среди опрошенных есть небольшая часть респондентов, живущих в незарегистрированном браке. Ее составляет молодежь и, в основном, это женщины.

Сегодняшних предпринимателей отличает высокий образова-

тельный и квалификационный уровень. Значительное большинство деловых людей имеет высшее образование, а незначительная часть - незаконченное высшее. Общий образовательный ценз, в целом, можно считать не ниже среднего специального.

Более трети предпринимателей владеет иностранными языками, в то время как ими не владеет половина. Среди владеющих иностранными языками более половины составляют молодые женщины в возрасте до 29 лет.

По данным исследования профессиональный статус деловых людей до прихода в предпринимательство распределился следующим образом: работники комсомольских номенклатурных структур, научные работники, незначительное число - руководители и наибольшую часть составили другие представители (в том числе ИТР, студенты, врачи, госслужащие, экономисты и т.п.). Примечательно, что отказался отвечать о прежней сфере деятельности каждый третий.

Таким образом, автор приходит к выводу, что слой предпринимателей рекрутируется из низкооплачиваемых категорий населения, а также части научной интеллигенции, которые приходят в сферу бизнеса реализовать свои идеи.

Полученные данные и сделанный вывод дают частичное подтверждение, выдвинутого ранее предположения других ученых, что одними из основных каналов попадания части людей в предпринимательскую среду являются: номенклатурно-комсомольская структура и научная среда.

Исследуя политическую систему ценностных ориентации автор отмечает, что значительное большинство предпринимателей оценивает состояние российского общества как кризисное. При этом, результаты исследования позволяют утверждать, что сегодняшние бизнесмены России не доверяют нынешнему правительству, иностранным инвесторам и видят в качестве реальной силы, которая может вывести страну из кризисного состояния себя.

Объяснение полученных результатов диссертант предлагает искать в происходящем в стране процессе "поддержки" предпринимательства. Против предпринимателей направлено общественное мнение, вся нормативная и правовая политика государства, а налоговый пресс - прямо-таки безумный и бездумный. Следовательно авторитет, а стало быть, и дееспособность власти подтачиваются малодоказательными обещаниями для предпринимателей.

Иностранные инвесторы преследуют единственную цель - стать обладателями "российской собственности".

И, как следствие, социальный опит людей подсказывает им, что подобного рода популизм является результатом истеричной самоуверенности управленцев, либо еще хуже - обманом.

Существует различные точки зрения относительно типа общества, к которому придет Россия в результате реформ.

Автор отмечает, что предприниматели, в основном, ориентированы на "цивилизованное общество с экономикой, действующей по рыночным законам, с доминирующей частной собственностью, развитыми демократическими институтами". При этом на демократию ориентированы больше мужчины, нежели женщины и, в основном, значительная часть как молодых, так и людей среднего возраста. Кроме того, явное предпочтение российские деловые люди отдают смешанной форме собственности, которая по их мнению сможет обеспечить социальный прогресс, всеобщее благосостояние и политическую стабильность, а частная собственность - развитие личности.

Результат анализа политических ориентаций современных деловых людей показал, что значительное большинство из них не привлекает идеи ни одной из политических партий и только каждый пятый отдал предпочтение той или иной партии. Большинство из последних (каждый десятый) выбрал Российскую Демократическую партию. Анализ парных распределений дает возможность сделать вывод, что выбор той или иной партии был сделан молодыми предпринимателями в возрасте до 34 лет. При этом наиболее активными оказались мужчины.

На основе полученных данных можно утверждать, что практически все предприниматели не являются членами политических партий, а для абсолютного большинства из них - принадлежность человека к какой-либо партии не является определяющей при выборе друзей, партнеров в предпринимательской деятельности и приятелей для совместного отдыха. При приеме на работу из числа людей, имеющих разнообразие политические убеждения предпочтение отдается тем, кто не имеет ярко выраженных политических убеждений, а затем - бывшим работникам аппарата КПСС, далее - людям с либеральными и социал-демократическими взглядами, а также с анархическими и новинистическими убеждениями.

Отмечается падение числа предпринимателей в реализации возможности участвовать в управлении государственными и общественными делами. Кроме того, значительная часть деловых людей утверждает, что "лучше всего быть аполитичным", среди которых более трети молодежи. Здесь индекс контрастности для каждой из

возрастных групп, равен соответственно +0,1 и +0,04. При сопоставимости этих индексов статистически достоверных различий аполитичности между группами не обнаружилось, хотя во второй просматривается тенденция к большей аполитичности.

Но в целом, если утверждать об общей аполитичности предпринимателей, то нетрудно прогнозировать ход событий в условиях, когда бизнесмены принципиально занимаются только своими частными экономическими проблемами, а реальную экономическую политику делают совсем другие люди.

Таким образом, автор приходит к выводу, что присутствует некая политическая маргинальность, которая позволяет балансировать российским предпринимателям в общественно-политической жизни.

Изучение мировоззренческой системы ценностных ориентаций показало, что для большинства российских предпринимателей Родина ассоциируется с тем географическим местом, где человек родился и вырос. При этом так считает каждый второй представитель молодежи и каждый третий респондент среднего возраста. Кроме того, экономическая нестабильность послужила одной из главных причин тому, что хоть и незначительная, но равная часть как молодежи, так и предпринимателей среднего возраста назвали родиной "страну, в которой они будут чувствовать себя экономическими независимыми".

Это является и основанием, существующих сегодня у части деловых людей миграционных настроений. Так, каждый пятый молодой предприниматель хотел бы сменить свое гражданство. А в условиях свободного выбора однозначно согласилась бы на выезд пятая часть всех опрошенных бизнесменов. Но вместе с тем, каждый второй не уехал бы и значительная группа предпринимателей затруднилась сделать свой выбор.

Следовательно, для большинства российских предпринимателей сегодня Родина выступает как ценность. Но наметилась явная переориентация среди молодых бизнесменов, которая отражает тенденцию устремленности на Запад, как некоего идеала Родины.

Изучая религиозные ориентации, было определено, что почти каждый четвертый опрошенный предприниматель считает себя религиозным (верующим) человеком, значительная часть из которых молодежь. При этом более половины только иногда соблюдают религиозные обряды и ритуалы (чаще других называлось крещение и поминовение умерших). Немного чаще соблюдают обряды именно

мужчины, пожелали женщины. Основными мотивами таких действий были названы соблюдение традиций и внутренняя потребность.

Оспраделили систему нравственных ориентаций диссертант приходит к выводу, что деловые люди России ориентированы на систему взаимоотношений, в которой действует принцип "человек человеку - друг, товарищ и брат". Кроме того, значительная часть респондентов выступает за то, что "в отношении других необходимо поступать так, как бы хотелось, чтобы они поступали по отношению к нам". Сегодня нельзя еще считать, что современный "предприниматель является образцом нравственности". При этом интересно, что по самооценкам респондентов, каждый второй придерживается при ведении дел этических норм.

Анализ данных исследования показывает, что внешние деловые люди ориентированы на благотворительность как ценность, однако благотворительные действия совершало лишь более половины из них. Причем охотней благотворительностью занимаются молодые предприниматели, каждый третий из которых мужчина и только каждая пятая-женщина. Но вместе с тем, третья часть предпринимателей считает, что благотворительность, милосердие опущает удивленчество, создает иллюзию, что всегда в этом случае можно надеяться на чью-либо помощь.

Сегодня не изменилось отношение деловых людей к таким постоянным, вечным ценностям как любовь, семья, дети.

Большинство считает, что "самые прочные и лучшие браки те, которые заключаются по любви" и то, что "дети наше будущее". Здесь выбор между карьерой, материальным благосостоянием и семьей делается в сторону семьи. Наибольшую ценность для российских предпринимателей сегодня представляет семейное счастье.

Исследуя систему эстетических ценностных ориентаций автор приходит к выводу, что более трети респондентов ориентированы на классическую музыку как на ценность и это соотношение сохраняется среди людей среднего возраста, а также четвертой части молодежи. Наиболее выражена ориентация на органную музыку.

Высокое предпочтение отдается классическому кино и классической русской литературе. При этом, чаще всего посещаются большинством драматические театры и кинотеатры, а менее всего - концерты классической музыки и литературные вечера.

Таким образом, для большинства российских предпринимателей классическое искусство является ценностью, среди кото-

рых значительная часть молодежи и каждый второй - среднего возраста.

Современные российские предприниматели видят смысл своей жизни в том, чтобы полностью реализовать себя. Им и объясняется, что основным мотивом прихода россиян в предпринимательство является возможность реализовать себя, свобода выбора и действий, возможность творческой деятельности, получение прибыли и обеспечения материального состояния.

Завершая диссертационное исследование автор приходит к следующему основному выводу.

Однозначно определить современных российских предпринимателей как главного субъекта общественного развития сегодня еще нельзя. Это скорее некий маргинальный субъект общественных отношений, находящийся в стадии становления. Он имеет на данном этапе и маргинальное сознание, выполняющее предохранительные и самоохранительные функции, а также, позволяющее ему балансировать в общественной жизни.

Маргинальное состояние предпринимателей России сегодня сообщает некие характерные черты и всему новому историческому этапу развития нашего общества, базирующегося на принципе личного накопления. А, следовательно, на нынешнем этапе общественного развития предприниматели не могут быть той основной силой, которая обеспечит будущее России, приведет ее к социальному прогрессу и выполнит эту историческую миссию.

В Заключении подводятся итоги работы, намечаются некоторые пути дальнейшего исследования проблемы, рассматривающейся в диссертации.

Основное содержание диссертации изложено в следующих публикациях автора:

1. К вопросу об исследовании ценностных ориентаций социальных субъектов // Социологический сборник. Выпуск I. - М.: Институт молодежи, 1993. - 0,5 п.л.
2. Штрихи к социальному портрету российских предпринимателей // Социальные аспекты реформирования российского общества. - М.: Институт молодежи, 1994. - 0,4 п.л.
3. Методика фиксации ценностных ориентаций предпринимателей в социологическом исследовании // Сборник (в печати) - 0,6 п.л.

AKADEMIA POMORSKA
Szupsk
Wydział Nauk Społecznych
76-200 SŁUPSK ul. Boh. Westerplatte 64
tel. 69 84 05 921

Сыриф
Zgodne z oryginałem

PRODZIEKAN
Wydziału Nauk Społecznych
DS. KSZTAŁCENIA I STUDENTÓW
dr Iwona Gucnowska