

VORONOV Viktor Vasil'evich. *Dr.Sci. (Soc.), Professor; Chief Researcher at the Institute of Sociology – Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences (bld. 5, 24/35 Krzhizhanovskogo St, Moscow, Russia, 117218; voronov@isras.ru)*

MALYSHEV Mikhail L'vovich. *Dr.Sci. (Soc.), Professor; Chief Researcher at the Institute of Sociology – Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences (bld. 5, 24/35 Krzhizhanovskogo St, Moscow, Russia, 117218; anpi_2006@mail.ru)*

GENERAL AND SPECIFIC IN THE NEW EMPLOYMENT CONDITIONS ON THE LABOR MARKET IN THE COUNTRY AND ITS REGIONS

Abstract. *The article discusses new employment conditions in connection with the latest changes in labor legislation and the growth of digitalization in the field of labor relations. The authors analyze legislative and socio-economic changes in various aspects of the modern labor market in Russia and its regions. The article considers directions of state support and regulation of employment on the base of ten main changes in the new labor legislation. The results obtained allow us to hope for strengthening the sustainability of the development of the labor market in the country and its regions in the near future.*

Keywords: *labor market, legislative changes, unification, diversity, regions, Russia*

ШЕВЧЕНКО Ольга Павловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Кубанского государственного аграрного университета (350044, Россия, г. Краснодар, ул. Калинина, 13; olgahevchenko@mail.ru)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА В ПРОЦЕССЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДИНАМИКИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. *В статье отмечается, что процессы социокультурной динамики современного российского общества характеризуются противоречивым содержанием. С одной стороны, прогресс информационно-компьютерных технологий привел к глубоким трансформациям всех подсистем общества, в т.ч. и духовной. С другой стороны, усиливаются различные риски и угрозы, связанные с развитием социокультурной динамики. Это в полной мере касается и предпринимательской культуры как интегрального элемента системы культуры российского общества.*

Ключевые слова: *общество, трансформации, информационные технологии, цифровизация, система культуры, предпринимательская культура, социокультурная динамика*

В последние годы российское общество пребывает в состоянии глубокой трансформации. В основе происходящих изменений – развивающиеся быстрыми темпами информационно-компьютерные и телекоммуникационные технологии, которые стали не просто элементом социальной коммуникации, а полноценным явлением социальной жизни. Именно поэтому вполне уместным будет для характеристики изменений современного социума употреблять такое понятие, как цифровая трансформация. Эта трансформация широко представлена и в духовной жизни общества. Одним из драйвев-

ров преобразований всех сфер общественной жизни в XXI в. стала массовая вестернизированная культура, в основе которой — наднациональные глобализационные процессы и интенсивно развивающиеся информационно-коммуникативные и интернет-технологии. Под воздействием массовой культуры не только активно развивается информационная экономика — имеет место кардинальная перестройка процессов социализации, инкультурации, воспитания подрастающих поколений. В современном высокотехнологичном обществе именно обладание информационной вещательной инициативой в купе с экономическими возможностями позволило массовой культуре снизить влияние систем культуры того или иного локального общества, в т.ч. и российского.

В условиях цифровизации общества XXI в. на первый план выходят информационно-коммуникационные технологии нового поколения (Интернет и т.п.). Это оказывает существенное влияние на различные интегральные элементы системы российской культуры, локальные культурные образования, субкультуры и т.д. В частности, речь идет о предпринимательской культуре, которая в российском обществе характеризуется непростой историей развития. Вследствие воздействия социально-политических факторов на протяжении XX в. отечественная предпринимательская культура пережила ряд серьезных потрясений, имел место «разрыв поколений» предпринимателей, что сформировало множество рисков применительно к сегодняшнему положению российской предпринимательской культуры в условиях глубоких трансформаций социума.

Социологическое изучение предпринимательской культуры как интегрального элемента системы культуры целесообразно предварить рассмотрением некоторых общетеоретических оснований, непосредственно влияющих на научное социологическое позиционирование предпринимательской культуры.

Речь, в частности, идет, во-первых, о культуре как системном целом, призванном придавать обществу определенную стабильность, формировать в целом институциональный характер духовной подсистемы. В данном аспекте имеет место репрезентация культуры как ключевого элемента социальной системы.

Во-вторых, необходимым представляется позиционирование культуры как многомерной многоуровневой системы, элементом которой выступают многообразные локальные, более узкие по содержанию и направленности формы. Одной из таких локальных форм является предпринимательская культура.

В-третьих, важное значение в научном понимании культуры имеет определение и анализ социально-исторической динамики предпринимательской культуры. Подобный ракурс научных изысканий позволяет обнаружить важные аспекты, заложенные в ходе становления и развития предпринимательской культуры в течение определенного времени, а также понять, в какой мере они влияют на современный облик предпринимательской культуры.

Кроме того, для более точного понимания особенностей социологического анализа форм организации духовной жизни общества обязательно надо отметить, что каждая локальная форма культуры, в т.ч. и предпринимательская, так же многомерна и многоаспектна, как и система культуры в целом. В этой связи большое значение уделяется различным элементам конструкции предпринимательской культуры, в частности ее этническим, государственно-корпоративным и иным составляющим. Это морфология современной россий-

ской предпринимательской культуры, которая, в свою очередь, способствует генезису неповторимой палитры социокультурных составляющих, связанных с ценностями, нормами, менталитетом, мироощущением, идеологиями.

Социологическое изучение предпринимательской культуры осложняется тем, что в данном случае речь идет о сложном объекте междисциплинарного научного познания. При этом социологические концепции предпринимательской культуры переплетаются с философскими, культурологическими, экономическими и др. Это, в свою очередь, напрямую влияет на формирование и развитие категориального аппарата социологической науки.

Реализация социологического подхода предполагает позиционирование предпринимательской культуры как локальной разновидности системы российской культуры, которая характеризуется общностью ряда социокультурных признаков (ценности, нормы, мировоззрение, идеологии и т.п.) членов объединения, но вместе с тем не предполагает высокого уровня консолидации и унификации.

Исходя из этого тезиса, вполне понятным и принятым нами является именно такое прочтение сущности современной предпринимательской культуры, которое представлено в статье С.Г. Михневой и Е.В. Малышевой. Авторы определяют предпринимательскую культуру как «органическое целое: с одной стороны, предпринимательская культура ориентирована на достижение определенных целей (максимизация прибыли, минимизация издержек, риск, инновационность), а с другой стороны, нормы и ценности, заложенные в национальной культуре, позволяют определить цену, которую готово заплатить общество при достижении данных целей» [Михнева, Малышева 2013: 53].

Вполне содержательна и обладающая серьезным эвристическим потенциалом точка зрения исследователей, рассматривающих предпринимательскую культуру как «совокупность образцов поведения, ценностной системы, социальных норм, фундаментальных принципов и общественных институтов, ориентирующих субъекты на те или иные формы экономической активности в системе предпринимательства, обеспечивающих передачу накопленного опыта, способствующих устойчивости предпринимательства во времени» [Орлов 2016: 94]. Заслуживает внимания и вызывает определенный познавательный интерес и такой взгляд некоторых исследователей, которые полагают, что предпринимательская культура — это «духовная жизнь людей в предпринимательской среде, в организации, их идейное нравственное состояние, ощущения, мышление и действия» [Асаул, Войнаренко, Ерофеев 2004: 59].

Приведенные подходы к определению сущности понятия «предпринимательская культура» акцентируют внимание на ее различных аспектах. При этом каждый из исследователей выделяет в качестве приоритетного тот или иной аспект (аспекты) предпринимательской культуры, что создает широкую палитру оценок, зачастую серьезно не совпадающих. Это затрудняет поиск индикаторов предпринимательской культуры и, как следствие, ее эмпирическую социологическую оценку.

Так, исследователи полагают, что «предпринимательская культура — это часть совершенно конкретной культуры с ее специфическим языком и стилем мышления, позволяющими воспроизводить и читать только ей присущий социокод, опираясь при этом на системы ценностей как ментального, так и прагматичного характера. В то же время она включает специфические регуляторы жизнедеятельности в виде норм, систем отношений, социокуль-

турных механизмов, имеющих свое социокультурное пространство проявления, которое порождается характером взаимодействия всей совокупности общественных отношений» [Южалина 2003: 8]. Если исходить из данного определения предпринимательской культуры, возникает риск двусмысленности, в частности при изучении сходных локальных культурных форм и субкультур российского общества. Как представляется, в настоящее время проблема четкого определения понятия «предпринимательская культура» имеет существенное гносеологическое и эвристическое значение, особенно в аспекте оценки ее динамических характеристик.

Стоит отметить, что российская предпринимательская культура прошла три этапа своего развития. Дореволюционная предпринимательская культура поступательно развивалась и находилась под воздействием религиозных и консервативно-государственных идеологических установок. Поступательное развитие предпринимательской культуры было прервано в связи со сломом новой советской властью рыночной системы и построением централизованно-плановой экономики, основывающейся на обобществлении средств производства, направленной на ликвидацию частного бизнеса. В конечном счете, это привело практически к исчезновению носителей предпринимательской культуры и в итоге остро проявляющемуся ныне значительному «разрыву поколений» предпринимателей, т.к. лишь в конце 1980-х гг. началось возрождение частного бизнеса, а полноценное развитие он получил только в 1990-х гг. Именно утрата социально-профессионального, духовно-нравственного, аксиологического, мировоззренческого опыта привела ко многим современным проблемам функционирования российской предпринимательской культуры. Проблемой, связанной с советским «разрывом поколений» предпринимателей, стало то, что в эту среду проникли криминальные установки и практики, связанные с коррупцией, теневым ведением бизнеса, что не имело явного массового проявления во времена Российской империи. Находясь под формальным запретом многие десятилетия, отечественный бизнес существовал вне правового поля и потому обращался к криминальным практикам. Это не могло не привнести множество негативных элементов в российскую предпринимательскую культуру, самым безобидным из которых является морально-нравственный кризис и социальная безответственность «новых русских» начала 1990-х гг.

Современные проблемы и противоречия социокультурной динамики российской предпринимательской культуры обусловлены воздействием нескольких факторов. Сказывается одновременное наложение нескольких проблем: это незавершенность становления предпринимательской культуры, воздействие на нее криминальных практик, коррупции, преобладание теневых форм ведения бизнеса. И как результат – морально-нравственный кризис в предпринимательской среде. Кроме того, существенную роль играет наличие серьезной дифференцированности предпринимательской среды, а также проявление особенностей парадоксального российского менталитета в этом сообществе. В совокупности все это с неизбежностью формирует сложный, противоречивый образ современной предпринимательской культуры, сочетающий рациональные и иррациональные черты.

Возникший «разрыв поколений» в рамках российской предпринимательской культуры снизил ее «иммунитет» к внешнему воздействию. В частности, речь идет о влиянии массовой потребительской культуры, проникшей в виртуальное пространство, интернет-коммуникации, опирающейся на разнообразные «высокие технологии». Внешняя привлекательность массовой

культуры и ее модификаций привела к закономерному росту влияния «универсальной» западной предпринимательской культуры. Эта культурная форма не имеет исторических традиций в российском обществе, не опирается на его менталитет, систему ценностей, идеалов и т.п., но тем не менее во многом копируется, повторяется в практиках, транслируется и информационно рекламируется. Внешняя привлекательность западной предпринимательской культуры наложилась на серьезный духовно-нравственный вакуум российской предпринимательской культуры вследствие социально-исторических особенностей. Идеология космополитизма современного бизнеса, на которую опирается «универсальная» предпринимательская культура, несет в себе серьезные негативные последствия для российского общества, серьезно снижая потенциал влияния чувства патриотизма предпринимателей, не позволяя в полной мере возобновить ранее широко присутствующие в предпринимательской среде практики меценатства, благотворительности и принижая понимание важности инвестиций в человеческий капитал именно российского общества. Ориентация на «универсальную» западную предпринимательскую культуру несет в себе риски отчуждения бизнесменов от большинства населения, укоренения практик гедонизма и престижного потребления со стороны предпринимательского сообщества. Следует также обратить внимание на опасность виртуализации интернет-коммуникаций, которая способствует размыванию доктринального ядра культуры, в т.ч. и предпринимательской. Как известно, именно духовно-нравственные регуляторы общественных отношений (для сферы бизнеса это имеет непосредственное значение) гораздо сильнее политического принуждения государственной власти. С учетом обозначенных рисков социокультурной динамики применительно к российской предпринимательской культуре целесообразно корректировать и государственную управленческую политику в данной сфере, т.к. достижение добровольности и осознанности в действиях предпринимателей (от эффективной организации бизнеса, уплаты налогов до благотворительности) имеет первостепенное значение для государства и общества.

В заключение можно выделить следующее.

Мы видим, что происходящая глубокая трансформация общества, лавинное нарастание коммуникационных связей и взаимодействий, в числе прочего, создают условия для формирования и развития универсальной предпринимательской культуры западного образца, осуществляется экспансия установок глобализма в российское общество и его систему культуры. Одновременно существенное влияние оказывает массовая культура с идеологией космополитизма, гедонизма, потребительства.

С появлением высоких информационных технологий культурные обмены ускорились, появление Интернета и порожденной им электронной виртуальной реальности изменило ситуацию. Обмен ценностями, нормами, идеалами, стилями и образом жизни через Интернет ускорился во много раз, и виртуальная реальность стала важной частью изменений предпринимательской культуры.

Таковы эффекты современной социокультурной динамики при опоре на информационно-компьютерные технологии и Интернет. Риски изменения облика российской предпринимательской культуры на фоне интеграции с универсальной предпринимательской культурой весьма существенны, т.к. российская предпринимательская культура выступает в качестве институционального стабилизирующего механизма. Формирование адекватной по содержанию и базирующейся на российском менталитете, ценностях и инте-

ресах российского общества предпринимательской культуры в состоянии не позволить рискам глобальной мировой системы оказать серьезное деструктивное влияние на российское общество. Кроме того, необходимо отметить, что российская предпринимательская культура по разным причинам существенно дифференцируется. Это предполагает дифференциацию и носителей культуры по критериям «корпоративный – индивидуальный». В этой связи стоит констатировать не только размывание ядра предпринимательской культуры вследствие внешних факторов (массовая культура), но и внутренних (дифференциация носителей культуры). Изменение облика российской предпринимательской культуры, изучение особенностей ее формирования и развития имеет существенное значение как в научном, так и социально-управленском аспектах. В этой связи социокультурная динамика предпринимательской культуры выступает перспективным объектом социологического изучения.

Список литературы

Асаул А.Н., Войнарченко М.П., Ерофеев П.Ю. 2004. *Организация предпринимательской деятельности* (под ред. А.Н. Асаула). СПб: Гуманистика. 448 с.

Михнева С.Г., Малышева Е.В. 2013. Экономическая природа и сущность предпринимательской культуры. – *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки*. № 1. С. 50-56.

Орлов В.Б. 2016. Сущностные и содержательные характеристики понятия «предпринимательская культура». – *Sciences of Europe*. № 8. С. 90-98.

Южалина Н.С. 2003. *Менталитет как социокультурная целостность*: дис. ... к.культ. Челябинск. 186 с.

SHEVCHENKO Olga Pavlovna, *Cand.Sci. (Econ.)*, Associate Professor of the Chair of Management, Kuban State Agrarian University (13 Kalinina St, Krasnodar, Russia, 350044; olgahevchenko@mail.ru)

ENTREPRENEURIAL CULTURE IN THE PROCESS OF SOCIO-CULTURAL DYNAMICS OF MODERN RUSSIAN SOCIETY

Abstract. The article notes that the processes of socio-cultural dynamics of modern Russian society are characterized by contradictory content. On the one hand, the progress of information and computer technologies has led to profound transformations of all subsystems of society, including the spiritual one. On the other hand, various risks and threats associated with the development of socio-cultural dynamics are increasing. This fully applies to entrepreneurial culture as an integral element of the cultural system of Russian society.

Keywords: society, transformation, information technology, digitalization, cultural system, entrepreneurial culture, socio-cultural dynamics
