

Автореф. Дисс. ... докт. полит. наук. – Воронеж, 2007;  
Цыбулевская Е.А. Процессы социализации политической власти в современном российском обществе: Автореф. Дисс. ... докт. полит. наук. – М., 2007.

M. Churkin

THE DISKURSIVNYJ ANALYSIS OF PROCESS  
POLITICAL COMMUNICATIONS IN THE POLITOLOGICAL  
SUBSTANTIATION OF POLITICAL LEADERSHIP

IN CONDITIONS POST-SOVIET TRANSFORMATIONS

*Abstract:* The article deals with the problem of drawing out the new scientific approaches to investigate political leadership phenomenon in the processes of post-soviet transformations.

*Key words:* political discourse, political leadership, political regime, political analysis, political communication.

УДК 334.7

Крылов Д.В.

## НЕСФОРМИРОВАННОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СУБЪЕКТНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОТНОШЕНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ\*

*Аннотация.* Предпринимательство как общественное, социальное и политическое явление в России существует уже около 20 лет, вместе с тем, до настоящего момента оно не является в полной мере оформленным. Основная проблема формирования и реализации государственной политики по поддержке предпринимательства является не достаточная социально-политическая субъектность предпринимательства, которая выражается в том, что не существует четко очерченной социальной группы «предпринимательство», не существует политических институтов, претендующих на то, чтобы представлять или выражать корпоративные интересы предпринимателей, предпринимателям в отдельности и предпринимательству как группе не свойственны какие-либо конкретные формы политического поведения, политические традиции, ценности, нормы и образцы политического поведения предпринимателей не сформированы, не наблюдается устойчивых политических коммуникаций между предпринимателями или их группами.

*Ключевые слова:* коммерческая деятельность, предприниматель, политика, корпоративный, политические институты, политические коммуникации.

Если еще совсем недавно для нашего общества было характерно сдержанное и даже недоверчивое отношение к предпринимателям и предпринимательской деятельности, то в последнее десятилетие граждане и государство «повернулись лицом» к предпринимательству и бизне-

су, постепенно осознав, что представители этой группы сегодня воплощают в себе экономическую инициативу, энергичность, работоспособность, инновационную ориентированность, социальный оптимизм. Их активная деятельность является не только условием пополнения бюджетов регионов и государства, но и фактором либерализации экономики, развития рынка труда, становления структур гражданского общества, расширения среднего класса. Государственная политика в отношении предпринимательства призвана отразить заинтересованность государства и общества в развитии предпринимательства и обеспечении максимально комфортных условий для осуществления предпринимательской деятельности. Вместе с тем, в настоящее время ее формирование и реализация осложнено рядом проблем, исследование которых позволит предпринять меры по оптимизации этой деятельности государства.

Точки зрения ученых-экономистов, социологов, политологов на сущность предпринимательства и предпринимателей были очень несхожими изначально. Уже в начале XIX века в работах ученых выделяются экономические, организационные, психологические принципы предпринимательства, которые позднее трансформируются в его основные функции<sup>1</sup>. Причем в последующие годы трактовка сущности предпринимательства во многом связана с точкой зрения, с позиций которой ученый смотрит на это явление.

Концептуально базовые вопросы предпринимательской деятельности были рассмотрены в трудах А. Смита<sup>2</sup>, Д. Рикардо<sup>3</sup>, фон Тюнена<sup>4</sup>, М. Вебера<sup>5</sup>, И. Шумперта<sup>6</sup>, Дж. М. Кейнса<sup>7</sup>, Дж. Гэлбрайта<sup>8</sup> и др.

---

\* © Крылов Д.В.

А. Смит и Д. Рикардо одними из первых использовали понятие «предприниматель». Они рассматривают предпринимателя как носителя рациональности. По Смиуту предприниматель сам вносит капитал, планирует, организует производство и распоряжается результатами своего труда. Его прибыль - это компенсация собственника за риск.

Маккеланд также связывал предпринимательство с риском, полагая, что предприниматель – это энергичный человек, действующий в условиях умеренного риска<sup>9</sup>. Шапиро, обобщая взгляды на предпринимательство, подчеркивал, что практически во всех определениях предпринимателя и предпринимательства речь идет о таком поведении, которое включает в себя: 1) элемент инициативы; 2) организацию или реорганизацию социально-экономических механизмов с тем, чтобы суметь с выгодой использовать имеющиеся ресурсы и конкретную ситуацию; 3) взятие на себя ответственности за возможную неудачу, т.е. готовность рисковать<sup>10</sup>.

Однако выделение в качестве базовой сущности предпринимательства риск отнюдь не является единственным. Напротив, диапазон трактовок понятия предпринимательство и на сегодняшний день очень широк. Так, новаторство, инновационная направленность, стремление к открытию является основой предпринимательства с точки зрения фон Тюнена, который полагает, что предприниматель – изобретатель и исследователь в своей области. Шумперт<sup>11</sup> (1926) также считал, что предприниматель – это новатор, который разрабатывает новые технологии, осуществляет новые комбинации. Серван-Шрайбер и вовсе использует метафору: предприниматель – это энергия<sup>12</sup>.

Помимо риска и новаторства в качестве основы предпринимательства рассматривается стремление к наращиванию богатства, получению прибыли. Так, еще Сэй (1803) отмечает, что «доход или капитал отличается от предпринимательского дохода. Предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и низких доходов в область более высокой производительности и прибыльности». Друкер (1964) полагает, что «предприниматель – это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой»<sup>13</sup>. Кирцнер (1975) отмечает, что предпринимательство – арбитраж, или деятельность, ведущая к равновесию<sup>14</sup>.

Ряд ученых полагает, что предпринимателя отличает самостоятельность в принятии решения и личная, не разделенная ни с кем ответственность за результаты своих действий. Так, Бодо пишет, что «Предприниматель-лицо, несущее ответственность за предпринимаемое дело; тот, кто планирует, организует и владеет предприятием»

(1797).

Немецкий ученый, экономист и философ М. Вебер видел в предпринимательской деятельности воплощение рациональности и считал, что в основе предпринимательства лежит рациональная этика протестантизма. Он доказывал, что мировоззрение, нравственность оказывают важнейшее влияние на деятельность предпринимателя<sup>15</sup>.

Основы современного понимания предпринимательства заложил И. Шумперт. В книге «Теория экономического развития» он показывает ключевую роль предпринимателя в экономическом развитии общества. Он считал, что функциональной сущностью предпринимателя является выявление и использование новой комбинации факторов производства, то есть реализация нововведений<sup>16</sup>.

В 90-е годы появился ряд работ российских авторов, посвященных проблемам развития предпринимательства и малого бизнеса в России и адаптации мирового опыта в этой области к Российским условиям. Это работы Багиева Г.Л.<sup>17</sup>, Богачева В.И.<sup>18</sup>, Кабакова В.С.<sup>19</sup>, Крутика А.Б. и Пименовой А.А.<sup>20</sup>, Крупанина А.А.<sup>21</sup>, Томилова В.В.<sup>22</sup>, Черникова В.В.<sup>23</sup>.

В работах Багиева Г.Л. и Томилова В.В. предпринимательская деятельность рассматривается «...как процесс, осуществляемый частными лицами, предпринимателями или организациями по освоению природных ресурсов, производству, приобретению, продаже товаров, услуг в обмен на другие товары или услуги, или деньги...»<sup>24</sup>.

Богачев В.Р., Кабаков В.С., Ходачек Л. рассматривают вопросы формирования стратегии предпринимательства. Они считают, что «...предпринимательскую деятельность можно понимать как инициативную самостоятельную деятельность собственника (полного или частичного), направленную на получение прибыли под свой риск и имущественную ответственность»<sup>25</sup>.

Таким образом, краткий анализ существующих на сегодняшний день взглядов на предпринимательство показал, что предпринимательство можно определять с различных позиций, таких как:

- деятельность, направленную на максимизацию прибыли;
- инициативную деятельность граждан, заключающуюся в выработке товаров и услуг, направленную на получение прибыли;
- прямую функцию реализации собственности, основную ее производственную функцию;
- процесс организационной новации в целях извлечения прибыли;
- действия, направленные на возрастание капитала, развитие производства и присвоение прибыли;

• специфический вид деятельности, направленный на неустанный поиск изменений в существующих формах жизни предприятий и общества, постоянная реализация этих изменений.

Вместе с тем, в современной научной литературе четкого определения сущности предпринимательства до сих пор нет. В большинстве случаев сущность этого явления подменяется целью предпринимательской деятельности. Так, например, в «Большом экономическом словаре» под общей редакцией А.Н. Азрилияна дается следующее определение: «Предпринимательство - инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица»<sup>26</sup>.

Согласно современному российскому законодательству предпринимательская деятельность (или предпринимательство) - это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества - продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке<sup>27</sup>.

Мы могли бы воспользоваться или одним из определений, предложенных законодателем или ученым, однако на этом пути мы наталкиваемся на ряд проблем методологического характера. Ход наших рассуждений сводится к следующему. Объектом политики государства по поддержке предпринимательства является предпринимательство как таковое. Однако под предпринимательством можно понимать два принципиально разных содержания: а) предпринимательство как предпринимательская деятельность; б) предпринимательство как группа людей.

В рамках нашего исследования рассматривать предпринимательство как предпринимательскую деятельность методологически непродуктивно, поскольку деятельность не может являться объектом государственной политики. Соответственно, мы должны понимать предпринимательство как группу предпринимателей. Однако и в данном отношении перед автором возникает ряд проблем методологического характера.

Во-первых, практически во всех проанализированных нами концепциях рассматривается и определяется предпринимательство вообще, некий идеальный конструкт, обладающий определенными параметрами и характеристиками, атрибутивные свойства которого имеют характер экономический (прибыль), психологический (свобода, ответственность, риск), социальный (независимость), политический (средний класс,

гражданское общество и т.д.), даже метафорический (энергия). Предпринимательство как собирательное понятие ни в одном из определений не рассматривается просто как количественная сумма предпринимателей. Предпринимательство во всех рассмотренных определениях - не просто собирательное явление, а явление, обладающее свойствами, качественно несхожими с единичными составляющими. Вместе с тем, в российской действительности существует не только проблема с определением, но и с определяемым. Поясним эту мысль.

В 1991 г. российское государство легализовало существование «предпринимателей», и это обстоятельство вызвало к жизни споры российских ученых, что является собой предпринимательство. Однако, ни решение законодателя, ни воля ученых не могли в одночасье вызвать к существованию, обеспечить бытие самого предпринимательства. Начиная с 1991 года то явление, которое возникло на западе как минимум в Эпоху Возрождения, непрерывно развивается и трансформируется и соответственно, осмысливается наукой, в нашей стране конструируется отчасти искусственно<sup>28</sup>. Иными словами, возникло по воле государства обозначающее понятие, но не сформировалось (в силу отсутствия условий и недостатка времени, прежде всего) означаемого явления. Какими же признаками обладает это не вполне существующее явление?

В частности, Т.И. Заславской «явление предпринимательства» определяется как «...тип деятельности, являющейся базой возникновения и развития соответствующего социального слоя. Конституирующими признаками последнего выступают деятельность, направленная на получение прибыли; свобода и автономность экономических решений; самостоятельный характер деятельности, выражающийся в личном риске и личной ответственности»<sup>29</sup>. В рамках такого понимания, «явление предпринимательства» отождествляется с «социальной группой предпринимателей» и тем самым конструируется «идеальный тип» предпринимательства, отражающий лишь очень узкий круг феноменов. Однако такое понятие практически не имеет референта; «подлинные предприниматели» превращаются, по словам В.В. Радаева, в «трудноуловимую тень»<sup>30</sup>.

Таким образом, остается неразрешенным вопрос: каковы атрибутивные признаки предпринимательства как единой социальной группы предпринимателей. Итак, «предпринимательство» не есть некая первозданная «эмпирическая реальность», конечная инстанция социологического объяснения. Она воспринимается, оценивается и мыслится в качестве системы узнаваемых и признаваемых различий - отсылок к чему-то другому,

внешнему, противопоставленному «социальной группе предпринимателей» как предел (другие «социальные группы») или контекст («социальные отношения», «экономика», «культура»...). В отношении означаемое («социальная группа предпринимателей») /означающее (отдельные агенты и практические группы, производящие данную «социальную группу») оппозиции меняются местами, становятся неадекватными: означаемое постоянно соотносится, отсылает к означаемому, но всегда отличному от самого себя, отсутствующему»<sup>31</sup>.

Таким образом, мы приходим к выводу, что предпринимательство как группа, обладающая атрибутивными признаками, качественно отличающимися ее от других групп, в настоящее время представляет собой проект собственного присутствия. Соответственно, «предпринимательство» не может быть определено исключительно через присутствие, оно может быть определено лишь через присутствие и одновременно отсутствие означаемого явления. Однако, и в этом нам видится перспектива для нашего исследования, отсутствие означаемого информативно, исполнено значения и методологически продуктивно.

Таким образом, под предпринимательством понимается группа людей, основная деятельность которых связана с поиском и реализацией по своей инициативе новых возможностей для производства новых товаров и услуг и действующих в экономической сфере автономно, самостоятельно на свой страх и риск. В настоящее время осуществляется процесс становления этого коллективного субъекта.

История развития предпринимательства в России насчитывает уже более 20 лет, однако, до сих пор не сформировалась политическая субъектность этой группы, и эта несформированность выражается в следующем.

*Во-первых, не сформированы политические интересы предпринимательства.*

Если сегодня речь идет об интересах предпринимателей, то имеется в виду, по преимуществу, а порой и исключительно, финансовый интерес. Опросы общественного мнения показывают, что у предпринимателей, с одной стороны, присутствует ментальная оппозиция к власти, с другой стороны, нет корреляции понятия власти с общественным строем, путями реформирования государства, политическим режимом, даже с конкретными лицами, эту власть представляющими. Чиновник одновременно и представитель власти, и соучастник в борьбе с нею. Власть как абстракция виновна в распространении коррупции, но конкретный чиновник, берущий взятку, выступает союзником предпринимателя по игнорированию санкционированных властью норм. В этом смысле групповые социальные претензии, являющиеся

базой солидарности, выводятся за пределы отношений предпринимателя и власти»<sup>32</sup>.

Вместе с тем, интерес солидаризации с государством также не выражен и не находит реализации в конвенциональных формах политического поведения. Аналитики справедливо полагают, что солидаризации предпринимателей и формированию оформленного корпоративного интереса препятствует то обстоятельство, что сами предприниматели испытывают трудности в трудности в распознавании «своих» и «чужих».

*Во-вторых, не существует политических институтов, агрегирующих и артикулирующих интересы предпринимателей.* Ни одна из партий и ни одна из общественных организаций не претендуют на то, чтобы представлять или выражать корпоративные интересы предпринимателей.

*В-третьих, на политическом поле нет представителей политической элиты, которых бы сами предприниматели или их референтная часть, считала бы своим политическим представителем.* Если предприниматель и обращается к политической деятельности, то эта деятельность в исполнении предпринимателя лишается своего политического содержания и становится для предпринимателей определенной стратегией социального поведения компенсаторного характера, призванной примирить его с чужеродным культурным багажом для еще большей эффективности собственно экономической деятельности.

*В-четвертых, предпринимателям в отдельности и предпринимательству как группе не свойственны какие-либо конкретные формы политического поведения.* И в политическом процессе не присутствует деятельности, субъектом которой можно было бы назвать коллективного субъекта «предпринимательство».

*В-пятых, нет политической культуры, в качестве носителя которой выступал бы коллективный субъект - предпринимательство.* Политические традиции, ценности, нормы и образцы политического поведения этого пра-субъекта политической жизни не сформированы. *В-шестых, не наблюдается устойчивых политических коммуникаций между предпринимателями или их группами.* Нет ни телевизионного канала, ни газеты, ни Интернет-сайта, формирующих и выражающих буржуазное общественное мнение по ключевым вопросам развития города.

Таким образом, в настоящее время нет оснований говорить о сформированности политической субъектности предпринимательства.

Автор полагает, что политическая неформленность, отсутствие политической субъектности, неинституционализированность предпринимательства является одной из основных проблем формирования и осуществления государствен-

ной политики по поддержке предпринимательства. Политика предполагает в качестве субъекта государство, в качестве объекта – социально-политическую группу. Когда объекта не существует в субъектных рамках, сама политика не имеет и даже гипотетически не может иметь направленности. Как защитить или попытаться удовлетворить интересы коллегиального субъекта, не имеющего сформулированных интересов? Как осуществлять совместную деятельность и строить взаимовыгодную стратегию сотрудничества с субъектом, не имеющим собственной тактики действий или даже деятельностного потенциала? С кем налаживать конструктивный диалог, если нет представителей – выразителей групповых взглядов и интересов? Несформированность социально-политической субъектности предпринимательства неизбежно превращает политику государства в декларирование общих принципов, общезначимых фраз. Реализация самой политики, в силу направленности на некую практически аморфную субстанцию, так же неизбежно, «проваливается в песок». Соответственно, именно в несформированности субъектности объекта государственной политики кроется одна из основных причин ее слабой эффективности.

Что же касается факторов, препятствующих формированию субъектности предпринимательства, можно выделить несколько групп факторов:

Во-первых, факторы экономического характера, к числу которых следует отнести недостаточную развитость рыночных механизмов, отсутствие свободной конкуренции, олигополия, теневая экономика, административные барьеры, иными словами все те факторы и обстоятельства, присутствующие в поле экономики и затрудняющие реализацию частной экономической инициативы.

Во-вторых, факторы социального характера. Средний класс в России, который, в теоретическом идеализированном разрезе, должен породить и породиться предпринимателями, тоже своего рода симулякр. Каждый ученый, в зависимости от используемой методологии, видит «свой» средний класс. Для экономиста это может быть группа с доходом от 2000 долларов на человека, для Росгосстраха – это доходная группа от 500 до 3000 долларов душевого дохода, для социального исследователя это может быть группа высокообразованных интеллигентов. Таким образом, средний класс как бы постоянно ускользает от научного анализа<sup>33</sup>.

Отсутствие среднего класса видится нам как отсутствие и порождающего и порождаемого в отношении предпринимательства.

В-третьих, факторы социокультурного характера.

Согласно теории Макса Вебера, изложенной им в труде «Протестантская этика и дух капитализма», этос предпринимательства, его социокультурное ядро базируется на догматике протестантизма<sup>34</sup>. Развивая концепцию Вебера, А.И. Неусыхин предпринял попытку установить причины взаимозависимости протестантизма и предпринимательства. Объяснение родства капиталистических черт протестантской идеологии с её религиозными особенностями, считал он, следует искать именно в самом содержании протестантской набожности, причём нужно исследовать не только её религиозный идеал, но и то практическое влияние, которое этот идеал оказывал на жизненное поведение его адептов<sup>35</sup>.

Многие исследователи справедливо отмечают, что в современную нам эпоху отмеченные особенности протестантского учения пришли в противоречие с менталитетом русского и других православных народов России, а также граждан нашей страны – мусульман. Насегодняшней стране сложилась следующая ситуация: индивидуальный дух предпринимательства, основными компонентами которого являются личная ответственность и личная же инициатива, если не противоречит, то, по меньшей мере, не вписывается в дух соборности и общинности – две формы православного коллективизма, десять веков культивировавшихся нашей нацией и нашим государством. Именно эта социокультурная коллизия – непримиримость сущности предпринимательства и православной системы норм социального поведения и духовных ценностей – является одним из основных факторов «не вписанности» предпринимательства в социокультурный контекст<sup>36</sup>.

В-четвертых, факторы политического характера.

За 20 лет легального существования предпринимательства политика государства в отношении этой группы неоднократно менялась, вместе с тем, эта политика пока не приводит к возникновению у предпринимателей и у других групп граждан устойчивого состояния непротиворечивой включенности в социально-политическую систему России.

Предпринимательство, государство и гражданское общество не только взаимосвязаны, но и взаимозависимы друг от друга. Сегодня государство не создает политических условий для развития и функционирования структур гражданского общества в целом и частной экономической инициативы и предпринимательства, в частности. Государственное гиперрегулирование гражданских отношений затормаживает развитие предпринимательства, несмотря на декларации и концепции стимулирования развития предпринимательства. В странах с довольно развитым гражданским об-

ществом люди практически не ощущают непосредственного влияния своего государства на их повседневную жизнь и предпринимательскую деятельность. В экономике действует принцип «разрешено все, что прямо не запрещено законом». В России же, когда государственному регулированию подлежит буквально всё — от частной жизни, включая семейные отношения, регламентацию мест работы и проживания, до экономических, социальных, духовно-нравственных отношений в масштабах всего общества, то и предприниматели чувствуют себя «на коротком поводке» и «под колпаком».

В-пятых, факторы правового характера.

На начальной стадии развития, предпринимательство находилось за пределами поля правового регулирования. Сегодня правовая база развития предпринимательства существует, однако, отличается в некоторой части неполнотой, в другой – противоречивостью и избыточностью. Большой проблемой, особенно на региональном уровне, остается проблема подзаконного регулирования предпринимательской деятельности, следствием которой являются так называемые административные барьеры развития предпринимательства.

Таким образом, основной проблемой формирования и реализации государственной политики по поддержке предпринимательства является несформированность социально-политической субъектности предпринимательства, которая выражается в том, что: во-первых, не существует четко очерченной социальной группы «предпринимательство». Во-вторых, не сформированы политические интересы предпринимательства. В-третьих, не существует политических институтов, агрегирующих и артикулирующих интересы предпринимателей. Ни одна из партий и ни одна из общественных организаций не претендуют на то, чтобы представлять или выражать корпоративные интересы предпринимателей. В-четвертых, на политическом поле нет представителей политической элиты, которых бы сами предприниматели или хотя бы некоторая, референтная часть, считала бы своим политическим представителем. В-пятых, предпринимателям в отдельности и предпринимательству как группе не свойственны какие-либо конкретные формы политического поведения. И в политическом процессе не присутствует деятельности, субъектом которой можно было бы назвать коллективного субъекта «предпринимательство». В-шестых, нет политической культуры, в качестве носителя которой выступал бы коллективный субъект - предпринимательство. Политические традиции, ценности, нормы и образцы политического поведения этого пра-субъекта политической жизни не сформированы. В-седьмых, не наблю-

дается устойчивых политических коммуникаций между предпринимателями или их группами. Причины политической аморфности предпринимательства носят системный характер и включают факторы экономического, политического, социального, социокультурного, правового характера.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Осоевская М. Рыцарь и буржуа: Исследования по истории морали: Пер. с польск. /Общ. Ед. А.А. Гусейнова. – М.: Прогресс, 1987. – 528 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: ЭКСМО, 2009. – 960 с.
3. Рикардо Д. Собрание сочинений. - В 5-ти т. М.: Госполитиздат, 1955-1961.
4. Тюнен И. фон. Уединенное государство в отношении к общественной экономии. Карлсруэ: Б.Гаспер, 1857.
5. Вебер М. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990.-850 с.
6. Шумпетер И. Теория экономического развития – М.: Прогресс, 1982.
7. Кейнс Д.М. Избранные произведения. - М.: Прогресс.-1993.
8. Гэлбрайт Д.К. Экономическая теория и цели общества. - М.: Экономика, 1988. – 760 с.
9. См.: Шедевры экономической мысли //Антология экономической мысли. – М.: Эксмо.- 750 с.
10. См.: Шедевры экономической мысли //Антология экономической мысли. – М.: Эксмо.- 750 с.
11. Шумперт И. Теория экономического развития – М.: Прогресс, 1982.
12. Цит. по: Колесникова Л.А. Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием. – М.: Новый Логос, 2000.
13. Друкер Дж. Задачи менеджмента в 21 веке. – М.: Вильямс, 2007. – 272 с.
14. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство /Пер. с англ. под ред. проф. А. Н. Романова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
15. Вебер М. Избранные произведения. - М.: Прогресс, 1990.-850 с.
16. См.: Шумперт И. Теория экономического развития – М.: Прогресс, 1982.
17. Багиев Г.Л., Томилов В.В., Чернышева З.А. Маркетинг и культура предпринимательства - СПб.: 1995.
18. Богачев В.Ф., Кабаков В.С., Ходачек А. Стратегия малого предпринимательства - СПб: СПбГУ, 1995.
19. Кабаков В.С., Шатрова Е.В. Стратегия предпринимательства. - СПб.: СПбГИЭА, 1996.
20. Крутик А.Б., Пименова А.А. Введение в предпринимательство. - СПб.: Изд. «Политехника», 1995.
21. Крупанин А.А. Основы предпринимательства. - СПб: СПбГИЭА, 1992.
22. Томилов В.В., Крупанин А.А. Экономико-организационные основы предпринимательства. - СПб.:СПБУМ, 1996.; Томилов В.В. Организационная культура и предпринимательство.- СПб.: СПБУМ, 1994.
23. Черников Г.П. Предприниматель - кто он? - М.: Международные отношения, 1992.
24. Багиев Г.Л., Томилов В.В., Чернышева З.А. Маркетинг и культура предпринимательства - СПб.: 1995.
25. Богачев В.Ф., Кабаков В.С., Ходачек А. Стратегия ма-

- лого предпринимательства - СПб: 1995.
26. Большой экономический словарь. М.: Институт экономики, 1994. - С. 313.
  27. Гражданский кодекс РФ
  28. См.: Качанов Ю.Л. Социология и политика: casus «социальная группа предпринимателей» //Социологические исследования. - № 9. - 1999. С. - 33-40.
  29. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: понятие, структура, идентификация //Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. - 1994. - №5. - С.7.
  30. Радаев В.В. Явление предпринимательства и группы предпринимателей //Куда идет Россия?. Альтернативы общественного развития /Общ. ред. Т.И. Заславской. М.: Аспект Пресс, 1995. - С.176.
  31. См.: Качанов Ю.Л. Социология и политика: casus «социальная группа предпринимателей» //Социологические исследования. - № 9. - 1999. С. - 33-40.
  32. Барсукова С.Ю. Солидарность участников неформальной экономики. На примере стратегий мигрантов и предпринимателей //Социологические исследования. - 2002. - № 4. - С. 3-12. - С.5
  33. Демидов А.. Подержанная иномарка как символ преуспевания// Независимая газета. - 2008. - июнь. -17. - С. 4.
  34. Основные положения сочинения Вебера были поддержаны в нашей стране в 20-е годы (возможно, этот интерес был связан с НЭПом) молодым тогда учёным, а позднее - маститым историком, А.И. Неусыхиным (1898 - 1969) (См. его труд «Эмпирическая социология» Макса Вебера и логика исторической науки»).
  35. Неусыхин А.И. Проблемы европейского феодализма //Избранные труды. - М., 1974. - С. 414.

36. Вместе с тем, автор считает необходимым подчеркнуть, что эта коллизия должна рассматриваться как имеющая объективную природу. Диссертант не разделяет оценочных характеристик, которые присутствуют в ряде работ посвященных анализу этой проблемы.

D. Krylov

#### NON-FORMATION POLITICAL SUBJECTIVITY BUSINESSES AS A PROBLEM OF FORMATION AND REALISATION OF A STATE POLICY CONCERNING BUSINESS IN MODERN RUSSIA

*Abstract:* Business as the public, social and political phenomenon in Russia exists about 20 years, at the same time, until now it is not to the full issued. The basic problem of formation and state policy realisation on business support is not sufficient socio-political subjects businesses which is expressed that there is no accurately outlined social group "business", there are no the political institutes applying for representing or expressing corporate interests of businessmen, to businessmen separately and to business as to group any concrete forms of political behaviour, political traditions are not peculiar, to value, norms and samples of political behaviour of businessmen are not generated, is not observed stable political communications between businessmen or their groups.

*Key words:* business, businessmen, policy, corporate, political institutes, political communications.

УДК 94 (47): 323

**Воронкова И.Е.**

## КАДЕТЫ О ВНЕШНЕМ МОГУЩЕСТВЕ ГОСУДАРСТВА СКВОЗЬ ПРИЗМУ ВНУТРЕННЕЙ ПОЛИТИКИ\*

*Аннотация.* Статья посвящена вопросу исследования идеологами конституционно-демократической партии проблемы взаимосвязи внутренней политики государства с его положением на международной арене. В интерпретации автора статьи обязательными условиями восстановления внешнеполитического могущества Российского государства кадеты называли: конституционализацию внутренней жизни, проведение либеральной национальной политики, восстановление финансово-экономической мощи России.

*Ключевые слова:* кадеты, внешнее могущество государства, конституционализация России, национальная политика, финансово-экономическая мощь.

При разработке внешнеполитической концепции партии конституционные демократы пришли к выводу о наличии теснейшей связи политики внешней и политики внутренней. Военные и дипломатические неудачи России в начале XX века являлись, по мнению кадетов, прямым, неизбежным результатом всей внутренней политики с её желанием воскресить «ветхого Адама абсолютизма», «насильническим национализмом», декоративной военной мощью, финансовой слабостью. Ратуя за восстановление былого престижа России, пропагандируя идею Великого российского государства, либералы сформулировали основные требования, выполнение которых способствовало бы не только обеспечению национальных ин-

\* © Воронкова И.Е.