



смешения времени («mixedtimes»), который подразумевает сосуществование предсовременности, современности и постсовременности¹⁵.

В основе формирования гибридов лежит процесс слияния разнообразных форм. Многообразие комбинаций, гибридных мест, а также смешения времени предполагает множество форм гибридности. С целью их систематизации Я. Н. Питерс предлагает три типа гибридизации. Первый тип гибридизации – кросска테고ориальный, где с учетом культуры, нации, страты и других категорий формируются новые типы гибридности. Второй тип связан с транскультурной конвергенцией (гибридизация европейской, азиатской, африканской и других культур), где выделяются локальные и транслокальные культуры. Третий тип соответствует переходу от территориальной культуры к транслокальной.

В контексте поколенческого пространства понятие «социальная гибридизация» предпочтительнее рассматривать с кросска테고ориальной позиции Я. Н. Питерса, так как затрагиваются поколения, характеризующиеся определенными взаимосвязями между собой. Роль маркеров социальной гибридизации поколений в данном случае играют культурные ценности поколений и смешение времен.

Примечания

¹ См.: Карелин М. А., Калининкова М. В. Социальная гибридизация в контексте поколенческих субкультур // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2015. Т. 15, вып. 3. С. 45–46.

² Дюркгейм Э. Курс социальной науки // Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Канон, 1995. С. 191.

³ Mannheim K. The Problem of Generations // Mannheim

im K. Essays on the Sociology of Knowledge / ed. by P. Kecskemeti. L.: Routledge & K. Paul, 1952. P. 292.

⁴ См.: Основы Теории Поколений // Проект «RuGeneration». URL: <http://rugenation.ru/основные-положения-теории-поколений/> (дата обращения: 10.12.2015).

⁵ Глотов М. Б. Поколение как социологическая категория // Социс. 2004. № 10. С. 43.

⁶ Имеется в виду, что опыт поколения сформировался в строгих исторических условиях (с учетом ментальности, ценности и норм, существовавших в обществе), и принятие этого опыта полностью другим поколением невозможно, так как он будет дополняться, видоизменяться или отрицаться в угоду настоящим условиям.

⁷ Аксёненко Ю. Н., Аникин Л. С., Дыльнов Г. В. Карманный социологический словарь / под ред. Г. В. Дыльнова. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000. С. 41.

⁸ Бурдые П. Социальное пространство и генезис классов // Бурдые П. Социология социального пространства / пер. с фр.; отв. ред. пер. Н. А. Шматко. М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетей, 2007. С. 59.

⁹ См.: Нора П. Франция – память. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 1999. С. 20.

¹⁰ См.: Нора П. Поколение как место памяти // Нов. лит. обозрение. 1998. № 3. С. 51.

¹¹ Ильин В. И. Теория социального неравенства (структуралистско-конструктивистская парадигма). М., 2000. С. 47.

¹² Бурдые П. Социальное пространство и генезис классов. С. 17.

¹³ См.: Соколов С. В. Социальная философия: учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. С. 419. (Сер. «Gogito ergo sum».)

¹⁴ Там же. С. 420.

¹⁵ Pieterse J. N. Globalization as Hybridization // International Sociology. June 1994. Vol. 9, № 2. P. 49–51.

СТРУКТУРНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Ю. Э. Андропова

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского
E-mail: Andronova.91@inbox.ru

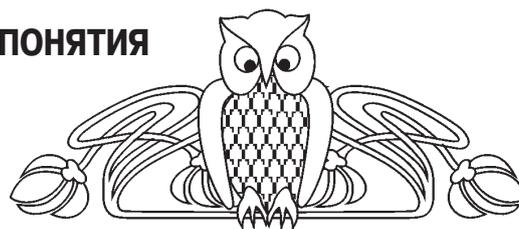
В статье рассмотрено содержательное наполнение понятий «предпринимательство», «социальное предпринимательство». Обозначены границы между понятиями «социальное предпринимательство», «благотворительность» и «социально ответственный бизнес».

Ключевые слова: социальное предпринимательство, благотворительность, социально ответственный бизнес.

Structural and Substantive Analysis of the Concept of «Social Entrepreneurship»

Yu. E. Andronova

In the article deals with the content of the concepts such as «entrepreneurship», «social entrepreneurship». It marked the border between



the concepts of «social entrepreneurship», «charity» and «socially responsible business».

Key words: social entrepreneurship, charity, socially responsible business.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-1-39-42

Предпринимательская деятельность является важнейшим элементом любой рыночной экономики, так как она обеспечивает укрепление рыночных отношений, основанных на демократии и частной собственности. Впервые понятие «предприниматель» появилось во Всеобщем словаре



коммерции, изданном в Париже в 1723 г., где под ним понимался человек, берущий на себя «обязательство по производству или строительству объекта»¹. Первым, кто попытался рассмотреть предпринимательство с научных позиций, был Р. Кантильон. По его мнению, предприниматель – это человек, действующий в условиях риска, в связи с тем, что торговцы, фермеры, ремесленники и прочие мелкие собственники покупают по определенной цене, а продают по неизвестной². Известные экономисты, основатели английской классической политэкономии А. Смит и Д. Рикардо также не могли обойти вопрос определения понятия «предпринимательство». В своем анализе экономической структуры общества они рассматривали предпринимателя как капиталиста, который ищет прибыльного использования своих средств. А. Смит особое внимание уделил проблемам этики предпринимательства. Он одним из первых отчетливо определил эгоистическую природу предпринимательства³.

С течением времени понятие «предпринимательство» дополнялось и трансформировалось. Так, в XX в. Й. Шумпетер описывал предпринимателей как инноваторов,двигающих «созидательно-разрушительный» процесс капитализма. По его словам, «функция предпринимателя – реформировать или революционизировать структуру производства». П. Друкер в своей концепции «предпринимательского общества» обратил внимание на то, что предпринимательство как инновационная активность, связанная с использованием имеющихся возможностей с максимальной выгодой, не ограничивается только сферой экономики, но может проявляться в самых разнообразных сферах социальной деятельности. Тема реализации социальной миссии в предпринимательстве появляется в работах П. Друкера. Он настаивает на том, что для предпринимательства не обязательна мотивация доходами⁴.

Переход к рыночной экономике повлек за собой неизбежную структурную трансформацию системы социально-экономических отношений, что отражается на динамике перераспределения приоритетов и ролей среди основных институтов общества. Из-за хронического недостатка денежных средств, особенно в условиях настоящего экономического кризиса, ограничены возможности государства в проведении активных социальных преобразований. Таким образом, чрезвычайно актуальной становится проблема поиска финансовых средств, в том числе дополнительных внебюджетных источников. Одним из таких общественных институтов, способных эффективно справиться с решением ряда общественных проблем, привлечь дополнительные финансовые ресурсы в отрасли социальной сферы, является социальное предпринимательство.

Феномен социального предпринимательства является весьма значимым в современном обществе. Г. Диз первым представил социальное пред-

принимательство как профессию и академическую научную дисциплину в конце 1990-х гг. Он убежден, что в современном обществе социальные проблемы необходимо решать «предпринимательскими» средствами⁵. Выделим три основные функции социального предпринимательства:

– выявление стабильного, но, по сути, несправедливого равновесия, которое приводит к исключению, маргинализации или страданиям группы людей, не имеющих достаточного количества финансовых средств или политической воли, чтобы добиться положительных изменений самостоятельно;

– выявление возможности в рамках этого несправедливого равновесия, выработка определения социальной ценности, использование таких личных качеств, как вдохновение, творческий подход, решительность, смелость и настойчивость, для того чтобы нарушить господство существующего положения дел;

– создание нового стабильного равновесия, которое позволяет раскрыть потенциал или облегчить страдания целевой группы и через создание аналогов и построение стабильной экосистемы, основанной на новом равновесии, обеспечить целевой аудитории и обществу в целом лучшее будущее.

Среди основных ключевых характеристик тех организаций, которые занимаются социальным предпринимательством, обычно называют: хорошую репутацию в местном сообществе, широкий круг партнеров на местном уровне из органов власти, бизнеса, СМИ; ориентированность на наиболее актуальные социальные темы; обеспеченность базовыми техническими и административными ресурсами, такими как помещение, штат постоянных сотрудников, офисная оргтехника; очевидный формальный признак: возможность заниматься предпринимательской деятельностью должна быть зафиксирована в уставных документах организации. Более того, характерным признаком таких предприятий часто является применение упрощенной системы налогообложения, что позволяет повысить доходность коммерческой деятельности.

По мнению Р. Мартин и С. Осберг, ключевым словом в понятии «социальное предпринимательство» является «предпринимательство», а «социальность» играет лишь модифицирующую роль. Главной отличительной чертой социального предпринимательства является то, что оно влечет за собой социальные преобразования в сфере здоровья, искусства, науки, образования⁶.

В ходе анализа понятий нами было определено, что социальное предпринимательство занимает промежуточное положение между сферами традиционного предпринимательства и благотворительности. Благотворительность – универсальная общечеловеческая ценность, один из важнейших атрибутов гражданского общества. Осуществлять благотворительность означает



«творить благо». Необходимым условием при этом является наличие частного ресурса, который составляет экономическую базу благотворительности. Таким ресурсом выступают деньги, материальные ценности или время, которое может быть потрачено на благое деяние. В очерке «Добрые люди Древней Руси» В. О. Ключевский так писал о благотворительности: «Благотворительность – вот слово с очень спорным значением и с очень простым смыслом. Его многие различно толкуют и все одинаково понимают»⁷. Со времен Ключевского так и не появилось единого определения понятия «благотворительность». А. Р. Соколов предлагает свое определение: «Благотворительность есть добровольная социальная деятельность, связанная с безвозмездной передачей материальных ценностей, в том числе и созданных трудом в процессе самой благотворительной деятельности, и направленная на достижение большего социального благополучия»⁸. «Благотворительность – проявление сострадания к ближнему и нравственная обязанность имущего спешить на помощь неимущему» – это определение, данное в Энциклопедическом словаре Брокгауза и Эфрона, подчеркивает, что, в первую очередь, благотворителем движут эмоции и этические соображения, а во-вторых, бедный вправе ожидать помощи со стороны богатого⁹.

На сегодняшний день в Федеральном законе «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» встречается следующее определение благотворительности. Это добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной помощи¹⁰. В социальном же плане благотворительность представляет собой помощь другим лицам за счет собственного благосостояния или свободного времени и при условии, что оказание этой помощи не наносит вреда другим лицам и осуществляется в рамках закона.

По мнению классиков теории предпринимательства Шумпетера и Друкера, есть определенные схожие черты в понятиях «предпринимательство» и «социальное предпринимательство». Так, ключевые свойства всякого предпринимательства – создание ценности; «творческое разрушение» как преобразующая деятельность, поиск изменений и использование возможностей¹¹. Все это в равной степени касается как предпринимательства, так и социального предпринимательства. Однако в ходе анализа отметим, что понятие «социальное предпринимательство» от традиционного предпринимательства все же отличается своими целями – направленностью на социальные изменения и разрешение социальных проблем; а от понятия «благотворительность» – коммерческим характером деятельности (цели достигаются не путем разовых финансовых вливаний, а посредством ор-

ганизации предпринимательской деятельности). В теории социальное предпринимательство призвано объединить в себе традиционную благотворительность и предпринимательство. На практике этого не достигается: социальный предприниматель, движимый благой целью, либо работает себе в убыток, либо переориентируется на доходность дела¹². Кроме того, понятие «социальное предпринимательство» часто смешивают с понятием «социально ответственный бизнес». К. Альтер определяет социально ответственный бизнес как прибыльные компании, преследующие своей деятельностью двойную цель – получение прибыли для своих акционеров и содействие более широкой социальной пользе¹³. Для социально ответственного бизнеса свойствен частичный отказ от прибыли в пользу общества. На сегодняшний день любое большое предприятие старается подчеркнуть свою социальную ответственность. Над этим работают целые штаты специалистов по связям с общественностью, но основной мотивацией в деятельности организации все равно остается прибыль.

Однако практика социального предпринимательства отличается от социально ответственного бизнеса, базируясь на иных целях и принципах, поэтому их смешение неправомерно. По мнению Е. В. Мачнева, чрезмерное расширение рамок понятия «социальное предпринимательство» несет в себе риск причисления к этой области многих предприятий, на самом деле имеющих к этой сфере лишь косвенное отношение¹⁴.

Следует отметить, что главной особенностью и отличием российской практики является то, что первостепенную важность имеет критерий реализуемости и устойчивости идеи социального предпринимательства на основе получения дохода от продажи результатов товаров и услуг. Гранты, благотворительные пожертвования могут рассматриваться только в качестве дополнительных финансовых ресурсов, так как, очевидно, из-за низкого уровня жизни значительной части населения страны социальное предпринимательство пока не получило в России широкого распространения. Также следует учитывать недостаточную развитость инфраструктуры поддержки социальных предприятий.

Итак, феномен социального предпринимательства выступает в качестве неотъемлемого атрибута рыночного хозяйства и является одной из важнейших составляющих современной экономики. Потенциал развития социального предпринимательства в России, безусловно, существует, однако для его реализации требуются специальные меры поддержки со стороны государства. Опыт социального предпринимательства в конкретных случаях предполагает, что решение социальных проблем на основе предпринимательства зачастую оказывается эффективнее, чем использование стандартных механизмов государства или некоммерческих организаций.



Примечания

- 1 Цит. по: *Хизрич Р., Питере М.* Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха : в 5 вып. Вып. 1. Предприниматель и Предпринимательство : пер. с англ. / общ. ред. В. С. Загашвили. М. : Прогресс, Универс, 1991. С. 50.
- 2 См.: *Дашков Л. П.* Предпринимательство и бизнес : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Информ. внедренческий центр «Маркетинг», 1996. С. 43.
- 3 См.: *Бугорский В. Н.* Основы бизнеса : учеб. пособие СПб. : СПбГИЭА, 2000. С. 121.
- 4 См.: *Шумпетер Й.* Капитализм, социализм и демократия : пер. с англ. / предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. М. : Экономика, 1995. С. 59.
- 5 См.: *Бусыгин А. В.* Предпринимательство М. : Дело, 2001. С. 89.
- 6 См.: *Баталина М., Московская А., Тарадина Л.* Обзор опыта и концепций социального предпринимательства с учетом возможностей его применения в современной России. М. : ГУ ВШЭ, 2007. С. 112.
- 7 Цит. по: *Игнатъева М. И.* Благотворительность как феномен общественной жизни : понятия и виды. URL: http://superinf.ru/view_helpstud.php?id=5373 (дата обращения: 15.09.2015).
- 8 *Фирсов М. В.* Социальная благотворительность : реальность времени // Социс. 2012. № 11. С. 142.
- 9 Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона. СПб. : Брокгауз–Ефрон. 1890–1907. URL: <http://www.vehi.net/brokgauz/> (дата обращения: 23.09.2015).
- 10 См.: О благотворительной деятельности и благотворительных организациях : федер. закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
- 11 См.: *Шумпетер Й.* Указ. соч. С. 116.
- 12 См.: *Климова С. В.* Благотворительность предпринимателей : традиции и новации в социальной практике // Вестн. СГСЭУ. 2015. № 3 (57). С. 125.
- 13 См.: Экономика предприятия : учебник для вузов / под ред. В. Я. Горфинкеля и др. 4-е изд., доп. и перераб. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. С. 81.
- 14 См.: *Дорохова Е. И.* Направления развития коммерческой деятельности в розничной торговле. Белгород : Кооперативное образование, 2012. С. 216.

УДК 316.45

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ И СОЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЯХ ИНСТИТУТА СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

С. М. Павлова

Пензенский государственный университет
E-mail: smpavlova2013@gmail.com

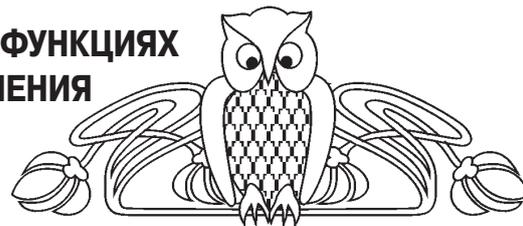
В статье с социологических позиций анализируется феномен студенческого самоуправления. Рассматриваются основные подходы к определению данного термина (студенческое самоуправление как самостоятельная деятельность студентов, как форма воспитательной работы, как форма молодежной политики и др.), их сильные и слабые стороны. Автор акцентирует внимание на значении студенческого самоуправления как фактора развития гражданского общества в современной России.

Ключевые слова: студенчество, студенческое самоуправление, студент, воспитательная работа, молодежная политика, самодетельность, гражданское общество, гражданская активность.

The Substance and Social Functions of the Student Self-governance Institution

S. M. Pavlova

This article analyses the phenomenon of student self-governance in terms of the sociological approach. The term «student self-governance» considers three approaches: student self-governance as the independent activity of students, student self-governance as the form of educational work, student self-governance as the youth policy, and also in this article refers to the strengths and weaknesses of these approaches. The author emphasizes the idea that the student self-governance is an important factor of civil society development in Russia.



Key words: studentship, student self-governance, student, educational work, youth policy, extracurricular activity, civil society, civic engagement.

DOI: 10.18500/1818-9601-2016-16-1-42-44

Уже более десяти лет развитие студенческого самоуправления обозначено как одно из стратегических направлений перехода к новой модели высшего образования. При этом до сих пор четко не обозначены миссия, цели, задачи и функции данного социального института. По-нашему мнению, это связано с тем, что сама студенческая активность анализируется, прежде всего, в рамках педагогической и частично социально-управленческой проблематики, при этом слабое внимание уделяется более «глобальным» социальным аспектам развития студенческого самоуправления в условиях модернизации российского общества. Данный тезис частично подтверждается уже при анализе дефиниций соответствующего понятия.

Анализируя разные информационные источники, можно встретить различные определения студенческого самоуправления.

1. Студенческое самоуправление – это целенаправленная деятельность студентов, которая