

«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ» В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИКИ

Социология перед лицом политики. Это значит: социология перед лицом не-социологии. Проблема, однако, заключается в том, что здесь социология находится перед самой собой: она узнает себя в политике, поскольку социолог использует «предпонятия», которые суть политические инструменты — жизненный мир социолога политизирован, а чувственный опыт обыденного языка представляет собой политический опыт. Политика есть условие возможности и невозможности социологии в одно и то же время. С одной стороны, «пред-понимание» делает социологическую концепцию возможной еще до ее формулирования. С другой, произведенные в мире политики «предпонятия» социального опыта, коль скоро социология не разорвала с ними, превращают ее в «одну из» идеологий. Социология объясняет практики социальных агентов через их условия и предпосылки, которые, в свою очередь, являются результатами предыдущих практик. Поэтому социологические объяснения могут изменять практические схемы* и, соответственно, практики агентов. Значит, влияние социологических представлений необходимо ввести в социологическое объяснение в качестве предпосылки изменения практик.

Объяснению обычно предшествует интенциональное понимание: прежде чем приступить к объяснению, социология описывает свой предмет; любой акт получения описания, дающего представление о предмете, есть понимание, а социологическое понимание («на что *похож* объект объяснения») представляет собой предварительную характеристику причинного объяснения; обыденное же понимание («что он *подразумекает*») является предварительной характеристикой телеологического объяснения [1, с. 162–165].

Решающей для социологии проблемой являются отношения, складывающиеся, во-первых, между научной интерпретацией социологического знания и его ненаучной (например, обыденной или политической) интерпретацией, а во-вторых — между социологическим и обыденным объяснением. Социальные практики непосредственно регулируются практическими схемами, выполняющими, между прочим, функции описания социального мира и самоописания агентов. В силу этого обстоятельства социологическое понимание противостоит обыденному, социология соперничает с самоописаниями своего предмета: «...истина... является ставкой борьбы» [2, р. 91].

Социологическая теория, объясняющая какие-либо практики, опосредуется самосознанием агентов и смыслами их жизненного мира. Получается, что, вопре-

*Практические схемы — необходимые субъективные условия практик, их инкорпорированные «модели» или «программы», — принципы классификации, принципы иерархизации, видения и деления социальной действительности, — ставшие личностными свойствами в результате социализации и усвоения опыта, интериоризации социальных отношений и т. д.

Качанов Юрий Львович (р. 1962) — доктор философских наук, ведущий научный сотрудник Института социологии РАН.

Адрес: 117259, Москва, ул. Кржижановского, д. 24, корп. 5, кв. 35.

Телефон: (095) 128-3332

ки М. Фуко, профессиональные знания не дают социологу власть над людьми. Напротив, чтобы объяснить практики агентов, социологу может потребоваться власть.

Присутствие «предпринимателей» в «экономической социологии»

«Экономическая социология» — влиятельная отрасль российской социологии.* Она представляет собой «социологию экономического действия», трактуемого, в духе М. Вебера, как разновидность «социального действия» — «...осуществление контроля над ограниченными ресурсами ненасильственными средствами в целях производства благ и услуг» [3, с. 112].

«Экономическая социология» концептуализирует социальную структуру России как систему групп и слоев, являющихся либо субъектами (активными акторами) реформ, либо адаптирующимися к ним и/или страдающими от них объектами [4, с. 7]. При таком подходе «предприниматели в собственном смысле этого слова» интерпретируются как наиболее заинтересованная в развитии либеральных реформ группа, один из главных «локомотивов» социально-экономических трансформаций, обладающий средствами и возможностями реализовать свои интересы [4, с. 10]. Ю. А. Левада утверждает, что общество не может существовать без «предпринимателей», структурирующих «человеческий материал» и поддерживающих поведенческие и символические образцы в области экономики [5]. То есть существованию «предпринимателей» придается универсальный и аподиктический характер, хотя ввиду своей малочисленности и труднодоступности они, как правило, не «попадают в выборку», не становятся предметом социологического исследования [6, с. 8.]; «подлинные предприниматели» превращаются, по словам В. В. Радаева, в «трудноуловимую тень» [7, с. 176.]. «Социальная группа предпринимателей» обладает фактическим бытием, но «предприниматели» не присутствуют в социологическом опыте: понятие «социальная группа предпринимателей» означает *присутствие*, которое *отсутствует*.**

«Экономическая социология» рассматривает «предпринимательство» как «...деятельность, являющуюся базой возникновения и развития соответствующего социального слоя (отсюда следует, что «предметное» существование «социального слоя предпринимателей» не нуждается в доказательствах — оно эмпирически очевидно. — Ю. К.). Конституирующими признаками этого типа деятельности служат: а) целевая установка на получение прибыли; б) свобода и автономность принятия решений; в) самостоятельность, выражающаяся в личном риске и личной ответственности» [8, с. 3].

Развертывание концепции начинается с атетических суждений о предпринимательской деятельности — суждений об этой деятельности, высказываемых безотносительно к ее существованию или несуществованию. Предпринимательская деятельность специально не выявляется как «значимое», «действительное» существующее — ведь на ее основе уже возник и развился «социальный слой предпринимателей». Доказательства наличия предпринимательской деятельности не приводятся, поскольку «предприниматели» здесь положены как *присутствие* —

*У истоков «экономической социологии» в нашей стране стоит новосибирская школа, возглавляемая Т. И. Заславской.

**Подробнее об этом см.: Качанов Ю. Л. Социология и политика: casus «социальная группа предпринимателей» // Социологические исследования. 1998. № 6.

выступление сути, сущее в его данности, об-наруживание сущности, непосредственное настоящее, очевидность, самопроявление положения вещей. Все остальное — действительность «предпринимателей», их фактичность, наличие, отсутствие и т. п. — может быть представлено как модусы присутствия. Присутствие — это *пребывание* в настоящем; оно есть со-бытие «там» и «здесь», со-временность «тогда» и «теперь» [9, р. 75].

Присутствующие «предприниматели» (если, конечно, таковые будут обнаружены «экономической социологией») суть прибывшие в открытость социологического опыта-постижения, в которой простирается присутствие «предпринимателей». Присутствие присутствующих «предпринимателей» есть их пре-бытие в затрагивающей существование социолога открытости социологического опыта. Присутствие присутствующих «предпринимателей» есть, таким образом, *истина в себе*. Эти «предприниматели» суть данность конкретных сущих, касающихся существования социолога.

Воспринимая «предпринимателей» как присутствие, «экономическая социология» тем самым представляет «социальную группу предпринимателей» в качестве некоей предметности. Социологам остается лишь уточнить строение этого присутствия, его «внешние границы», сравнить с другими «социальными группами» [8, с. 3]. Всякое выводное (дедуктивное или индуктивное) знание о «предпринимателях» в конечном счете предполагает их присутствие, т. е. «структуру», не требующую для своего рассмотрения соотнесения с чем-либо иным, находящимся за ее пределами. Присутствие «предпринимателей» очевидно в том смысле, что все его свойства могут быть (однозначно и определенно) усмотрены непосредственно из него самого: при-сутствие раскрывает суть «предпринимателей», оно есть пребывание и прибывание сути. Именно данная самоочевидность обосновывает в конечном счете все знания о «предпринимателях». Присутствие «предпринимателей» означает не вообще-бытие, но так-а-не-иначе-бытие, существование в качестве данных определенных присутствующих — конкретных сущих. Присутствие «предпринимателей» есть их нахождение, обращающееся к социологу, их пребывание, касающееся его.

Вследствие этого необходимо ставить вопрос об онтологическом статусе бытия самого присутствия «предпринимателей», т. е. о бытии сущего, «структурой» которого оно является. Очевидно, что это присутствие не есть ни сознание, ни рефлексия: его смысл заключен в нем самом. Поэтому присутствие «предпринимателей» (т. е. сущность, выходящая в существование как эмпирически развернутая, доступная непосредственному созерцанию затронутого ею социолога) обретает обоснование лишь в опыте социолога. Один и тот же эмпирический опыт может описываться с помощью понятий, обладающих разным значением. Рассматриваемый сквозь призму различных понятий, конкретный социологический опыт осознается как имеющий различную смысловую определенность. Смысловой облик «предпринимателей» — присутствие или отсутствие — определяется «интенцией» социолога. *Забвение отсутствия* может быть результатом обыденных социальных представлений исследователя: «Не—в настоящем при-сутствующее есть отсутствующее. ...Присутствующее, настоящее, существует из отсутствия. Как раз о собственно при-сутствующем следует сказать, что наше обычное представление может отвлекаться от всякого отсутствия» [10, с. 48, 50].

Отсутствие «предпринимателей» представляет собой то, что присутствовало, либо то, что могло присутствовать или могло не присутствовать, либо то, что не могло присутствовать, либо то, что будет присутствовать, либо то, что может присутствовать или не присутствовать, либо то, чего присутствовать не может. Все, что наличествует в присутствии «предпринимателей», каким-то образом уже присутствует в отсутствии. Вне присутствия «социальная группа предпринимателей» представлена своим отсутствием. Отсутствие изучается как уже-не-присутствие, либо как еще-не-присутствие: в самых общих чертах структуры отсутствия могут трансформироваться в прошедшие события и деструктурироваться отсутствием как «пережитки» прошлого присутствия, или стать будущими событиями, которые своими возможностями «притягивают» к себе присутствие.

В зависимости от угла зрения, под которым социолог воспринимает свой опыт, ему пред-стоят разные предметные структуры, т.е. один и тот же социологический опыт может быть истолкован и как присутствие, и как отсутствие «предпринимателей». Их (предметных структур) свойства будут определяться двумя факторами: содержанием опыта социолога и его интерпретацией в качестве реализующего «интенцию значения», которая представляет собой некое инвариантное смысловое ядро опыта. Мысленное варьирование свойств эмпирического опыта устраняет из присутствия «предпринимателей» все индивидуальное и фактическое, оставляя лишь инвариантное и «существенное» [11, с. 76–77]. Обратная операция — восстановление фактов — невозможна, поэтому с самого начала надлежит исследовать, обеспечивает ли социологический опыт присутствие «предпринимателей».

Каков «опыт экономической социологии»? Т. И. Заславская устанавливает три главных функции, которые должна выполнять современная российская социология: «внутринаучную» (производство собственно социологического знания); «политическую», состоящую во взаимодействии с властями для содействия «руководству общественным развитием» и повышения эффективности «реформ», и «гражданскую», заключающуюся в «...методически надежном, доступном широкой публике и регулярном информировании общества о сущности происходящих в нем процессов, их причинах и результатах» [12, с. 6–7].

Т. И. Заславская, отказываясь от постулата «свободы от оценки» М. Вебера [13, р. 49–69], принципиально «снимает» дистанцию по отношению к изучаемому предмету и возводит в добродетель соединение социальных фактов с «идейными» предпосылками, а также политическими оценками: «...Долг науки — объективно оценить экономические и социальные результаты трансформационного процесса в России, степень его соответствия интересам массовых общественных групп и слоев, пути и возможности их адаптации к рынку. Тем самым ученые могли бы содействовать выработке стратегии выведения страны из кризиса» [14, с. 22–23]. Итак, дух «экономической социологии» — гражданский пафос ответственности за судьбу России и сущих в ней «социальных групп». «Экономическая социология» приписывает (= конструирует, а тем самым и предписывает) «общественным группам» интересы и следит за их соблюдением, т. е. содействует трансформации страны в «нужном направлении». Однако выражать и представлять интересы «общественных групп и слоев» — прерогатива политики, но отнюдь не науки. Согласно же

Т. И. Заславской, политика есть неустранимый момент социологии, без которого она не в силах обойтись.*

Попробуем понять жизненную ситуацию исследователя, для которого утверждение о неразрывности социологии и политики не просто идея, а *пережитый* социальный опыт. Для него социология имеет еще одно измерение: не просто производство научного знания, но еще и политическое производство — в силу ее транснаучной структуры. Социологию можно назвать «бытием, открытым политике», так как она не ограничена лишь научным способом существования.** Для захваченного политикой социолога производство собственно социологического знания является средством реализации политических целей: он *онтологически* не озабочен познанием, даже если и уделяет внимание методологии, методике и т. п. Его предвосхищение будущего, проецирование себя в будущее связано с политическим целеполаганием, актами идеологического выбора, короче говоря, его существование в качестве ученого ориентировано политически.

Вовлеченная в политику социология стремится не рефлексировать, а действовать, не знаменовать, а прямо представлять. Социолог — это «...вещь в себе, поставленная судьей над государственным чиновником как явлением» [15, с. 608] — такова концепция «трех функций». Социология, напрямую связанная с политическим действием, делается выражением системы политических ценностей; при этом она не может рефлексировать себя в качестве политики, ибо она сама есть практическая политика, т. е. легитимное насилие, принимаемое агентами в качестве одного из естественных условий социального существования, а потому не воспринимаемое как таковое. «...Политическое действие не есть молния, которая поражает. Скорее это воздействие на людей, стремящееся их убедить или соблазнить» [16, с. 31]. Такой социологии присуща многозначительность тона, ореол причастности к власти, которые создают политическое письмо.***

Так, например, существование социолога Т. И. Заславской, причастной и к исполнительной, и законодательной ветвям власти как СССР, так и Российской Федерации, «открыто» в политику. Подобная «открытость», помимо прочего, наделяет исследователя способностью *практически* познавать социальную действительность. Вовлеченность в политику добавляет новое значение любому феномену социального и жизненного мира, без того, однако, чтобы элиминировать прежнее; «политическая» и «социологическая» реальности взаимопроникают.

«Политическое соучастие» ученого в *социальной* действительности приводит, как минимум, к тому, что он, проецируя интериоризированные им социально-политические классификации на предмет социологического исследования, теряет возможность объективации себя как объективирующего субъекта; истина для него теряет связь с процессом научного познания, социологическим дискурсом, адек-

*«Гражданственность» социологии — это концептуальная аберрация, обусловленная теоретически устаревшей и ложной оппозицией политическое государство/гражданское общество. Упоминание «гражданственности» есть метонимия: она может быть без остатка сведена к «политичности», к тому же гражданственность на деле — это всего лишь «буржуазно-демократическая» сублимация «воли к власти».

**При этом вовсе не исключается, что «открытая политике» социология зачастую пытается привнести туда специфически научный образ поведения, мышления и оценивания

***Например, заголовок Т. И. Заславской «Роль социологии в преобразовании России» — аллюзия на «железную волею Петра преображенная Россия»: социология уподобляется просвещенному монарху.

ватным описанием социальных фактов: «Отказываясь от иллюзии прозрачности сознания самому себе и от общепринятого среди философов представления о рефлексивности..., нужно довольствоваться предположением..., что самой действенной рефлексией является та, что заключается в объективации объективирующего субъекта. Под этим я понимаю рефлексю, которая, лишая познающего субъекта его обычной привилегии, вооружает его всеми доступными инструментами объективации (статистические данные, этнографические наблюдения, историческое исследование и т. д.), чтобы пролить свет на допущения, которые объективирующий субъект получает при его включении в объект познания.

Эти допущения принадлежат трем различным разрядам: прежде всего, начиная с лежащего на самой поверхности, ассоциирующимся с занимаемой в социальном пространстве позицией и со своеобразной траекторией, приведшей к данной позиции, а также с принадлежностью к определенному полу (которая может массой способов влиять на отношение к объекту, в той мере, в какой разделение труда между полами вписано в социальную структуру и в когнитивные структуры, направляя, например, выбор предмета исследования). Существуют, далее, допущения, основополагающие для *доксы*,* особенной для каждого из различных полей (религии, искусства, философии, социологии и т. д.), а точнее — те, которые должен иметь каждый отдельный мыслитель в силу своей позиции в поле. И, наконец, допущения, основополагающие для *доксы*, обычно ассоциирующейся с *scholae*, со свободным временем, являющимся условием существования всякого научного поля» [17, р. 21–22].

Присутствие «предпринимателей» как уже-бытие несет в себе некие первичные проекты и жизненные ориентации, предшествующие социологическому сознанию. Социолог оказывается, таким образом, существенным моментом социологической очевидности, меняющейся вместе с изменением его точки зрения. Очевидности социологической концепции суть объективации субъективности социолога: «Всякая бытийная значимость исполняется в нас самих, каждая обосновывающая ее очевидность опыта и теории живет в нас самих и мотивирует как привычка дальнейший ход работы сознания» [18, с. 10].

Например, очевидность «социальной группы предпринимателей» (т. е. ее присутствие) предполагает социолога, которому это очевидно. Почему ему это очевидно? Потому что таково его *видение*, таково его *точка зрения* (в обоих смыслах этого слова), обусловленная ситуацией его существования, его социальной позицией. Видение (или видения?) ангажированного социолога преформировано политическим пред-пониманием в виде *априорных по отношению к социологическому опыту* интенциональных оснований: «Очевидность в самом широком смысле самопроявления, самоприсутствия, сути самого положения вещей, самой ценности и т. п., эта очевидность не есть некое случайное происшествие в трансцендентальной жизни. Скорее, всякая интенциональность или сама есть некое сознание-очевидность, имеющее *cogitatum* в качестве его самого, или сущностно и горизонтно отнесена к самоданности, направлена на нее» [19, с. 18].

Присутствие «предпринимателей» выражает иллюзию непосредственного понимания «явления предпринимательства». Это пред-понимание, вырастающее

*Докса (от греческого *doxa* — мнение) есть легитимный здравый смысл; простое, спонтанное согласие с обычным социальным порядком, который воспроизводится сам по себе, без обсуждения.

из непосредственного социального восприятия, осуществляется в «предпонятиях» повседневного опыта: «Опыт как таковой — это всегда «познание познано-го...» [20, с. 14]. Так, политические и обыденные смыслы и значения, из которых складываются изначальные структурные интенции сознания (необъективировавшего себя как объективирующего субъекта) социолога, проецируются им в онтологию его теории, делают возможным осмысленное познание социального мира.

Социолог, *практически* овладевший «политической реальностью», не может ее объективировать. Тем самым захваченный политикой социолог становится неспособным исследовать свои отношения с миром социальных явлений. «Свободен первый шаг, мы все рабы второго». Для ученого, не объективировавшего себя как объективирующего субъекта, социальный мир (в результате неразложимых взаимодействий с ним) идентифицирован и интерпретирован безо всякого исследования [21, с. 70]. Такой нерелективный социолог всегда уже знаком с социальной действительностью, достаточно осведомлен о ней; он не в состоянии осуществить эпистемологический разрыв с «пред-пониманием», с обыденной интерпретацией значений. Предпонимание уходит корнями в языковую традицию, носителем которой он является. Предпонимание есть эвфемизм ансамбля неосознаваемых предпосылок социологического познания, принципиально неустранимых из сознания социолога. Согласно универсалистскому истолкованию языка, эти предпосылки, взятые в своей совокупности, есть нечто такое, что социология всегда застаёт уже имеющимся в наличии и потому выступающим в роли ее *предела*. Повседневный разговорный язык есть «...всеобъемлющая предвосхищающая истолкованность мира и в этом смысле ничем не заменим. Прежде всякой... критической мысли мир есть для нас всегда уже мир, истолкованный в языке» [22, с. 29].

Поскольку практические схемы, сформированные политическим производством, интегрированы в разговорный язык и суть предпонятия социального опыта, постольку (оставаясь в рамках универсалистской концепции языка) *он не может выразить семантику своих понятий*. Эта семантика и есть, в сущности, необъективируемая совокупность отношений языка социологии с социальной действительностью. Речь идет о *невыразимости* истины в понятиях [23, р. 1–36]. Это означает, что, оставаясь в пределах, скажем, «экономической социологии», социолог не в состоянии разрешить проблему присутствия «социальной группы предпринимателей» (т. е. определить, что *означает* «присутствие»). Семантика понятий такой «социологии» невыразима потому, что пред-понимание делает невозможным реалистический метаязык (именно предпонятия образуют самый мощный метаязык «экономической социологии», для которого уже не существует метаязыка), блокирует рефлексивность над отношением понятия «социальная группа предпринимателей» к *социальному миру*: «В назывании вещей, в заговаривании с сущим как таковым и иным, т. е. в языке, всякое образование понятий уже предобозначено» [24, с. 95]. Ввиду отсутствия метаязыка, обыденный язык предпонятий ведет диалог лишь с самим собой; эта «трансцендентная» сущность, о которой нельзя сообщить ничего, кроме того, что она сама о себе скажет.

Первичность предпонятийной системы, кодифицируемой языком «экономической социологии», является, по-видимому, причиной того, почему она не может фундаментализировать существование предпринимательства: такое «обоснование» есть невысказываемое в данном языке; социолог не способен эксплицировать способ существования «социальной группы предпринимателей» и сообщает о нем исклю-

чительно косвенно. Невыразимость семантики присутствия «социальной группы предпринимателей» также вытекает из его постулируемого феноменологического характера: присутствие может быть лишь показано, но (в роли элементарного события «экономической социологии») не может быть определено.

Концептуальность «экономической социологии» приобретает во многом черты обрядовости, переставая выполнять функцию познания. Например, реализуя многочисленные методологические процедуры, проводя тонкие категориальные дистинкции, Т. И. Заславская и Р. Б. Рывкина в конце концов сводят «экономико-социологическую структуру советского общества» к тривиальной совокупности легитимных (в советское время) категорий социальной перцепции: «политические руководители», «политические руководители крупных сфер общественной жизни», «средние партийные и советские руководители», «низшие партийные и советские руководители», «руководители организаций и структурных подразделений», «специалисты», «квалифицированные служащие», «рабочие высокой и средней квалификации», «неквалифицированные рабочие и служащие», «занятые преимущественно кооперативным или индивидуально-семейным трудом», «особые группы» («представители малых народов Севера, занятые преимущественно традиционными промыслами», «дети и подростки, воспитывающиеся в домах ребенка, детских домах или интернатах» и т. д.) [25].

Присутствие «предпринимателей» отсылает не столько к социальным фактам, сколько к пространству функционирования языка «экономической социологии», некоему «силовому полю» социальных представлений, в котором существует предпонимание «предпринимательства». В силу того, что семантика присутствия «предпринимателей» в «экономической социологии» не может быть выражена понятийно, оно (данное присутствие) требует *веры* в себя. Прежде всего, должна существовать вера социолога в истинность своей концепции, затем вера политиков в социально-политическую эффективность социологического подхода и, наконец, доверие самих предпринимателей и шире — «всего общества», «...создающие нечто подобное постоянно действующему гравитационному полю, внутри которого складываются отношения...» [26, с. 148] социолога и потребителей его символической продукции — политиков и «публики» (модель «трех функций»).

Как возможно присутствие «социальной группы предпринимателей»?

Присутствие «предпринимателей» есть чувственно воспринимаемая «структура», играющая роль основания и исходного пункта построения концепции. Оно (присутствие) придает теоретическим конструкциям непосредственную очевидность, которая должна обезопасить их от возникновения противоречий. Всякое опосредованное и выводное знание о «социальной группе предпринимателей» так или иначе ссылается на это присутствие. Вместе с тем, однозначная корреляция «социальной группы предпринимателей» с присутствием накладывает на «экономическую социологию» довольно жесткие ограничения: как минимум, оно (присутствие) обязано обладать статусом социального факта.

Согласно Э. Дюркгейму, социология должна произвести эпистемологический разрыв с «предпонятиями» [27, с. 424–425, 432–433]. «Экономическая социология» же не затрагивает «онтологию» обыденного сознания, всего лишь редуцируя ее, чтобы прояснить значения и смыслы.

Содержание присутствия «группы» предпринимателей предстает как «суженное» восприятие: гарантированное легитимной категорией социальной перцепции

наличное бытие, не «затронутое» ничто. В действительности же там, где «экономическая социология» попросту начертала квантор существования (по формуле: если существует легитимная категория социальной перцепции «группа предпринимателей», то группа предпринимателей существует *de facto*), кроется напряженное противоречие: присутствие «группы предпринимателей» «раскалывается» отсутствием, наличное бытие впускает в себя ничто... Отсутствие не есть лишь изнанка и сообщник присутствия, оно обладает самостоятельным значением [28, р. 380]. Поэтому присутствие «социальной группы предпринимателей» не может быть отождествлено с каким-либо своим атрибутом, оно репрезентируется лишь через свои отношения с отсутствием.

«Центрация» социологического описания присутствием «некритического» социолога проявляется в следующем: то, что входит в бытие социолога, его представления и ценности, конституирует существующую для него социальную реальность (в том числе «группу предпринимателей»), а также систему различий, функционирующих как бинарные оппозиции понятий. Поскольку присутствие самого себя непроблематично, а отсутствие репрессировано, постольку и в отношении «группы предпринимателей» реализуется «диктатура присутствия». Таким образом, присутствие «группы предпринимателей» само постулирует нечто, из него невыводимое, однако предшествующее ему и в этом смысле им не являющееся — присутствие социолога как необходимое условие и предпосылку присутствия «группы предпринимателей» [29, р. 145].

Присутствие «группы предпринимателей» предстает как воспроизведение в рефлексии собственного присутствия социолога. Предмет исследования становится проекцией, объективацией исследователя в том смысле, что он мыслится по аналогии: «группа предпринимателей» дана как обладающая фактическим бытием, поскольку социолог строит представления о коллективном субъекте («группе предпринимателей» в роли «собрании многих лиц в корпорацию») по аналогии с тем, что свойственно ему самому в качестве индивидуального субъекта. Например, «социальной группе» (как любому человеку) атрибутируется устойчивая система поведения, а также взаимодействия с другими «группами» и государством, причем эта система регулируется, с одной стороны, общественными институтами, а с другой — социально-экономическим положением и сознанием «группы» [30, с. 7].

Такой — аналогизирующий — перенос смысла не есть дискурсивное мышление. Это — атрибут мышления обыденного. Подобная аналогизирующая апперцепция инвестирует присутствие социолога в присутствие «социальной группы предпринимателей» и тем самым сообщает ему реальность: перформанс социологического производства утверждает отсутствие этой «группы» в качестве присутствия.

Присутствие «социальной группы предпринимателей» конструируется не как собственное присутствие социолога, но по аналогии с ним. Присутствие социолога формирует по своему образу и подобию гипостазированное и «натурализованное» (выдаваемое и принимаемое за очевидное и естественное) присутствие «предпринимателей», распоряжается им, структурирует его, но само уходит от исследования и потому бесструктурно. Присутствие социолога есть «центр» присутствия «социальной группы предпринимателей» — *science fiction*, продукт «воли к власти» ученого, а отнюдь не модус данной «группы». «Центр» отрицает отсутствие и однозначно закрепляет подлинное основание «социальной группы предпринима-

телей» в ее присутствии, делает неприменимым различие присутствие/отсутствие по отношению к «предпринимателям»: они впрямь описываются исключительно как присутствие.

Категориальная сетка объективирует присутствие социолога, и эта объективация создает практически *ex nihilo* присутствие «социальной группы». Присутствие «предпринимателей» не есть «...инертная данность, существующая в себе... Его существование не фактично, а образно» [31, с. 100]. Понятие «социальная группа предпринимателей» возможно в качестве описания присутствия лишь при условии, что оно само реализует это присутствие. Однако это осуществимо исключительно в сфере политической утопии, где действительность *Понятия* замещает социальную действительность. Продуктивность смысла «социальной группы предпринимателей» проявляется в политическом контексте, в котором она выступает в роли социологизированной идеологемы: «социальная группа предпринимателей» как проект собственного присутствия есть инструмент политики и реальна только в перспективе перформативного политического дискурса, претендующего на активное преобразование общества.*

Социология, пытающаяся обосновать себя определенным типом опыта, сама становится его функцией. Как отмечал М. Вебер, «...там, где человек науки приходит со своим собственным ценностным суждением, уже нет места полному пониманию фактов» [32, с. 723]. Социология, обращающаяся в поисках основания к политическому опыту, превращается в идеологию.

По определению, присутствие «социальной группы предпринимателей» эмпирически абсолютно выражено в своем содержании, т. е. все, что «экономическая социология» может сказать о структуре этого явления, о его составе, строении, таково, что оно полностью развернуто для непосредственно-чувственного созерцания, или же — если речь идет о ненаблюдаемых прямо «сущностях» (к примеру, «сознание группы») — разрешимо с помощью прямого чувственного эксперимента.

Проблема эмпирического определения присутствия «социальной группы предпринимателей» заключается в неявном постулировании существования неких общих концептуальных элементов «экономической социологии», не сводимых к содержанию любого единичного опыта и обеспечивающих внутреннее единство этого присутствия [33, с. 428]. Поэтому эмпирическое содержание присутствия «предпринимателей» — такие качественные состояния и процессы, которые подаются эмпирической артикуляции в социальных феноменах («предпринимательская деятельность», «политический», «экономический» и «социокультурный» «потенциалы»...) и могут быть отчетливо зафиксированы как раз потому, что из них максимально устранены ненаблюдаемые «сущности» («социальные отношения», «интересы»...).

Смысл этого прост: использование эмпирических данных через постулируемое присутствие «социальной группы» означает, что этой теоретической схеме придан онтологический статус, т. е. в области пересечения социальной и социологической реальностей концептуальная модель встречается с результатами своего

* Функция присутствия «предпринимателей» состоит не в том, чтобы представлять или описывать некое означаемое, существующее до и вне социологической практики, а лишь в том, чтобы производить означающее; «экономическая социология» занимается именно таким означиванием этого пустого значения.

собственного воздействия; что социолог моделирует возможные феномены предпринимательства, добавляя «сверхчувственный» элемент к их чувственной структуре.* Таким образом, речь идет лишь о «присутствии» предпринимательства в пространстве теории «экономической социологии»: существует та истина и тот социологический опыт, «...которые создаются с помощью постоянно обновляющейся сети априорных принципов» [35, с. 275]. «Присутствие» есть артикуляция конструирующей деятельности социолога.

Теоретическое суждение, носящее всеобщий характер, может описывать лишь такой предмет, который сам обладает общим характером, и присутствие «социальной группы предпринимателей» надо трактовать как ансамбль теоретических отношений. Присутствие «социальной группы предпринимателей», социологическое наблюдение которого совпадает с его пониманием, построено социологом, причем так, что, будучи существенным, оно тем не менее превосходит чувственный опыт данных непосредственно феноменов «предпринимательства» и включает в себя их теоретическое определение. Присутствие «социальной группы предпринимателей» — это не все, что наблюдается, испытывается, ощущается социологом. Присутствие — это то, для чего есть синтетическая концептуальная схема, конститутивное понятие опыта. Эмпирический факт опыта социолога — «социальная группа предпринимателей присутствует» — включает в себя теорию данной группы и разворачивается в понятийном измерении этого присутствия.

«Экономическая социология» конструирует такое присутствие «социальной группы предпринимателей», которое представляет собой общий, т. е. любой случай. Но это и есть присутствие «социальной группы предпринимателей» в «сущностном» виде, где мысленно удалены все обстоятельства, делающие каждый конкретный чувственный опыт частным случаем. Иными словами, присутствие снабжает сконструированную «социальную группу предпринимателей» формальным подтверждением ее реальности и вместе с тем закрепляет двойственный характер этого «явления», одновременно действительного и фиктивного.

Как мы видели, присутствие «социальной группы предпринимателей» соединяет реальность эмпирических фактов с «идеальным» теории. Поскольку теория «экономической социологии» не свободна от оценки, постольку в пределах присутствия устраняется различие социального факта и политической ценности: оно становится и средством дескрипции социального факта («социальная группа предпринимателей»), и его политической оценкой (апологией «реформ»). Присутствие свидетельствует в пользу «Правительства и Президента», оно превращается в социологическую эмфазу или риторическое усиление плодов «реформ» и эффективности самих «реформаторов». В силу того, что возникновение «социальной группы предпринимателей» есть едва ли не единственный позитивный результат «самых важных в истории России реформ», исследуемое присутствие — это политический *символ*, т. е. значимый эквивалент «социальной группы», относящийся к иному (политическому) порядку реальности, чем означаемое. Действенность этого символа объясняется структурным изоморфизмом политической и социальной реальностей: присутствие «социальной группы предпринимателей» и действительные события образуют оппозицию, подобную той, в которой осуществляется дуализм социально-политической классификации и социальной реальности.

*О неразделимости концептуальной и эмпирической информации см.: [34, с. 172–174].

Предпонятия, имеющие политическое происхождение — вот *fundamentum inconcussum* присутствия «предпринимателей» в «экономической социологии». На деле, однако, без политических предпочтений обойтись нельзя. Поэтому следует критиковать «экономическую социологию» не зато, что она совершает некий политический выбор, а за то, что она этот выбор, во-первых, не объективирует, скрывает под покровом «естественной социологической установки», и, во-вторых, проецирует в онтологию социальной теории.

Не задаваться вопросом об онтологическом смысле присутствия «предпринимателей» — значит уже ответить на него.*

Литература

1. Вригт Г. Х. фон. Объяснение и понимание // Логико-философские исследования: Избр. тр.: Пер. с англ. / Под общ. ред. Г. И. Рузавина, В. А. Смирнова М.: Прогресс, 1986.
2. Bourdieu P. Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action. Paris: Ed. du Seuil, 1994.
3. Радаев В. В. Экономическая социология: общие контуры подхода // Социологические чтения. Вып. 1. М.: ИС РАН, 1996.
4. Заславская Т. И. Структура современного российского общества // Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1995. № 6.
5. Левада Ю.А. Элита и «масса» в общественном мнении: Проблема социальной элиты // Там же.
6. Заславская Т. И. Бизнес-слой российского общества: понятие, структура, идентификация // Там же. 1994. № 5.
7. Радаев В. В. Явление предпринимательства и группы предпринимателей // Куда идет Россия?: Альтернативы общественного развития / Под общ. ред. Т. И. Заславской. М.: Аспект Пресс, 1995.
8. Заславская Т. И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социологические исследования. 1995. № 3.
9. Derrida J. Marges de la philosophie. Paris: Ed. du Minuit, 1972.
10. Хайдеггер М. Изречение Анаксимандра // Разговор на проселочной дороге. М.: Высшая школа, 1991.
11. Гуссерль Э. Амстердамские доклады-1 // Логос. №3. 1992.
12. Заславская Т.И. Роль социологии в преобразовании России // Социологические исследования. 1996. № 3.
13. Parsons T. Evaluation et objectivité dans le domaine de sciences: Une interpretation des travaux de Max Weber // Revue internationale des sciences sociales. 1965. Vol. 17. N 1.
14. Заславская Т. И. Социальная структура современного российского общества // Общественные науки и современность. 1997. № 2.
15. Ницше Ф. Сумерки идолов, или как философствуют молотом Соч. в 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 1990.
16. Мерло-Понти М. Интервью // Логос. № 2. 1991.
17. Bourdieu P. Meditations pascaliennes. Paris: Ed. du Seuil, 1997.

*Отказ от постановки вопроса о способе присутствия «предпринимателей» говорит о том, что его сущность полагается естественной, — что присутствие «предпринимателей» есть нечто самоочевидное. Однако уже хайдеггеровское исследование проблемы присутствия демонстрирует нам, что у присутствия нет вневременной сущности. Скорее всего, недавно возникшее в России присутствие «предпринимателей» означает становление различных социальных отношений, позиций, институций, многообразные процессы политического и символического представительства и т. д. Социолог должен показать историчность присутствия, его обусловленность отсутствием, иначе он рискует не объяснить социальные факты.

18. Гуссерль Э. Амстердамские доклады-II // Логос. № 5. 1994.
19. Гуссерль Э. Парижские доклады // Логос. № 2. 1991.
20. Гадамер Г.-Г. Философия и герменевтика // Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991.
21. Мамардашвили М. К. Классический и неклассический идеалы рациональности. Тбилиси: Мецниереба, 1984.
22. Гадамер Г.-Г. История понятий как философия // Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991.
23. Hintikka J. On development of model-theoretical viewpoint in logical theory // Synthese. Vol. 77. 1988.
24. Хайдеггер М. Цолликонеровские семинары // Логос. № 3. 1992.
25. Заславская Т. И., Рывкина Р. В. Социология экономической жизни: Очерки теории. Новосибирск: Наука, 1991.
26. Леви-Строс К. Структурная антропология. М.: Наука, 1985.
27. Дюркгейм Э. Метод социологии // О разделении общественного труда: Метод социологии. М.: Наука, 1990.
28. Derrida J. L'écriture et la différence. Paris: Ed. du Seuil, 1967.
29. Schütz A. The problem of social reality // Collected papers. Vol. 1. The Hague: Martin Nijhoff, 1962.
30. Заславская Т.Н. Социальный механизм трансформации российского общества // Социологический журнал. 1995. № 3.
31. Сартр Ж.-П. Воображение // Логос. № 3. 1992.
32. Вебер М. Наука как призвание и профессия // Избранные произвед. М.: Прогресс, 1990.
33. Кант И. Критика чистого разума. М.: Мысль, 1994.
34. Хинтика Я. Информация, дедукция и a priori // Логико-эпистемологические исследования: Сборник. М.: Прогресс, 1980.
35. Хюбнер К. Критика научного разума. М.: ИФ РАН, 1994.