

о его эффективности. Они должны изучать бизнес- план перед рассмотрением возможности капиталовложений. Зачастую они даже не встречаются с разработчиками проекта без тщательной проработки самого бизнес-плана.

Материал бизнес - плана излагается просто и понятно; он должен быть доступен различным группам людей, даже тем, которые имеют ограниченные знания о продукте (услуге) и рынке.

Объём и степень концентрации разделов плана определяются спецификой фирмы и сферы её деятельности. Надо стремиться, чтобы объём бизнес-плана не превышал 50 страниц.

Н.В. Шушкова

ПОЛИТИЧЕСКИЙ КАНДИДАТ В КООРДИНАТАХ ПЕРМСКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ

Основной характеристикой электорального поведения жителей современной России можно считать традиционный патернализм, выражающийся в стремлении выбирать "достойных" людей. "Достойными" при этом, как ни парадоксально, становятся вовсе не те, кто максимально отражает интересы избирателей. В этот ранг возводятся политические деятели, сумевшие стать преемниками (или вовсе двойниками) уходящих мэров, губернаторов и т.п. Таким образом, выборы, особенно в исполнительные органы власти, не несут той функциональной нагрузки, которая характерна для демократического строя. Проиллюстрируем данное положение на материалах социологических исследований, проведенных во время предвыборной кампании 2000 г. в мэры г. Перми⁴.

Существующая исполнительная власть является демонстративной. Предметное поле деятельности государственного чиновника определено в официальных документах. Но в общественном сознании его образ складывается из совершаемых им действий, транслируемых в СМИ. Так, среди главных задач, которые должен был выполнять новый мэр, жителями города назывались прежде всего те, что уже решались прежним. Значимыми в данном случае стали наведение чистоты в городе и ремонт дорог. Действия нового мэра связывались прежде всего с этими делами, иные проблемы актуализировались только у непосредственно нуждающихся в их решении групп.

В сознании пермяков сложился образ действующего мэра Трутнева как "одного из лучших мэров России". При такой концентрации позитивных действий и высказываний об одном человеке все остальные претен-

⁴ Серия из 6 исследований, проведенных с интервалом 7-14 дней в октябре-декабре 2000г. в г. Перми. Выборка квотная по территориально-демографическим параметрам (N= 600 в каждом исследовании). Опрос методом телефонного интервью.

денты невольно с ним сравниваются по принципу "похож – не похож" и соответственно оцениваются. Происходит монополизация ментальных пространств: "на фоне Трутнева, яркого лидера, трудно было кому-то себя проявить".

Среди характеристик Трутнева преобладали иррациональные субъективные высказывания, свидетельствующие о присутствии в общественном сознании положительного образа мэра, сливающегося с образом Трутнева. Их содержанием были личные качества действующего мэра, позитивные чувства и эмоции, им вызываемые ("лучшего мэра не надо", "я его люблю", "поднял город из руин"). Примечательно, что такие высказывания были в большей степени характерны для людей с высшим образованием. Отсюда еще одна характеристика – исключительность ("Трутнев сделал столько, сколько никто не сможет").

Выбор кандидата в этом случае происходит по следующей схеме: избиратель соотносит те характеристики, которые, по его мнению, присущи действующему мэру, и характеристики кандидата. Как подтверждение сказанному – высказываемые опрошенными аргументы в пользу выбора того или иного кандидата соответствуют названным ими же качествам Трутнева, важность продолжения начатого действующим мэром. Максимальное соответствие дает положительный результат и пост мэра города.

Чтобы не ошибиться, сделать выбор, наверняка правильный, – "пусть Трутнев сам выберет преемника". Это прямой эмоциональный перенос: "если кандидат из команды мэра, то ему небезразличен город, и он не может быть плохим". Образ кандидата сливается с образом действующего мэра. Основными аргументами выбора такого кандидата становятся симпатия и доверие к нему (что, по сути, – «развертывание» лояльности к прежнему мэру). Такой кандидат тоже "все будет делать правильно", поэтому происходит полное принятие политической программы, многими даже не читанной.

Есть и другой путь: сходство не субъективное, приписанное, а основанное на достижениях. Родственность образу действующего мэра здесь достигалась не за счет прямого копирования его личных качеств (столь любимых пермяками "энергичности" и "динамичности"), а скорее в соответствии с ранее занимаемыми должностями и схожестью результатов действий ("он был мэром Соликамска", "поднял свой город" и т.п.). Это рациональный частичный перенос. Избиратель осведомлен о возможной вариативности поведения такого избранника. Кандидат не защищен от критического воздействия, и поэтому более уязвим.

Первый способ выбора кандидата характерен для традиционного типа политической активности с его следованием сложившимся ранее эталонам поведения и ориентацией на авторитет, а также редукцией политических отношений к этическим категориям. Второй способ характерен для

людей с современным типом политической активности, способных рационализировать свои интересы.

Жители Перми выбирали нового главу города, точнее – прежнего по содержанию, но с другим ярлыком. Вера в традиционное качество при этом оказалась сильнее рациональных доводов об улучшенной рецептуре.

К.В. Юхневич

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРИ ИЗУЧЕНИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОШЛОГО

Изучение учреждений и социальных институтов прошлого – одна из важнейших задач исторической науки. При этом всегда важно выбрать определенный и обоснованный метод, который помог бы не только обработать полученную информацию, но сделать объективные выводы (не зависящие от современной конъюнктуры).

Одним из наиболее удачных выходов из этого положения автор считает использование наряду с традиционным методом исторического анализа применение социологического методико-инструментального аппарата. Социология является по сути уникальной наукой, которая органично сочетает в себе математическую «беспристрастность» и гибкость гуманитарного знания.

В данном конкретном случае речь идет о выяснении социального состава клиентов Пермского Общественного Марьинского банка (1863-1918 гг.) – одного из оплотов местной (пермской) дореволюционной экономики.

В Государственном Архиве Пермской Области (ГАПО) были обнаружены учетные данные вкладчиков банка, в основном (до 90%) жителей города Перми. Все они хранились в фонде №64.

Информация о вкладчиках банка фиксировалась служащими в специальных журналах. В них, в стандартизированной форме, содержались сведения о поле, собственности и роде занятий клиента, а также виде, размере и сроке вклада. Служащие давали свою оценку социальному или гражданскому состоянию человека, неизбежно соотнося свое видение с господствующими тогда официальными сословными и социальными нормативами. Так в журнале появлялись такие пометки, как вдова, бедный или состоятельный мещанин, сельский обыватель. Эти дополнения очень ценны тем, что помогают более полно понять социальную структуру общества именно того времени

Сначала по бухгалтерской книге за 1896 год находились клиенты, с какой либо информацией. Все они заносились в алфавитный каталог. Затем их жизнь и деятельность в банке отслеживалась по различным документам