**Теоретико-методологические проблемы компаративных исследований социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса[[1]](#footnote-1)**

Статья *А.Г. Эфендиева*, профессора кафедры УЧР, ординарного профессора НИУ ВШЭ, директора Центра исследований социальной организации фирмы, и *П.С. Сорокина*, научного сотрудника Центра исследований социальной организации фирмы, аспиранта 3-го года обучения с кафедры УЧР, факультета менеджмента НИУ ВШЭ.

УДК 316.4: 316.4.05; 316.4.063.

**Теоретико-методологические проблемы компаративных исследований социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса**

Работа носит проблемно-постановочный характер. На основе анализа современного научного дискурса, а также собственного опыта эмпирических и теоретических исследований, авторы выделяют наиболее актуальные теоретико-методологические проблемы в сфере компаративных исследований социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса. Рассматриваются пути преодоления тех ограничений, которые характеризуют современные сравнительные исследования в изучаемой области. Предлагаемые авторами решения получают теоретическое обоснование и иллюстрируются эмпирическими примерами.

Ключевые слова: компаративные исследования, методология, социально-гуманитарные аспекты развития бизнеса, российский бизнес.

**Theoretical and methodological problems in comparative research in social and human aspects of business’ development.**

The paper has problem-stating nature. On the basis of contemporary scientific discourse, as well as their own experience of empirical and theoretical research, the authors identify the most relevant theoretical and methodological issues in comparative studies of social and human aspects of business development. The ways of overcoming the limitations which characterize the modern comparative research in the area of study are discussed. The proposed solutions are given the theoretical rationale and empirical examples.

Key words: comparative research, methodology, social and human aspects of business development, Russian business.

Сравнение как метод научного познания социальной действительности и обоснования тех или иных теоретических обобщений является одним из самых результативных и широко используемых в социальной науке исследовательских приемов. По мнению основоположника современного социального знания Эмиля Дюркгейма, сравнительная социальная наука - это социальная наука как таковая. Французский ученый считал, что без сравнения социальных явлений в разных обществах и в разное время исследование теряет свой смысл и научное значение [Дюркгейм, 1987].

В современной науке широко распространено мнение, что сравнительный (или как его еще называют *компаративный*) метод характеризует особая «интеллектуальная сила» [Peterson, 2005]. Данный метод и правда способен подвигнуть к поиску новых, ранее неизвестных аргументов и доказательств, и, возможно, потому исторически вызывал большой интерес научного сообщества.

Компаративное исследование также может иметь и сравнительно-исторический ракурс – то есть применять социально-исторический анализ для более глубокого понимания прошлого и современного состояния различных обществ. Такая форма изучения является одним из наиболее сложных и требовательных к теоретической и эмпирической грамотности исследователя форматов научного поиска, но наряду с этим и высоко продуктивным инструментом последнего [Pfaff, Kiser, 2003].

 Наше внимание в данной работе сосредоточено на проблемах компаративистики в сфере социального устройства бизнеса. Причем в первую очередь нас интересует сравнение бизнеса в различных странах и обществах. Такой фокус внимания обусловлен, в частности, нашим исследовательским опытом в изучении социальной организации отечественного бизнеса. Мировой опыт компаративных исследований в сфере социально-гуманитарных проблем развития бизнеса также показывает наличие серьезных методологических проблем [Scheuch, 1989, Steinmetz, 2011], требующих, на наш взгляд, глубокого осмысления с позиций теории познания, а также социологических взглядов и подходов.

Исследуемые нами методологические и теоретические вопросы и принципы компаративных исследований применимы, прежде всего, для решения задач в проблемной области международных исследований социальной организации бизнеса. Вместе с тем (и в этом мы испытываем определенную уверенность), высказанные ниже идеи могут быть обсуждены и использованы также при решении более широкого круга задач компаративного познания социальных явлений различной природы.

Настоящая работа посвящена анализу ряда вопросов фундаментального характера, затрагивающих исходные принципы компаративных исследований социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса. Мы согласны с мнением [Ibid.] о том, что для гармоничного развития компаративистики в сфере управления человеческими ресурсами (и шире, социальной организации бизнеса) сегодня необходимо серьезное продвижение в отношении ряда теоретико-методологических проблем. Без их решения количество сравнительных эмпирических данных не может обеспечить комплексное понимание основных закономерностей развития социальной среды бизнеса.

Подчеркнем, что задачи, которые мы перед собой ставим в данной работе, скорее носят проблемно-постановочный характер, нежели чем дают однозначные ответы на принципиальные вопросы. Мы умышленно пронизали наши соображения тонусом дискуссионности, которая, как нам кажется, всегда способствует прояснению фундаментальных проблем научного исследования.

Исходный вопрос, решению которого, мы надеемся, будет способствовать изложенная нами совокупность идей, состоит в том, какова главная цель компаративистики?

Нередко анализ и интерпретация полученных в ходе компаративных исследований эмпирических данных преследует одну задачу: описать различия, зафиксировать специфические черты, присущие тем или иным элементам социальной организации бизнеса в конкретных обществах. Зачастую предметом подобных исследований становится деловая культура того или иного общества, которая рассматривается или как самостоятельный предмет исследования (Г. Хофштеде [Migliore, 2011]), или как фактор, обуславливающий корпоративную культуру (Ф. Тромпенаарс [Trompenaars, 1994]). Общей чертой остается преимущественно описательный характер научных результатов исследований. Такой описательностью, на наш взгляд, характеризуются не только классические исследования Г. Хофштеда и Ф. Тромпенаарса, но и такие международные проекты как CRANET [Steinmetz, 2011] и GLOBE [McCrae et. al., 2008].

На наш взгляд, по мере накопления мировым сообществом опыта компаративных исследований, становится все более актуальной задача более глубокого постижения фундаментальных проблем, а именно переход от фиксации внешних различий к изучению тех сущностных элементов социальной организации бизнеса, проявления которых были предметом внимания первых исследователей-компаративистов.

 В основе этого продвижения, по нашему мнению, должен лежать поиск ответа на сакраментальный вопрос: в чем суть изучаемых явлений, проявление которых столь многогранно, разнообразно? Каковы общие, универсальные закономерности развития этих стержневых характеристик, признаков и тенденций? Не случайно Уитинг [Whiting, 1968], Доусон [Dawson, 1971], Берри и Дасен [Berry and Dasen, 1974] подчеркивали, что используют данные, которые получены в исследованиях разных народов со всего мира для проверки гипотез, которые касаются человеческого поведения и его универсальных законов.

В зависимости от подхода к рассмотрению тех или иных эмпирических фактов, их интерпретация может кардинальным образом различаться. Приведем пример из нашей исследовательской практики.

Наш опыт изучения социально-гуманитарных аспектов развития российского бизнеса выявил такие факты как широкое распространение фамилизма, клановости при трудоустройстве и карьерном продвижении [Эфендиев и др., 2011]. Указанные характеристики оказались особенно характерными для престижных (высокооплачиваемых) отраслей, а также для назначений на достаточно высокие (высокооплачиваемые) должности. Также была зафиксирована недооценка таких меритократических показателей как образование по профилю работы, квалификация, опыт работы по специальности и др. Наконец, показана высокая степень готовности работников к смирению в ситуации нарушения руководителями моральных и правовых норм. В целом зафиксировано доминирование авторитарных моделей руководства в жизни российских бизнес-организаций [Эфендиев, Ребров, 2011].

Результаты наших исследований ставят проблему того, насколько данные явления составляют специфику именно российского бизнеса, или же в них (по крайней мере, в некоторых из них) выражаются общие для любого национального бизнеса явления, тенденции и процессы. Можно сказать, что на сегодняшний день потребность в компаративных исследованиях по вопросам социально-гуманитарного развития бизнеса выстрадана результатами проведенных силами авторского коллектива эмпирических исследований в России. Только опираясь на результаты новых компаративных исследований можно: 1) понять основные принципы социальной организации бизнеса как особого рода социального явления, 2) определить своеобразие отечественного бизнеса в ряду других национальных экономик, 3) ответить на вопрос о социальной зрелости тех конкретных форм, в которых существует российский бизнес.

Ориентированность на выявление универсальных закономерностей развития социальной организации бизнеса предполагает преодоление серии интеллектуальных затруднений, барьеров теоретического и методологического порядка, без чего затруднительно продвижение нашего анализа. Мы определяем следующую повестку дня научного поиска ответов на наиболее важные, ключевые в методологическом и теоретическом отношении вопросы:

- Какая теоретико-методологическая парадигма (подход) наиболее применим для решения этих задач?

Выбор исследовательской парадигмы упирается в принципиальный вопрос о трактовке социальных явлений: будем ли мы понимать социальное как цельное и внутренне не дифференцированное единство, имеющее не только определенную логику функционирования, но также и общие формы ее проявления? Или же социальное – это целое, объединенное общей логикой развития, но внутренне неоднородное? Возможна и другая трактовка: социальное как атомически разбросанное, необъединенное единой логикой своего существования, множество отдельных феноменов.

В том случае, если мы допускаем существование некоего (пусть в существенной степени неоднородного) единства в логике развития социальной организации бизнеса, возникает следующий вопрос:

- Какие исследовательские процедуры необходимо осуществлять, чтобы выявить, уловить в разнообразии сравниваемых социальных явлений (обладающих множеством различий в конкретных исторических формах своего существования) то универсальное, всеобщее, что делает их частью единого процесса развития социальной организации бизнеса в макро (общесоциетальном) масштабе?

- Каков предел познавательных возможностей в сравнении и сопоставлении явлений (иными словами, где утрачивается способность научного доказательства принадлежности тех или иных феноменов или отдельных признаков к конкретной стадии развития социальной организации бизнеса?).

- Можно ли сказать, что феномены, которые подлежат компаративному анализу в сфере социальной организации бизнеса, по своей онтологической природе представляют собой преимущественно культурно-символическое явление? Иными словами, в какой степени предмет компаративистики конституируется феноменами «культуры», которые носят во многом абстрактный характер, и существуют в форме «ценностей», «ориентаций», «мнений», «значений»? И в какой мере предметом данной проблемной области могут (и должны) быть социальные институты, то есть системы практик поведения, норм и стандартов социального взаимодействия, носящие принудительный характер по отношению к практической деятельности социального актора?

Не меньший интерес представляют и вопросы сугубо методологического и методического порядка:

- Каким требованиям должна отвечать выборка компаративного исследования социально-гуманитарных проблем бизнеса? Имеются ввиду возможные дополнительные требования к формированию выборке в случае проведения компаративного исследования между явлениями, относящимися к различным макро-социетальным средам.

- Каковы по своей природе гипотезы, положенные в основу компаративного исследования, нацеленного на выявление всеобщих закономерностей развития социальной организации бизнеса, а не только (и не столько) на фиксацию различий, специфических черт, характерных для социального устройства бизнеса в разных странах? В данном случае мы говорим о возможной потребности в выработке специальных требований к компаративным исследованиям фундаментальной направленности.

Представленная выше повестка дня носит программно-ориентирующий характер, и, мы надеемся, выступит в качестве стимула для дальнейших дискуссий в научном сообществе по проблемам компаративистики в области социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса. К сожалению, не можем в рамках настоящей работы представить наши разработки по каждому из пунктов повестки, однако некоторые, самые узловые проблемы и возможные пути их решения будут освящены ниже.

\*\*\*

Итак, мы постараемся кратко изложить наши соображения по ключевым вопросам в области компаративных исследований социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса.

В научном сообществе исторически сложились три основных подхода к компаративному кросс-культурному анализу, которые носят отчасти научно-мировоззренческий, парадигмальный характер: абсолютизм, релятивизм, универсализм [Berry et. al., 1992]. Отметим, что в трудах авторов эти подходы могут реализовываться в явном или скрытом виде, провозглашаться прямо или же проявляться контекстуально (в примененных в исследовании приемах, методов, характера умозаключений и т.д.).

В рамках классического **абсолютисткого подхода** утверждается, что функционирование и развитие социально-психологических и социокультурных феноменов во всех обществах подчинено единой логике [Berry et. al., 1992]. В рамках данного подхода фактически элиминируется значение культуры, как фактора, способного существенно изменять значение, смысл одного и того же внешнего проявления индивидуальной активности в контексте той или иной социальной среды. Интерпретация эмпирических фактов проводится, фактически, без учета культурной обусловленности поведения людей, их мотивов и практик поведения. В процедурах сравнения применяется единая (как считают приверженцы абсолютизма) шкала общечеловеческих значений и ценностей, что встречает широкую критику в научной общественности [Adams and Hanna, 2012]. На самом деле, эта шкала носит преимущественно европоцентристкий характер, все измеряется, оценивается лишь в её рамках [Ibid.]. Таким образом, стремление втиснуть все многообразие социально-культурных форм в рамки европоцентризма приводит к тому, что всеобщие и универсальные законы развития общества и его отдельных сфер трактуются предельно прямолинейно. Абсолютизм, так или иначе, оказывается неспособным схватить подлинно всеобщее, которое проявляется в предельном многообразии культурно-исторических форм.

**Релятивизм** (или как его также называют исследователи социальных аспектов развития бизнеса «контекстуализм» [Mayrhofer et. al., 2000]) старается понять социально-культурные феномены и структуры на основании представлений тех агентов, которые эти явления и структуры воспроизводят. В социологии одним из наиболее известных сторонников данного подхода является Пьер Бурдье [Bourdieu, 2005]. Любое общество рассматривается как самореферентное и внутренне самодостаточное уникальное целое. В рамках релятивисткой парадигмы крайне затруднено соотнесение различных социальных систем и их элементов по признаку исторической зрелости, развитости, эффективности и т.д. Релятивистская парадигма порождает на практике «Безбрежную толерантность» (связанную с популярной идеологией мультикультурализма [Бенхабиб, 2003]). В частности, следствием данного подхода могут быть попытки «оправдать» (а не только объяснить) такие социальные практики, как «кровная месть». Последняя в рамках крайнего релятивизма может трактоваться как культурно обусловленная форма социальных отношений, а не как механизм, обеспечивающий поддержание социального порядка в условиях неразвитости инструментов социального контроля (в первую очередь, институтов государства).

В своем «любовании» уникальностью, неповторимостью различных обществ и народов релятивизм переходит определенную границу. Снижаются возможности науки выделить в этом многообразии подлинно устойчивое, всеобщее.

**Универсализм** как еще одно направление научного исследования сложно описать как нечто целостное и внутренне не дифференцированное. «Универсализм» как парадигму исследовательского поиска упоминают такие авторы как Майрхофер, Ихол [Uichol, 2000] и другие ученые. В настоящей работе мы будем придерживаться трактовки, предложенной Берри и др. [Berry et. al., 1992]. Согласно взгляду этих авторов, универсализм как парадигма научно-исследовательской деятельности с одной стороны, признает наличие общего в развитии социально-культурных феноменов – и это позволяет их соотносить в едином контексте. С другой стороны, универсализм не отрицает значение культуры как формы символической адаптации, учитывающей не только условия и ограничения, связанные со всеобщими законами социального развития, но и конкретные, культурно-обусловленные характеристики восприятия мира в конкретной общности. Таким образом, исследователь получает возможность понять, разглядеть то или иное общество в контексте его собственного места в мире, его истории и т.д. Универсализм толкует социальные феномены, нормы, практики одновременно и как проявление *специфического*, и как носителей *всеобщего, универсального*. Мы развиваем наши идеи в рамках данной парадигмы в изложенном выше ее понимании.

Универсализм воспринимается нами не просто как «нечто среднее» [Ibid.] между абсолютизмом и релятивизмом, а как парадигма, которая наиболее адекватна главным задачам компаративистики, и способна преодолеть опасность **однобокости** в трактовке социально-культурных явлений, присущих различным народам, странам, что не удалось преодолеть абсолютизму и релятивизму.

Если рассматривать универсалисткую парадигму в ее классическом понимании (Дж. Берри, Й. Пуртинга и др.), то выбор данной традиции компаративных исследований ставит вопрос о том, какие специальные исследовательские процедуры должны применяться, чтобы в исторически конкретном социальном явлении, постигнуть *всеобщее универсальное* и в то же время «схватить» несоизмеримое, специфическое во всем богатстве его оттенков? Методология универсализма неминуемо базируется на понимании социальных явлений (в нашем случае социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса) как сложного внутренне противоречивого, неоднородного явления.

Суть нашего подхода заключается в следующем. Конкретное социальное явление, социальная форма, институт, духовное образование, событие содержит в себе две стороны: функциональное содержание (основа) и культурно-историческая форма его реализации (вариативная по своему характеру). Оговоримся, эти аспекты могут быть вычленены в сознании исследователя, на основе мысленно-аналитических процедур.

Можно привести массу примеров анализа социально-культурных явлений с точки зрения указанных позиций, начиная с кулинарной области (традиции в приготовлении пищи, которые удовлетворяют потребность организма в мясе, злаковых, но существуют в очень разнообразных формах), и заканчивая применением протекции при трудоустройстве и продвижении кадров.

Следуя заявленной тематике (проблемы компаративных исследований социально-гуманитарных аспектов развития бизнеса), остановимся более подробно на последнем примере. Рассматривая социальные практики и механизмы трудоустройства и продвижения кадров, важно сделать следующую оговорку. В любом явлении есть свойства, которые, как правило, имеют существенные последствия для развития социальной системы – это и есть *функционально-целесообразные* признаки изучаемого феномена, а есть характеристики, которые прямо не связаны с целевой функцией изучаемого явления, с точки зрения социальной системы. В первом случае мы говорим об универсальной социальной сущности изучаемого явления, во втором - о климатически-природных, эстетических, этнических (этнографических) или других его формах. Эти формы в социально-функциональном смысле не имеют принципиального значения, хотя и привлекают к себе внимания в силу своей уникальности. Они, как правило, красочные, яркие, самобытные: песни, свадебные обряды, блюда, кулинарные изделия, обычаи, формы приветствия и др. Если говорить о проблематике социальных отношений в бизнесе, то в эту сферу относятся традиции в отношении того, кому и как следует просить о протекции. Как правило, указанные формы изучаются в рамках социально-антропологических исследований, ведь как правило, изучаемые явления уникальны и неповторимы.

По нашему мнению, основным предметом исследований в социальных науках должен быть мир явлений, прямо влияющих на устойчивость, эффективность и развитие социальных систем. Именно здесь может быть схвачено *социально-всеобщее*, то, что пронизывает различные социальные формы данного явления. Возьмем примененные протекции при трудоустройстве и продвижении кадров. В одних случаях это может быть, информационный протекционизм [Эфендиев, Балабанова, 2010], т.е. использование социальных связей для информирования потенциального кандидата о наличии вакансии на конкретную должность. При этом предполагается, что работник обладает искомыми работодателем компетенциями. В других случаях мы говорим о прямом «блате» (или же о назначенческом протекционизме, связанном с предоставлением конкретного рабочего места конкретному человеку в обход принципов конкуренции и меритократии [Ibid.]). В третьих случаях, например, в Китае, мы имеем дело с таким феноменом, как «гуаньси» (широкая система социальных отношений, в том числе, помощь при трудоустройстве и карьерном продвижении, основанная на близких родственных или дружеских связях и предполагающая долгосрочные обязательства и высокую степень взаимной ответственности между сторонами [Lin, 2011]).

Несмотря на очевидные различия между формами протекционизма, во всех указанных случаях одним из важных механизмов трудоустройства и выдвижения выступают социальные связи (формальные и неформальные). Таким образом, мы можем предполагать наличие универсальной тенденции, выражающейся в значительной роли социальных связей в социальных механизмах трудоустройства и карьерного продвижения.

Мы сделали первый шаг – аналитически вычленили в многообразии реальных социальных форм (предположительно) всеобщую закономерность функционирования любой бизнес-среды. Второй шаг заключается в соотнесении этих различных социальных форм протекции по степени их влияния на осуществление институтами рекрутинга и карьерного роста целевой социальной функции: выявление и выдвижение наиболее подготовленных и эффективных социальных акторов на ответственные и высокооплачиваемые посты. Ответив на эти вопросы, мы сможем говорить не только о внешних различиях между формами протекции, но и об их уровне зрелости, развитости, эффективности. Так, назначение на высокие должности работников, прежде всего, по признаку личных отношений, привязанности, родственных связей, а также верности - несет в себе черты, снижающие эффективность механизмов отбора и продвижения работников, что позволяет говорить об их недостаточной социальной зрелости, развитости.

Поэтому высокая или малая вероятность применения механизма «блата» (правила назначения на должность по признаку личной привязанности и т.д.), дает возможность представить характеристики социально-исторической зрелости того или иного общества. Насколько в них развиты модерно-достиженческие черты, насколько ведущую роль играют меритократические принципы отбора и выдвижения работников, ориентированных на квалификацию, образование, личную активность выдвигаемого?

Тем самым, не только всеобщие закономерности и тенденции постигаются в ходе компаративного исследования трудоустройства и выдвижения, но также возникает возможность выявления их социально-исторической эффективности для данной социальной системы, определения социально-экономических последствий, к которым оно ведет. Это открывает путь к анализу и оценке социально-исторической зрелости, развитости той или иной формы протекции, что, в свою очередь, позволяет углубить понимание универсальных форм функционирования и развития социальных механизмов в бизнесе.

В то же время, универсалисткая традиция призвана оперировать специфическим, неповторимым в изучении явлений, «не боясь» социальной уникальности тех или иных социальных форм. И именно в этом «бесстрашии» анализа специфического и уникального состоит отличие универсалисткой методологии от «абсолютизма». В универсализме постижение всеобщих законов сочетается с пониманием специфических особенностей их реализации в том или ином обществе. Это достигается благодаря приемам сведения единичного к всеобщему, а также восхождению от конкретно- специфического к абстрактно-сущностному. В наших исследованиях в основе этих процедур лежит методология «функциональных эквивалентов» Роберта Мертона [Мертон, 2006]. Указанная методология позволяет при вынесении суждения о той или иной национально-исторической форме развития социальной организации бизнеса, учитывать, с одной стороны, культурную вариацию этой формы, а с другой стороны, вскрыть её роль, функциональное значение для решения тех или иных задач, решаемых социальной системой. Так, объединяющие нацию идеи могут быть аккумулированы в религии или идеологии; воспитание подрастающего поколения может быть осуществлено, помимо семьи, школой, церковью или молодежными организациями (например, комсомолом), трудовым коллективом. Круг различных, неповторимых по своей социальной форме, эквивалентов, выполняющих одни и те же социальные функции, достаточно широк.

Отметим еще один важный теоретико-методологический принцип компаративистики. При сравнении, сопоставлении различных социальных фактов, явлений, следует различить сущность тех или иных процессов и то, как они оформлены.

Так, применение работниками служб УЧР рациональных процедур аттестации и оценки еще не есть свидетельство, что это во всех случаях главное средство оценки кадров и их выдвижения. В одних странах (точнее, на предприятиях этих стран) это в действительности так, в других (и это показало наше исследование [Эфендиев и др., 2011]) – аттестация может оказаться формой, которая мало влияет на процессы выдвижения, в особенности на престижные, ключевые позиции. Здесь решающую роль нередко играет личная преданность, верность руководителю, родственные и другие неделовые отношения.

Или возьмем соблюдение демократических процедур голосования и избрания власти. Соблюдение процедуры может быть лишь оболочкой для существования недемократических порядков. Процедура выборов в современном мире может привести и узаконить власть как тиранов, так и подлинных демократов.

Итак, суммируем сказанное выше о методологических принципах компаративного исследования.

На начальном этапе исследования то или иное социальное явление выступает как нерасчлененное уникальное целое. Релятивизм, как правило, останавливается на этом этапе познания, сопоставляя между собой эти нерасчлененные целостности.

Условием дальнейшего движения по сути научного познания является анализ изучаемого явления как внутренне неоднородного единого, в котором синтезирована социальная функция (ее конкретным социально-историческим содержанием реализации) и вариативная несущественная для социальной функции эстетическая или культурная форма. Постигая функциональные сущности сравниваемых явлений, схватывая при всем разнообразии их содержания всеобщее, мы выявляем универсальные законы, тенденции развития этих явлений. Соотнося их друг с другом по степени эффективности, мы выявляем социальную зрелость, развитость этих социальных форм, в данном случае протекции. При этом, учитывая предельное многообразие этих социальных форм для того, чтобы вскрыть сущностное в каждой из них, перспективной становится методология «функциональных эквивалентов». Процесс постижения сущности изучаемых явлений идет тем успешнее, чем точнее, глубже разводится сущность изучаемого явления, от того как оно формально проявляется.

Отметим еще одно немаловажное обстоятельство. В современной компаративистике как рядоположенные используется два исследовательских приема: сопоставление и сравнение (в частности, в англоязычной литературе используется общее слово «comparison»). В свете вышесказанного, в русскоязычном научном дискурсе, на наш взгляд, целесообразно было бы применять понятие «сравнение» преимущественно в рамках универсалисткой методологии. Для *сравнения* двух явлений необходимо осуществление аналитической процедуры, в которой путем сведения к единой воображаемой шкале происходит выравнивание изучаемых явлений. Сравнение социально-культурных феноменов происходит посредством специальных процедур.

* Во-первых, упорядочивание изучаемых явлений друг по отношению к другу по критерию наличия (отсутствия) того или иного признака (функции),
* во-вторых, определение степени выраженности этого признака, а значит, меры эффективности в реализации конкретной социальной функции;
* в-третьих, выявление и анализ специфических форм, благодаря которым реализуется тот или иной рассматриваемый признак (функция).

Ключевой момент процедуры *сравнения* – это выравнивание объектов анализа по признаку наличия того или иного сущностного социального признака, а затем их соотнесение друг с другом по степени развитости этого признака. Нам представляется, что полноценное сравнение возможно лишь в рамках универсалистких традиций.

Что касается *сопоставления,* то в этом случае делается акцент на решении задачи выявления разнообразия, присущего различным обществам в рамках решения той или иной социальной задачи. Если *сравнение* ставит проблему глубокого анализа изучаемых явлений и постижения закономерностей их развития (а потому является атрибутом номотетического подхода), то *сопоставлени*е – это, скорее, описательная процедура, то есть атрибут идиографического (дескриптивного) подхода к социальной реальности.

*Литература*

1. Adams, Matthew; Hanna, Paul. Your past is not their present: time the other and ethnocentrism in cross cultural personality psychology. // Theory & Psychology, 22 (2). 2012.
2. Berry J.W. and Dasen P. (Eds.). Culture and cognition. London. Mithuen. 1974.
3. Berry, J.W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., & Dasen, P. R. Cross-cultural psychology: Research and applications. Cambridge: Cambridge University Press. 1992.
4. Bourdieu P. The Social Structures of the Economy. Cambridge, UK: Polity, 2005.
5. Dawson J.L.M. Theory and research in cross-cultural psychology. // Bulletin of the British Psychological Society, v. 24, p. 291-306. 1971.
6. Erwin K. Scheuch. Theoretical implications of comparative survey research: why the wheel of cross-cultural methodology keeps on being reinvented. // International Sociology, 4: p. 147-167. 1989.
7. Lin, Liang-Hung, Cultural and Organizational Antecedents of Guanxi: The Chinese Cases. // Journal of Business Ethics, Vol. 99 Issue 3, p. 441-451. 2011.
8. Mayrhofer, W., Brewster, C., and Morley, M., The Concept of Strategic European Human
9. McCrae, R.R., Terracciano A., Realo A., Allik J. Interpeting GLOBE Societal Practices Scales. // Journal of cross-cultural psychology, Volume 39, p. 805–810. 2008.
10. Migliore, Laura Ann. Relation between big five personality traits and Hofstede’s cultural dimensions Samples from the USA and India. // Cross Cultural Management. An International Journal. Vol. 18 No. 1, p. 38-54. 2011.
11. Peterson, Richard. Problems in comparative research: The example of omnivorousness // Poetics, Volume: 33, Issue: 5-6 p. 257-282. 2005.
12. Pfaff, Steven; Kiser, Edgar. Theory, history and comparative political sociology: assessing recent analyses of the making, unmaking and remaking the states. // Research in Political Sociology, Vol. 12, p. 285-310. 2003.
13. Steinmetz, Holger. Conceptual and methodological issues in comparative HRM research: The Cranet project as an example. // Human Resource Management Review. Volume: 21 Issue: 1. p. 16-26. 2011.
14. Trompenaars, Fons. National Cultures and Corporate Culture (chapter 7) // Riding the Waves of Culture, p. 152-179. 1994.
15. Uichol,Kim, Indigenous, cultural, and cross-cultural psychology: A theoretical, conceptual, and epistemological analysis. // Asian Journal of Social Psychology, Volume 3, Issue 3, p. 265–287, 2000.
16. Whiting J.W.M. Methods and problems in cross-cultural research. G. Lindzev and E Aronson (Eds.) // Handbook of social psychology, vol.2 p .693-728. 1968.
17. Бенхабиб С. Притязания культуры. Равенство и разнообразие в глобальную эру. М.: Логос, 2003.
18. Дюркгейм Э., Собрание сочинений Э. Дюркгейма // М., 1987.
19. Мертон, Роберт. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ, Хранитель, 2006.
20. Эфендиев А.Г, Балабанова Е.С. Социальная организация российского бизнеса: между клановостью и профессионализмом // X Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества (отв. ред. Е.Г. Ясин). М.: Изд. Дом ГУ–ВШЭ. Т. 2. C. 241—250. 2010.
21. Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С., Сорокин П.С. Карьера сотрудников российских бизнес-организаций как социальное явление: опыт эмпирического исследования // Мир России. Т. 20. № 4. C. 140—169. 2011.
22. Эфендиев А.Г., Ребров А.В. Деятельность служб УЧР и экономическая эффективность: эмпирическое исследование в российских компаниях // Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования: сб.науч.тр. Вып.3: в 2 ч./ Нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики», ф-т менеджмента. М.: Изд.дом Вышей школы экономики. № выпуск 3, часть 2. C. 212—232. 2011.
1. Настоящая статья является промежуточным результатом выполнения исследовательского проекта «Социальные факторы и механизмы карьерного продвижения руководителей в российских бизнес-организациях» (№ 11-04-0037), поддержанного в рамках конкурса Программы «Научный фонд ГУ-ВШЭ» «Учитель-Ученики» 2011-2012 гг. (руководитель проекта: д.ф.н., проф. А.Г. Эфендиев). [↑](#footnote-ref-1)