

М. А. Шабанова

Национальный
исследовательский
университет
«Высшая школа
экономики»

УСПЕШНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АКТОРЫ В ПРОБЛЕМНОЙ СОЦИАЛЬНО- ПРАВОВОЙ СРЕДЕ: ИННОВАЦИОННОЕ И АДАПТАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Запрос на инновации, транслируемый властью российскому бизнесу, как известно, остается без ответа в значительной степени из-за неблагоприятного институционального климата, в поддержании которого власть сама же активно участвует. Известно и то, что бизнес-сообщество постепенно *адаптируется* к проблемной социально-правовой среде. Более того, его члены улаиваются даже преуспевать в этих условиях (вопреки или благодаря им). Есть и те, кто добивается делового успеха на основе тех или иных *инновационно-рыночных* продвижений, правда, их существенно меньше. Логично предположить, что в *проблемной социально-правовой среде* именно эти — наиболее активные и продвинутые — экономические акторы чаще остальных сталкиваются с разного рода правовыми и прогнитоправными барьерами, препятствующими инновационной активности, преодолевают одни опраивления, адаптируются (конструктивно или не очень) к другим и могут выступать весьма авторитетными экспертами в этой области.

Общий замысел исследования состоит в том, чтобы, опираясь на материалы трех волн крупномасштабного мониторинга *успешных* экономических акторов, выявить особенности (ценностные, статусные, поведенческие) разных групп респондентов: успешных участников *инновационно-рыночных продвижений* и тех, кто преуспел (и преуспевает) без особых инноваций. Сравнение остроты проблем и динамики барьеров, затрудняющих деловую активность, а также инновационных установок разных групп *успешных* экономических акторов позволяет глубже оценить перспективы и условия увеличения численности инновационно активных групп.

Описание подхода и информационной базы

Для реализации замысла исследования наиболее продуктивным является *деятельностно-структурный* подход, базировавшийся на синтезе макро- и микроуровней социальной реальности [Заславская, 2004 (1983; 1995); Штомпка 1996 (1991); Archer, 1988; Mouzelis, 1991]. Рассматривая их в тесной взаимосвязи, данный подход в то же время позволяет признать за каждым уровнем (субъектами и структурами) определенную степень автономности. Действительно, никакая социально-экономическая система не может достигать цели из *любого* состояния, при *любых* (внутренних или внешних) начальных условиях и, тем более в *любой* промежуток времени. Для достижения желаемого она должна находиться в «области достижимости». Но и индивиды также обладают определенной независимостью от «структурного лабиринта», они могут отклоняться от правил, «делаю повороты» или «перелезая через стены». Так, в любом обществе есть небольшая часть людей (5–7%), обладающих предпринимательскими талантом (духом), склонных к предпринимательскому риску; есть инноваторы, которыми движет «стремление к инновациям» и т.д. В рамках данной традиции каждый уровень (макро- и микро-) анализируется в двух аспектах: в потенциальной возможности и в действительности, а вектору изменений придается вероятностный характер.

Информационная база исследования

Высококачественные и преуспевающие экономические акторы, в принципе, малодоступны для широкомаштабных эмпирических исследований. Уникальную возможность изучения этой группы дают опросы слушателей программы MBA — в нашем случае в Академии народного хозяйства при Правительстве РФ (ныне — РАНХиГС при Президенте РФ), проводившихся с 2004 г. один раз в два года (2004 г. — 1016 человек, 2006 г. — 1445, 2008 г. — 1279, 2010 г. — 1104 человек)¹. Результаты мониторинга свидетельствуют о том, что за прошедшее десятилетие весьма заметная часть относительно *молодых, образованных и преуспевающих предпринимателей* и менеджеров оформилась в авангардную социальную общность, названную *новыми поколениями* деловых людей России [Заславская, Шабанова, 2012]. Их отличает *сочетание* нескольких важных признаков, ряд ли присущее какой-то другой группе предпринимателей и менеджеров, а именно:

¹ В разные годы доля опрошенных составляла от 53 до 61% общего числа слушателей II–IV семестров обучения.

- относительная молодость (средний возраст — 34,4 года) на фоне солидного стажа работы в бизнесе (в среднем 9,8 лет);
- высокий уровень бизнес-образования и установка на его постоянное наращивание для дальнейшего делового успеха;
- довольно высокий профессионально-должностной и социально-экономический статусы (50–60% респондентов — генеральные директора, директора, их заместители, руководители филиалов и прочие топ-менеджеры, 39% — руководители подразделений, функциональные менеджеры; 55% отнесли себя к среднему слою, а 39% — к социальному слою *выше* среднего);
- важное место, отводимое *достижимым* ценностям в ядре важнейших ценностных ориентаций;
- высокая самооценка и удовлетворенность достигнутыми деловыми позициями и др.

Основные результаты

Представители нового поколения деловых людей России демонстрируют достаточно высокий *инновационно-деятельностный потенциал*. В острой проблемной институциональной среде те или иные *личные инновационно-рыночные предвзвешения* за последние два-три года имели 82% респондентов, причем в кризисные годы их доля даже увеличилась (на 9 п.п.). В частности, 60% удалось осуществить какие-либо *инновации* (одну или несколько), а 56% — добиться определенных *рыночных предвзвешений* (одного или нескольких), причем различия между занятыми в малом, среднем и крупном бизнесе по весу обозначенным позициям статистически не значимы.

В инновационном отношении группа преуспевающих экономических акторов весьма *неоднородна*. Одни из них достигают делового успеха без особых инноваций, другие, напротив, — на их основе, для одних инновации — выужденная необходимость, для других — самостоятельная ценность и т.д. В зависимости от наличия и состава инновационно-рыночных предвзвешений в последние два-три года выделено четыре типа экономических акторов, условно названных «инертными» (19%), «инноваторами» (24%), «рыночниками» (24%) и «инноваторами-рыночниками» (33%). К *инноваторам* были отнесены респонденты, которые в последние два-три года успешно реализовали следующие виды деловой активности (одну или несколько): разработку либо участие в разработке и внедрении передовых технологий; освоение или участие в освоении новых видов продукции и услуг; осуществление успешных организационных новаций; создание или участие в создании компании с нуля. А вот достигший, который имел *рыночником*, у них не было. Речь идет о существенном увеличении объема продаж и доходов компании; повыше-

нии качества, росте конкурентоспособности продукции; выходе на новые рынки, открытии новых филиалов и представительства; детализации части текущих операций и освоении норм пивилегированного бизнеса. *Инноваторы-рыночники* добились продвижений как в инновационном, так и в рыночном отпочкованиях, а *инертные* — ни в одном из них.

Способность и готовность к дальнейшему инновационно-рыночным продвижениям у представителей этих типов разная. В их инновационно-деятельностном потенциале (ИДП), отражающем как накопленный опыт инновационно-рыночной деятельности, так и незадействованные ресурсы, которые экономические акторы могли бы актуализировать при определенных условиях, наблюдаются значимые различия по одним компонентам и большее сходство — по другим. Последнее связано прежде всего со степенью актуальности *инновационных ценностных ориентаций*: различия между разными типами успешных экономических акторов по большинству позиций статистически не значимы (табл. 1). Различия начинаются на стадии *установок*.

Таблица 1. Инновационность ценностных ориентаций и установок у представителей разных типов экономических акторов, %

Ценностная ориентация/ установка	Тип акторов				Всего
	Инертные	Инноваторы	Рыночники	Инноваторы-рыночники	
Ценностные ориентации					
Самостоятельность, независимость, управление своей судьбой*	43	50	41	50	46
Постоянно учиться новому	19	20	35	30	26
Творческая самореализация, возможность работать с полной отдачей*	21	27	23	29	26
Профессионализм, высокая компетентность*	49	39	39	37	41
Установки					
Развить инновационное мышление с помощью обучения на МВА	38	44	39	55	45
Расширить сферу деятельности, открыть новые горизонты для своей фирмы	34	24	37	47	36

Окончание табл. 1

Ценностная ориентация/ установка	Тип акторов			Всего
	Инертные	Инноваторы	Рыночники	
Организовать собственный бизнес, стать партнером*	30	28	28	31
Реализовать перспективный инновационный проект	14	28	22	38
Обеспечить фирме лидерские позиции в соответствующем секторе рынка	12	24	26	34
				25

Примечание. Знак (*) здесь и далее означает, что различия статистически не значимы.

Инновационные установки, сигнализирующие о готовности экономических акторов действовать в данном направлении в ближайшие два-три года, сильнее выражены у тех, кто в тот же период уже добился тех или иных инновационных достижений (*инноваторы* и *инноваторы-рыночники*) и особенно у тех, у кого они сопровождались рыночными продвижениями (*инноваторы-рыночники*). *Инноваторы-рыночники* заметно опережают представителей других продвинутых типов как по намерениям развить инновационное мышление с помощью обучения на программах MBA, так и по тем конкретным задачам, которые они ставят перед собой на ближайшие два-три года в связи с получением диплома MBA (см. табл. 1). У «чистых» *инноваторов* в инновационных установках относительно слабо представлена «рыночная» компонента, что актуализирует выявление роли внешних ограничений на пути реализации их инновационного потенциала.

Условное структурирование ИДП каждого типа по трем составляющим — ценностям ориентации, установкам и реальным действиям, свидетельствует о том, что по мере продвижения от инертных к продвинутым типам его структура укладывается. Если у *инертных* отношение инновационно-рыночных продвижений (*действий*) к ценностям ориентации составляет 0,12 раза, у *инноваторов* и *рыночников* — 1,2 и 1,03 соответственно, то у инноваторов-рыночников оно поднимается до 2,3 раза, что означает его лучшее качество.

Почему же представители разных типов, практически не отличаясь друг от друга по инновационности *ценностных ориентаций*, начинают заметнее различаться на стадии *установок* и проявляют громадные расхождения на

стадии *действий* (в конкретных инновационно-рыночных продвижениях)? Почему даже среди преуспевающих экономических акторов только треть может похвалиться одновременно и инновационными, и рыночными продвижениями? Почему каждый четвертый добивается рыночных продвижений без каких-либо инноваций и примерно столько же делают инновации, не совершая рыночных продвижениями? Что отличает инертных и от чего в первую очередь зависит снижение их числа? Мониторинг факторов и барьеров на пути инновационно-рыночных продвижений тем более важен, что более полновыны «инертных» прилагают большее значение в успехе своих компаний *инновационному* характеру деловых стратегий (но по каким-то причинам не решаются их реализовывать), как и то, что половина *инноваторов*, уже осуществивших те или иные инновационные продвижения, не включает их в важнейшие факторы делового успеха своих компаний, что указывает на значимую роль других мотивов их инновационной активности.

Различия в уровне и характере инновационно-рыночных продвижений определяются *комплексом* факторов: наряду с ценностными важную, если не ведущую, роль играют институционально-структурные и статусные факторы. Несмотря на то что продвинутые типы акторов ведут себя во внешней среде более активно и, по-видимому, чаще сталкиваются с ее ограничениями (в том числе неправовыми), они практически не отличаются от *инертных* по остроте таких *системных* проблем, как коррупциогенность чиновников; невозможность противостоять их произволу; слабость поддержки бизнеса региональными и местными властями; незащищенность частной собственности (табл. 2). Более того, в отношении ряда позиций, также значимых для выявления долгосрочных инновационных стратегий, они проявляют относительно *меньшую* обеспокоенность, даже тогда, когда фиксируют отрицательную динамику за последние два-три года. Прием *инноваторы-рыночники* по сравнению с *инертными* делают это в среднем в 1,4 раза чаще (табл. 3). (Речь идет о нестабильности и нечеткости «правил игры», непрозрачности, несправедливости системы налогов на бизнес и несправедливости отношений власти с бизнесом и др.)

Как то, так и другое в значительной степени объясняется более высоким *человеческим* и *ресурсным* потенциалом (экономическим и социальным) продвинутых экономических акторов. До определенной степени это позволяет осуществлять им инновации *вопреки*, а не благодаря свойствам среды (инновации как самостоятельные ценности, «как страсти» или «пррациональный вкус к жизни», по М. Прохорову), успешнее разрешать возникающие проблемы, в том числе и в неправовом поле.

Таблица 2.

Оценка представителями разных типов экономических акторов остроты отдельных проблем в отношении бизнеса с властью, % оценивших остроту проблемы как сильную или очень сильную

Проблема	Тип акторов				Всего
	Инертные	Инноваторы	Рыночники	Инноваторы рыночники	
Общезначимые проблемы					
Коррупцированность чиновников*	62	56	61	60	59
Невозможность противостоять проивову чиновников	50	46	47	45	47
Непрозрачность, нечеткость правил игры*	55	49	46	48	49
Слабость поддержки бизнеса региональными и местными властями	47	38	50	41	43
Незащищенность частной собственности	31	34	43	39	37
Проблемы, наше волнующие инертных					
Нестабильность «правил игры»	63	50	44	54	52
Несправедливость системы налогов на бизнес	57	41	40	48	45
Несправедливость отношения власти с бизнесом*	48	33	38	39	38
Сложные условия выхода бизнеса «из тени»	47	31	35	33	34
Проблемы, наше волнующие продвинутых					
Недостаточное влияние бизнеса на принимаемые законы	28	42	48	47	42
Слабость защиты бизнеса правоохранительными органами	23	45	34	42	38
Высокая экономическая преступность	19	33	26	33	27

246

Таблица 3.

Оценка характера изменений «правил игры» властей с бизнесом в сфере деятельности разных типов экономических акторов, %

Правила игры	Разность между ответами «лучше» и «хуже»				
	Инертные	Инноваторы	Рыночники	Инноваторы рыночники	Всего
Условия выхода бизнеса «из тени»	-17	-3	-8	-6	-7
Система налогов на бизнес	-26	-9	-13	-22	-18
Преодоление экономической преступности	-5	-12	-1	-6	-6
Прозрачность, четкость и ясность правил игры	-4	-19	-11	-21	-17
Стабильность «правил игры»	-10	-9	-10	-23	-15
Справедливость отношений власти с бизнесом	-17	-13	-9	-20	-14
Защита бизнеса правоохранительными органами	-5	-14	-13	-18	-14
Защищенность частной собственности от оговаривания, национализации	-22	-11	-9	-11	-13
Возможность избежать проивовла чиновников	-11	-16	-16	-31	-20
Преодоление коррупцированности гос. аппарата	-16	-23	-21	-27	-23

Уровень и характер инновационно-рыночных продвижений находится в сильной зависимости от профессионально-делового номинала (ПДП) экономических акторов. Этот обобщенный показатель складывается из двух номиналов: *ресурсного* (стаж работы в бизнесе более восьми лет; стаж работы в фирме более четырех лет; высокая самооценка качества полученного высшего образования; а также заметное повышение квалификации в последние пять лет) и *статусного* (собственность или соучастие фирмой, должность не ниже зам. директора, наличие более 20 подчиненных, а также занятость в

247

крупном или транснациональном бизнесе)³. *Инноваторы* существенно уступают *инноваторам-рыночникам* по доле лиц с высоким ПДП (41% против 22%), что препятствует рыночным продвижениям их инноваций (табл. 4). Отличительная черта *инертных* — повышенная доля лиц со стажем в бизнесе до пяти лет (33% против 14–26% в продвинутых типах), *инноваторы* чаще «обнаруживают себя» при стаже в бизнесе шесть–десять лет, а представители двух рыночных типов — при стаже более 11 лет (по 36% против 23 и 27% у *инертных* и *рыночников* соответственно). Важную роль играют и ресурсы статусных позиций: доля топов среди *инертных* — 38%, *инноваторов* — 43, *рыночников* — 51, а у *инноваторов-рыночников* она максимальна — 60%. Таким образом, с ростом ПДП и самостоятельности в принятии управленческих решений представители нового поколения деловых людей стремятся делать те или иные инновационно-рыночные продвижения, в том числе и в неблагоприятной институциональной среде.

Таблица 4. Соответствие инновационно-рыночных продвижений и профессионально-делового потенциала экономических акторов, %

Экономические акторы	Тип акторов			Все
	Инертные	Инноваторы	Рыночники	
			Инноваторы-рыночники	
	в % к типам по инновационно-рыночным продвижениям			
Начинающие	43	36	35	25
Продвинутые	43	42	37	34
Профессионалы	14	22	28	41
Все	100	100	100	100
	в % к типам по профессионально-деловому потенциалу			
Начинающие	25	25	25	25
Продвинутые	22	26	23	29
Профессионалы	10	18	23	49
Все	19	24	24	33

³ За каждое из названных достижений респонденту начисляется один балл. Формально профессионально-деловой потенциал может приниматься значения от 0 до 8, но в нашем случае он изменяется от 0 до 6. По этому показателю выделены три типа экономических акторов: *начинающие* (0–2 балла), *продвинутые* (3–4 балла) и *профессионалы* (5–6 баллов) [Заславская, 2012].

Среди значимых факторов, влияющих на уровень и характер инновационно-рыночных продвижений следует выделить занятость в секторе высоких технологий (независимо от отрасли): у чистых рыночников она наименьшая (10%), а у инноваторов-рыночников — наибольшая (28%). Значима зависимость и от текущего экономического положения компании: инноваторы-рыночники существенно обгоняют других (и особенно инертных) по прочности рыночных позиций. Там больше всего «лидеров» (34% против 22–27%) и меньше «средняков» (30% против 41–53%).

Имея более высокий статусный и ресурсный потенциал, включая стаж в бизнесе, продвинутые типы обладают и более высоким *социальным капиталом*, включая неформальные социальные связи в важные факторы успеха своих компаний. Причем «продвинутые» значимо опережают «инертных» по роли *неформальных* связей руководителей с *чиновниками* (55–62% против 44%), что косвенно указывает на широкое присутствие чинowników в экономической сфере, важности (вынужденной необходимости) взаимодействий с ними в ходе инновационно-рыночных продвижений бизнеса. Важное отличие *инноваторов* — лидерство по доле лиц, приходящих *одинаково* сильное значение в деловом успехе компании как вергикальным, так и горизонтальным *неформальным* связям (50% против 38–41% в других типах).

Другое важное отличие продвинутых типов касается качества *горизонтальных* неформальных связей. В принципе по той роли, которая им отводится в деловом успехе компаний, различия между представителями разных типов преуспевающих экономических акторов статистически не значимы (эта роль повсеместно велика: 59–67%). Но *качество* неформальных связей в разных типах разное. Так, у продвинутых они чаще, чем у инертных, подкрепляются строгостью соблюдения этических норм (40–44% против 27%), а у инертных — умелым обходом неудобных правовых норм (39% против 17–25% у продвинутых).

В *проблемной* социально-правовой среде *качество* неформальных связей скорее торжует, чем способствует выстраиванию и реализации инновационно-рыночных деловых стратегий, особенно долгосрочных. Это связано как с широким погружением бизнеса в неправовые практики, так и с проигранной волем чинowników, низким уровнем доверия бизнеса к власти, умеренным уровнем взаимопомощи и доверия внутри делового сообщества, а также со строгостью соблюдения этических норм и др.

На инновационные виды деловой активности чаще решаются те, кто, несмотря на проблемные в правовом отношении условия, несплайливые и непрозрачные правила игры, свободно в них ориентируется и сумел так к ним приспособиться, что обычно находит выход из достаточно сложных ситуаций. Не случайно наибольший уровень адаптации наблюдается у *инно-*

важных типов — инноваторов-рыночников и инноваторов (по 38% против по 28% у рыночников и инертных). В то же время доля *неадаптированных* наибольшая именно у инноваторов: она в 2,3 раза выше, чем у инноваторов-рыночников (16% против 7%).

Однако адаптационный потенциал представителей продвинутых типов, связанный с постепенным наращиванием их человеческого и социального капиталов для преуспевания в проблемной социально-правовой среде, разумеется, не беспределен. Осваивая инновационно-рыночное пространство, они чаще инертных выражают озабоченность остротой таких проблем, как слабость защиты бизнеса правоохранительными органами, высокая экономическая преступность, недостаточное влияние бизнеса на принимаемые законы (см. табл. 2). Проблемная институционально-правовая среда сдерживает реализацию инновационных ценностей ориентаций и установок у одной части преуспевающих экономических акторов и серьезно тормозит реализацию ИПП — у другой. Она ухудшает качество неформальных связей и прогрессивных спонтанных изменений в социальной организации российского бизнеса, которые могли бы серьезно содействовать росту инновационной активности продвинутой части делового сообщества.

Литература

- Заславская Т.И., Шабанова М.А. Успешные экономические акторы как потенциальная модернизационная общность. *Статьи I. Социальные особенности и взаимодействия в проблемной институциональной среде // Общественные науки и современность*. 2012. № 4. С. 5–23.
- Заславская Т.И. Современное российское общество: социальный механизм трансформации. М., 2004.
- Штомпка П. Социология социальных изменений. М., 1996.
- Acker M.S. Culture and Agency. Cambridge, 1988.
- Mauzels N.P. Back to Sociological Theory: The Constructions of Social Order. N.Y., 1991.

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ УЧАСТИИ ВСЕМИРНОГО БАНКА
И МЕЖДУНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДА

УДК 330.101.5(063)
ББК 65.012
Ч-54

XIV АПРЕЛЬСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ПРОБЛЕМАМ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА

В четырех книгах

Ответственный редактор
Е. Г. Ясин

4



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва, 2014

*Идеи и выводы авторов не обязательно отражают
позиции принимаемых или организаций*

ISBN 978-5-7598-1122-0 (кн. 4)
ISBN 978-5-7598-1118-3

© Оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2014

А.П. Хомякова

Экопоселения в России: проблемы и перспективы развития 229

М.А. Шабанова

Успешные экономические акторы в проблемной социально-правовой среде: инновационное и адаптационное поведение 240

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Ph. Vouglillon

Financialization and the Linkages between Cultural Industries and Communication Industries 253

R. Diem

Online Research for Electronic Media 261

J. Grimm, Ch. Gill

Holocaust Reception and National Identity: Results of a Media Effects Study in Russia 270

Д.А. Волгов

Социальный портрет участников и лидеров движения «За честные выборы» 289

С.Г. Давылов

«Открытое мнение»: опыт совместных экспертных исследований 298

А.Г. Качкаева, И.В. Кирия, С.Г. Давылов, А.А. Новикова

Освещение деятельности власти и оппозиции ведущими российскими телеканалами в период думских и президентских выборов 2011–2012 гг. 305

И.В. Кирия, А.А. Новикова

Депрессивное медиапотребление 317

Е.В. Лукшаевич, А.Г. Сидорова

Оценка эффективности коммуникации органов государственной власти Алтайского края с населением: стратегии и технологии 338

С.А. Шохова

Традиции смеховой культуры в лонгтах российского митинга 347

5

ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В АНАЛИЗЕ СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

N.A. Abramova, S.V. Kovtuga, R.U. Portsev, T.A. Teliyeva

On the Problem of Human-Induced Risks and Verification of Models of Social and Economic Systems 357

А.Р. Бахтиязи, Е.Д. Сушко

Использование агент-ориентированных моделей и геонформационных систем для задач муниципального управления 367

С.А. Варганов, А.А. Васин

О свойствах и устойчивости равновесий в модели электрального поведения избирателей 373

А.Н. Вязгунов, А.А. Глогов

Сравнительный анализ фондового рынка России и стран БРИК на основе модели графа рынка 382

А.А. Качегурев, М.В. Вайльн, П.М. Парлаос, Б.И. Гольденгорин

Анализ финансовых рынков средствами модели *o-r*-медиа 394

Е.Д. Сушко

Модель предприятия и ее взаимодействие с моделью работника в мультиагентной модели региона 403

Д.С. Шмерлинг, Е.И. Кожуховская, П.О. Рыланская

Возможности многоуровневых моделей политико-стратегического планирования 411

Е.А. Юрескул

Влияние внешних условий при измерении эффективности государства методом *Data Envelopment Analysis* 421

ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ВШЭ

Ю.А. Веселова

Сложность порядковых правил коллективного выбора 431

В.В. Дамье

Экологическое движение в ФРГ и политическая власть: от гражданских инициатив к партии «зеленых» 439

Р.У. Камалова, Ф.Т. Алексеров, М. Холлер

Распределение влияния в рейхстаге Веймарской Германии в 1919–1933 гг. 449

6