

DOI: 10.12731/2218-7405-2014-8-10

УДК 316.342

ЭТНИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО ЛАТИНОАМЕРИКАНЦЕВ КАК СТРАТЕГИЯ АДАПТАЦИИ В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕЙСЯ РОССИИ

Дерюгин П.П., Самарина Е.Л.

Цель работы. Теоретико-методологическое обоснование системной модели этнического предпринимательства латиноамериканцев как адаптационной стратегии в условиях трансформирующегося российского общества и характеристика ее основных подсистем и элементов.

Результаты работы. Разработанная модель системно описывает этническое предпринимательство как адаптационную стратегию в трансформирующемся обществе, даются основные характеристики взаимосвязей ее базовых подсистем: субъекта – этнических предпринимателей-латиноамериканцев, объекта – трансформирующегося российского общества и подсистемы взаимозависимых отношений.

Область применения результатов. Результаты могут использоваться для дальнейших теоретических разработок проблем стратегий адаптации и оценки успешности адаптации этнических предпринимателей, а также для социального управления развитием этнического предпринимательства.

Выводы. Этническое предпринимательство латиноамериканцев как стратегия адаптации в трансформирующемся обществе формируется из совокупности целей и планов этнических предпринимателей, а также многочисленных практик их социального взаимодействия с российской стороной, т.е. это долгосрочная программа приспособления стереотипов этнического самосознания этнических предпринимателей, их традиционных ценностей и форм поведения на основе изучения, реконструкции и трансформации социально-экономических условий принимающего российского общества и реализация в этих условиях своих уникальных (этнических) особенностей и преимуществ, с целью извлечения прибыли и ассимиляции в российском обществе.

Этническое предпринимательство латиноамериканцев как адаптационная стратегия может реализовываться самостоятельно или в комбинациях с другими стратегиями, что позволяет говорить о траекториях адаптации. Социальная адаптация эт-

нических предпринимателей выступает одновременно как цель, процесс, состояние и результат их приспособления к новой социальной среде.

Ключевые слова: *этническое предпринимательство; адаптационные стратегии; подсистемы и элементы адаптационных стратегий; виды и типы адаптационных стратегий; формы адаптационного поведения этнических предпринимателей; позитивные и негативные последствия адаптации.*

ETHNIC ENTREPRENEURSHIP AS AN ADAPTATION STRATEGY IN TRANSFORMING RUSSIA (SYSTEM MODELING)

Derjugin P.P., Samarina E.L.

Purpose. *Looks at the theoretical and methodological reasons for modeling a system of ethnic entrepreneurship as a strategy of adaptation. Specifically addresses its main elements and subsystems in Russian transforming society.*

Findings. *Principally concludes the following: the designed model describes adaptation strategy of ethnic entrepreneurs as a system and specifies interactions of its main subsystems: ethnic entrepreneurs, transforming Russian society and a system of interconnected relationships.*

Practical implications. *The designed model introduces the way of assessing success of ethnic entrepreneurs' adaptation and of social management of ethnic entrepreneurship.*

Conclusions. *Ethnic entrepreneurship as an adaptation strategy in the transforming society consists of the combination of ethnic entrepreneurs' aims and plans and of diverse practices of their social interactions with the Russian society. Therefore, it is a long-term program of adjustment of ethnic entrepreneurs' ethnic self-consciousness stereotypes, their traditional values and behavior patterns through studying, reconstructing and transforming socio-economic conditions of the host Russian society and implementing their unique (ethnic) features and advantages with the purpose of gaining some profit and assimilating in the Russian society.*

Latin Americans' ethnic entrepreneurship as an adaptation strategy can function both individually or in combination with other types of strategies and therefore can form adaptation trajectories. Social adaptation of ethnic entrepreneurs is a goal, process, state and the result of their adjustment to another social environment.

Keywords: *ethnic entrepreneurship; adaptation strategies; subsystems and adaptation strategies elements; types of adaptation strategies; forms of adaptation behavior of ethnic entrepreneurs; positive and negative consequences of adaptation.*

Введение

Социологическое исследование этнического предпринимательства как особой адаптационной стратегии в XXI веке приобретает большое значение, поскольку в условиях глобализации происходит интенсивное переселение людей, которые используют любые возможности приспособиться к новым условиям обстановки. Этническое предпринимательство становится специфической адаптационной стратегией переселенцев, мигрантов, беженцев, нелегалов и др., результаты которой существенно сказываются на трансформациях социальной структуры российского общества, развитии его социальных институтов и интенсификации социальных процессов. Этническое предпринимательство как адаптационная стратегия складывается на стыке социально-экономических и социально-психологических интересов, этнических и национальных культур, что предполагает системный социологический анализ этого явления.

Этническое предпринимательство латиноамериканцев может способствовать развитию инновационных возможностей российского общества, освоению новых резервов роста страны и диверсификации ее экономики, а также формировать существенные трудности и препятствия этого развития. О практической важности использования трудового потенциала переселенцев говорится в документах, определяющих стратегию развития России на ближайшие и среднесрочные перспективы. Содействие успешной адаптации переезжающим является одной из целей государственной национальной политики Российской Федерации. Основные положения программы предполагают создание социальных, экономических и правовых условий для успешной профессиональной и культурной адаптации переселенцев и мигрантов, их интеграции в российских организациях и предприятиях. Следовательно теоретико-методологическое обоснование решения этой задачи выступает как актуальная научная проблема.

Постановка исследовательской проблемы

1. Исследования этнического предпринимательства осуществляются все более активно, однако фрагментарно. Системное моделирование этнического предпринимательства как адаптационной стратегии становится возможным благодаря накопленному массиву исследований этого сложного феномена, как в социологической, так и в научной литературе сопредельных дисциплин.

2. Системная модель адаптации этнического предпринимательства позволяет преодолевать разрыв между теоретическими и эмпирическими исследованиями: на теоретическом уровне появляется возможность формулировать сущностные и содержательные характеристики этого явления, а на уровне эмпирических исследований – разрабатывать качественные и количественные показатели и индикаторы адаптации, а также исследовать их как взаимозависимые.

Материалы и методы

Использован теоретико-методологический анализ литературы по обозначенной проблеме, который раскрывает идеи системного моделирования адаптации, представленные в социологии адаптации (Л.В. Корель), в концепции социальной адаптации (А.В. Петровский), в теории этнического предпринимательства (В.И. Мукомель) и миграции (Л.Л. Рыбаковский), в теории жизненных стратегий (Г.А. Чередниченко, М.Н. Руткович). Используются значительные материалы по настоящей проблематике, которые накоплены в теории социологии организации, социологии личности, теоретических разработках социально-экономической и культурной адаптации.

Системное моделирование как методология исследования, во-первых, создает возможность анализа и объединения концепций, в основе которых лежат идеи структурного функционализма, т.е. осуществлять исследование этнического предпринимательства как адаптационной стратегии на основе принципов полипарадигмальности (Т.М. Симонова). Во-вторых, в структурном функционализме, как в одной из основных концепций, на базе которой осуществляется системный подход, собственно проблеме адаптации уделено значимое место. Здесь сформулированы принципы и положения о сущности и моделях этого всеобъемлющего и сложного процесса, которые могут быть применены для исследования этнического предпринимательства в социологии. В-третьих, такой методологический подход дает возможность максимально широко охватывать разработанные в теории элементы, на основе которых осуществляется исследование социальной адаптации.

Перспектива системного моделирования этнического предпринимательства как адаптационной стратегии рассматривается нами как возможность формирования обобщающего интегрально-междисциплинарного подхода.

Настоящая работа выполнена в рамках диссертационного исследования на тему: «Этническое предпринимательство латиноамериканцев как стратегия адаптации в современной России» по специальности 22.00.04. – Социальная структура, институты и процессы.

Описание результатов исследования

Предложен теоретико-методологический вариант модели этнического предпринимательства латиноамериканцев как адаптационной стратегии в трансформирующемся российском обществе, разработанный на основе системного подхода. Эта модель отличается от других системным описанием этнического предпринимательства как адаптационной стратегии, раскрытием и характеристикой взаимосвязей ее основных подсистем: субъекта – этнические предприниматели, объекта – принимающее сообщество и сложных взаимозависимых отношений между ними. Показано, что этническое предпринимательство латиноамериканцев как стратегия приспособления может по-разному осуществляться и иметь различные последствия как позитивного, так и негативного порядка. Результаты исследования могут использоваться для теоретических, эмпирических и прикладных социологических исследований этнического предпринимательства и оценки успешности адаптации этнических предпринимателей, а также для социального управления развитием этнического предпринимательства.

Содержание исследования

По мнению Парсонса, «любое социальное явление должно быть приспособлено к среде» [10, с. 13], при этом главной характеристикой адаптации личности, группы, общества он видел экономическую составляющую. Парсонс научно обосновал и предсказал усиление значения и роли исследования адаптационных процессов в перспективе глобализирующегося общества. Его прогнозы сбываются, следовательно, разработка проблемы этнического предпринимательства как адаптационной стратегии является продолжением и развитием его идей.

Моделирование адаптации как объекта исследования в социологии предполагает раскрытие и характеристику следующих основных структурных элементов этого явления: сущности, цели и результатов социальной адаптации; стадий адаптационного процесса; форм адаптационных моделей поведения; видов и типов стратегий адаптации; взаимосвязи социальной адаптации с культурными и этническими процессами, а также некоторых других аспектов.

Следует сразу подчеркнуть, что базовыми подсистемами исследуемой системы выступают этнические предприниматели, трансформирующееся принимающее сообщество, а также многогранные взаимодействия между этническими предпринимателями и принимающим сообществом, которые обеспечивают, или, напротив, противодействуют их взаимному приспособлению.

Субъектами этнического предпринимательства могут выступать как отдельные личности, так и группы, организации и сообщества. Сюда относятся мигранты (они составляют основную массу этнических предпринимателей), изгнанники, беженцы, переезжающие из стран

ближнего и дальнего зарубежья, и другие, кто по этническим признакам не относится к этносу, проживающему на принимающей стороне. Другим важным признаком этнического предпринимательства выступает занятие предпринимательской деятельностью, т.е. такой деятельностью, которая приносит доход, на основе собственной инициативы и предприимчивости. Это может быть фриланс, нелегальное/полулегальное/легальное предпринимательство, законная или противоправная деятельность.

По данным результатов исследований В.В. Радаева и Т.М. Безбородовой, традиционными нишами этнического предпринимательства являются: поставка, производство и реализация этнических потребительских товаров для внутренних нужд общин и для коренного населения; предложение «экзотики» на местном рынке; удовлетворение местных потребностей в разного рода услугах, необходимых самим мигрантам; заполнение слабозащищенных и неустойчивых рынков, а также занятость в непрестижных сферах экономики, оставляемых коренными жителями достаточно охотно (сезонные и вынужденные мигранты-предприниматели). В последнее время сектора занятости этнических предпринимателей постоянно расширяются.

В системной модели этнического предпринимательства как стратегии адаптации важным элементом выступает анализ причин, побуждающих к переезду, которые могут исследоваться как *объективные* (стимулы) и как *субъективные* (мотивы), обстоятельства и факторы, воздействие которых побуждает к предпринимательской деятельности на новых местах проживания [13, 14, 16]. Один из распространенных вариантов, принятых в современной зарубежной социологической литературе, состоит в выделении двух основных видов стимулирующих факторов начала предпринимательства эмигрантами: негативные (push factors) и позитивные (pull factors) [17]. Как показывают результаты исследования в процессах передвижения этнических предпринимателей негативные (преимущественно правовые и экономические) факторы являются основными.

Кроме этого, в российской научной традиции принята классификация факторов предпринимательской деятельности этнических предпринимателей-мигрантов, где выделяется три основные группы объективных факторов переезда [12]. Первая группа – постоянно действующие, неуправляемые факторы (природные условия в стране и ее географическое положение, климатические условия, процессы урбанизации крупных городов и пр.). Вторая группа – временные факторы, которые могут регулироваться косвенным воздействием: демографический состав населения и уровень освоенности территории. Третья группа – регулируемые переменные факторы: увеличение заработной платы, наличие определенных льгот, особенности национальной или кадровой политики.

Помимо перечисленных выше объективных факторов, способствующих или препятствующих началу этнического предпринимательства латиноамериканцев, большое влияние на принятие решения о начале такой деятельности оказывают субъективные факторы, проявляющиеся как мотивы переезда и предпринимательства:

1. Индивидуально-психологические особенности, человеческий и социальный капитал отдельных субъектов, которые влияют на мотивацию к переезду в другую страну для занятия предпринимательством (А. Портес, П. Фернандес-Келли и У.Халлер [15]).
2. Индивидуальный культурный уровень потенциальных мигрантов-предпринимателей.
3. Субъективная оценка этническими предпринимателями престижа принимающей страны на мировой арене и возможностей открытия и ведения предпринимательской деятельности.
4. Гендерные аспекты принятия решения о предпринимательстве.

Важным элементом модели адаптационных стратегий латиноамериканцев выступает диаспора и ближайшее окружение, к которым принадлежат этнические предприниматели («буферная среда» или «прослойка»). Диаспора может облегчить связи этнических предпринимателей и титульного общества, с другой стороны, тормозить их интеграцию со страной – реципиентом. Российский исследователь В.И. Дятлов [3, с. 16], делает вывод: диаспоры обладают целым рядом важнейших признаков, среди которых всесторонняя поддержка своих соотечественников является центральным моментом этнической диаспоризации переселенцев, включая экономическое и социальное стимулирование предпринимательских инициатив. Однако существует другая позиция среди российских ученых, когда этничность не принимается в качестве фактора, влияющего на модели поведения предпринимателей (В.М. Воронков, О.Е. Бредникова, О.В. Паченков).

Таким образом, очевидно, что подсистема субъектов этнического предпринимательства латиноамериканцев является активной подсистемой в формировании адаптационной стратегии, она состоит из множества структурных элементов, находящихся в самых различных отношениях и связях друг с другом. Объединяющим началом этой подсистемы выступает стремление реализовать этнический потенциал в виде предпринимательской деятельности, и таким образом обеспечить свое приспособление (выживание) в инородной социально-экономической среде.

Другой подсистемой системной модели этнического предпринимательства латиноамериканцев как адаптационной стратегии является принимающая сторона – трансформирующе-

еся российское общество, в которой выделяются такие важные элементы как государственная политика и законы в отношении этнического предпринимательства: [9, с. 329]; отношение к этническим предпринимателям со стороны коренного населения (здесь важную роль играют общественное мнение, традиции, социальное восприятие этнических мигрантов); отношение местных предпринимателей к этническим предпринимателям (конкуренция, передел рынков, расширение и использование ресурсов, борьба за потребителей товаров и услуг и пр.); отношение муниципальных органов управления (лоббирование, коррупция, внимание-невнимание).

Самой важной подсистемой с точки зрения социологического анализа в системной модели этнического предпринимательства латиноамериканцев выступают взаимные отношения между этническими предпринимателями и принимающей стороной (прямые и обратные связи), исследование которых в наибольшей степени зависит от понимания сущности процесса адаптации.

Сущность адаптационной стратегии трактуется многообразно. По утверждению специалиста по социологии адаптации Л.В. Корель, насчитывается около 30 определений адаптации [5, с. 36]. Перечислим базовые основания этих определений: «уравновешивание» (Т. Парсонс, Л. Фестингер), «гомеостаз» (Р.Ю. Ильюченко, М.А. Шабанова), «динамическое равновесие» (К. Левин), «приспособительная эволюция» и «развитие» (Ю.А. Карпова, Г.И. Царегородцев), «соответствие со средой», «статическое равновесие», «гармоничные отношения», «процесс необходимых изменений», «принятие и исполнение», «видоизменение» (А.А. Крупенин), «включение» (Т.Л. Кончанин, И.А. Милославова), «статус-кво», «приведение в соответствие», «оптимальное соотношение» (Н.Ф. Наумова), «удовлетворенность» (Д. МакКлелланд, Й.А. Коэн), «функция развития» (П.С. Кузнецов). Как видно, во-первых, этническое предпринимательство как адаптационная стратегия может одновременно выступать как цель («удовлетворенность»), как средство («принятие и исполнение»), как процесс («процесс необходимых изменений») и как результат (здесь больше всего: «гомеостаз», «включение», «соответствие со средой» и др.) приспособления предпринимателей к инородной среде. Во-вторых, адаптация – это совокупность самых разнообразных социальных практик, в результате чего происходит приспособление группы или отдельной личности к новой среде.

Важно подчеркнуть, что этническое предпринимательство как адаптационная стратегия – это не только многообразные, но и всегда взаимозависимые отношения («взаимодействие» И.С. Дискин, Т. Дорохина), прямые и обратные связи, которые могут развиваться по-разному, что определяет вид адаптационных стратегий. Прежде всего, следует отметить, что адаптация этнических предпринимателей может рассматриваться как процесс, который развивается по

двум полярным направленностям: *релевантно или конфликтно*. Смысл релевантной направленности заключается в гипотетическом предположении, что обе стороны адаптационного процесса идут навстречу друг другу, рефлексиируют и эволюционируют, выстраивая для этого все необходимые социальные и иные условия, «интегрируются» – «когда адаптивная и адаптирующая активности индивида или группы по отношению к окружающей среде происходят одновременно» [7, с. 6]. (рис. 1).

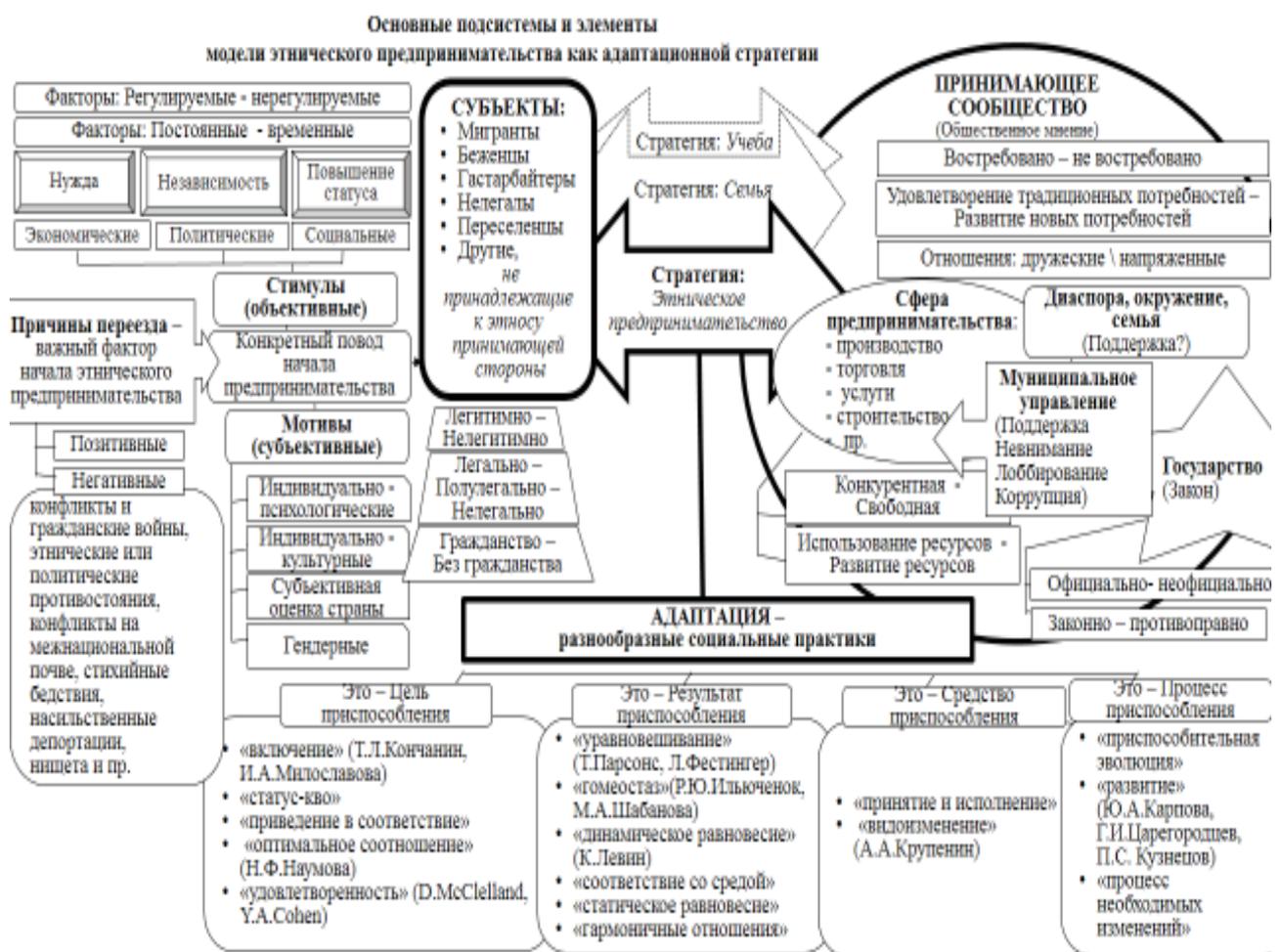


Рис. 1. Основные подсистемы и элементы модели этнического предпринимательства как адаптационной стратегии

Сторонники концепции адаптационного конфликта – В.И. Жуков, А.В. Дмитриев, Г.А. Пядухов и другие, напротив, рассматривают адаптацию как противопоставление целей и интересов: «... необходимо рассматривать общество не как постоянно гладко функционирующую си-

стему, а как систему, занимающую особое место в пределах неизбежных притязаний групп, сопровождающихся перемириями и столкновениями» [2, с. 11]. Среди адаптационных процессов этнического предпринимательства, вызывающих социальную напряженность, они выделяют ряд существенных негативных последствий адаптации. Авторы подчеркивают, что проблемы, связанные с процессами этнического предпринимательства, становятся все актуальнее, и все острее встает вопрос о прогнозировании отрицательных тенденций развития данного явления. *Релевантность или конфликтность* определяют вид адаптационной стратегии этнических предпринимателей. Действительно, успешность адаптации всегда зависит от того, насколько субъекты процесса адаптации готовы создавать (или не создавать) самые лучшие условия приспособления друг к другу.

Другие основания к определению видов стратегий адаптации в социологической литературе представлены концепцией, согласно которой их следует рассматривать: как *рациональные* (А.Г. Асмолов, М. Вебер, П. Линдсей, Д. Норман, В.А. Петровский), и как *иррациональные*. Преимущество исследователями отдается рациональным способам адаптации. Рациональный характер адаптационных стратегий наиболее отчетливо выражается в четырех основных моментах ее реализации: 1) целеполагание; 2) планирование; 3) осознанный и осмысленный характер; 4) ценности и мотивация. Так Л.В. Корель определяет адаптационную стратегию как план действий, ведущий к поставленной цели. «Стратегия адаптивная», – указывает автор, – «общий план действий, предпринимаемый адаптантом с целью приспособления к изменившимся условиям; подразумевает осознанный и осмысленный процесс приспособления» [5, с. 406]. Похожую позицию высказывают И. Кузнецов и В. Мукомель [6]. Иррациональная основа стратегии адаптации этнических предпринимателей – мигрантов заключается в подражании, копировании чьего-то опыта успешной адаптации, а также в «реализации адаптационного потенциала путем оптимального использования всех доступных ресурсов с целью достижения искомого приспособительного эффекта» [11, с. 132].

Еще три вида адаптационных стратегий этнических предпринимателей могут определяться как разнонаправленные отношения предпринимателей с различными объектами взаимодействия (среда, средства или функции). Эти виды адаптационных стратегий являются инструментальными, и по отношению к показанным выше стратегиям, они являются соподчиненными:

- а. *стратегии адаптации по оси изменений «предприниматель-среда»*: в результате предпринимательской деятельности предприниматель подчиняет среду – формирует в ней новые потребности, вкусы, интересы или модифицирует свою предпринимательскую деятельность под потребности, вкусы и интересы принимающей стороны;

б. *стратегии адаптации по оси «средства-возможности (шанс)»*: предпринимателю либо удастся приспособить наличествующие средства к новым условиям, либо использовать эти средства в предполагаемых или действительных возможностях, используя свой шанс, нишу, удачу, которые есть данный момент;

в. *стратегии адаптации по оси «функция-форма»*: любая форма адаптации предполагает «сдвиг в функции или формы», т.е. приспособление только в том случае может считаться успешным, если в результате адаптации не нарушится существование системы. Для этого должен произойти «сдвиг» функций адаптирующегося объекта, или измениться форма его деятельности. Этническое предпринимательство само по себе является по форме «сдвигом», поскольку этническое предпринимательство всегда реализуется в новой для себя форме.

Таким образом, адаптация этнического предпринимательства может приобретать разнообразные виды, в основании которых могут лежать:

- а) характер отношений с принимающей средой по содержанию отношений поддержки или конфронтации (*релевантная/конфликтная адаптация*);
- б) степень рациональности (*рациональная/иррациональная адаптация*);
- в) степень автократизма, подчинения, освоения (*предприниматель развивает или подчиняет среду/предприниматель удовлетворяет интересы среды*);
- г) средства – возможности (шанс) (*адаптация через поиск средств/ адаптация через поиск шансов для предпринимательства с имеющимися средствами*);
- д) сдвиг в функции или формы (*адаптация через изменение функций /адаптация через изменение формы деятельности*).

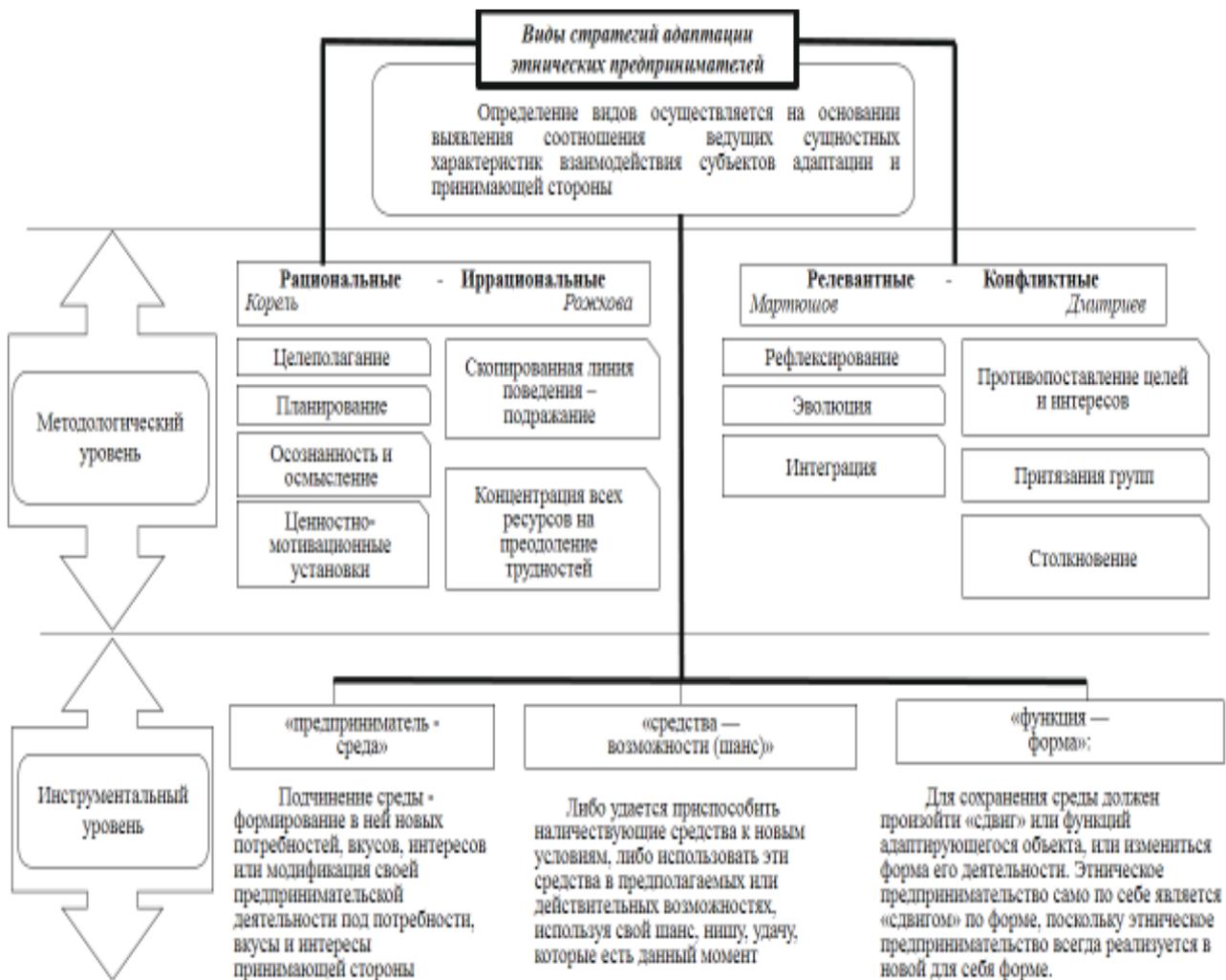


Рис. 2. Виды стратегий адаптации этнических предпринимателей

Для социологического исследования стратегий адаптации одним из основных параметров выступает анализ **результатов и последствий этнического предпринимательства**, которые проявляются во всех подсистемах общества (социальной, политической, экономической, духовной) (рис. 3).

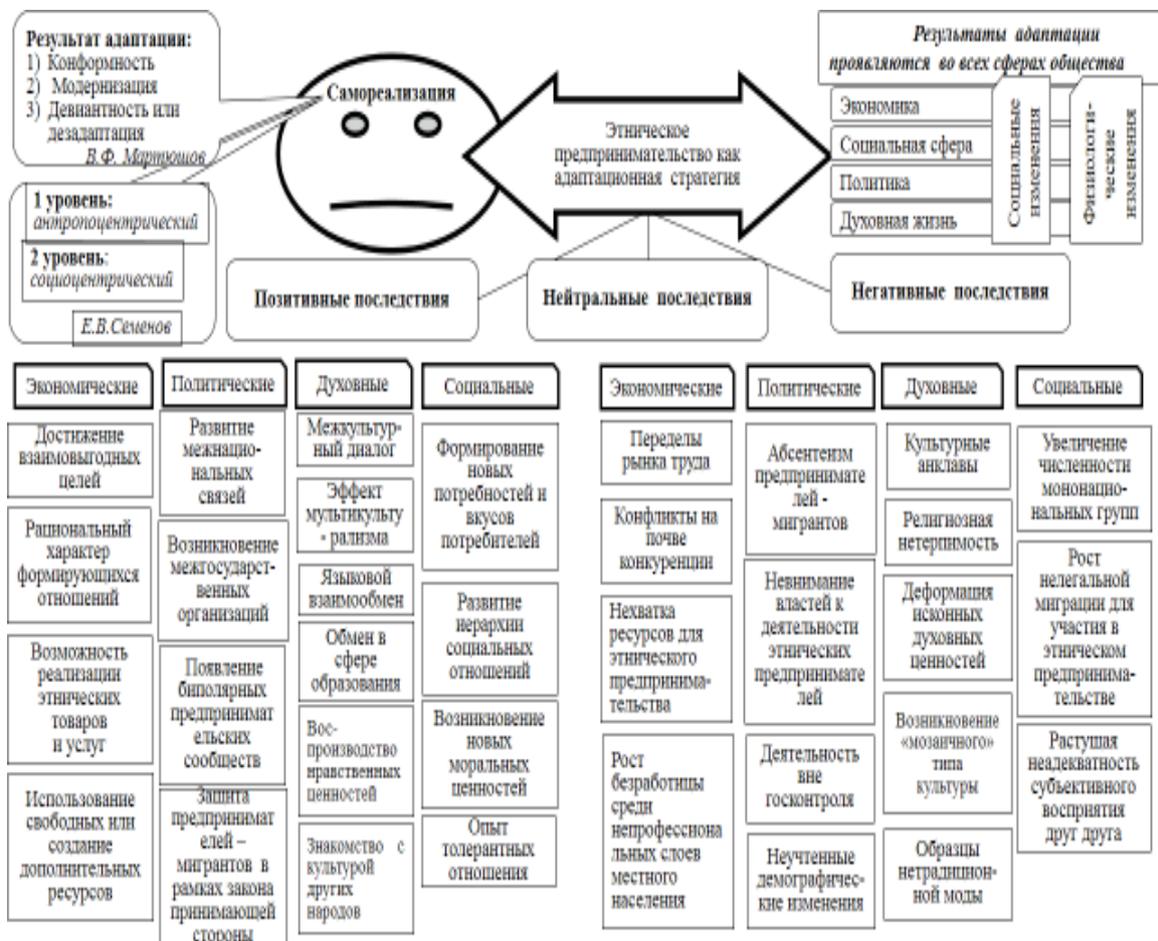


Рис. 3. Оценка последствий адаптации этнического предпринимательства

Системный подход к исследованию этнического предпринимательства как адаптационной стратегии латиноамериканцев позволяет оценивать результаты адаптации с двух позиций. Во-первых, становится возможным их изучение на уровне отдельной личности или на уровне сообществ (антропо- или социо-центризма Е.В. Семенов); во-вторых, по характеру результатов адаптации социологи выделяют положительные, нейтральные или негативные. По мнению В.Ф. Мартюшова, результат адаптации этнических предпринимателей на индивидуальном уровне может проявиться как измененное поведение отдельного человека: 1) конформность; 2) модернизация личностных характеристик с сохранением самоидентификации; 3) девиантность или дезадаптация [7, с. 6]. Что же касается результатов адаптации на уровне социума, то развитие этнического предпринимательства в сохраняющихся условиях глобализации может происходить в трех направлениях: 1) как возможность ассимиляции этнических групп пред-

принимателей в социокультурной среде принимающей стороны; 2) как появление биполярных предпринимательских сообществ; 3) как анклавизация предпринимательских этнических структур.

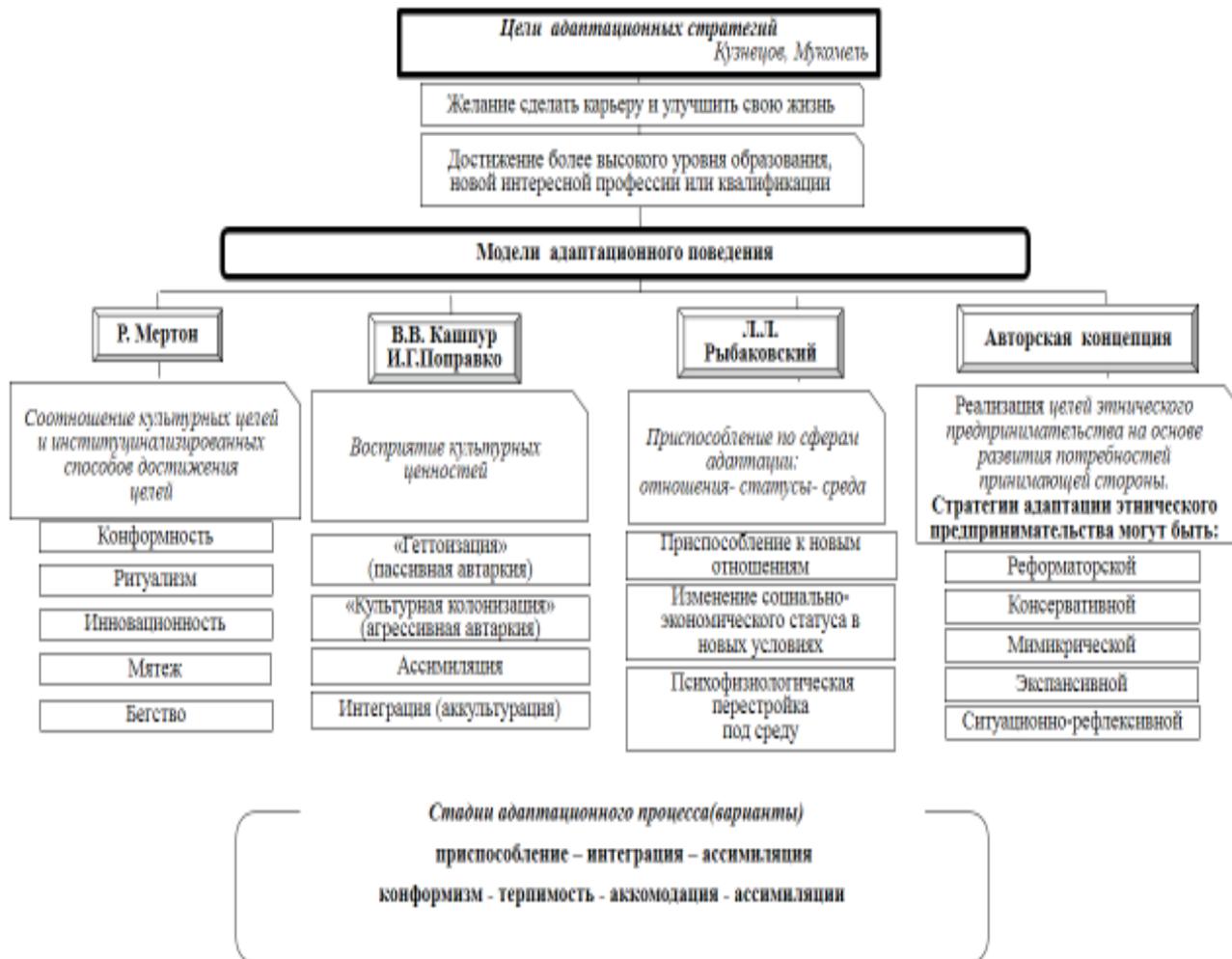


Рис. 4. Модели адапционного поведения этнических предпринимателей

Важным элементом моделирования стратегий адаптации этнических предпринимателей выступает характеристика моделей или форм адапционного поведения. Базовой идеей выделения типов адапционного поведения служит подход, разработанный Р. Мертоном (конформность, инновация, ритуализм, бегство и мятеж) [8]. В современных российских исследованиях принято выделять четыре базовые модели поведения: *геттоизации (пассивной автаркии)*, *культурной колонизации (агрессивной автаркии)*, *интеграции (аккультурации)* и *ассимиляции* [4].

Своеобразные формы адаптационного поведения рассматриваются Л.Л. Рыбаковским, который выделяет два уровня адаптации человека: биологический и социальный [1, с. 6], на основании чего складывается три вида адаптационного поведения: приспособление к новой социально-демографической среде; адаптация к моделям поведения типичным для новой среды; приспособление к новым географическим и климатическим условиям. Для представителей этнического предпринимательства очевидна актуальность всех рассмотренных форм адаптивного поведения.

Степень освоения новой реальности в системной модели адаптации этнических мигрантов может быть охарактеризована как приспособление – интеграция – ассимиляция. Приспособление, интеграция и ассимиляция представляют последовательную смену стадий адаптации. Ассимиляция в социологической литературе рассматривается как завершающая стадия адаптации. Исследования А. Портеса показали, что ассимиляция - длительный процесс, который, как правило, не происходит у первого поколения мигрантов-предпринимателей, она может быть достигнута только при условии высокого уровня развития человеческого капитала личности.

Выводы

1. С социологической точки зрения этническое предпринимательство латиноамериканцев как адаптационная стратегия – это одна из разновидностей стратегий адаптации в трансформирующемся обществе наряду с другими стратегиями приспособления, такими как интересы трудоустройства и поиска работы, эмиграции по политическим и иным мотивам, вступление в брак с представителями принимающей страны, получение образования за рубежом, переезд родственников и пр. Эта стратегия может реализовываться как самостоятельно, так и в комбинациях с другими стратегиями (например, учеба или женитьба), что позволяет говорить о траекториях адаптации.

2. Социальная адаптация этнических латиноамериканцев-предпринимателей одновременно выступает как цель («выживание», достижение более высокого социального статуса), как процесс (изменение социальных характеристик среды и самого предпринимателя), как состояние (внутреннее и внешнее отношение к процессу адаптации) и как результат (обособление/ ассимиляция) приспособления этнических предпринимателей к новой социальной среде. Это характеризует адаптацию как совокупность множества социальных практик, позволяющих осваивать новую изменяющуюся среду.

3. Адаптация этнических предпринимателей-латиноамериканцев может рассматриваться в широком («генезис», опосредованность адаптации массовидных социальных объектов: ин-

ституты, слоев, страт населения) и в узком смысле (отдельные аспекты и непосредственные объекты адаптации: личность, организация), что предполагает разработку проблемы на макро-, мезо- и микро-уровнях социологического знания, в теоретическом и прикладном отношении.

4. В отличие от других стратегий адаптации, этническое предпринимательство как адаптационная стратегия – это совокупность разнообразных практик социального взаимодействия (поведения, ценностно-ориентационных отношений, коммуникаций и пр.) этнических предпринимателей и принимающей стороны, целью которых выступает их взаимное приспособление в интересах извлечения прибыли, основанное на реализации этнического предпринимательского потенциала и использования или трансформации ресурсов принимающего сообщества. В обществе подверженном трансформациям, адаптация этнических предпринимателей осуществляется сложно, однако, в условиях постоянных изменений для них открываются и новые возможности.

Список литературы

1. Демографический понятийный словарь / Под ред. Рыбаковского Л.Л. – М.: РАН, Ин-т соц.-полит. исслед. 2007. (Изд. 2-е, испр. и доп.). 351 с.
2. Дмитриев А.В., Жуков В.И., Пядухов Г.А. Миграция: конфликт, безопасность, сотрудничество. – М.: РГСУ, 2009. 354 с.
3. Дятлов В.И., Мелконян Э.Л. Армянская диаспора очерки социокультурной типологии. – Ереван: Ин-т Кавказа, 2009. 207 с.
4. Кашпур В.В., Поправко И.Г. Социокультурная адаптация мигрантов: проблемы и стратегии (Томский кейс) // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 354. С. 88-93.
5. Корель Л.В. Социология адаптаций: Вопросы теории, методологии и методики. – Новосибирск: Наука, 2005. 424 с.
6. Кузнецов И., Мукомель В. Формирование этнических ниш в российской экономике // Не-прикосновенный запас. 2007. № 1 (51). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2007/1/ku18-pr.html> (дата обращения: 12.01.2014).
7. Мартюшов В.Ф. Социальная релевантность адаптации. – Тверь: ТГТУ, 2005. 104 с.
8. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. – М.: АСТ, 2006. 873 с.
9. Милецкий В.П. Российский бизнес: овца Левиафана или волк Государя? // Вестник ИНЖЕ-КОНА. Серия: гуманитарные науки. 2012. Вып. 4. С. 55-57.

10. Парсонс Т. О структуре социального действия. – М.: Академический Проект, 2000. 880 с.
11. Рожкова Л.В. Предпринимательство как способ социальной адаптации этнических мигрантов // Известия высших учебных заведений. Приволжский регион. Гуманитарные науки. 2009. № 2. С. 132-133.
12. Юдина Т.Н. Миграция: словарь основных терминов. – М.: РГСУ, 2007. Сер. Thesaurus. 472 с.
13. Foner N. From Ellis Island to JFK: New York's Two Great Waves of Immigration. New Haven: Yale University Press, 2000. 334 p.
14. Hatch P. What motivates immigration to America? // LWVUS Immigration Study: Background Papers. URL: http://lwvlacrosse.org/files/immigrationstudy_motivations_hatch.pdf (дата обращения: 15.01.2014).
15. Portes A., Fernandez-Kelly P., Haller W. The Adaptation of the Immigrant Second Generation in America: A Theoretical Overview and Recent Evidence // Journal of Ethnic and Migration Studies. 2009. Vol. 35. No. 7. Pp. 1077-1104.
16. Portes A., Rumbaut R.G. Immigrant America: A Portrait. Berkeley: University of California Press, 2006. 460 p.
17. Push and pull factors of international migration: a comparative report. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2000. URL: <http://publ.nidi.nl/output/2000/eurostat-2000-theme1-pushpull.pdf>. (дата обращения: 10.01.2014).

References

1. *Demograficheskiy ponjatijnyj slova* [Demographic dictionary], Ed. Rybakovskij L.L. – Moscow: RAN, 2007. 351 p.
2. Dmitrijev A.V., Zhukov V.I., Pjaduhov G.A. *Migratsija: konflikt, bezopasnost, sotrudnichestvo* [Migration: conflict, safety, cooperation]. – Moscow: RSSU, 2009. 354 p.
3. Djatlov V.I., Melkonjan E.L. *Armjanskaja diaspora ocherki sotsiokulturnoj tipologii* [Armenian diaspora: outlines on sociocultural typology]. – Yerevan: Caucasian inst., 2009. 207 p.
4. Kashpur V.V., Popravko I.G. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 2012. № 354. Pp. 88-93.
5. Korel L.V. *Sotsiologija adaptatsyj: Voprosy teorii, metodologii i metodiki* [Sociology of adaptation: questions of theory, methodology and methods]. – Novosibirsk: Nauka, 2005. 424 p.

6. Kuznetsov I., Mukomel V. *Neprikosnovennyj zapas* 2007. № 1 (51). <http://magazines.russ.ru/nz/2007/1/ku18-pr.html> (accessed January 12, 2014).
7. Martiushov V.F. *Sotsialnaja relevantnost adaptatsii* [Social relevance of adaptation]. – Tver: TSTU, 2005. 104 p.
8. Merton R. *Social theory and social structure*. – Moscow: AST, 2006. 873 p.
9. Miletskij V.P. *Vestnik of ENGECON. Saint-Petersburg State University of Engineering and Economics* 2012. Vol. 4. Pp. 55-57.
10. Parsons T. *The Structure of Social Action*. – Moscow: Academic project, 2000. 880 p.
11. Rozhkova L.V. *Izvestia visshih uchebnykh zavedenij* 2009. № 2. Pp. 132-133.
12. Judina T.N. *Migratsija: slovar osnovnykh terminov* [Migration: dictionary of main terms]. – Moscow: RSSU, 2007. Thesaurus. 472 p.
13. Foner N. *From Ellis Island to JFK: New York's Two Great Waves of Immigration* New Haven: Yale University Press, 2000. 334 p.
14. Hatch P. *What motivates immigration to America?* http://lwvlacrosse.org/files/immigrationstudy_motivations_hatch.pdf (accessed January 15, 2014).
15. Portes A., Fernandez-Kelly P., Haller W. *Journal of Ethnic and Migration Studies* 2009. Vol. 35. No. 7. Pp. 1077-1104.
16. Portes A., Rumbaut R.G. *Immigrant America: a portrait* Berkeley: University of California Press, 2006. 460 p.
17. *Push and pull factors of international migration: a comparative report* Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2000. <http://publ.nidi.nl/output/2000/eurostat-2000-theme1-pushpull.pdf> (accessed January 10, 2014).

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Дерюгин Павел Петрович, доктор социологических наук, профессор

Санкт-Петербургский государственный университет

ул. Смольного, д. 1\3, Санкт-Петербург, 191124, Россия

ppd1@rambler.ru

Самарина Екатерина Леонидовна, ассистент кафедры социологии и политологии

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет им. В.И. Улья-

нова (Ленина) «ЛЭТИ»

ул. профессора Попова, 5, Санкт-Петербург, 197022, Россия

katsam@mail.ru

DATA ABOUT THE AUTHORS

Derjugin Pavel Petrovich, PhD, professor of applied-research sub-faculty

Saint Petersburg State University

1/3, Smolnogo street, Saint Petersburg, 191124, Russia

ppd1@rambler.ru

Samarina Ekaterina Leonidovna, assistant lecturer of sociology and political sciences sub-faculty

Saint Petersburg State Electrotechnical University «LETI» named after V.I. Uljanov (Lenin)

5, Popova street, Saint Petersburg, 197022, Russia

katsam@mail.ru

Рецензент:

Милецкий Владимир Петрович, доктор политологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет