

На правах рукописи

МИХАЙЛОВА Надежда Ивановна

**Московский книготорговец: специфика
профессиональной роли**

Специальность 22.00.04 — социальная структура, социальные
институты и процессы

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук



Москва — 2005

Диссертация выполнена на кафедре социологии Московского гуманитарного университета.

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Худавердян Владимир Цолакович

Научный консультант: доктор социологических наук, доцент
Селиверстова Нина Анатольевна

Официальные оппоненты:
доктор социологических наук, профессор **Карпухин Олег Иванович**
кандидат философских наук, доцент **Демьяненко Виктор Алексеевич**

Ведущая организация: **Институт комплексных социальных исследований РАН**

Защита диссертации состоится 22 апреля 2005 года в 13.30 на заседании диссертационного совета Д 521.004.02 при Московском гуманитарном университете по адресу: 111395, Москва, ул. Юности 5/1, корпус 3, зал заседаний диссертационных советов (ауд. 511).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Московского гуманитарного университета потому же адресу.

Автореферат разослан ____ марта 2005 г.

Ученый секретарь диссертационного совета


Селиверстова Н. А.

Введение

Актуальность темы исследования. Книжная торговля, наряду с книгоизданием, традиционно занимает в российском обществе особое, привилегированное положение, что обусловлено отношением к книге, ее социокультурной значимостью. Исходя из того, что экономические и социокультурные изменения двух последних десятилетий в России вызвали трансформацию системы книжного дела в целом, и книжной торговли, в частности, важно исследовать состояние книжной торговли, функции, принятие функций сотрудниками книготорговых предприятий.

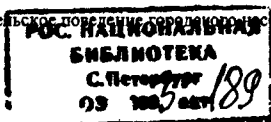
По данным КОМКОН, доля россиян, посещающих книжные магазины не реже одного раза в течение полугода, в зависимости от принадлежности к определенному классу составляла в 2002 г. от 46,8% (представители высшего класса) до 14,3% (представители низшего класса)¹. По сравнению с посетителями театров их доля больше соответственно в 1,5-3 раза, читальных залов – в 3-3,5 раза, библиотек – в 2 раза. Однако известный факт падения интереса к чтению при складывающейся ситуации перепроизводства книг затрудняет продвижение и сбыт издательской продукции, актуализирует деятельность по пропаганде книги и чтения.

Кроме того развитие инфраструктуры досуга, новых информационных технологий и появление дополнительных каналов книгораспространения, особенно в Москве, осложняет функционирование традиционных книжных магазинов.

Изменения внутри отрасли, усиливающаяся конкуренция, создают условия для предъявления новых требований к профессиональным кадрам, выявления принятия ими профессиональной роли. Уровень профессионализма сотрудников является фактором конкурентоспособности книготоргового предприятия наряду с принципами формирования ассортимента, территориальным расположением магазина, использованием самообслуживания, объемами торговых площадей, уровнем цен, оформлением и интерьером торговых залов магазинов и т. д.

С позиции же конкретной личности профессиональное самоопределение обуславливает ее социальный статус. Кроме того, с профессией связаны возможности самореализации, уважение окружающих, обеспечение того или иного уровня жизни и т. д. То есть, в противоречие вступают требования профессионализма в рамках конкретного книготоргового предприятия и условия для удовлетворения потребностей личности в самореализации, уважении окружающих, уровне доходов и т. д.

¹ Залесский П. К. Влияние социального статуса на потребительское поведение горожан. Исследования Рос-
сии. Дисс. канд. соц. наук. М., 2002. С. 93



Степень научной разработанности проблемы.

Книжная торговля, начиная с 1918 г. и до настоящего времени, исследуется преимущественно в двух основных аспектах: удовлетворенности покупательского спроса и формирования ассортимента книготорговых предприятий. Книготорговец как субъект книжного рынка, представитель профессии изучался лишь в рамках научно-исследовательского проекта «Модель специалиста книжной торговли с высшим образованием», осуществленного на факультете книжной торговли Московского полиграфического института (конец 70-х гг. XX в.)

Отдельные книготорговцы, такие, как А. Ф. Смирдин, И. Н. Кнебель, М. В. Сабашников, И. Д. Сытин, благодаря характеру и масштабу своей деятельности явились объектом историко-социологических и исторических исследований (Т. С. Гриц, А. А. Говоров, Е. А. Динерштейн, Л. Д. Полиновская, Ч. Рууд, Л. И. Юниверг и др.).

Анализ различных аспектов функционирования российского и московского книжных рынков представлены в работах Р. А. Айгистова, О. С. Востокова, В. И. Горбачевой, А. В. Горбунова, Ю. А. Горшкова, А. А. Дымова, Б. В. Ленского, Ю. Ф. Майсурадзе, Д. А. Поздняковой, А. И. Рейблата, Ю. Н. Сапожникова, Ю. Н. Столярова, Н. А. Селиверстовой, К. М. Сухорукова, В. Ц. Худавердяна, Н. В. Черновой и др.

Что касается социологической традиции изучения профессий, то в западных странах она восходит к началу XX в. Первой работой, выполненной в ее рамках, было эссе А. Флекснера «Является ли социальная работа профессией?». В основе этой традиции лежит разграничение всех видов деятельности на профессии («истинные», «идеальные») и другие виды занятости.

Анализ взаимосвязи личности и общества через профессиональную роль содержится в работах П. Бергера и Т. Лукмана, концепции Дж. Г. Мида, теориях Д. Морено, Р. Линтона, Т. Парсонса, анализе Дж. Тернера.

Успешность профессиональных групп во взаимосвязи с конфликтами рассматривалась в трудах неомарксистов (Дж. Бен-Дэвид, Т. Джонсон, Р. Коллинз, Ф. Паркин).

Профессиональная деятельность личности как область исследования в отечественной социологии первоначально была связана с проблематикой научной организации труда (Н. А. Витке, А. К. Гастев, А. Ф. Журавский, С. Г. Струмилин и др.). В российской научной традиции социология профессий тесно связана с социологией труда, которая характеризуется большой базой конкретных эмпирических исследований (А. Г. Здравомыслов,

Л. Н. Коган, В. В. Колбановский, Г. В. Осипов, С. Ф. Фролов, В. А. Ядов и др.).

Деятельностный и личностно-квалификационный подходы к исследованию профессий реализованы в работах А. Г. Здравомыслова, Г. В. Осипова, В. Г. Подмаркова, М. Х. Титмы, Ж. Т. Тощенко, И. И. Чангли, О. И. Шкаратана и др.

Проблемы формирования престижа профессий в разные периоды развития российского общества рассматриваются В. В. Водзинской, Т. О. Вильциным, Д. Л. Константиновским, В. А. Осовским, В. И. Паниотто, И. М. Поповой, Л. Я. Рубиной, М. Х. Титмой, В. Г. Харчевой, Г. А. Чередниченко, Ф. Э. Шереги, В. Н. Шубкиным и др.

Анализ профессиональных групп в стратификации общества представлен в трудах З. Т. Голенковой, Т. И. Заславской, Л. Н. Гордона, А. К. Наземовой, В. Г. Подмаркова, В. В. Радаева, М. Н. Руткевича, Н. Е. Тихоновой, О. И. Шкаратана и др.

Исследованию статуса профессиональной группы интеллигенции посвящены работы К. Т. Барбаковой, Л. Н. Когана, О. В. Лукша, В. А. Мансурова, В. Ф. Сбытова, Л. А. Семеновой.

В условиях формирования рынка, в том числе рынка труда, в России активно развивается исследовательское направление, связанное с проблемами управления персоналом. Данное направление представлено в диссертациях (А. Э. Гергелев, Э. Р. Гоманкова, Е. В. Данькова, О. Н. Мамонова и др.) и многих монографиях и учебных пособиях (В. А. Дятлов, Д. К. Захаров, А. Я. Кабанов, Ю. Д. Красовский, К. Г. Сагабаев, В. В. Травин, Э. А. Уткин). Объектом исследований становятся преимущественно сотрудники различных фирм, финансово-банковских структур.

Из "истинных" профессий в последние годы изучалась профессиональная группа врачей (В. А. Мансуров, О. В. Лукша). Опубликованы отдельные работы по рабочим профессиям (Р. Р. Виньков, Н. М. Крупский).

Актуальность темы и ее недостаточная разработанность в научной литературе определила выбор изучаемой проблематики, объект и предмет исследования, его цель и задачи.

Объект исследования – книготорговцы (продавцы книг).

Предмет исследования – специфика профессиональной роли книготорговца.

Цель исследования – проанализировать специфику профессиональной роли книготорговца в самооценке, с позиции покупателя книг и разработать предложения по подбору кадров книготоргового предприятия.

Задачи исследования:

- изучить теоретико-методологические подходы к исследованию профессиональной деятельности личности;
- проанализировать структуру, функции книжной торговли;
- рассмотреть социологические характеристики профессиональной деятельности книготорговца;
- изучить состояние московской книжной торговли;
- проанализировать ожидания покупателей от книжной торговли;
- определить типичные характеристики продавцов книг;
- выявить основные представления продавцов книг о своей профессиональной роли.

Теоретико-методологическую базу исследования составили труды ведущего представителя структурного функционализма Т. Парсонса, теоретические положения которого были дополнены позициями о предписанной эмоциональности профессиональных ролей П. Бергера и Т. Лукмана.

В диссертации используются теоретические посылки, которые содержатся в работах представителей личностно-квалификационного подхода в исследовании профессий, таких, как А. Г. Здравомыслов, В. Г. Подмарков, Ж. Т. Тощенко.

В качестве методологически важных для исследования приняты положения концепции социокультурного взаимодействия посредством книги Н. А. Селиверстовой и концепции российского книгоиздания и книжного рынка В. Ц. Худавердяна.

Эмпирическая база диссертации основывается на результатах следующих исследований, в которых автор принимал участие в качестве ответственного исполнителя:

— Социологическое исследование «Московский книжный рынок: современное состояние и перспективы развития» (2003 г.). Опрос покупателей книг (объем выборочной совокупности – 601 респондент, выборка целевая); опрос экспертов (объем выборочной совокупности – 60 специалистов, выборка целевая). Научный руководитель исследования – В. Ц. Худавердян.

— Социологическое исследование «Социальный портрет покупателей книг в Москве» (2004 г.). Опрос покупателей книг (объем выборочной совокупности – 2648 респондентов, выборка целевая). Научный руководитель исследования – В. Ц. Худавердян.

— Социологическое исследование «Взаимодействие продавцов и покупателей книг: ожидания и практики» (2004 г.). Опрос книготорговцев (объем выборочной совокупности – 571 специалист, выборка целевая). Контент-анализ книг отзывов и предложений магазинов ГУП «Объеди-

ненный центр «Московский дом книги». Научный руководитель исследования – Н. А. Селиверстова.

— Анализ официальных документов Правительства Москвы о порядке создания и функционирования государственных предприятий полиграфии, книгоиздания, книжной торговли; Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению 520700 «Книжное дело», специальности 021600 «Книгораспространение» и др.

— Вторичный анализ результатов исследования ИКСИ РАН по характеристикам москвичей трудоспособного возраста.

Гипотеза-основание исследования заключается в предположении о том, что специфика профессиональной роли книготорговца состоит в сочетании коммерческой и культурной функций.

Гипотеза-следствие исследования. Принятие продавцами книг основных функций книжной торговли обусловлено, прежде всего, возрастом и личностным отношением к книге.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. На основе структурно-функционального анализа московской розничной книжной торговли установлено, что структурные изменения в ней связаны с появлением специализированных торговых подразделений в издательствах, уменьшением количества книжных магазинов, сокращением лоточной торговли. Функциональные изменения предприятий книжной торговли выражены в наполнении рыночным содержанием их коммерческой деятельности, приобретении ими функции производства книг, а также утрате идейно-воспитательной функцией книготорговли статуса явной, нормативной.
2. Определены показатели функционирования книжной торговли – обеспеченность современными книжными магазинами; формирование широкого ассортимента книг и его управление; справочно-библиографическое обеспечение книготорговой деятельности; качество обслуживания покупателей книг; наличие квалифицированных кадров, текучесть кадров книготорговых предприятий. На этой базе выявлены основные проблемы розничной книжной торговли Москвы.
3. Эмпирически выявлено, что восприятие книжной торговли покупателями книг и книготорговцами в целом идентично: книжный магазин осознается ими и как коммерческое предприятие, и как учреждение культуры. Отношение продавцов к книге как явлению культуры коррелирует с обязательностью осуществления

книжной торговлей культурной функции. Установлена взаимосвязь между возрастом продавцов книг, их отношением к книге и принятием ими основных функций книжной торговли. Для 18-25 летних продавцов книг в большей степени характерны представления о книжной торговле как преимущественно коммерческой деятельности; более низкие показатели по включенности книги в жизненный мир. Выявлены типичные характеристики продавцов книг. Большинству из них присущи ориентация на служение людям; личностное отношение к книге как значимому явлению культуры; включенность книги в жизненный мир; оценка профессиональной деятельности книготорговца как престижной; удовлетворенность работой; «случайность» и «привычка» как мотивы занятия книжной торговлей.

4. Установлено, что ожидания покупателей книг относительно книготорговцев, связанные преимущественно с профессионализмом последних, подразумевают не только оказание помощи в поиске конкретной книги, но и знание ее содержания, возможностей ее использования.
5. Определены основные группы покупателей книг московских книжных магазинов по регулярности посещения и уровню затрат. Первую группу (треть всех покупателей) составляют домохозяйки, студенты, служащие и работники сферы культуры, имеющие средние показатели по регулярности посещения и уровню затрат. Вторую группу составляют работники сферы экономики, образования, юриспруденции, науки и военные (пятая часть покупателей). Это наиболее активные покупатели по регулярности посещений и уровню затрат. Типичным покупателем книг является женщина с высшим образованием, работающая в сфере образования или культуры.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в структурно-функциональном и социокультурном анализе московской розничной книжной торговли, выявлении специфики профессиональной роли книготорговца в условиях кардинальных изменений российского общества. Акцентуация исследования на ожиданиях покупателей и соответствии им продавцов книг, их типичных характеристиках позволяет скорректировать требования к профессиональной подготовке специалистов книготорговли и сотрудникам книжных магазинов, а также деятельность по подбору кадров для книготорговых предприятий.

Материалы диссертационного исследования могут быть использованы в деятельности книготорговых предприятий, разработке и преподавании в вузах курсов социологии, социологии профессий, книжного дела.

Апробация работы. Основные положения диссертационной работы изложены в публикациях.

Результаты исследования были представлены и обсуждались на научных конференциях: Одиннадцатой международной научной конференции по проблемам книговедения «Книга и мировая цивилизация» (апрель 2004 г., Москва), IV научно-практической конференции аспирантов и докторантов Московского гуманитарного университета (декабрь 2004 г.).

Выводы исследования были изложены на заседании кафедры социологии Московского гуманитарного университета.

Структура работы. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключение, Списка использованных источников и литературы, Приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается актуальность изучаемой проблемы, анализируется степень ее научной разработанности, определяются объект, предмет исследования, его цель и задачи; описываются теоретико-методологическая основа и эмпирическая база исследования; характеризуются научная новизна и практическая значимость представленной работы.

В первой главе «**Теоретико-методологические основы исследования профессиональной деятельности личности**» анализируются основные подходы к изучению профессий в западной и отечественной научной традициях; профессиональная роль книготорговца, ее институциональная и социокультурная специфика.

В работе приводятся основные интерпретации понятия «профессия». Подчеркивается, что профессия может рассматриваться как стратификационный фактор, при этом специалист выступает как индивид, способный влиять на свое положение.

В рамках западной научной традиции все виды деятельности разграничиваются на профессии («идеальные», «истинные») и прочие виды занятости. Характеристики «истинной» профессии делятся на атрибуты самой позиции и характеристики индивида, занимающего ее. «Истинная» профессия невозможна без специализированного профессионального образования; она имеет непосредственное отношение к основным общественным ценностям, таким, как жизнь и благосостояние человека.

От профессионала ожидалось следующие социальные установки: 1) первичная ориентация на служение общественности, в противовес личной выгоде; 2) соблюдение профессионального этического кода; 3) восприятие собственной профессиональной группы как центрального референта; 4) следование правилам профессиональной культуры; 5) стремление к автономии (высокой степени независимости) от оценок непрофессионалов (В. А. Мансуров, О. В. Лукша).

Обращается внимание на то, что огромное число людей различных профессий, в том числе «истинных», вынуждены заниматься на курсах усовершенствования, приобретать новые специальности и навыки взамен устаревающих (Э. Хьюз).

Диссертант подчеркивает, что данная ситуация стала типичной, характерной для обществ с рыночной экономикой и с ней связан очень важный аспект изучения проблематики личности в профессии. В рыночных условиях личность не может удерживаться прошлыми заслугами, достижениями, высокое качество работы требуется постоянно². В этом случае зрелый возраст сам по себе не может быть гарантом высокого профессионального положения. Но и для молодого специалиста разрыв между возрастом и профессиональным положением составляет сложную проблему. Возраст сам по себе не является препятствием к достижению целей – профессиональному успеху, повышению социального статуса, дохода, авторитета, приносимых этим успехом. Однако один только факт, что он будет становиться старше, отнюдь не гарантирует получения им каких бы то ни было из этих вознаграждений.

В работе одно из центральных мест отводится теоретическому осмыслению профессиональной деятельности личности в рамках структурного функционализма. В ролевой теории личности (Т. Парсонс) профессиональная роль рассматривается наряду с семейными как дифференцированная сфера действия и ответственности³. Обращаясь к генезису профессиональной роли, Т. Парсонс связывает ее возникновение с выделением производственных коллективов из семейно-хозяйственных ячеек, с одним из основных этапов цикла дифференциации. Он конкретизирует теоретическое положение следующим образом. Индивид производит какие-то услуги в некотором контексте коллективной организации. В результате долгого эволюционного развития обществ (современных) эти услуги институ-

² Бидуэлл Ч Молодежь в современном обществе // Американская социология перспективы, проблемы, методы М, 1968. С. 301

³ Парсонс Т Функциональная теория изменений // Американская социологическая мысль Тексты М, 1996. С. 478-494

ционализируются в основном виде профессиональной роли в рамках специфически функционирующего коллектива или бюрократической организации.

Т. Парсонс подчеркивает, что именно в профессиональной деятельности осуществляется связь взрослых индивидов с обществами, в которых они живут. Посредством своих услуг они вносят определенный вклад в общество, испытывают удовлетворенность или неудовлетворенность своими действиями и наградами, которые получают за это.

Рассматривая профессиональную деятельность личности на ролевом уровне, Т. Парсонс приводит пример того, как институционализируются стандарты компетентности в качестве определяющих условий найма в различных классах ролей⁴. Стандарты компетентности (и в этом Парсонс не оригинален) связаны с уровнем образования. Эти стандарты, как и юридические нормы, не зависят от каких-либо партикуляристских ориентаций нанимающих коллективов или родственных групп. В данном смысле эти стандарты являются универсальными.

В этом контексте автор диссертации подчеркивает важность соответствия образовательных стандартов требованиям организаций, предприятий. Собственно говоря, данные положения теории Т. Парсонса, как и изложенные ниже, указывают на необходимость комплексного анализа профессиональной роли и социального института, в рамках которого она сформировалась и воспроизводится.

Концентрируясь на рассмотрении профессиональной деятельности через социальную роль, диссертант обращается к основным положениям теории П. Бергера и Т. Лукмана. В социологии знания взаимосвязь между ролями и знанием анализируется в аспектах, признаваемых одинаково важными⁵. В перспективе институционального порядка роли оказываются институциональными репрезентациями и звеньями, опосредующими институционально объективированные системы знания. В перспективе же различных ролей, каждая из них несет в себе часть социально определенного знания. С одной стороны, институциональный порядок реален лишь постольку, поскольку реализуется в исполняемых ролях, с другой — роли представляют институциональный порядок, который определяет их характер (включая и то, что они являются носителями знания) и придает им объективный смысл.

⁴ Парсонс Т. Указ работа. С 491

⁵ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.

В социологии знания признается важным характер профессиональных и других ролей, опосредующих особые сектора общего запаса знания.

В контекст теории включены также эмоции личности. Для усвоения профессиональной роли недостаточно овладеть рутинными действиями, обязательными для “внешнего” исполнения. Нужно быть посвященным в различные когнитивные и даже аффективные уровни системы знания, прямо или косвенно соответствующей данной роли.

В рамках отечественной социологии приоритетными в изучении профессий являются вопросы отношения к профессии, профессиональной ориентации молодежи, мотивации выбора профессии, профессиональной адаптации, удовлетворенности личности работой, активности личности, оценка престижа профессии и т. д.

Автор сконцентрировалась на анализе работ преимущественно периода перестройки как хронологически близкого и исторически предшествующего периоду социальных трансформаций 90-х гг.

Среди вопросов, изучавшихся в период перестройки, основными были вопросы, посвященные личности трудящегося, оценкам востребованности его труда, справедливости оплаты, отношения общества к его профессии и т. д., иными словами — человеческому фактору.

Другую группу составили вопросы, связанные со стимулированием труда, вовлеченностью трудящихся в процесс управления, готовностью руководителей учитывать мнения сотрудников при подготовке управленческих решений.

В качестве отдельного, важного аспекта выделяется изучение квалификации работника, зависимость результатов работы от его знаний, умений, навыков и опыта работы.

В связи с выявлением диспропорции между востребованностью общества в конкретных специалистах (структурой трудовых вакансий) и профессиональными предпочтениями молодежи (Ж. Т. Тощенко) как одной из значительных, серьезных проблем активно исследовался престиж профессий в молодежной среде.

Общепризнанно, что престиж профессий складывается под воздействием существующего разделения труда и вытекающих из него социальных последствий. Престижность той или иной профессии подвержена переоценке. В 60-е годы в СССР высоко котировались профессии, требующие математической, физической и технической подготовки; в 80-е зафиксирован рост престижа профессий в области науки, новейшей техники, гуманитарных специальностей (М. Х. Титма, М. И. Тальюнайте). Если более детально рассмотреть результаты исследований, то по шкале престижа профессий у разных групп молодежи в период с 1966 по 1976 гг. первые две

позиции занимали профессии врача и ученого. На третьем месте — юриста и творческой интеллигенции. Продавец, как и токарь, занимали 16-17 позиции из 20. Продавец книг в отдельную позицию в списках не выделялся.

В условиях дефицитной экономики (начало 90-х гг.), по данным Ж. Т. Тощенко, стала заметной “тяга” к профессиям, связанным с доступом к распределению материальных благ (работники торговли, общественного питания, быта). В общественном сознании достаточно четко фиксируется престижность положения индивида в зависимости от его причастности к их распределению. Именно осознание реальной ситуации диктует человеку, по мнению Ж. Т. Тощенко, соответствующее поведение.

Исследования 1996 г. (Ф. Э. Шереги, В. Г. Харчева, В. В. Сериков) дали следующие результаты. Самой престижной профессией была названа профессия юриста, на второй позиции — экономист, на третьей — финансист, банкир. В разряд самых непрестижных профессий были отнесены “программист” и “медроботник”. Творческие профессии (научных работников, художников, писателей и др.) не рассматривались как престижные.

Автор подчеркивает, что в анализе мотивов трудовой деятельности принято различать мотивы и стимулы как внутренние и внешние побуждения к деятельности. Стимулы — определяемые социальными условиями и обстоятельства, которые, затрагивая интересы работника, становятся субъективно значимыми побудительными силами. В свою очередь, мотивы — внутренне осознанные и неосознанные побуждения, соответствующие данным стимулам.

Принято выделять типы, уровни мотивов деятельности в зависимости от типа или уровня стимулов. Так, высший уровень составляют мотивы (и стимулы), детерминированные общими социальными условиями, в СССР это были социалистические производственные отношения, политический строй и идеология социализма⁶. Далее следуют мотивы (и стимулы), определяемые специфическими условиями деятельности, среди которых, по мнению А. Г. Здравомыслова и В. А. Ядова, наиболее важным является содержание труда. Основные выводы по результатам известного советского проекта «Человек и его работа» сводятся к тому, что работа, трудовая деятельность становится инструментальной ценностью; акцентируется внимание на разнокачественной природе факторов удовлетворенности работой. В качестве названных факторов выделяются содержание труда и заработок.

Соискатель акцентирует внимание на том, что в большинстве исследований работ, написанных в России периода трансформаций, в явной и скрытой форме просматривается идея Э. Фромма о феномене

⁶ Здравомыслов А. Г., Ядов В. А. Человек и его работа в СССР и после М., 2003

“рыночного характера”. Это значит, что большинство людей выступают (и ощущают себя) в качестве товара на “рынке личностей”, т. е. подобно товару “стоимость” их личности определяется меновой стоимостью. “Стоимость” профессионала на рынке труда напрямую зависит от его знаний, умений, навыков. В последние годы исследователи настаивают на том, что оценке должны подлежать не только профессиональные, деловые качества, но и личностные качества, необходимые для выполнения профессиональных обязанностей.

Профессиональная роль книготорговца, ее институциональная и социокультурная специфика рассматриваются в связи с функциями и положением книжной торговли в российском обществе.

Исходя из того, что книготорговля является частью такого важного вида человеческой деятельности как торговля вообще, диссертант предпринимает ретроспективный анализ сущности торговли как древнего социального института. Констатируя факт возникновения торговли в процессе развития обществ, определяя в качестве ее исторических предшественников институты дара и обмена, соискатель принимает аргументы следующих исследователей.

В индоевропейских языках такому виду человеческой деятельности как торговля, по свидетельству Э. Бенвениста, вообще не было названия, что, по его мнению, и дает основания для утверждения: торговля возникла на базе институтов дара и обмена. П. Бурдые, подробно рассматривая практики дара и обмена на материалах социальной антропологии, указывает на их латентную корыстную суть⁷. В торговле же корыстные интересы открыты и известны.

Точные характеристики торговле, ее коммерческой сущности дал М. Фуко, который рассматривал торговлю в контексте “богатство—бедность”. Он обращал внимание на то, что образование стоимости посредством торговли не может происходить без изъятия благ: “... действительно торговля перемещает вещи, включает издержки перевозки, хранения, преобразования, продажи, короче говоря, нужно затратить определенное количество благ для того, чтобы сами блага были превращены в богатство. Только лишь та торговля, которая не стоила бы ничего, была бы чистым и простым обменом; блага являются богатствами и стоимостями здесь лишь в мгновенном акте, в момент обмена”⁸. Искусство торговли, по его словам, заключается в том, “чтобы много получить, надо много отдать, и чтобы много отдать, нужно много получить”.

⁷ Бурдые П. Практический смысл. СПб, 2001. С. 229

⁸ Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. СПб, 1994. С. 219

Из данных выше характеристик торговли вытекает сущность социальной роли торговца, определенная Т. Парсонсом, как “делание денег”.

Исторически институт торговли в европейских обществах не пользовался уважением, деятельность в его рамках не была престижна (существует версия, что слово “торговец” этимологически восходит к слову “жулик”⁹), хотя, как подчеркивает диссертант, оценки престижности того или иного рода профессиональной деятельности в разных социальных группах не совпадают. Безусловно и то, что престижность профессии может по-разному оцениваться в разных обществах, т. е. может быть культурно обусловленной.

В диссертации отношение к торговле рассматривается через анализ пословиц и поговорок. В России признавалась необходимость торговли или в ней даже виделась основа социальной жизни: “Купить да продать, тем и свет стоит”¹⁰. Однако при этом ее сравнивали с воровством, рассматривая как альтернативу ему: “Лучше торговать, нежели воровать” и здесь же “Воровать – не торговать: больше накладу, чем барыша”¹¹. Признавалось, что продажа – дело непростое: “Купить, что вошь убить, продать, что блоху поймать”¹².

Отсутствие уважения к торговле во многом объясняют правила торговли, выраженные в поговорках: “Не солгать, так и не продать”, “Торг дружбы не знает” или “Брат братом, сват сватом, а денежки не сосватаны”. Наиболее ясно основное правило торговли изложено в следующей фразе: “По нашему старому завету, на торгу ни отца с матерью нет, ни брата с сестрой – родной сын подвернется и того объежор”¹³. Вместе с тем, в истории российского предпринимательства известны личности, под купеческое слово которых давали и кредиты, и товар.

В связи со сложившимся отношением к книге в России и роль книготорговца обладает большим престижем, более уважаема, чем торговца любым другим товаром. По данным западных исследователей, те, кто занимается торговлей книгами, всячески избегают названия “книготорговец” или

⁹ Куприянова Т. Г. Как называли профессию того, кто продает книги // Книга и мировая цивилизация. Материалы XI Междунар науч конф по проблемам книговедения (Москва, 20-21 пар 2004 г) В 4-х т Т 3 М, 2004 С. 312-313

¹⁰ Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка в 4-х т. Т. 3, М, 1994 С 1253

¹¹ Там же Т 4. С. 801

¹² Там же Т 3. С 1253

¹³ Михельсон М. И. Русская мысль и речь. Свое и чужое. Опыт русской фразеологии. Сб образных слов и иносказаний в 2-х т Т 2 М, 1994 С 378

“книгопродавец”, предпочитая — “менеджер по маркетингу”¹⁴. В британском обществе занятие книжной торговлей не считается престижным, достойным уважения.

Не ставя задачу детального анализа книготорговли, ее функций на разных этапах развития российского общества, диссертант концентрируется на советском периоде.

В СССР книжная торговля была вполне престижна, а книготорговец — уважаем. По мнению соискателя, данное положение определяли несколько факторов. Во-первых, это отношение к книге как достоянию культуры, ценности. Во-вторых, книга была более востребована, чем сегодня. В-третьих, дефицит книг в ситуации признания ее ценности и востребованности.

В СССР книжная торговля выполняла две основные функции: коммерческую (продвижения книги на рынке от производителя до потребителя), и идейно-воспитательную (идеологическую, культурно-просветительскую и др.)¹⁵. Идейно-воспитательная функция реализовывалась в формировании предложения книжной продукции, справочно-библиографической работе, в пропаганде и рекламе книг, проведении встреч с авторами, чтении лекций и обзоров, организации читательских клубов и народных магазинов и т. д. Данная функция проявлялась в распространении и пропаганде книг, выпущенных более чем на 70 языках народов СССР. Собственно говоря, она (функция) была предписана постановлениями КПСС. Центральный комитет партии определял книжную торговлю как «составную часть общепартийной и общегосударственной работы по коммунистическому воспитанию трудящихся»¹⁶.

Как показывает анализ документов, в процессе демократизации российского общества идейно-воспитательная функция книжной торговли утратила статус явной и нормативной. Однако данная функция не может быть утеряна книжной торговлей и в новых политических, экономических и социокультурных условиях российского общества. Аргументация данного утверждения заключается в том, что воспитательное, идейное воздействие оказывает сама книга. Автор делает вывод о том, что идейно-воспитательная функция книжной торговли является латентной, по

¹⁴ Бейверсток Э. Книжный маркетинг. СПб, 1999. С. 35.

¹⁵ Беляев Ю. А. Нерешенные проблемы книжной торговли (о ее идейно-воспитательной функции) // Книга. Исследования и материалы. Сб.42 М., 1981 С. 37

¹⁶ Постановление ЦК КПСС «О состоянии и мерах улучшения книжной торговли» // О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении М., 1972 С. 466

Р. Мертону, именно потому, что мы не можем предвидеть последствия воздействия конкретной книги на отдельных индивидов.

Коммерческая функция книжной торговли в условиях рыночной экономики существенно возрастает. Ее положение завершающей части системы «книжное дело» влияет на успешность издательской и полиграфической деятельности.

В диссертации рассматривается структура советской книжной торговли 80-х гг. по территориальному, ведомственному признакам, а также видам изданий (целевому назначению). Подчеркивается централизованный характер организации книжной торговли.

В связи с анализом роли книготорговца и институциональных предписаний диссертант рассматривает соотношение книжной торговли и книжного дела. Соискатель принимает точку зрения Е. Л. Немировского и Н. М. Сикорского, которые в понятие «книжное дело» включали создание, изготовление, распространение, хранение и поиск книги или издательское дело, полиграфию, книгораспространение, библиотечное дело и библиографию. Книжная торговля является самой массовой формой книгораспространения — по сути завершающей частью книжного дела, что, в свою очередь, связано с конкретными институциональными предписаниями по отношению к книготорговцу. От книготорговца ожидается обладание знаниями о создании (авторе, содержании, может быть истории написания и т. д.) и изготовлении (способе печати, типе переплета, сорте бумаги и т. д.) книги. Справочно-библиографическая работа является одной из функций книжной торговли, а значит — книготорговца.

В деятельности участников книготоргового процесса выделяются, как правило, два компонента: предметный (операции с книгами, деньгами, а у продавцов еще и с документами, торговым оборудованием) и коммуникативный, на который обратили внимание руководители книготорговых предприятий-участники «круглого стола» в книготорговом колледже. Автор диссертации концентрируется на коммуникативном компоненте через ожидания покупателя и продавца, которые рассматриваются в учебных пособиях и на которые ориентируются студенты, а затем и специалисты. Диссертант подчеркивает, что ожидания потребителя, в первую очередь, связаны с книгой (конкретной и представленным ассортиментом), затем — с обслуживанием, его качеством.

В работе делается вывод, что институциональные предписания и ролевые ожидания неспециалистов могут использоваться как некий эталон профессионала; они могут выступать критериями самооценки специалиста, его квалификации.

Во второй главе «Профессиональная роль московского книго-торговца: результаты эмпирических исследований» анализируются данные эмпирических исследований состояния московской книжной торговли; ожиданий покупателей от книжной торговли; представлений сотрудников книжных магазинов о профессиональной роли продавца книг.

Автор исходит из того, что московская книжная торговля имеет ряд особенностей, определяющих основные требования к столичному книго-торговцу. Прежде всего, важно то, что столичный рынок как по объему товарооборота (московские издатели выпускают более $\frac{3}{4}$ всей общенациональной книжной продукции, значительная доля которой реализуется именно в московском регионе), так и по разнообразию используемых каналов и форм книгораспространения, включая новейшие, значительно превышает общероссийские показатели.

По экспертным оценкам и сводным усредненным данным различного рода профессиональных справочников, за последние 12 лет количество розничных книжных магазинов в России сократилось с 9500 до 5000, причем немалое количество магазинов и в настоящее время находится на грани закрытия. Зато появилось более 600 розничных структур при издательствах, около сотни интернет-магазинов. По сведениям ИМЦ «Альвис», на долю Москвы в 2002 году приходилось 776 книготорговых предприятий, занятых в следующих секторах.

Розничная книготорговля	547
Торговля букинистической книгой	45
Книжные клубы	23
«Книга — почтой»	161
Итого:	776

По подсчетам специалистов Российской книжной палаты, номинальное количество традиционных книжных магазинов в Москве сегодня несколько превышает вышеприведенные показатели и составляет на 2005 г. около 700.

Степень развитости сегментов инфраструктуры книжной торговли в значительной мере определяет конкуренцию на московском книжном рынке.

К наиболее крупным сетевым структурам Москвы относится Государственное унитарное предприятие «Объединенный центр “Московской Дом книги”» (ГУП ОЦ МДК), включающий в себя 37 муниципальных книжных магазинов, универсальных и специализированных, с общим объемом продаж ежегодно около 12 млн. экз. книг на сумму порядка

1,240 млн. руб. (с канцтоварами и офисными принадлежностями – 1,653 млрд. руб.). Сеть действует с 30 марта 1998 г. Значительно уступают «Московскому Дому книги» по масштабам деятельности другие московско-региональные книготорговые сети, среди которых «Новый книжный», «Топ-книга».

На примере «Московского Дома книги» рассматриваются основные тенденции развития современной московской книготорговли. На предприятиях, входящих в эту сеть, произведено переоборудование торговых и складских площадей, введено самообслуживание, стали использоваться новейшие компьютерные и торговые технологии. Круг партнеров предприятия к настоящему моменту составляет более 4 тысяч организаций.

Ежедневно в магазинах «МДК» делают покупки около 70 тысяч покупателей. В состав предприятия входят «Дом книги на Новом Арбате», «Дом педагогической книги», «Дом медицинской книги», «Дом технической книги», «Дом книги на Соколе», «Дом книги на Войковской» и другие. Общая площадь магазинов составляет около 30 тыс. кв. метров. По количеству проданного товара предприятие является крупнейшим магазином Европы.

В расчете на душу населения продажа книг в Москве значительно больше, чем в среднем по России: не 3,9 книги на 1 человека, а около 8 книг. Опрос покупателей книг в сети «МДК» (2003 г.) показал, что каждый пятый покупатель – приезжий. Около 15% покупателей являются жителями Московской области, 3% из различных российских регионов и около 1% — из стран СНГ и Балтии. Основную группу покупателей книг образуют люди в возрасте от 17 до 50 лет. Почти половина покупателей имеет высшее образование, пятая часть – в процессе получения высшего образования. Женщины среди покупателей преобладают над мужчинами на 20% (2003 г., 2004 г.).

Среди опрошенных экспертов четверть специалистов заявили, что московский книжный рынок насыщен полностью. Другая часть экспертов (более 40%) считает, что рынок насыщен на 80-90%. Немногим более пятой части опрошенных определяет насыщенность рынка на 70%. Оценки насыщенности рынка на 50% и 60% дали единицы экспертов.

Что касается мнения покупателей книг (опрос 2003 г.), то абсолютное большинство (80%) отметило изменение к лучшему ассортимента предлагаемой литературы, 11,8% – считают, что ассортимент ухудшился, 9% – не увидели изменений.

Ожидания покупателей относительно книжной торговли, по мнению диссертанта, вполне адекватно отражаются в их заявлениях, предложениях, отзывах-благодарностях и отзывах-претензиях, зафиксированных в

«книгах отзывов, предложений». По сути, эти записи представляют собой оправданные и несбывшиеся ожидания покупателей книг.

Оценочные суждения составили 97,6% от всех отзывов, заявлений, предложения соответственно – 2,3%. По тематике заявления, отзывы и предложения были разделены на три группы: «о книжной торговле», «о торговле канцтоварами», «о другом».

На отзывы, заявления и предложения о книжной торговле пришлось 69,2% от общего количества записей, из них 40% – позитивные отзывы, почти треть – негативные, 1,2% – предложения.

Таблица 1

Распределение отзывов и заявлений покупателей о книжной торговле

	Всего отзывов		Из них					
			Об обслуживании продавцами, менеджерами, сотрудниками справочно-библиографической службы		Об ассортименте книг		О конкретных книгах	
	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%	Абс.	%
	267	100	239	89,5	27	10,1	1	0,04
Позитивных	154	57,6	130	48,7	23	8,6	1	0,04
Негативных	113	42,3	109	40,8	4	1,5	-	

Различным характеристикам обслуживания посвящено 89,5% от всех отзывов и заявлений о книжной торговле, 48,7% – позитивные, 40,8% – негативные. Отзывы об ассортименте составили 10,1%; о конкретных книгах – 0,4.

Как видно из таблицы 1, абсолютное большинство отзывов посвящено обслуживанию. С точки зрения теории, направляясь в книжный магазин, покупатель надеется, что обслуживание будет быстрым, а продавец внимательным и вежливым. Действительно, среди оснований позитивных отзывов о работе продавцов книг лидирует такое качество, как внимательность (35,2%). Вторую позицию занимает профессионализм – 26,6% (учитывались также определения – «отличные консультации», «компетентность», «эрудированность»). Эти конкретные характеристики специалистов книжной торговли свидетельствуют об оправдавшихся ожиданиях покупателей, получивших экспертные консультации о конкретных книгах, их содержании, возможностях использования. Диссертант подчеркивает, что

этим ожиданиям покупателя наиболее сложно соответствовать продавцу при ассортиментном разнообразии московского книжного рынка и тенденциях увеличения выпуска книг по числу названий в России.

На «отличное обслуживание» («оперативное», «быстрое», «качественное» приходится 22,7% (третий ранг). Очевидно, имеется в виду не только скорость обслуживания, что ценится безусловно, но и его содержание («качественное»). Чуткость и отзывчивость продавцов отмечена в 18,2% суждениях. Эти личностные качества продавцов вызывают наибольшую благодарность покупателей.

Следующим основанием позитивных отзывов является «помощь в подборе литературы» («поиске конкретной книги»). Это 15,6% и пятый ранг по частотности упоминания. Данные характеристики являются показателем профессионализма, одной из его составляющих. Их можно было включить в «профессионализм», однако автор выделила «помощь в подборе литературы» в отдельную позицию. Она исходит из того, что понятие «профессионализм» является многогранным, составным и в каждой сфере деятельности наполняется конкретным содержанием. Именно поэтому составляющие профессионализма книготорговца выделяются настолько, насколько это позволил проведенный контент-анализ.

Затем следуют личностные качества: доброта, доброжелательность, сердечность – 13%. Предписанная вежливость отмечена в 5,2%.

Среди негативных отзывов преобладают заявления-жалобы, как правило, с подробным описанием ситуации на отказ обменять книгу («ошибочно куплено 2 одинаковых книги», «одновременно купил такую же книгу сын», «продавец неправильно подсказал» и т. д.). Их доля составила 37,2 % от общего количества негативных отзывов и заявлений.

Некомпетентность и непрофессионализм как оценки действий продавцов книг послужили основанием для претензий в 11,5% случаях. В общей сложности треть негативных отзывов и заявлений-жалоб спровоцированы непрофессиональными действиями продавцов.

Равно в количественном выражении упоминались в негативных отзывах «грубость» и «хамство» продавцов (по 15%). «Отвратительное обслуживание» («как на базаре») – эти оценки послужили основанием для 9,7% суждений. Невнимательность продавцов сети МДК отмечена в 8,8% суждений.

Реже упоминались «презрение», «неуважительное отношение», «недоброжелательное отношение» к покупателям; «плохая организация работы (отсутствие тишины, громкая музыка, теснота, давка)».

В ходе исследования было опрошено 70% от общего количества сотрудников торговых специальностей, работающих в торговой сети ГУП

«ОЦ МДК». Немногим более половины (54,8%) опрошенных составили сотрудники со средне-специальным образованием, 26,1% – с высшим и 10,2% – с незаконченным высшим, 8,4% – со средним. Специальное образование имеют 43,9%.

В книжной торговле заняты преимущественно женщины, особенно если иметь в виду сотрудников книжных магазинов, продавцов, тех, кто непосредственно взаимодействует с покупателями книг. Среди опрошенных 94% – женщины и 6% – мужчины. Трудоспособный возраст (от 18 до 55 лет)¹⁷ представлен более или менее равномерно. Доля сотрудников в возрасте от 18 до 25 лет исчисляется 21,3%, 26-35 летних – 20,8%, 36-45 летних – 27,2%, 46-55 летних – 25,8%. Сотрудники старше 56 лет составили лишь 5%.

Абсолютное большинство опрошенных считает, что продавец книг должен обладать знаниями о специфике продажи книг (82,2%) и знаниями психологии покупателя (80,5%). Обязательность знаний о специфике продажи книг признают 90,3% опрошенных среди тех, кто имеет специальное образование. Необходимость знаний о содержании (и создании) конкретной книги, что также подразумевает знания о возможностях ее использования, признает большинство опрошенных книготорговцев (62,7%). Среди продавцов-консультантов и старших продавцов доля таких сотрудников несколько больше (68,1%). Зафиксированы некоторые возрастные различия в признании необходимости знаний о содержании конкретной книги. В «младшей» возрастной группе (18-25 летние) таких сотрудников 55%, в группе 46-55 летних – 70,1%. Специализированные знания о производстве книг необходимы, по мнению 22,5% опрошенных книготорговцев. Некоторые возрастные различия наблюдаются в ответах «младших» сотрудников и «старших» (46-55 летних). Среди первых доля таких сотрудников составила 18,3%, среди вторых – 27,8%.

Представления специалистов о необходимости конкретных знаний соотносены с их оценкой профессиональной практики. Знаниями о специфике продажи книг в полной мере обладают 68,6% опрошенных, т. е. значительно больше, чем имеющих специальное образование. Знаниями о психологии покупателя в полной мере владеют 67,3% опрошенных сотрудников. Таким образом, доля обладающих указанными знаниями меньше, чем доля признающих необходимость этих знаний. Часть сотрудников критично оценила свои профессиональные знания.

¹⁷ Верхняя граница трудоспособного возраста указана с учетом того, что женщины составляют более 90% опрошенных.

Знаниями о содержании (и создании) конкретных книг, поступивших в продажу, обладают немногим более половины опрошенных (55,3%). Аналогичный результат по данному показателю зафиксирован и среди продавцов-консультантов, старших продавцов (56%). Немного больше доля владеющих этими знаниями среди 36-45 летних (61%), меньше среди 18-25 летних – 41%. Из числа имеющих специальное образование 62,5% считают, что имеют подобные знания. Среди тех, кто не имеет такого образования, показатели ниже – 49%. Таким образом, знания о содержании (и создании) конкретной книги в достаточной мере коррелируют со средним возрастом и наличием специального образования.

Навыками работы на компьютере обладают 67,4% сотрудников сети «ОЦ МДК». Их немного больше, чем признающих необходимость таких навыков. Среди самых младших (18-25 летних) доля, имеющих навыки пользователя ПК, несколько выше (74,8%), чем в других возрастных группах. Среди 46-56 летних такие навыки есть у 60,4%. Среди сотрудников, имеющих специальное образование, немного больше доля пользователей ПК, чем среди не имеющих специальное образование (соответственно 71,6% и 66,7%). Иностранными языками владеют 10%.

Мотивация занятия книжной торговлей у сотрудников сети «МДК» состоит из двух основных стимулов. Более половины опрошенных объясняют факт профессиональной деятельности случайностью: «случайность привела меня в книжную торговлю, а потом сформировалась привычка». Почти треть сотрудников занимается книжной торговлей по призванию («распространять книги – мое призвание»). 7,4% пришли в книжную торговлю под влиянием родителей, родственников. В группе 18-25 летних наименьшая доля работающих по призванию (13,3%) и наибольшая по числу попавших случайно (62,8%). В остальных возрастных группах доля работающих по призванию составила немногим более трети.

Большинство опрошенных (62,8%) считают, что книга – это явление культуры, которое очень много значит в их личной и профессиональной жизни. Доля согласных с этим суждением немного меньше в группе 18-25 летних сотрудников (58,8%) относительно других возрастных групп (в группе 26-35 летних – 66,7%; 36-45 летних – 64,1%).

Суждение «книга – это товар, продвижением которого я занимаюсь» созвучно мнению 19,1% книготорговцев. Среди 18-25 летних доля согласных с этим выражением несколько больше (26,9%), чем в других возрастных группах (в группе 26-35 летних – 17,5%; 36-45 летних – 17%, 46-55 летних – 18%).

Книга включена в жизненный мир большинства опрошенных сотрудников. 62,2% опрошенных в свободное время читают книги. Больше

читателей в группе 36-45 летних (68,7%), меньше – в группе 18-25 летних (53,3%). Среди 26-35 летних сотрудников читают книги 60%.

Наличие специального образования не влияет на включенность книги в жизненный мир продавцов книг. Среди имеющих специальное образование и не имеющих такового читают книги в свободное время соответственно 61% и 63,9%. Однако среди тех, чье мнение отражает суждение «книга – это явление культуры, которое очень много значит в моей личной и профессиональной жизни», посвящают свое свободное мнение чтению книг 74,1%. В группе книготорговцев, мнение которых выражено суждением «книга – это товар, продвижением которого я занимаюсь», книги читают немногим более половины (53,3%). Меньше всего читателей книг (31%) среди сотрудников, выбравших суждение «книга в моей жизни кое-что значит, так как ее продажа дает мне средства к существованию».

95% опрошенных сотрудников книжных магазинов согласны с тем, что книжные магазины должны осуществлять культурную функцию (заниматься пропагандой книги и чтения). Мотивы этого согласия различаются. 63,1% специалистов аргументируют свое согласие тем, что «книга – это явление культуры». Для 14,2% – это следование традиции. 18,1% объясняют свое согласие сугубо экономическим мотивом: «потому что это увеличивает продажи». 4,6% категорично ответили «нет, книжный магазин – это коммерческое предприятие».

Возраст коррелирует с мотивами принятия культурной функции продавцами книг следующим образом. От младших (18-25 летние) к старшим (46-55 летние) сотрудникам растет доля тех, кто аргументирует свое согласие мотивом «книга – это явление культуры» (от 52,9% до 70,4%). И, напротив, от «младших» к «старшим» уменьшается доля тех, кто мотивирует согласие увеличением продаж (от 30,3% до 12% соответственно).

В **Заключении** сформулированы выводы по результатам исследования, изложены предложения по подбору кадров книготоргового предприятия.

Книжная торговля в изменяющемся российском обществе остается социальным институтом экономики и культуры одновременно. При этом книжная торговля обладает некоторыми признаками формального (закрепление в нормативных актах особых условий работы, предоставление льгот аналогичных льготам для учреждений культуры) и неформального (ожидания покупателей, связанные с особым обслуживанием, обязательным соблюдением норм социального взаимодействия; представления книготорговцев о специфике своей профессиональной деятельности, включающей культурную функцию) социального института культуры.

В данном случае социальная роль торговца, определенная Т. Парсонсом как «делание денег», дополняется функцией представителя культуры, просветителя. Сочетание коммерческой и культурной функции и составляют специфику профессиональной роли книготорговца.

Исходя из того, что кадровая проблема в книжной торговле стоит остро, диссертант, основываясь на полученных результатах исследования, считает, что при низком уровне оплаты труда сотрудников книжных магазинов, стратегия подбора кадров должна строиться на перспективах карьерного роста, возможности обучения за счет предприятия (получения высшего образования), акценте на функциональном содержании труда. Вся деятельность по подбору кадров должна осуществляться по двум основным направлениям: 1) более активное привлечение выпускников Московского книготоргового колледжа и Московского государственного университета печати через предоставление базы для производственной практики, встречи сотрудников сети «МДК» со студентами колледжа и университета. Акцент может быть сделан на перспективах карьерного роста, возможности оплаты обучения в университете (для студентов колледжа); 2) приглашение на работу женщин, не имеющих профессионального образования, в возрасте от 18 до 40 лет, преимущественно относящихся к категории читателей, проживающих в микрорайоне расположения книжного магазина. В данном случае акцент делается на содержании труда (возможности знакомиться с книжными новинками, встречах с интересными людьми и т. д.), близости места работы (магазина) к дому.

В Заключении соискатель также выделяет различные аспекты проблем книжной торговли для последующих исследований.

Основные положения диссертации изложены в следующих публикациях автора:

1. Михайлова Н. И. Московский книжный рынок сегодня (результаты опроса покупателей и экспертов) // Книга и мировая цивилизация: Материалы XI Междунар. науч. конф. по проблемам книговедения (Москва 20-21 апреля 2004 г.): В 4 т. Т. 3. М.: Наука, 2004. С. 318-321. (0,2 п. л.)
2. Худавердян В. Ц., Михайлова Н. И. Социологический анализ проблем современного московского книжного рынка // Научные труды аспирантов и докторантов / ФНПК. Вып. 7

- (30). М.: Изд-во МосГУ «Социум», 2004. С. 105-115. (0,6 п. л./ 0,4 п. л.)
3. Михайлова Н. И., Селиверстова Н. А. Ролевые теории личности в исследовании книготорговцев // Научные труды аспирантов и докторантов / ФНПК. Вып. 12 (35). М.: Изд-во МосГУ «Социум», 2004. С. 31-41. (0,6/0,4 п. л.)
 4. Михайлова Н. И. Оправданные и несбывшиеся ожидания покупателей книг: результаты эмпирического исследования // Научные труды аспирантов и докторантов / ФНПК. Вып. 14 (37). М.: Изд-во МосГУ «Социум», 2004. С. 57-63. (0,4 п. л.)
 5. Михайлова Н. И. Поведение покупателей книг // Книжный бизнес. 2005. № 1. С. 20-21. (0,3 п. л.)
 6. Михайлова Н. И. Информационное обеспечение книжного рынка: направления модернизации (на примере Москвы) // Библиография. 2005. №1. С. 3-9. (0,7 п. л.)

Печатно-множительное бюро
Издательства
Московского гуманитарного университета
Подписано в печать 16 марта 2005 г.
Объем 1,5 л. Тираж 100 экз. Зак. № 629

№ - 4 7 1 9

РНБ Русский фонд

2006-4
10821