

Глава 9

Размяна, мрежи и организация

1. РАЗМЯНАТА, ОСНОВНА СОЦИАЛНА ВРЪЗКА

Целият социален живот е съставен от размени: размяна на учтивост, на стоки, на жени, на власт. Изискването за реципрочност при социалните действия е жизнено присъщо на индивидите във всички общества и цивилизации, като голям брой от правилата и институциите имат за цел да кодифицират и да организират размените. В това следователно може да се види своеобразно първично и фундаментално социално отношение, което да бъде изучено в различен контекст и от различни гледни точки. Бракът и табуто за кръвосмешението бяха обяснени в предходната глава като определена форма на взаимност. Икономистите изучават размяната на оскъдни-те стоки, а етнолозите дават множество описания на церемониите и обредите на размяната у различните народи. Клод Леви-Строс описва обредите на учтивост, които съпътстват вечерите в ресторант (виж *Grands Thèmes*, стр. 103). Заедно с това той отбелязва: „Примитивните хора познават само два начина за класиране на непознатите групи: те са или добри, или лоши. Наивният превод на туземните понятия обаче не бива да ни заблуждава. Добра група е тази, на която се оказва безусловно гостоприемство и която получава най-скъпи подаръци, докато от лошата група се очакват и ѝ се обещава мъчения или смърт още при първа възможност. С едната се водят битки, а с другата се правят размени“.

Когато чужденец се приближава до селище, което никога преди не е посещавал, той не влиза веднага в него, а спира на определено разстояние. След известно време малка група мъже се приближава към него, за да се информира кой е чужденецът. Въпросът, който му се поставя най-често е: кой е твоят *maeli*, бащата на бащата? Дискусията се разгръща по въпросите на родството до момента, в който всички заинтересовани покажат, че са доволни от отговорите и точно са определили отношението на чужденеца с всеки от туземците, живеещи в лагера. Когато се стигне до този момент, чужденецът може да бъде приет в селището, където му се показва всеки мъж и жена с уточняване на отношението на родственост между него самия и всеки друг. Ако аз съм индианец и срещна друг индианец, последният трябва да бъде или мой роднина, или мой враг, и ако той е мой враг, аз трябва да се възползвам от първата възможност да го убия, от страх той самият да не ме убие пръв.

Има хора, с които човек прави размени и за които се жени, както и други, с които е във война. Това, че размяната и сражението са твърде близки е отразено в сватбените обреди на някои народи, които често представляват символична битка или поне отавичане и кражба. В известен смисъл открадва се жена от противниковата социална група, за да бъде отведена, което кара въпросната социална група да се отбранява. След основаването на Рим, римляните ходели да крадат жените от Сабините (историята на сабинянките – бел. ред.); това става причина за война, след което настъпва сближаване между двата народа: римляните и сабините се смесват, за да образуват народа на Киритите. Както посочихме, най-често женитбата е фор-

ма на размяна, тъй като жената е разглеждана като стока. Това обаче не означава просто, че бракът е вид икономическа размяна. Между двете крайности – сватбата и продажбата, се наблюдават най-различни форми на размяна, които неразривно смесват „икономическия“ и „социалния“ аспект на нещата.

2. ИКОНОМИЧЕСКА И СОЦИАЛНА РАЗМЯНА

В степента, в която нашето общество се „рационализира“, обособява и специализира, икономическата активност става все по-автономна спрямо другите аспекти на социалния живот. Все още обаче се запазват множество случаи, при които е налице тясно смесване между икономическата и социалната размяна. В книгата *Essai sur le don* Марсел Мос подчертава факта, че дарът трябва да бъде върнат. „Ние живеем в общества, които ясно разграничават реалните от личните права; личностите и нещата. Това разграничение е фундаментално и представлява главното условие за известна част от нашата система на собственост, на отчуждаване и размяна. То обаче е чуждо на правата, които току що разгледахме. Освен това, нашите цивилизации – още от семитските, гръцките и римските – правят ясно разграничение между задължението и наложеното даване от една страна, и даряването от друга. Не са ли обаче тези разграничения твърде скорошни в правните норми на големите цивилизации? Дали тези цивилизации не са минали през някаква предходна фаза, когато не са имали този хладен и пресметлив манталитет?“

В действителност, земята е идеалното благо в аграрните общества, макар че тя е твърде специфична стока, която често не подлежи на размяна. За разлика от жените, които са предмет на свободна размяна, земята принадлежи на семейството, на рода, вследствие от което тя трябва да бъде предавана от поколение на поколение в рамките на самия род, без да се преотстъпва от един род на друг. Ако случайно икономическите условия наложат прехвърляне на земя от едно семейство на друго, тогава юридическата процедура, или ритуалът, чрез който това става, се състои в символичното унищожаване на земята. Според вавилонското право например от нивата, която трябва да бъде продадена, се взима буца пръст и се хвърля в реката, където тя се разтваря. Така, макар и символично, въпросната нива се унищожава и във владение на новия род влиза съвсем нова нива, която никога преди това не е съществувала.

Древното римско право разграничава *familia*, или принадлежащите на семейството блага, които теоретично не могат да излязат от него, и *pecunia*, или променливите стоки, които по дефиниция могат да се увеличават и намаляват, както стадото (*pecus*) се увеличава в добрите години и намалява в сушавите периоди. Гражданският кодекс противопоставя недвижимите стоки, т. е. „патримонията“ на семейството, и движимите стоки, които са по-малко благородни и по-слабо гарантирани в сравнение с недвижимите.

В нашето общество бракът, който изглежда възможно най-частния и сантиментален акт, си остава икономическо явление. Доказателство за това е обстоятелството, че специален брачен договор урежда предаването на стоки от единия род на другия, както и тяхното връщане при смърт на съответния съпруг. Тази родова лопка сега се поставя под въпрос от логиката на общността на двойката, която често взима връх. Конкубинатът създава трудности за нотариусите и PACS позволява уреждането на тези проблеми при двойките, които не искат или не могат да се оженят.

В т. нар. примитивни общества, когато човек си взима жена, той дава компенсация (редки предмети или добитък) на рода на жената. Ако жената е разглеждана като източник на приходи, тогава взимайки жена от дадена социална група, ти я

Размяна

лишава
твен „капи
трябва да
вото, в ко
ла, бракъ
право и та

3. ДА

Прим
се предла
Да вземе
телно раз
по множе

В хо
към със
два вида
официал
донася п
на запад
племена
ти, които
вестно в
установе
тръгнете
още по-ч

Таз
ализира
ческа ра
правят
полезни
правите
замяна,
вие се
давам т
то пове
вече ра

Др
тъл от з
се напр
рък, по
обшити
хубави
на разк
обаче
дължен
жен да
ви дава
получа
това и

е означава
сватбата и
ивно смес-

лишаваш от определен „капитал“, който трябва да бъде заменен от друг производствен „капитал“, докато ако жената се разглежда като „причина за разходи“, тогава тя трябва да носи свои, самостоятелни ресурси, за да не бъде „в тежест“ на семейството, в което влиза. В степенята, в която трудът на двамата съпрузи заменя капитала, бракът става по-малко икономически мотивиран и повече акт на личностното право и така съпругеската общност постепенно става по-важна от родовата.

3. ДАР И КОМПЕНСАЦИЯ

Примитивните народи също правят разлика между предметите, които могат да се предлагат за търговия, и други, които са предмет само на благородни размени. Да вземем за пример Тробрианските острови. Малиновски описва една изключително развита система на размени, наречена *kula*, между племената, разпръснати по множеството малки островчета.

В хода на ритуалните празници, първенците на дадено племе тръгват с канута към съседния остров и носят подаръци на живеещото там племе. Тези дарове са два вида: *mwali* – изрязани и полирани от една черупка гривни, които се носят при официални случаи, и *soulava*, които представляват огърлици от черупки. Този, който донесе *mwali*, ще получи в замяна *soulava*, така че едните дарове пътуват от изток на запад, а другите в обратната посока. Почти цялата социална активност на тези племена се изразява в това да се посещават помежду си, за да си разменят предмети, които нямат друга икономическа ползност, освен като накит. Човек ги пази известно време, горд от това, че ги притежава и показва. За размяната на тези стоки е установен специален ритуал. Вие донесате един много красив *mwali* с надеждата си тръгнете с подарен ви още по-красив *soulava*, който впоследствие ще размените за още по-красив *mwali* и т. н.

Тази чисто формална размяна, лишена от всякаква икономическа база, е ритуализирана в безкраен празник. Същевременно обаче се осъществява и икономическа размяна: стоки с различна стойност биват разменяни, при което туземците правят много ясна разлика между чисто ритуалната и икономическата размяна на полезни стоки, която носи името *gimwali*. Когато разменят стоки, вие твърдите, че правите подарък и че не сте достоен да получите също толкова красив подарък в замяна, но когато извършвате чиста икономическа размяна на всекидневни стоки вие се пазарите по твърде агресивен начин и оспорвате „всяка стотинка“: „Аз ви давам това, но то струва много по-скъпо, отколкото ми предлагате“. И все пак, колкото повече красиви *mwali* и *soulava* притежавате, толкова по-богат сте и толкова повече расте вашият „*standing social*“, казано на съвременен жаргон.

Друг тип размяна на подаръци – *potlach*, е практикуван от индианците куакиютъл от западното крайбрежие на Канада. Този социален ритуал се състои в това да се направи подарък на другия, за да бъде той задължен да ви компенсира с подарък, по-голям от този, който вие сте му направили: вие например му давате богато обшити покривки и фино гравирани медни пластинки; ако не може да ви върне похубави и многобройни, той е унижен, а вие триумфирате. В този смисъл *kula* е игра на разкоша, а *potlach* е агресивно и господстващо взаимодействие. И в двата случая обаче играта се опира на три фундаментални правила: задължение да дадеш, задължение да приемеш и задължение да върнеш. Хванати в този кръг, вие сте длъжен да давате на другия, ако искате да имате социално съществуване. Ако другият ви дава, вие сте задължен да приемете това, което той ви дава. Ако не давате и не получавате, вие по думите на индианците куакиютъл сте „опозорен“, недостоен за това име и човек, станал за смях.

ва и специ-
тите аспекти
ри които е
В книгата
де върнат:
права; лич-
а главното
ване и раз-
ва, нашите
азграниче-
яването от
е норми на
аква пред-

и, макар че
разлика от
семейство-
ие на поко-
т. Ако слу-
ейство на
ва, се със-
например
е хвърля в
ва се уни-
кога преди

а семейс-
променли-
то стадото
Гражданс-
емейство-
ани в срав-

сантимен-
ятелство-
ия род на
дова логи-
ято често
явя уреж-
е оженят.
компенса-
аглеждана
рупа, ти я

Ритуали от подобен характер съществуват и в нашата цивилизация. Прието е да се правят подаръци и този жест трябва да бъде връщан: хората си разменят обеда по същия начин, по който Тробриандите и индианците Куакиютъл си разменят гривни и покривки. Господарката на буржоазния дом трябва да предложи „богат“ обед, но без да прекалява, за да не накърни престижа на поканения. Изразите от типа: „Няма да останем длъжни“ или „Сега е наш ред да ви поканим“ показват колко ясно се чувства и изразява фундаменталния принцип на реципрочността.

По същия начин свои въпросът за подаръците при сватба, раждане на дете, коледните и новогодишните празници, годишнините, рождените дни и т. н. Коледата може да се разглежда като своеобразен огромен *potlach* или *kula*. Всеки дава и приема, понякога едно и също нещо: носите например кутия шоколадови бонбони на старата си леля и си тръгвате с друга такава кутия с бонбони, която тя ви е дала. Подаръкът и празникът стават все по-свързани и човек прави подаръци, за да „стане празник“. Всички тези размени са много стриктно кодифицирани и изглеждат като чисто социална игра, но имат и не по-малко важен икономически аспект. Човек може „да се разори от подаръци“. Освен това, предметите, които служат за подаръци, са от определен тип: „човек никога не би си ги подарил сам“. Това са полезни неща, но без които все пак може спокойно да се мине: това са „лудостите“, които човек отказва на себе си. Цяла индустрия и търговия процъфтяват от подхранването на тази игра и често правят половината от годишния си оборот именно през декември. От друга страна, размяната на подаръци е повод за отбелязване на различията. Родителите дават подаръци на децата си, които не им отвърщат със същото. Наемателят дава дребни бакшиши на портиерката, която ги връща чрез повече или по-малко вежливи услуги и т. н.

4. ИКОНОМИЧЕСКИ КЛИЕНТЕЛИ

Досега говорихме само за симетричните размени, при които човек дава някакъв предмет и получава друг от същия тип. Този механизъм е важен в социалния живот и позволява на социолога да открие принципа на взаимността. За сметка на това, разделението на труда води по необходимост до размяна на различни стоки и услуги между производителите и потребителите. В идеалния модел на първобитното племе, където всички участват в натрупването и всеки изработва едни и същи сечива, не може да бъде разменяно нищо, което другият също да не притежава. Дори и в този случай обаче съществува известно разделение на задълженията между половете и размяна на услуги.

От момента на появата на специалисти – занаятчии или магьосници например, техните стоки и услуги стават обект на определена компенсация. Обикновено те не се „заплащат“, но ползването им поражда определено задължение, което потребителите компенсират чрез храна или извършване на други услуги. Така в рамките на дадено племе или село се формира специфична „клиентела“ от задължени лица към различните специалисти, разглеждани като хора, които са едновременно клиенти на някакви услуги (като например клиентите на съвременните бутици), но същевременно са и задължени, т. е. те са „клиенти“ в римския смисъл на думата. Да се прави разграничение между „икономическа“ и „социална“ клиентела е много съществено за анализа, макар че най-често на практика е невъзможно да се отдели едно от двете понятия (виж *Grands Thèmes*, текста на Уотърбъри).

В традиционния селски порядък главното място за икономически размени е панаирът или пазарът. Те най-често са и празници, възможности за срещи, за размяна на информации, за завързване на нови познанства и за развлечения. Панаи-

рът на Трона, к
ални и икономи
всекидневния е

Икономист
зар“, който сре
и предлагането
лиз на тези тра
те преживяват
000 прекупвач
веднъж седмич
те бързо да се
така че практи

При погле
привидно изгле
ната от селяни
тика“ на селян
впоследствие с
рат относителн
винаги до един
клиентелистка
ни връзки меж
комерсиалните
ва определена
което предпол

Между да
задължения, к
не, анализира
пръв поглед ч
мяна. При хан
ческа активнос
система. Така
социалната ра

В индустр
на Европа не
политически и
имат решаващ
друго да се гр
върху малките
политика, обус
перамент: няк
всичко към ра
Икономически
анализи, които
фичен подход

5. СОЦИА

Говорейк
ното равенств
логът от своя

Прието е
разменят
си разме-
жи „богат“
разите от
ват колко

е на дете,
н. Коледа
ва и при-
нбони на
и е дапа.
а да „ста-
ждат като
век може
аръци, са
неща, но
ек отказ-
р на тази
мари. От
та. Роди-
Наемате-
по-малко

ва няка-
циалния
метка на
и стоки и
добитно-
и същи
итежава.
ята меж-

пример,
но те не
потреби-
иките на
ни лица
нно кли-
) но съ-
та. Да се
същес-
ли едно-

мени е
за раз-
Панаи-

рът на Трона, както и панаирът на гладиаторите в Партенона имат различни социални и икономически функции, но и двата феномена се наричат панаири; дори и във всекидневния език казваме „забавлявам се“ (*faire la foire* – правя панаир).

Икономистът разглежда панаира като прецизна реализация на теоретичния „пазар“, който среща купувачите с продавачите и където значение имат само търсенето и предлагането в условията на стриктно спазвана конкуренция. Внимателният анализ на тези транзакции обаче показва, че това не е така. В Хаити например, пазарите преживяват изключително развитие. В 300 пазара на страната участват около 65 000 прекупвачки от общо население около 3,5 млн. души. Всеки пазар функционира веднъж седмично и гъста и ефикасна мрежа от автокари позволява на прекупвачките бързо да се преместват от един пазар на друг, където срещат търговците на едро, така че практически цялата страна е покрита от тази търговска система.

При поглед отблизо се забелязва, че зад мобилността и конкуренцията, които привидно изглеждат съвършени, прекупвачките не са изолирани атоми в мъглявината от селяни и търговци на едро. Всъщност, всяка от тях установява лична „практика“ на селяни в различните пазари, които й носят своите продукти, препродавани впоследствие от нея на едни и същи търговци на едро. Така фактически се формират относително устойчиви търговски мрежи и продукцията на даден селянин отива винаги до един и същи търговец на едро, минавайки през същата прекупвачка. Тази клиентелистка система има много предимства. На първо място, тя създава социални връзки между партньорите и позволява да се избегне анонимността на чисто комерсиалните транзакции върху огромна пазарна площ. От друга страна, тя създава определена регулярност в снабдяването на прекупвачките и търговците на едро, което предполага и съответна по-сигурна реализация на продукцията на селяните.

Между дадена прекупвачка и нейните „практики“ се установява дух на взаимни задължения, които в крайна сметка приличат на задълженията за даване и връщане, анализирани по-горе при размяната на подаръци. Размяната на дарове е на пръв поглед чисто „социално“ явление, макар че това е също и икономическа размяна. При хаитянския пазар става обратното. Това ясно показва, че всяка икономическа активност поражда социални отношения и се вписва в определена социална система. Така чистата икономическа и конкурентна рационалност се допълва от социалната рационалност.

В индустриалните общества решенията на огромните фирми в САЩ и в Западна Европа не се взимат само и единствено от икономическа гледна точка. Редица политически и социални изисквания тежат върху предприятията, които на свой ред имат решаваща дума в политиките на своите страни и които трябва освен всичко друго да се грижат и за своята репутация и общественото мнение. Изследвания върху малките и следните предприятия показват, че всеки ръководител има своя политика, обусловена от социалната ситуация на предприятието и от личния му темперамент: някои се опитват да бъдат „добри управленци“, други се стремят преди всичко към разширение, трети се движат към върха на техническия прогрес... и т. н. Икономическият живот следователно произтича от психологически и икономически анализи, които не допълват икономическия анализ, доколкото следват свой специфичен подход и логика и предлагат аналитични схеми, различни от икономическите.

5. СОЦИАЛНИ И ПОЛИТИЧЕСКИ КЛИЕНТЕЛИ

Говорейки за ефекта на господството, икономистите добре знаят, че теоретичното равенство между договарящите се страни е рядко явление. Социологът и етнологът от своя страна поставят ударението върху йерархичния аспект на социалната

или икономическата размяна. Един тробрианд разменя *mwali* и *soulava*, за да увеличи своя престиж, индианецът-куакиютъл се стреми да „победи“ своя съперник, а хаитянският селянин винаги остава малко задължен на прекупвачката.

При размяната на дарове даващият може да е по-висш или по-нисш спрямо получаващия и актът на размяната издава и усилва това йерархично отношение. Ако даващият е по-висш, получаващият не винаги е длъжен да връща адекватно не полученото. Това е механизмът на милостинята и милосърдието. В нашето западно общество по-висшият дава „без да очаква връщане“. Високопоставените личности в социалната стълбица дават бакшиши на по-ниско стоящите в нея. Така бакшишите, делейки се на части, се спускат надолу по социалната йерархия.

В други общества действа противоположен механизъм: по-нисшият предлага дарове на по-висшия. На Изток човек не може да се представи пред своя „повелител“, без да му поднесе подаръци. В миналото, в много от френските селски общества, изполичарят е трябвало да донесе нещо на собственика, когато е отивал при него по някаква причина, например при плащане на арендата се носят като подарък яйца и др. продукти. По същия начин стоят нещата и при първенците: човек не отива при свещеника, без да му донесе подарък – кокошка, дузина яйца. В този случай дарът се изкачва по социалната стълбица и човек не очаква никаква съответна стока от страна на получилия подаръка. В *La guerre des Turcoman* Гобино обяснява как, за да бъде устроен, войникът трябва да плати на под-офицера, който на свой ред плаща на лейтенанта, а той на капитана и т. н. докато се стигне до генерала и шаха; това предполага, че войникът заграбва всичко, което може от селянина или от продавача в бутик на базара, които той по принцип би трябвало да закриля. Ние наричаме това рекет, но в Персия тази система за държавни вземания е била принцип на функциониране на „източния деспотизъм“.

Все пак, винаги съществува известна компенсация от чисто социален порядък. Ако сте в по-висша позиция и правите подарък на някой нисшестоящ, вие го обвързвате по един или друг начин. Бидейки благодарен за подаръка, който сте му направили, той ви е задължен. Иначе казано, той става ваш своеобразен клиент и признава вашето покровителство. В сондажите на общественото мнение се очертават много ясно хората, които твърдят, че правят подаръци, и онези, които казват, че получават такива. Макар че намалява, тази разлика остава форма на клиентела, фундаментална за функционирането на нашето общество. Римската клиентела е неин аналог.

За разлика от това, на Изток човек предлага дадена стока на висшестоящия, защото очаква от него благосклонност или защита. Образно казано, вие носите кокошка на свещеника, за да ви помогне по-добре да се разбирате с Бога, или давате подаръци на вашия „повелител“, за да ви защитава, или дори просто да не ви стори зло, дарявайки ви своето благоразположение.

Феодализмът издига клиентелистката връзка във фундаментална структура на обществото: сюзеренът дава имение на своя васал, който му се заклева във вярност. Всяка година той подновява клетвата си за вярност като пада в краката на своя сюзерен и му подава буца пръст, символ на васалния имот, за да препотвърди, че го дължи на своя сюзерен. Всички васали са длъжни да се вдигнат на оръжие, за да придружат своя сюзерен, когато той тръгва на война.

Клиентелистката система, преобразена в мрежа за политическо влияние, остава съществен механизъм за политическото функциониране на парламентарните режими. Избирателят гласува, за да може неговият депутат, след като веднъж бъде избран, да го „представя“ в Париж, т. е. да защитава неговите политически и икономически интереси, но също така да „циркулира“ в различните министерства, да уреж-

да вод
на сво
някак
преизб
тия, за
отвою

Н
трудн
талан
или о
босов

Е

доняк
твите
сметк
влиян
ност.

скъпо
хията
верни
ла от
карие
на ш

ва бе
отно
дума
рокр
така
села

устан
„въгл
въгл
Сен

не н
2) ид
став
точк
мре
нап
мос
лиз

жив
кис
пре

ава, за да увеличи своя съперник, а така.

по-нисш спрямо лично отношение. щца адекватно на нашето западно вените личности . Така бакшиши-

ишият предлага ад своя „повели- е селски общес- то е отивал при сят като подарък е: човек не отива а. В този случай а съответна сто- обино обяснява е, който на свой не до генерала и селянина или от да закриля. Ние ния е била прин-

циален порядък. щ, вие го обвър- то сте му напра- клиент и призна- очертават много ат, че получават тела, фундамен- та е неин аналог. висшестоящия, о, вие носите ко- Бога, или давате то да не ви стори

лна структура на наклева във вяр- в краката на своя епотвърди, че го на оръжие, за да

о влияние, оста- аментарните ре- то веднъж бъде тически и иконо- терства, да уреж-

да водоснабдяване, да извоюва различни парични помощи и т. н. „За да благодари на своите избиратели за оказаното доверие“, избраният трябва да им осигурява някакви предимства и ако не привлече достатъчно такива, той рискува да не бъде преизбран. Избирателите в много страни гласуват за депутат от управляващата партия, защото евентуалният опозиционен депутат би бил по-зле пласиран, за да им отвоюва съответните блага.

Навсякъде по света политическият борец е човекът, към когото се обръщат при трудни, непредвидени от регламентите обстоятелства: да се отпусне стипендия за талантливо дете, което формално няма право на такава; да се окаже помощ на този или онзи и т. н. Мъртън добре показва тези функции на политическата машина и на босовите (*boss*) в САЩ.

В големите организации клиентелистките отношения остават твърде важни и донякъде компенсират строгите принципи на бюрократичното функциониране. Действително, дипломата е необходимо условие за постъпване на работа, но в крайна сметка най-често изборът се прави чрез мрежа от междуличностни отношения и влияния; трябва да си близък с г-н X, за да бъдеш назначен на определена длъжност. В неразвитите страни, посредникът, който успява да намери работа, изисква скъпо заплащане от работника, на който е осигурил заетост. В другия край на йерархията, когато директор преминава от една служба на друга, той обикновено взима верните си и изпитани сътрудници, генералния щаб в армията, т. е. своята клиентела от подчинени, които са му предани, доколкото именно той е „направил тяхната кариера“ и благодарение на които той самият утвърждава властта си: така властта на шефа и кариерите на хората от неговия щаб се обуславят взаимно.

Споменатото по-горе за клиентелата напомня онова, което в предходната глава бе казано относно родството: и в двата случая става дума за мрежи от социални отношения, които свързват индивидите чрез институциите, независимо дали става дума за локални структури като някогашното село, или за голямата съвременна бюрократия. Селяните си търсят жена извън тяхното село, т. е. в съседните села, и така установените роднинства създават гъста мрежа от социални отношения между селата. От друга страна, емиграцията към градовете е благоприятствана от вече установилите се там роднини: малкият племенник идва да помогне на своя чичо „въглищар“ в Париж, след това на свой ред отваря бистро или търговия с дърва и въглища, като се надява някой ден да стане като г-н Казес, собственика на Lipp в Сен-Жермен-де-Пре.

6. МРЕЖА

Анализът от гледна точка на ролите и позициите (виж глава 4) води до разбиране на обществото като огромен организъм, а анализът на комуникациите (виж глава 2) идентифицира мрежите на влияние. Доколкото клиентелите и роднинствата представляват мрежи, става възможно цялото общество да бъде анализирано от гледна точка на мрежите, което води до представянето му като плетеница от неизброими мрежи от преплетени социални връзки, повече или по-малко фино свързани, или напротив — относително хлабави. Тези мрежи се обединяват или разделят в зависимост от обстоятелствата. Това е своеобразно разширяване на социометричния анализ до обществото като цяло (виж глава 2).

Политическите борци са специалисти конституирането на мрежи, в тяхното съживяване и манипулиране, което обяснява защо участниците в съпротивата и троцкистските активисти са сред новаторите, постигнали най-големите търговски успехи през последните години, например основателите на FNAC или на Средиземноморс-

кия клуб (*Changement*, глава 7) и защо именно те поемат щафетата от синдикатите, за да организират студентските движения, протестите на безработните или на санитарите. Цялата модернизация на френското селско стопанство през 50-те и 60-те години се извършва благодарение на JAC (Земеделска християнска младеж), която е огромно неформално движение, оживотворено от мрежите на активистите, които организират прояви от всякакъв характер: курсове за техническо ограмотяване и квалификация, сесии за обсъждане и размисъл, големи събирания и манифестации. JAC изобретява особена педагогика, допълнена от институции за народно възпитание, уникални по своето значение и последствия.

За относително малките по размер мрежи (близко родство, религиозни активисти или революционери, например) са характерни силните вътрешни връзки. Този тип връзки имат тенденция да създават ограничени и сравнително затворени в себе си групи: ако А е в тясно отношение с В, и В е в такова с С, съществува голяма вероятност да съществуват връзки и между А и С. И обратно, в разгърнати мрежи връзките са относително слаби, като извличат сила и ефикасност именно от своята слабост и от разширението на мрежата, която е включена в други мрежи. Изучаването на родството (виж глава 8) вече ни показва, че брачните стратегии могат да бъдат ориентирани или към богатството чрез силни и ограничени връзки, или към властта чрез слаби, но многобройни връзки.

Слабите връзки могат да обединяват различни хора и групи със силни връзки. Така например, за да си намери човек работа, е най-важно да разполага с широка мрежа от отношения, които да му предложат необходимите информации за възможните работни места в голям брой предприятия и да го препоръчат там. За икономиста пазарът на труда е повече или по-малко „сегментиран“, а за социолога той представлява плетеница от комуникации (виж *Terrain*, текста на Форсе).

Увеличаването броя на асоциациите (закон 1901) през последните 20 години води до силно преплитане на връзките между ръководителите, които най-често участват в множество асоциации и съживяват разгърнати мрежи от повече или по-малко активни членове. Така, социабилността се анализира по принцип в границите на мрежите. Широките мрежи със слаби вътрешни връзки са по-разпространени във висшите класи, отколкото в народните среди: те предлагат контакт с много по-голям брой хора, които могат на свой ред да ви запознаят със своите връзки. За разлика от това, работниците ограничават отношенията си до колегите, съседите и близките роднини. Добър индикатор в това отношение представлява коефициентът на присъединяване към различните асоциации.

Последна упражнявана професия (мъже)	Коефиц. на присъединяване към асоциации
Преподаватели	80,3
Учители в осн. у-ща и социални работници	74,6
Специалисти в публичната сфера	75,4
Инженери и кадри на предприятията	74,2
Свободни професии	64,2
Други посреднически (междинни) професии	61,1
Земеделци	61,3
Занаятчий, търговци, собственици	59,8
Социални служители	52,6
Други служители	46,2
Квалифицирани работници	46,3
Неквалифицирани работници	38,1
Селскостопански работници	25,5

Икон
ра на труд
капитала,
изразени
от неговат
раждане
формира
ниски зап
Хаити, по
предпола
мрежите,
притежат
съл Хобс

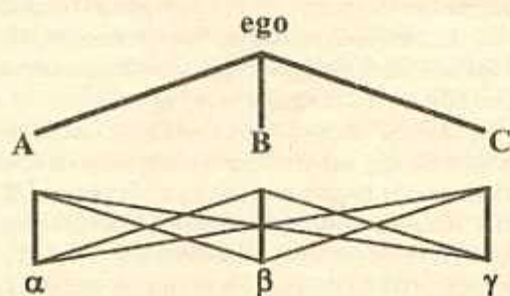
Спор
на индив
които тя
може да
се транс
полага из
уточнява
властта,
ряват ко
мултипл
те връзк
социалн
не увели
но съгла
Следва
на, за да

Ст
не на д
нови ц
ма дуц
ци. Ак
игра н
слаби,

7. СОЦИАЛЕН КАПИТАЛ И ДОВЕРИЕ

Икономистите развиват теорията за човешкия капитал, за да анализират пазара на труда. Тя свежда труда до стока, чиято цена се формира в зависимост от капитала, който индивидът е инвестирал в своето образование и квалификация, изразени в продуктивност. Работодателят възнагражда работника в зависимост от неговата производителност, а работникът търси на пазара най-доброто възнаграждение. Пазарът предполага тотална мобилност на работниците и отлична информираност на предприемачите, които се преместват към пазари и работници с ниски заплати. Анализът на мрежите, подобно на този на търговската клиентела в Хаити, показва обаче, че наемните работници не са толкова мобилни, колкото се предполага от теорията, и че ако информацията, която циркулира по дължината на мрежите, е точна, тя представлява източник на власт; вследствие от това, нейните притежатели се опитват да я скрият и да я запазят за своите приятели. В този смисъл Хобс с основание казва: „Да имаш приятели означава да разполагаш с власт“.

Според Дж. Колеман — първия изследовател на тази тема, социалният капитал на индивида съответства на неговата лична мрежа и на възможностите за достъп, които тя му предлага. Тук не става дума за проста метафора, защото този капитал може да се увеличава чрез нови инвестиции (установяване на нови отношения), да се трансформира в икономически капитал, в символен капитал (престиж), и да предполага известен културен капитал. Анализът на социалния капитал не се свежда до уточняване броя на връзките, поддържани от индивида; трябва да се анализира и аластта, т. е. социалният капитал на членовете на неговата мрежа, които му осигуряват контакти с другите мрежи. Именно обхватът на свързаните помежду си мрежи мултиплицира техните слаби връзки, които могат да се окажат по-полезни от силните връзки. За сметка на това, преплитането на мрежата не води до нарастване на социалния капитал, защото безползните връзки там са многобройни, дублират се и не увеличават информационните потоци. Иначе казано, заплетената и следователно съгласувана мрежа изглежда силна, но в тази сила се крие и нейната слабост. Следващата графика илюстрира това и показва, че връзката на егото с В е достатъчна, за да го постави в отношение с α , β и γ , и че С и А са дублиращи и безползни.



Структурата на дадена мрежа може да бъде разглеждана като просто добавяне на диади. Анализът на триадите показва, че между трима души може да се установи цяла серия от отношения на доверие, на конкуренция и на арбитраж. Ако двама души спорят за нещо, третият служи като арбитър и помирява двамата съперници. Ако конкуренцията е господстващата връзка, триадата открива възможност за игра на коалиции, която трансформира слабостта в сила и обратно. Ако А и В са слаби, като С изглежда най-силен, тази структура може да породи съюз между А и В,

който ще ги направи по-силни от С.

И обратно, слабият може да стане силен, ако се намира в позицията – третия печели (*tertius gaudens*) спрямо другите двама, които са в конкуренция или дори в двубой помежду си, докато третият се надсмива над тях и ги манипулира. Това свойство на триадите се прилага успешно в отношенията между приятелите, при съперничествата между големите предприятия, които искат взаимно да се погълнат, но най-вече в международните отношения. Ливан и бивша Югославия дават драматични примери в това отношение: Сърбия става по-слаба, когато Хърватско и Босна, макар и за съжаление с голямо закъснение, успяват да постигнат съюз.

Тези анализи показват, че доверието е съществен елемент в социалните отношения. Според някои теоретици, отношението на доверие е основната спойка между демокрацията и капитализма. Малцинството има доверие във факта, че мнозинството няма да злоупотреби с властовата си позиция и ще съблюдава правния режим и конституционните правила; то приема следователно мнозинството да управлява. По същия начин, в икономическите отношения е необходимо доверие, за да могат договарящите се страни да бъдат сигурни, че услугата ще бъде извършена качествено и договорената цена ще бъде платена. Така би могло да се намери обяснение за зараждането на капитализма и демокрацията в Западна Европа, доколкото феодализмът установява между феодалите и между тях и крепостните селяни връзки на верноподаничество, базирани върху доверието. Марк Блох пръв формулира тази хипотеза през 1939 г. (виж *Grands Thèmes*, стр. 26).

8. БЮРОКРАЦИЯТА СПОРЕД ВЕБЕР

На пръв поглед междуличностните отношения влизат в противоречие с развитието на бюрократизираното и рационализирано индустриално общество (в смисъла на Макс Вебер). Не е ясно какво място могат да имат големите организации, обществените или пара-обществените администрации и големите частни предприятия в тази размяна на услуги, подаръци и влияние. Твърди се дори, че междуличностните отношения са най-същественото препятствие, възпиращо страните по пътя им към икономическия растеж. В противоречие на това, изследвайки икономическото развитие в Индия, Джек Гууди показва, че родствените връзки са послужили като базова мрежа за отношенията между предприятията (*Grands Thèmes*, стр. 95).

Вебер пръв изработва теоретична схема на бюрокрацията като форма на организация, съответстваща на нейната юридико-рационална легитимност (виж глава 7). Бюрокрацията се характеризира с определени черти:

1) Ясно разграничение между частна собственост и собственост на организациите; Фуке не прави разлика между личната си каса и тази на краля. Днес директорът на голямо предприятие много рядко е и негов собственик, а дори да е такъв, ясно разграничава „своето“ предприятие от семейното богатство.

2) Индивидът не е собственик на изпълняваната от него функция, така че не може да я предаде по наследство на сина си. Разбира се, дори и до днес, офицерът е своеобразен собственик на своя чин, също както нотариусът купува обучението си, но това е само юридическа фикция в първия случай, и анахронично изключение във втория. Придобиването на функцията не е свързано със собствеността.

3) Бюрокрацията функционира по определени правила и по принцип отказва всякакво личностно предпочитание. В карикатурен смисъл, „бюрокрачното“ функциониране е слъпо и отказва да разбере частните ситуации, освен в качеството им на изключения. Държавните администрации и големите частни предприятия създават и съблюдават свои правилници.

в позицията — третия конкурент или дори в манипулира. Това свойство на икономическите агенти, при съперничеството да се погълнат, но не дават драматичен ход Хърватско и Босна, а не и самият съюз.

В социалните отношения основната спойка между факта, че мнозинството дава правния референтен доверие, за да не бъде извършена грешка да се намери обяснение в Европа, доколкото и крепостните селяни в Блок пръв формулира.

В противоречие с развитото общество (в смисъл на организациите, обхващащи частни предприятия, дори, че междуличностно страните по пътя следвайки икономическите връзки са послужили *Grands Thèmes*, стр. 95). Така като форма на организационна легитимност (виж глава

Собственост на организацията на краля. Днес директори, а дори да е такъв, неговото

неговата функция, така че не дори и до днес, офицерът не успява купува обучението на анахронично изключение със собствеността.

Ила и по принцип отказва да, „бюрократичното“ функции, освен в качеството им частни предприятия създа-

4) Постовите са строго дефинирани по отношение на техните компетенции и сфери на действие. Определянето на поста е един от главните инструменти за функционирането на бюрократията.

5) На определянето на постове всъщност съответства специализацията на функциите и компетенциите на индивида, който ги изпълнява. По принцип, всяка задача трябва да бъде поверена за изпълнение на квалифициран индивид. Квалификацията се оценява по безличностни критерии от бюрократичен тип — чрез дипломите.

6) Бюрократичната организация формира йерархия: заемайки определен пост, всеки има своите началници и съответно подчинени.

7) И накрая, бюрократията използва функционери, т. е. служители-специалисти на пълно работно време, които преследват лична кариера, свързана с йерархията на организацията.

Развитите индустриални общества формират на практика организации със значителни, понякога гигантски размери, които съблюдават принципите на Вебер. Държавните администрации и големите национални и многонационални фирми в капиталистическите страни могат да бъдат анализирани по същия начин, както и социалистическите и удържавени форми на икономическия живот в социалистическите държави.

В началото на XX век Ф. У. Тейлър основава научната организация на труда (O.S.T., често наричана „тейлъризъм“) за изучаване на труда на работниците в цеховете по научни правила. Според автора, задачите на изпълнителя трябва да бъдат разложени на възможно най-прости елементи (жестове) и после да бъдат пренаредени във възможно най-„рационалната“ и икономична последователност: всяка задача трябва да се изпълнява по единствения най-добрия начин (*the one best way*), който трябва да бъде наложен на всички изпълнители. По същия начин, различните трудови постове в рамките на цеха трябва да бъдат подредени „рационално“ и по най-добрия начин. Това сциентистко убеждение, според което по отношение на определена дейност съществува само една най-добра организация, е господствало в индустрията в продължение на почти половин век. То е съпътствано от прекалено икономическа визия за човека и неговите мотивации (*homo oeconomicus*, движен от финансови мотиви, независимо дали е директор или работник) и най-вече от твърде стриктна концепция за йерархията: методологичното бюро формулира „*the one best way*“¹ и го налага на работниците чрез авторитета на началник-цеха. Затова Тейлър казва на работниците: „Вие не сте тук, за да мислите — на други им се плаща за това“. Организмът, бидейки по необходимост най-добрата възможна, трябва да бъде съблюдавана и прилагана без колебания, мърморене и недоволства, като в армията.

Социологическите анкети от 30-те години (и по-конкретно проведените в Western Electric, виж глава 2) показват, че тази военизирана и механистична визия за организацията на фабриките е донякъде опростенческа, защото именно „моралът“ на работниците има определящо влияние върху тяхната продуктивност. Това „откритие“ поражда, като реакция срещу тейлъризма, едно движение, наречено „човешки отношения“. Цехът е социална група, а предприятието е социална система, които трябва да бъдат изучавани в качеството им на такива. Колкото по-голямо е предприятието, толкова „човешките проблеми“ са по-съществени: емоционалният климат, усещането за участие, комуникациите между индивидите и групите ще бъдат из-

¹ Най-добрия начин — бел. ред.

ледвани от армии психосоциолози, които директорите наемат с надеждата, че подобрите „човешки отношения“ ще позволят да бъдат решени всички проблеми във функционирането на тяхната организация. В частност, типът на ръководство и способността да се делегира власт изглеждат най-съществени.

Представяйки тези американски изследвания на индустриалната социология, Джордж Фридман показва техните граници и подчертава необходимостта от по-социологическа визия за труда във фабриките и офисите. Под негово влияние социологията на труда във Франция насочва своя интерес от една страна към отношенията между техническия прогрес и формите на организацията на труда, а от друга страна, към отношенията между групите и категориите в рамките на организацията. При анкета, проведена в заводите на „Рено“, Ален Турен откроява три технологични етапа и съответните им форми на организация на задачите от гледна точка на работническата компетенция и синдикалната борба (*Changement*, глава 4).

9. ТЕОРИЯТА НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ

От своя страна, Мишел Крозие и неговият екип предлагат метод за анализ на организациите и развиваните в тях стратегии. Съблюдавайки принципите на Вебер, голямата организация може да придобие различни форми. За да опростим нещата, можем да противопоставим два типа: органичен и механичен. „Механичният“ тип организация се характеризира със:

- Цялостна, завършена и строга органиграма, която детайлно дефинира задачите на всеки от деятелите (акторите);
- Слаба комуникация между деятелите (както по вертикал, така и в хоризонтал), които изпълняват само рутинни задачи;
- Подчертана централизация на властта във върха на йерархията, към която трябва да се изкачват всички проблеми, чието решение не е предвидено от рутинните практики.

Френските администрации и големите предприятия възплащават твърде добре този тип; дипломите добре дефинират кастите (или големите и малки съсловия), чиито членове по необходимост се разполагат в предвидени от йерархията ешелони, откъдето много трудно могат да се издигат: инженер без политехническо образование не е от „съсловието“ и не може да заема висши ръководни постове. От друга страна, „страхът от общуване лице в лице“, който характеризира, според Крозие, социалните отношения във Франция, води до това, че членовете на едно и също съсловие могат лесно да разговарят „като приятели“, дори ако принадлежат към различни извадки или служби на дадена обществена структура или частно предприятие, но това става трудно между представителите на йерархизираната организация. Във всеки случай, членовете на различните съсловия не могат свободно да общуват извън рамките на своите стриктно рутинизирани и йерархизирани отношения.

„Органичният“ тип е противоположен на предходния във всички изброени аспекти:

- Лишената от конкретност органиграма определя повече функциите, отколкото задачите, и всеки агент може частично да дефинира своята роля в зависимост от личността и компетенциите си; вследствие от това органиграмата трябва да бъде гъвкава и поддаваща се на промени. Оттук произтича известна несигурност спрямо онова, което се очаква от другия;
- Комуникациите между акторите, които изпълняват комплексни и слабо дефинирани задачи, трябва да са силно развити, а йерархията да е слабо изразена;
- Властта за вземане на решения е поверена на широк кръг лица: на всеки

деждата, че по-
и проблеми във
водство и спо-

та социология,
остта от по-со-
лияние социо-
към отношени-
да, а от друга
организацията.
технологични
а точка на ра-
а 4).

за анализ на
ите на Вебер,
стим нещата,
ническият" тип

финира зада-

и в хоризон-

та, към който
от рутинни-

върде добре
и съловия),
ията ешелон-
ско образо-
е. От друга
ед Крозие,
дно и също
длежат към
но предпри-
а организа-
но да общу-
шения.

броени ас-

е, отколко-
исимост от
ва да бъде
ест спрямо

слабо де-
изразена;
на всеки

ешелон собственикът по-скоро стимулира и арбитрира, отколкото решава и коман-два. Хетерономните личности (по терминологията на Райсман) са по-добре подготвени в сравнение с другите за този вид отношения.

Организацията от този тип е очевидно по-добре приспособена към променящото се общество, бързо развиващата се технология и колебаещия се пазар. Движението за „целево управление“ (D.P.O.) и за „развитие на организациите“ представя този тип като модел за реструктуриране на предприятията и администрациите. Именно това наричат „структура на пчелната пита“ в противоположност на пирамидалната структура. Все пак, организациите от механичен тип могат успешно да съхраняват и дори да укрепват своя начин на функциониране в условията на променящата се околна среда, при условие, че създават механизми за посредничество с нея; именно това правят някои френски организации, които създават неформални асоциации (закон 1901), за да изпълняват нови функции и да се обръщат, подобно на частните предприятия, към бюрата за изследване и организация.

10. СТРАТЕГИИТЕ НА ДЕЯТЕЛИТЕ

Дори и в най-„механичните“ и съответно най-строги организации, индивидът запазва известно поле за маневриране, има своите амбиции и личностни мотиви и е част от група, притежаваща собствени ценности (виж глава 5). Той може да хитрува спрямо организацията, за да отговори на нормите и изискванията си. И в най-добре организирани цехове, работниците могат да „забавят“ работата, като сами си определят производствени норми, по-ниски от препоръчаните от бюрата за OST и от тези, които при желание биха могли да постигнат. Онзи, който преизпълнява нормата, бързо бива вкарван в „правия път“ от страна на групата: следователно, индивидът или групата винаги могат да търгуват своето участие в дадена организация. Във всяка йерархия висшестоящият трябва постоянно да осигурява доброто сътрудничество, за да не кажем предаността, на подчинените, които в противен случай могат да спъват дейността му, като блокират информацията и не изпълняват функциите си бързо и коректно. Дори без да се стига до саботаж, задържането на информацията и несигурността на изпълнението могат да затруднят функционирането на всяка организация.

Очевидно е, че разпространението на юридико-рационалните принципи на организация във всички сфери на социалния живот би трябвало да доведе до отслабване на клиентелистките отношения. В този смисъл Макс Вебер се опасява, че развитието на бюрокрацията ще лиши индивида от цялата му инициатива и самостоятелност. На практика обаче бюрокрацията се оказва придружена от развитието на личностни клиентелистките отношения също както функционирането на масовото общество се основава върху жизнените и многобройни първични групи, както това беше посочено в глава 2.

Макс Вебер не успява правилно да оцени ролята на някои елементи, които се очертават като все по-важни за бюрократичното функциониране. В рамките на организацията, различните специализации имат тенденция да се превръщат в занаяти, в професии, всяка със своите ценности и норми: инженерите не искат да бъдат смесвани с „администраторите“, а юристите на свой ред демонстрират дистанцираност. В прединдустриалния свят трудът е организиран по занаяти в общите рамки на съсловията, които започват да се институционализират през Средновековието. През XIX век занаятите са изместени от големите предприятия. Днес растящата сложност на технологиите подтиква много специалисти от различните професии към сътрудничество в рамките на един и същи „проект“. Всеки обаче оценява нещата през

призмата на професионалното си превъзходство и референтната група на своите колеги. Тази прогресивна „професионализация“ на различните специалности има тенденция да се наслаждава върху чисто професионалните правила на организацията. Капитализмът убива съсловията; постфордизмът укрепва професиите.

Също така се зараждат услуги и съсловия, които развиват „дух на особена гилдия“ и защитават извоюваните си права. Към тези професии и съсловия се прибавят и клиентелите или групите за натиск, като всяка от тези групи или индивиди има своите индивидуални и колективни стратегии в зависимост от целите, свързани с нейната кариера, власт, защита и т. н.

Мишел Крозие резюмира по следния начин принципите на „стратегическия анализ“:

— Някоя организационна ситуация няма пълен контрол над агента. Той винаги запазва частично *свободно поле* за действие и преговаряне;

— Това свободно поле е *источник на несигурност* за неговите партньори, както и за организацията като цяло, доколкото прави за тях поведението на деятеля са до известна степен непредвидими;

— Благодарение на това свободно поле всеки деятел разполага с известна *власт над другите*, която е толкова по-голяма, колкото източникът на несигурност е по-съществен за тях, т. е. съществено засяга личните им възможности за стратегическа игра;

— От тези три принципа следва, че всеки деятел се опитва да застави останалите като същевременно се изплъзне от техните принуди. Тези принципи водят до много по-комплексно виждане за организацията.

Взаимодействието на тези стратегии е толкова по-важно, за да бъде бюрократичното функциониране по принцип цялостно предвидимо, а предвидимостта на чуждите действия е най-добрият начин те да бъдат контролирани. Така, индивидът може да направи кариера в дадена организация, а групата да осигури своята власт, като взаимодейства с тази организация и с другите индивиди и групи. Ако подчиненият отлично предвижда реакциите на своя началник, той може да измисли адекватни стимули, така че началникът да прави онова, което той би искал, и тогава всъщност командва по-нисшият. Съответно, едно от средствата да си осигуриш власт е да станеш непредвидим: ръководителят, чиито решения са непредвидими, не може да бъде манипулиран и запазва свободата си за взимане на решения. От друга страна, компетентността повишава непредвидимостта, доколкото, за да предвидиш реакцията на другия, ти трябва да си поне толкова компетентен, колкото е и самият той; така специалистите често са склонни да се крият зад своята компетентност, осигурявайки си власт и свобода на маневриране.

Корените на порочния бюрократичен кръг, изучаван от Мишел Крозие (виж *Grands Thèmes*, стр. 122) се крият в тази борба на стратегиите в рамките на организацията, където всяка група и индивид държат да бъдат разглеждани от организацията и от другите според изцяло кодифицирани и предвидими правила: всеки иска да има сигурна кариера и да знае какви правила да прилага в дейността си, за да не може никой да контролира работата и кариерата му и така да си осигури максимална свобода и самостоятелност. Гимназиалният преподавател, въоръжен със своя статут и привилегии, няма сметки за уреждане с директора, ако изпълнява точно служебните си задължения; на теория никой не може да дава оценки за качеството на своето обучение. Така, хипотетично погледнато, от образователна институция гимназията може да се превърне в администрация, която наема на работа учители. Това е тайната на независимостта на висшите френски функционери, която толкова

много учудва

Клиентелите
мящите се к
на собствен
твен предпа
организаци
волява да се
политически
тези две не
толкова по-

БИБЛИОГРАФИЯ

— Ще з

— За р

допълнен чрез

Malinow

Mauss M

— Соц

Bernou

Friedbe

— За к

Bloch M

Gremlo

администрат

— За м

Degen

— За п

Dubar C

— За ф

Crozier

сборника Poi

Dupuy

— За п

Desma

Sainsa

Segres

та група на своите специалности има на организация-фесиите.

ух на особена гил-словия се приба-или индивиди имаелите, свързани с

стратегическия

агента. Той винаги

овите партньори,нията на деятеля

олога с известнаът на несигурностжности за страте-

а застави останаринципи водят до

да бъде бюрокраедвидимостта нани. Така, индивида осигури своятаиди и групи. Акоможе да измислиби искал, и тогаваи осигуриш властедвидими, не мошения. От другаза да предвидишлкото е и самията компетентност,

иел Крози (вижмките на органи-и от организацила: всеки иска даста си, за да неигури максималоръжен със свояизпълнява точноки за качествотоелна институцияработа учители.и, която толкова

много учудва чуждестранните наблюдатели.

Клиентелистките отношения с характерната за тях постоянна оценка на стремежите се към кариера клиенти за властта на собственика, и с постоянната оценка на собственика за компетентността и лоялността на клиентите му, са очевидно действителен предпазен механизъм срещу порочния бюрократичен кръг, който е болестта на организациите. Така още веднъж може да се види, че социологическият анализ позволява да се избягнат опростенческите обобщения, които порицават корупцията на политическите нрави и тромавостта на администрациите, без да си дават сметка, че тези две неща са свързани и че колкото повече обществото се „рационализира“, толкова по-необходими стават клиентелистките отношения.

БИБЛИОГРАФИЯ

— Ще започнем с текстовете на глава IV от *Grands Thèmes*.

— За размяната фундаментален остава текстът на Мос *"l'Essai sur le don"*, който може да бъде допълнен чрез изучаването на Кюла.

Malinowski B., *Les Argonautes du Pacifique occidental*, Paris, Gallimard, 1963, 608 p.

Mauss M., *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 1950, 389 p.

— Социологията на организациите се развива много бързо през последните години:

Bernoux P., *Sociologie des organisations*, Paris, Seuil, 1985.

Friedberg E., *Le pouvoir et la règle: dynamiques de l'action organisée*, Paris, Seuil, 1985.

— За клиентелата в традиционните общества и в съвременното френско общество:

Bloch M., *La Société féodale*, Paris, Albin Michel, 1^{re} éd., 1939.

Gremion P., *Le Pouvoir périphérique*, Paris, Seuil, 1976, 478. (втора част: местната политико-административна система, стр. 154 - 344).

— За мрежите и за социалния капитал в *Terrain*, текстовете на Форсе и Травер-Милграм:

Degenne et Force. *Les Réseaux sociaux*, Paris, Colin, 1994.

— За професиите:

Dubar C. et Tripler P., *Sociologie des professions*, Paris, Colin, 1998.

— За френската администрация:

Crozier M., *Le Phénomène bureaucratique*, Paris, Seuil, 1964, 414 p. (ново издание в колекцията сборника *Points*).

Dupuy F. et Thoenig J.-C., *Sociologie de l'administration française*, Paris, Colin, 1983, 206 p.

— За предприятието:

Desmarez P., *La sociologie industrielle aux Etats-Unis*, Paris, Colin, 1986.

Sainsaulieu R., *Sociologie de l'organisation et de l'entreprise*, Paris, F.N.S.P. — Dalloz, 1987.

Segrestin D., *Sociologie de l'entreprise*, Paris, Colin, 1996.