

---

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ЧАД (на примере народностей канембу и ваддая)

Брахим Дина Али

Кафедра социологии

Российский университет дружбы народов

*ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198*

Актуальность исследований различных аспектов организационной культуры, определяющей-ся многими современными исследователями как одна из главных детерминант социальноэкономического развития страны, связана с тем, что предпринимательство является основой для нормального развития экономики любого региона. Несмотря на то, что наличие универсальных норм предпринимательского поведения, социокультурные особенности страны воздействуют на многие его аспекты, и это влияние, как доказывается в статье на примере двух народностей Республики Чад, усиливается в тех случаях, когда в стране сильны традиционные ценности и сохраняются многие элементы традиционной социальной структуры.

**Ключевые слова:** традиции, социальная структура, Республика Чад, предпринимательство, организационная культура.

Анализ особенностей вовлечения этнических групп канембу и ваддая в предпринимательскую деятельность позволяет не только уяснить специфику их организационного поведения, но и его возможную связь с этнической принадлежностью. К моменту обретения независимости коммерсанты, плантаторы, фермеры, мелкие предприниматели были настолько многочисленны, что, выкупая или создавая новое предприятие, они способствовали укреплению частного сектора — движущей силы развития рыночной экономики. Идеи демократизации, становление правовой системы в Африке, а также невмешательство государства в экономику стали важными элементами формирования благоприятного климата для деловой жизни. Сегодня в Чаде существуют различные формы предпринимательской активности: формальные, неформальные, индивидуального производства, кооперативы, малый бизнес.

Исследование показало, что на характер организационного поведения в этнических группах канембу и ваддая влияют девять социокультурных факторов, обуславливающих не только появление предприятий, но и проблему бедности по стране в целом, поскольку речь идет о создании рабочих мест. В общем сходные для двух этнических групп, эти факторы могут как способствовать, так и препятствовать становлению предпринимательской деятельности. Существующие между ними различия объясняются культурно-историческими особенностями каждой этнической группы. Очевидно, что помимо социокультурных факторов важную роль в искоренении бедности играют также факторы макроэкономического, политического, административного и юридического характера. Однако приоритет социокультурных факторов неоспорим. Многие исследователи в сво-

их работах отмечали важность культурных факторов [18; 21] в принятии решения заниматься бизнесом.

Марабутизм, барака, фатализм и другие верования и архаичные практики ощутимо влияют на характер предпринимательской деятельности в данных этнических группах. Это обстоятельство характерно для обеих групп, однако проявляется в них с разной интенсивностью. Так, для групп канембу и ваддая характерны как различные, так и общие социокультурные факторы.

**Сходные социокультурные факторы.** Наблюдается значительное число сходных социокультурных факторов в каждой этнической группе. Это, в частности, касается оценки роли и места частной инициативы и предпринимателя в социально-экономическом развитии общества, ценностей, которые лежат в основе желания предпринимателя начать дело, и причины, по которым он решает заняться бизнесом.

Эти факторы связаны во всех традиционных обществах с религиозной принадлежностью, спецификой семейных отношений, чертами характера личности и мотивацией. Они формируются под влиянием социализации, традиционного образования и религии. Также они во многом зависят от этнической принадлежности и жизненного опыта. Общие ориентации человека направлены на заботу не только о своем процветании, но и процветании семьи, этнической общности. Одни и те же социокультурные ценности, только в различной иерархии, формируют основы, на которые опирается человек в обоих этносах, создавая предприятие (табл. 1, 2). Такие ценности определяют положение в обществе мужчин и женщин, а также коллективизм или индивидуализм; уровень образования в обществе; статус и доход семьи; существование, надежность и эффективность деловых связей; возможности финансирования и предоставления кредитов; стремление победить неуверенность практикой марабутизма, так же как поиск доказательства обладания баракой. Выявление господствующей тенденции для названных этнических групп позволит нивелировать различия, которые существуют в контексте создания предприятия. Наблюдаются различные контекстуальные и исторические элементы, определяющие важные различия.

**Различные социокультурные факторы.** Если говорить о предпринимателях и других членах обществ канембу и ваддая, то необходимо отметить значительный экономический перевес предпринимателей канембу над предпринимателями ваддая. От чего же зависит такой фактор, как способность к занятию предпринимательской деятельностью одних по сравнению с другими? Причины, которые толкают тех и других, или толкают одних больше, чем других, к занятию предпринимательской деятельностью, различны и могут быть выделены не только на уровне процесса социализации членов каждой этнической группы, но также на уровне восприятия предпринимателем или другим членом общества делового мира.

Анализ общих социальных характеристик в этнических группах канембу и ваддая показывает взаимосвязи социокультурных факторов, влияющих на их экономическую деятельность.

Таблица 1

**Сходство социокультурных факторов этнических групп канембу и ваддая**

<p><i>Семья и община</i> Семьи большие. В случае полигамии жены и их дети живут в постоянном соперничестве, что, если не предпринимается никаких мер, может привести к неприятностям, раздорам и насилию. Давление семьи и бедность — основные причины, по которым начинают заниматься предпринимательством</p>
<p><i>Индивидуализм и коллективизм</i> Отношения между индивидом и группой строятся в пользу последней. Однако индивидуализм начинает отвоевывать свои позиции, не провозглашается открыто как ценность</p>
<p><i>Связи</i> Связи предпринимателей распространяются на все регионы. Успех предприятия зависит от полезных знакомств. На этом держится предпринимательство</p>
<p><i>Образование</i> Большинство населения неграмотно. Большинство не обучалось в школе. Однако все больше государственных служащих и молодых специалистов, получивших образование, но не нашедших работу, пополняют ряды предпринимателей</p>
<p><i>Доходы и неформальные предприятия</i> Неустойчивая экономическая ситуация и низкий уровень доходов обуславливают большое количество незарегистрированных предприятий и микропредприятий, а также участие в бизнесе представителей различных социальных слоев независимо от их статуса.</p>
<p><i>Финансирование</i> Финансирование неофициальное, например, тонтина или ссуда друзей, что особенно характерно для незарегистрированных предприятий и микропредприятий. Это связано со сложностями по оформлению кредита и недостатками банковской системы</p>
<p><i>Барака</i> Барака, или божественное благословение, является фундаментальной категорией в культурах канембу и ваддая. Дарует успех в определенной области деятельности. Синоним накопления и хорошего управления; передается по наследству или за заслуги перед родителями, выступает значимым фактором предпринимательской активности</p>
<p><i>Марабутизм</i> Средство справиться с неуверенностью и избежать неприятных неожиданностей. Многие люди прибегают к марабутизму или марабутажу. Жертвы, приносимые при подобных практиках, должны помочь достигнуть лучшего будущего</p>

Этническая группа канембу является кочевой. Когда человек покидает свои земли, он стремится вернуться туда, преуспев в делах. Один из лучших способов преуспеть — создать предприятие. Такая установка объясняет успех канембу в сфере предпринимательства. Ради своего желания преуспеть представители канембу готовы терпеть жертвы, лишения, жесточайшую экономию средств. Такая ситуация предполагает отличное от ваддая отношение к деньгам. Ниже показаны различия социокультурных факторов в двух группах.

Таблица 2

**Различия социокультурных факторов в этнических группах канембу и ваддая**

Канембу	Ваддая
<i>Процесс социализации</i>	
Индивидуальный успех является неотъемлемой составляющей образования	Индивидуальный успех менее важен, чем в других этнических группах
Дух соперничества внутри общины является одной из составляющих движущей силы предпринимательства	Более слабый дух соперничества внутри общины
Общество иерархично, существует неравенство	Менее строгая социальная иерархия

Канембу	Ваддая
<i>Восприятие предпринимателей и их окружение</i>	
Регион не выгодный для осуществления сельскохозяйственной деятельности, земля сухая, условия благоприятные для скотоводства	Богатые земли
Недостаточное развитие инфраструктуры	Относительно развитая инфраструктура
Частые передвижения населения, большое число миграций населения из сельской местности в города в поисках лучшей жизни	Население оседлое, довольствуется малым и живет каждым днем
Канумбийцы терпеливы, строги, сдержанны и экономны. Готовы терпеть любые лишения, чтобы преуспеть в жизни	Более низкий уровень предпринимательской активности
Среди видов деловой активности предпочтение отдается коммерции и скотоводству	Среди видов деловой активности, где доминируют ваддай, выделяют сельское хозяйство и коммерцию
Предпринимательство канумбийцев очень активно	Предпринимательство выступает движущей силой

Таким образом, по сравнению с представителями ваддая представители этнической группы канембу более позитивно относятся к денежным средствам, и надежда на успех больше присутствует в их экономических устремлениях. Среднее значение активности предпринимательства для представителей канембу выше, чем такое же для представителей ваддая. Что же касается отношений между человеком и деньгами, роли денег, отношений между богатыми и бедными, перехода от бедности к богатству, позиции религии и предпринимательства в социальном успехе, то они во многом аналогичны. Одно из объяснений можно найти в религиозном исламском образовании, вере, которая как в этнической группе канембу, так и в этнической группе ваддая, пропитала все сферы социально-экономической жизни.

Так, часть предпринимателей, воспитанных на строгих принципах ислама, настаивают на честности в делах, и это является их предпринимательским кредо; они скорее предпочтут потерять свой капитал, чем приумножить его нечестным путем. Их совесть не позволит им жить нечестно. Вот их пословица: «Добро, полученное нечестным путем, никогда не принесет счастья». Религия велит жить честно, своими собственными средствами, т.е. трудом. Также религия запрещает праздность и ростовщичество, велит бороться с эгоизмом, учит уважению к власти, участию и взаимопомощи. Таким образом, вера поддерживает желание преуспеть, но преуспеть только честным трудом и законными средствами. Она также помогает пережить неудачи, поддерживает борьбу с нищетой и милосердие.

Именно предприниматели из этнической группы канембу приступают к делам в наиболее раннем возрасте. Их предприятия не крупные. Также представители канембу финансируют свои предприятия самостоятельно. Ценности, усвоенные в раннем возрасте, зависть и соперничество между членами большой семьи порождают стремление обогатиться с целью помогать семье, в силу этого молодые люди желают скорее стать самостоятельными и ответственными. В таких условиях предприятия растут достаточно быстро, в том числе неформальные.

Только пословицы и изречения, характерные для двух культур, их философия жизни позволяют объяснить различия в отношении к предпринимательской деятельности. Например, через пословицы выражается мировосприятие членов группы ваддай:

*Тина кха гбе ката* — Каждому дню достаточно своего горя. Другими словами, займемся проблемами сегодняшнего дня, а о будущих проблемах подумаем, когда они возникнут.

*Контофили кхеса нанма, камаремба тан локхе нан ката* — Создающий заботится о будущем, в то время как тратящий живет каждым днем.

*И нуи а ме, вон на дон дой-дой, а мою гбокхи не* — Как только тебя попросят что-то потретьблять умеренно, знай, что этого осталось недостаточно.

Получается, что часто, согласно пословицам ваддая, забота о завтрашнем дне не является приоритетной. На первое место ставится потребление в ущерб производству и экономии. Жить каждый день, не заботясь о следующем, не позволяет строить планы на будущее, а тем более основывать стабильные и успешные предприятия.

У канембу есть свои выражения на подобные темы, в которых проявляются отличия от ваддая:

*Дьянго ко хандхе хебхото* — Вырыть колодец сегодня, чтобы напиться завтра.

*Мо гнамири ва боно, о дьебхорей ва того* — Обжора ненасытный, как гиена, умрет в нищете.

*Мо велни дхуудхаали, ланнай велаали* — Есть свое зерно на колосе, или Потратить раньше времени свой доход — потерять средства к существованию.

Вторая группа поговорок из фольклора канембийцев советует: не уступать соблазну взять все сразу, а оставить запас на тяжелые времена. Производить и экономить, чего бы это ни стоило — вот ключевые понятия в экономической деятельности канумбийцев. Они утверждают, что это та цена, которую надо заплатить, чтобы обогатиться, и тем самым доказывают себе и остальным свой ум и бараку.

Приведенные поговорки показывают, что представители группы ваддая больше заняты настоящим, причем скорее воображаемым, чем реальным; канумбийцы же заботятся в основном о будущем, делая все, чтобы его обеспечить, и готовы терпеть ради этого неудобства. В то время как одни не строят дальних планов, другие составляют их на несколько лет вперед.

Хотя обе группы преимущественно мусульманские, между ними существуют определенные различия. Согласно Трибу [18] и Веберу [21], а также другим авторам религиозные ценности влияют на процесс предпринимательства. Однако проявляются они по-разному. У двух этнических групп с общей религией сложились различные взгляды на предпринимательство и, соответственно, различное предпринимательское поведение. Религия играет важную роль, и поэтому вмешивается в культуру, благоприятствуя или не благоприятствуя предпринимательству. В то же время совместное проживание в рамках одного государства, большое число канумбийцев в регионах, где некогда проживали только ваддая, альянсы,

образовываемые представителями двух групп, способствовали культурному обмену и повлияли на формирование относительно схожих моделей поведения в предпринимательской деятельности. Можно констатировать схожесть социокультурных факторов двух групп, которые могут повлиять на развитие предпринимательства, как положительно, так и отрицательно. Данные социокультурные факторы — это две стороны одной медали, поскольку могут выступать и как препятствия, и как стимулы в зависимости от обстоятельств. Таким образом, можно выявить существование факторов-гибридов — и позитивных, и негативных одновременно, в зависимости от того, под каким углом зрения их рассматривать, и факторов ограничительного характера, тормозящих становление бизнеса и борьбу с бедностью. Эти факторы касаются семьи, уровня индивидуализма или коллективизма, положения мужчин и женщин, восприятия баракки или марабутизма, уровня социальных связей и образования, уровня доходов, так же как путей финансирования развивающихся предприятий. Их можно разделить на две категории: факторы, способствующие развитию предпринимательства, и факторы, препятствующие ему. Факторы первой группы — факторы успеха — способствуют появлению предприятий; факторы второй группы — создающие помехи — могут держать семью, общность, регион или всю нацию в полной нищете. Таким образом, каждый из перечисленных в данной работе факторов, может быть как положительным, так и отрицательным. Проанализируем данные факторы.

### 1. *Индивидуализм — коллективизм*

#### 1.1. *Положительный фактор*

В этнических группах канембу и ваддая коллективизм занимает сильные позиции. Связи между членами сообщества очень крепкие. Большая семья, группа, деревня и этническая группа живут совместно. Между индивидом и этнической группой устанавливаются диалектические отношения. Индивид принимает ценности и верования группы, которая, в свою очередь, обеспечивает его защиту. Позитивный аспект коллективизма заключается в том, что каждый член группы старается выполнять свои обязательства по отношению к группе. Никто не хочет потерять лицо или испытывать стыд перед членами своей общины. В таких условиях соперничество между членами группы уступает место коллективизму в силу сильного единства. Такое положение вещей помогает понять обязательства одних по отношению к другим, что необходимо для создания семейных предприятий. Однако такие позитивные аспекты не означают отсутствие отрицательных.

#### 1.2. *Отрицательный фактор*

Коллективизм воспринимается как норма, в то время как индивидуализм считается отклонением от нее. Коллективизм может скрывать социальную зависимость и ложное единство. Обязательство прийти на помощь любому члену семьи может серьезно помешать ведению дел. Не говорит ли пословица, что тот, кто пришел на помощь девяти бедным, сам станет десятым? Многочисленные родственные связи сокращают возможности финансирования, а также образования и развития предприятий. Однако предприниматель должен сочетать гармонично индивидуализм и коллективистский характер общества, в котором он развива-

ется. Индивидуальный интерес заставляет многих отказываться от опоры на семью и создавать более крепкие общности. Коллективизм в некотором роде душит свободу действий. Предпринимательская деятельность женщин в такую логику вообще не вписывается. Более того, развиваясь в коллективистском обществе, женщина должна самоутверждаться в обществе, где правят мужчины.

## ***2. Положение мужчины и женщины***

### ***2.1. Положительный фактор***

Мужчине традиционно придавалась доминирующая роль, а женщине — зависимая. Определенные социокультурными особенностями, различные роли, положение и отношения между и мужчиной и женщиной породили дискриминацию. Однако со временем дискриминация и традиционные представления значительно ослабели, и возможность заняться бизнесом стала для многих женщин шансом избежать такой дискриминации. Такой феномен отмечается как в этнической группе ваддая, так и в группе канембу. Государство, борясь с дискриминацией женщин, не остается в стороне от борьбы за равенство между мужчиной и женщиной в политической, экономической, социальной и культурной областях. Однако еще весьма значимы социальные стереотипы, которые мешают женщине занять достойное место в обществе.

### ***2.2. Отрицательный фактор***

Согласно традиционным представлениям мужчина в силу своей природы должен поддерживать семью, принимать решения, доминировать и командовать. Что же касается женщины, то она должна зависеть от мужа, должна выступать в роли хорошей хозяйки; часто она является бесплатной неквалифицированной рабочей силой. Требования традиций, предубеждения о месте и роли женщины в обществе не позволяют ей активно участвовать в экономической жизни региона. Слабый доступ к ресурсам и технологиям, нехватка образования и профессиональных навыков препятствуют женщинам сегодня. Обычаи продолжают заставлять их придерживаться традиционной роли, хотя существуют исключения. Но их живое участие в борьбе с бедностью становится все более заметным, правда, пока за мужчиной сохраняется роль лидера в обществе. Это связано с тем, что у женщин чаще возникают проблемы с финансированием предприятий. Сложности с возможностью взять кредит и безграмотность, приводят к тому, что женщины предпочитают создавать неформальные предприятия. При этом они еще должны заниматься воспитанием детей.

## ***3. Семья и соперничество***

### ***3.1. Положительный фактор***

Соперничество внутри семьи может стать источником недружелюбной атмосферы между братьями и заставлять членов семьи стремиться к успеху. В таких случаях они объединяются для успеха семьи или кого-нибудь из ее членов, независимо от соревновательности. Главенство старших над младшими способствует установлению дисциплины внутри семьи и вовлечению каждого в экономическую деятельность. Это может выступать положительным фактором, нейтрализующим агрессию и объединяющим членов семьи. Соревновательность внутри семьи в таком случае выступает синонимом зрелости, смелости, креативности

и коммуникативности для ребенка, живущего в гармоничной семье. Таким образом, семья позволяет выражать индивидуальность, самоутверждаться и развиваться, что естественно необходимо для занятия предпринимательством. Но если такая соревновательность и кооперация заставляют скрывать индивидуальные достоинства, то это ведет к отрицательным последствиям.

### *3.2. Отрицательный фактор*

В большой полигамной семье соревновательность среди братьев часто не дает положительных результатов, она, безусловно, вызывает стремление работать, но чаще приводит к зависти и ссорам. Часто неизбежно она порождает не только острое соперничество, зависть и смертельную ненависть, но также марабутаж и прекращение отношений между родственниками. Ежедневно ребенок должен развивать стратегии, чтобы преодолеть трудности и доказать, что он лучший. Такой ребенок, несущий на своих хрупких плечах столь тяжелый груз, рано становится самостоятельным. Он воплощает в себе желания и амбиции своих родителей, которые рассчитывают на его материальную и моральную поддержку. Чтобы достигнуть желаемого, он должен считаться со своим социальным статусом и уровнем доходов.

## **4. Социальный статус и уровень доходов**

### *4.1. Положительный фактор*

Низкий уровень доходов и покупательной способности населения, слабое развитие рынка приводят к мысли о необходимости заняться предпринимательской деятельностью. Лишения, связанные с нехваткой материальных и финансовых средств, неравенство различных социальных слоев и групп (мальчиков и девочек, образованных и безграмотных, сельских жителей и городских, бедных и обеспеченных). Чтобы создать предприятие, необходимы действительные причины: железная воля, необходимость поддерживать определенный уровень жизни или развивать имеющиеся условия составляют основу для создания предприятия. Таким образом, создание предприятия оправдывается желанием преуспеть, улучшить материальное положение и добиться определенного социального статуса. Отсюда улучшение социального и экономического статуса, повышение социальной прозрачности. Люди все меньше верят в наемный труд как способ социального развития из-за низкого заработка, поэтому ищут дополнительные возможности получения дохода. Усилившаяся автономность позволяет людям с низким социальным статусом достигнуть больших высот, повысить свою компетенцию и играть более важную экономическую роль в семье и этнической группе. Но, несмотря на такой важный прорыв, приложенные усилия не всегда позволяют добиться желаемого.

### *4.2. Отрицательный фактор*

Экономический кризис, сложности доступа к ресурсам, инфраструктуре, оборудованию, продуктам вызывают безработицу, сельскую эмиграцию, неустойчивость и без того низких доходов, а также социального статуса в обществе. Бедность и тяжелые жизненные условия ограничивают возможности заниматься производящей и прибыльной деятельностью. При этом социальная автономия и экономи-

ческая эмансипация также могут порождать новые проблемы, в частности, новые налоги, часто разорительные, с которыми приходится обязательно сталкиваться.

## **5. Способ финансирования экономической деятельности**

### **5.1. Положительный фактор**

Предприниматели развиваются в финансовой среде, используя различные способы инвестирования своей предпринимательской деятельности. Можно выделить два типа: эндогенный и экзогенный. Адаптированное к культуре и возможностям большинства людей и, следовательно, легкодоступное эндогенное финансирование связано с индивидуальным вкладом, вкладом семьи или получением наследства. Большинство предпринимателей прибегают именно к такому способу финансирования. При его использовании обычно не возникает проблем с возвращением капитала, процентами, а также других рисков. В экзогенное финансирование входят два вида: банковский кредит и микрофинансирование. Банковский кредит для большинства предпринимателей недоступен из-за высоких ставок и ограничивающих условий доступа к средствам финансирования, в результате чего предпочтения склоняются в сторону общедоступных средств финансирования — микрофинансированию у индивидуального кредитора с ростовщическими или смешанными процентами, простым и сложным тонтинам, клубам инвесторов, кассам солидарности [10]. Такой тип финансирования в условиях локальных связей семей, этнических групп, климата доверия и географической близости акторов предполагает, что экономика и общество поддерживают друг друга. Более того, различные институты микрофинансирования предлагают свои услуги: кооперативы по вкладам и кредитам, общинные банки, сельские кассы. Таким образом, пользователи сближаются с институтами финансирования. Согласно Жентилу [10], этот сектор охватывает около 10% активного населения и имеет тенденцию к росту. Речь идет о стратегиях развития для преодоления сложностей финансирования малых предприятий и неустойчивости семейных ресурсов. Часто люди прибегают к этому и не для предпринимательских целей. Если специфические способы финансирования имеют свои преимущества, в частности, выступая средством для развития, они также могут иметь свои недостатки.

### **5.2. Отрицательный фактор**

Проблемы финансирования новых предприятий и требуемые гарантии для получения банковских кредитов связаны с отсутствием регистрации, в частности, у неформальных предприятий, а также мелких и средних предприятий. Такая ситуация приводит к нехватке финансирования, с чем сталкиваются потенциальные предприниматели. Низкие доходы большинства семей и предложение кредитов не позволяют большинству начинающих предпринимателей создавать стабильные предприятия с тенденцией к росту, поскольку они могут рассчитывать только на собственные средства. Этим объясняется большое количество неформальных предприятий и микропредприятий. Кроме того, использование тонтины как традиционного способа финансирования не предполагает серьезных финансовых вливаний. По этой причине большинство предприятий небольшие, их деятельность сводится к мелкой коммерции и предоставлении услуг. Однако такая ситуация

не мешает относительному динамизму деятельности, основанной на большом количестве серьезных связей в социальных, коммерческих формальных и неформальных кругах, вовлеченных в экономический процесс.

## **6. Социальные связи**

### **6.1. Положительный фактор**

Многочисленные социальные связи защищают предпринимателей. Успех предпринимателя зависит от солидности кругов, с которыми он связан, часто такие связи имеются по всему региону. Принадлежность к официальным кругам поддержки, куда входят родственники, друзья, доверенные лица из той же этнической группы, позволяет предпринимателю получить легкий доступ к кредитам и необходимой информации, и тем самым снизить риски, которые предполагает предпринимательская деятельность. Опасаясь вернуться с пустыми руками, канумбийцы, пришедшие из Мао искать счастье в Абеше, укрепляют свое единство и взаимопомощь, образуя крепкие связи в частном секторе. Такая стратегия заставляет их совещаться о выборе места для ведения дел в Чаде, если говорить в общем, и в Нджамене, если говорить в частности. Подобный феномен наблюдается и у ваддая, создающих невидимые связи между городом и деревней. Успех зависит от ценностей, развивавшихся в семье в процессе социализации. Очевидно, что при создании предприятий большую роль играет социальный капитал, но нельзя забывать об «оборотной стороне медали», полагаясь подобные связи.

### **6.2. Отрицательный фактор**

Связи, играя большую роль в поддержке и стимуляции экономической и социальной деятельности, должны принимать вызовы, брошенные мультикультурным обществом. В первую очередь это касается вопросов о различиях и дискриминации, связанных с этнической группой и проявляющихся в семейной жизни, профессиональной деятельности, мобилизации и распределении социальных ресурсов. Доверительные отношения могут распространяться на государственные структуры, создавая условия для коррупции. В конечном счете могут создаваться группы давления, лоббирующие свои интересы, можно ограничиваться допуск в определенные круги. Чтобы выйти из такой ситуации, необходимо активизировать дух предприятий и увеличить их число, необходимо образование.

## **7. Уровень образования**

### **7.1. Положительный фактор**

Получившие образование обычно стремятся стать чиновниками или устроиться на предприятие. Это их интересует в связи с надежным заработком и из-за отсутствия предпринимательских амбиций. Некоторые все-таки рискуют и идут на создание предприятия. Часто неграмотные, толкаемые на это жизненной необходимостью, не довольствуясь зарплатой, начинают заниматься предпринимательством, становясь начальниками тех, кто получил образование. Что касается женщин, согласно информации ЮНЕСКО, уровень их неграмотности снижается во всех регионах. Так, например, «среди женщин, родившихся в 1925 году и достигнувших взрослого возраста в 1940, уровень неграмотности составляет 80%, тогда как у женщин родившихся в 1980 и достигших взрослого возраста в 1995, он равен 68,5%» [20]. Такое снижение уровня неграмотности должно сыграть позитивную роль в развитии предпринимательской деятельности.

## *7.2. Отрицательный фактор*

Однако высокое число неграмотных не позволяет делать прогнозы о создании предприятий, основанных на высоких технологиях. Коммерческие предприятия и предприятия по предоставлению услуг лидируют по сравнению с предприятиями, специализирующимися на производстве. Популярность коммерческих предприятий объясняется легкостью их открытия. В действительности они не требуют больших финансовых вливаний и могут быстро обогатить своего владельца, независимо от его образования. Однако уровень образования влияет на социальные, религиозные, культурные представления, ценности, восприятие и поведение. Также оно позволяет исключить предубеждения, дискриминацию, создать благоприятные условия для экономического роста и трансформации социальных структур. В традиционном миропонимании все это зависит от бараки.

## **8. Барака**

### *8.1. Положительный фактор*

Как этнические группы канембу и ваддая рассматривают создание предприятия, предпринимательство, успех, счастье, богатство, провал, несчастье и бедность? Успех и богатство зависят от удачи, бараки, божественного благословения, родственников, хорошего управления и, конечно, прибыльной работы, в то время как провал и бедность означают неудачу, проклятие, плохое управление, перерасход, разбазаривание и лень, успех и фортуна имеют совершенно противоположные им значения. Исходя из таких представлений богатым становится удачливый человек. Такой взгляд разделяет большинство этнических групп в Чаде и во всей Африке [10]. Барака может называться по-разному в разных этнических группах, с разным языком и религией, но всегда означает гарантию результата. Чтобы ею воспользоваться, необходимо проявить себя: быть настойчивым в своих усилиях, совершать благие дела, правильно распоряжаться и выгодно использовать приобретенные блага. Каждый человек становится управителем своего будущего. Только тот, кто в чем-то преуспел, может гордиться тем, что обладает баракой. В этом смысле барака может являться психологическим фактором успеха. Однако убеждение во всеисилии судьбы может привести к неверным шагам.

### *8.2. Отрицательный фактор*

Определение бараки неотделимо от бездействия и неконтролируемых, неизбежных расходов. На самом деле положиться на случай и верить в судьбу, предназначение означает рисковать, перекладывая всю ответственность на волю случая. Однако предприниматель должен все рассчитывать заранее и опираться на свои персональные качества, в частности свой динамизм или креативность. Таким образом, впечатление, что ты находишься или не находишься под охраной бараки, может ослабить деятельность и привить привычку пускать все самотек, не предпринимая больших усилий. То же касается марабутизма.

## **9. Марабутизм**

### *9.1. Положительный фактор*

Поход к марабутисту или к кому-нибудь еще, занимающемуся магией, стал частой практикой. Постоянно меняющиеся обстоятельства, неопределенное бу-

дущее, желание позаботиться о завтрашнем дне, бедность и невежество заставляют человека обращаться к марабутизму как средству оградить себя от неудач и неприятных сюрпризов. В этом смысле марабутаж играет положительную роль, устанавливая психологическое равновесие своих приверженцев в разрешении их проблем. Марабутаж завербовывает своих клиентов из различных слоев общества: мужчин и женщин, молодых и старых, богатых и бедных, образованных и безграмотных. Выходить из сложного положения, преуспевать, превосходить, желание обладать такими качествами — основная причина, по которой марабутизм пользуется такой популярностью. Однако он обладает и негативными моментами.

### *9.2. Отрицательный фактор*

Марабутизм, как и барака, носит мистический и магическо-религиозный характер. Относящийся к иррациональному (окультизм, колдовству в частности), марабутизм тормозит появление предприятий тогда, когда направлен на причинение зла, желание навредить конкуренту. Зависть, соперничество, ненависть лежат в основе таких предосудительных практик. К числу частых последствий этого относится парализация любой активности. Человек, отличающийся от других и стремящийся к обогащению, часто сталкивается с жесткой оппозицией и интригами завистников. Отсюда страх некоторых людей возвращаться в родную деревню, чтобы не стать жертвой колдовства и не вызвать гнев своих соседей или членов своей общины. Робкая попытка проявления индивидуализма строго наказывается, хотя для того, чтобы стать предпринимателем, значительная доза индивидуализма необходима. Другими словами, желание заняться предпринимательской деятельностью требует очищения от марабутизма.

\*\*\*

В качестве выводов можно отметить следующее. Анализ показал, что уже на начальном этапе в процессе создания предприятия выявляется культурная специфика организационного поведения рассматриваемых народностей. Уже на этапе оценки ресурсов удалось выявить факторы, придающие динамизм каждой рассматриваемой этнической группе. Далее был обобщен материал, указывающий на влияние сдерживающих деловую инициативу факторов. И наконец по каждой этнической группе была проведена сравнительная оценка роли индивидуально-го успеха и духа соперничества, конкуренции в традициях и поведенческих моделях.

Следует отметить, что ситуация, характерная для таких этнических групп Чада, как канембу и вадая, подтверждает выводы, к которым пришли, например, Зади Кесси [22] и Камдем [13] о неоднозначности роли, которую играет социокультурное наследие в бедности африканского континента.

Африка в доколониальный период в силу природных условий, примитивного уровня техники была ограничена возможностями какой-либо динамики. А это, в свою очередь, определяло своеобразный тип социальных отношений. Их суть составляет абсолютное господство в африканском обществе идей и норм, направленных на растворение личности и ее потребностей в коллективе, подавление ее

воли и сдерживание ее социальной и экономической активности, сохранение ее психологической несвободы. Прочность традиционных устоев социального бытия исключала или отодвигала в неопределенно далекое будущее поиск новых путей и способов хозяйствования. Эта социально-экономическая неподвижность традиционных обществ стала нарушаться лишь в ходе колонизации Африки. Колониальное освоение Африки, проводившееся в экономических и политических интересах метрополий, дало толчок к зарождению в регионе элементов промышленной цивилизации, началу таких процессов, как движение от натурального хозяйства к товарному, от общинной собственности к частной, имущественному расслоению членов традиционной общины, росту социальной мобильности, усилению хозяйственной автономии малых семей. Все это означало, с одной стороны, формирование определенных предпосылок для «динамизации» социально-экономического развития в направлении к раннекапиталистическим формам производства и всей хозяйственной деятельности, а с другой — начало длительного, вялотекущего, продолжающегося и поныне изменения, то есть нарушения прежнего стабильного, равновесного состояния традиционных обществ. На протяжении последнего столетия эти общества претерпели существенные изменения, ослабившие их внутреннюю целостность, прочность вековых норм хозяйствования и социальных отношений. Такие процессы, как урбанизация, развитие производственной и общей инфраструктуры, образования, всей сферы услуг, должны были способствовать подъему промышленности.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Галкина Т.П.* Социология управления: от группы к команде. — М.: Финансы и статистика, 2004.
- [2] *Зборовский Г.Е., Костина Н.Б.* Социология управления. — М.: Гардарики, 2004.
- [3] *Риск в социальном пространстве: Антология.* — М.: Институт социологии РАН, 2001.
- [4] *Ковалев В.Н.* Социология управления социальной сферы. — М., 2003.
- [5] *Штомпка П.* Социология: Анализ современного общества. — М.: Логос, 2005.
- [6] *Уэй У. Эккерсон.* Панели индикаторов как инструмент управления. Ключевые показатели эффективности, мониторинг деятельности, оценка результатов. Performance Dashboards: Measuring, Monitoring, and Managing Your Business. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
- [7] *Fayole A.* Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial: quelques idées et pistes de recherche. 6<sup>o</sup> Congrès international francophone sur la PME. — Octobre, 2002. — Montréal, 2002.
- [8] *Fortin P.-A.* La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté. — Montréal: Editions Transcontinental, 2002.
- [9] *Gasse Y., D'Amours A.* Profession: entrepreneur. — Montréal (Québec) — Charlesbourg (Québec): Les Editions Transcontinental inc. et les Editions de la Fondation de l'entrepreneurship, 2000.
- [10] *Gentil D.* Les logiques du micro-credit // Mondialisation et coopération internationale. Séminaire sur les fondements idéologiques et culturels de la «mondialisation économique». EDF. — Paris, 2001.
- [11] *Gourevitch J.-P.* L'Economie informelle: De la faillite de l'Etat à l'explosion des trafics. — Paris: Le Pré aux Clercs, 2002.

- [12] *Julien P.-A.* L'entrepreneuriat au Québec: pour une révolution tranquille entrepreneuriale 1980—2005. — Montréal: Editions Transcontinentales, 2000.
- [13] *Kamdem E.* Management et interculturalité en Afrique: Expérience camerounaise. — Québec: Presses de l'Université Laval, 2002.
- [14] *Meunier O.* Education, diversités culturelles et stratégies politiques en Afrique subsaharienne. — Paris: L'Harmattan, 2001.
- [15] *Outtara V.* Idéologie et traditions en Afrique noire: pour une nouvelle pensée africaine. — Paris: Editions L'Harmattan, 2001.
- [16] *Robichaud D.* La création d'entreprises par les immigrants. Le cas des Québécois d'origine portugaise de la région métropolitaine de recensement de Montréal. Thèse de doctorat. — Montréal: Ecoles des Hautes Etudes Commerciales de Montréal (HEC), 2001.
- [17] *Thornton P.H.* The sociology of Entrepreneurship // *Annual Review of Sociology*. — 1999. — № 25.
- [18] *Tribou G.* L'entrepreneur musulman: l'islam et la rationalité d'entreprise. — Paris: l'Harmattan, 1995.
- [19] *Tudesq A.-J.* L'Afrique parle, l'Afrique écoute: les radios en Afrique saharienne. — Paris: Editions Karthala, 2002.
- [20] *World Culture Report 2000.* UNESCO. — Paris: Editions UNESCO, 2000.
- [21] *Weber M.* L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme. — Paris: Flammarion, 2000.
- [22] *Zadi Kessy M.* Culture africaine et gestion de l'entreprise moderne. — Abidjan: Editions CEDA, 1998.
- [23] *Zafirovsi M.* Probing into the social layers of entrepreneurship: outlines of the sociology of enterprise // *Entrepreneurship and Regional development*. — 1999. — № 11.

## **THE SOCIOCULTURAL SPECIFICS OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR IN THE REPUBLIC OF CHAD (exemplified by ethnic groups of kanembu and vadday)**

**Brahim Dina Ali**

Sociology Chair  
Peoples' Friendship University of Russia  
*Miklukho-Maklai str., 10/2, Moscow, Russia, 117198*

The importance of the analysis of various aspects of organizational culture which is defined by many contemporary researchers as one of the major determinants of socioeconomic development of the country is associated with the fact that entrepreneurial business underlies the regular development of any regional economy. Despite the existence of universal norms the sociocultural patterns of the country have an impact on many aspects of entrepreneurial behaviour. It is demonstrated in the article by the example of two ethnic groups of the Republic of Chad that the given influence increases in cases when traditional values prevail and many elements of traditional social structure are preserved.

**Key words:** traditions, social structure, the Republic of Chad, entrepreneurial business, organizational culture.