



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Эриком О. Райтом

Зелизер В. Человеческие ценности и рынок: страхование жизни и смерть в Америке XIX века

Рощина Я. М., Сухова А. С. Факторы частного сельскохозяйственного производства российских домохозяйств

Изюмов А. И., Косалс Л. Я. Исследования полицейской коррупции в развитых, развивающихся и трансформирующихся странах...



Журнал выходит пять раз в год:

№ 1 – январь,

№ 2 – март,

№ 3 – май,

№ 4 – сентябрь,

№ 5 – ноябрь.

Учредители:

- Государственный университет
Высшая школа экономики;
- В. В. Радаев



Редакция

Главный редактор:	Радаев Вадим Валерьевич
Редактор выпуска:	Соколова Татьяна Виленовна
Сотрудники редакции:	Александрова Елена Сергеевна Котельникова Зоя Владиславовна
Корректор:	Хорошкина Саида Махмудовна

Редакционный совет

Богомолова Т. Ю.	Новосибирский государственный университет
Веселов Ю. В.	Санкт-Петербургский государственный университет
Волков В. В.	Европейский университет в Санкт-Петербурге
Гимпельсон В. Е.	ГУ ВШЭ
Заславская Т. И.	Московская Высшая школа социальных и экономических наук
Лапин Н. И.	Институт философии РАН
Малева Т. М.	Независимый институт социальной политики
Овчарова Л. Н.	Независимый институт социальной политики
Радаев В. В. (главный редактор)	ГУ ВШЭ
Рывкина Р. В.	Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН
Хахулина Л. А.	Аналитический центр Юрия Левады
Чепуренко А. Ю.	ГУ ВШЭ
Шанин Т.	Московская Высшая школа социальных и экономических наук
Шкаратан О. И.	ГУ ВШЭ

Содержание

Вступительное слово главного редактора (*В. В. Радаев*) 5

Интервью

Интервью с Эриком Олином Райтом: «Когда я только начинал свою деятельность, я был убеждён в том, что марксизм раз и навсегда победит социологию...» (*перевод Д. Крылова и Г. Логинова*) 7

Новые тексты

Я. М. Рощина, А. С. Сухова
 Факторы частного сельскохозяйственного производства российских домохозяйств 21

Новые переводы

В. Зелизер
 Человеческие ценности и рынок: страхование жизни и смерть в Америке XIX века (*перевод Е. С. Бердышевой*)..... 54

Взгляд из регионов

Ю. В. Харченко, О. Ю. Гурова
 Спортинг: спорт, досуг и стили потребления в современной России 73

Дебютные работы

М. А. Правдина
 Современный рынок советского кино: социокультурный анализ способов позиционирования DVD-продукции 91

Профессиональные обзоры

А. И. Изюмов, Л. Я. Косалс
 Исследования полицейской коррупции в развитых, развивающихся и трансформирующихся странах как часть проблемы изучения неформальной экономической деятельности полиции 115

Новые книги

М. М. Сакаева
 Организованный труд: на пересечении рынка, демократии и глобализации. Рецензия на книгу Kubihek P. *Organized Labor in Postcommunist States: From Solidarity to Infirmary* (University of Pittsburgh Press, 2004)..... 126

Исследовательские проекты

Социальная дифференциация и местное самоуправление в сельских поселениях и малых городах России: итоги двадцати постсоветских лет (*рук. — А. М. Никулин*) 132

Учебные программы

Ф. Доббин
 Экономическая социология 134

Конференции

Летние школы ГУ ВШЭ, 2010	141
XI Международная научная конференция ГУ ВШЭ по проблемам развития экономики и общества, 6–8 апреля 2010 г.	146
Contents and Abstracts	158
About the Authors.....	161

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Мы рады поделиться с вами очередной хорошей новостью. Недавно наш журнал вошёл в пресловутый официальный список Высшей аттестационной комиссии России (ВАК) и стал одним из первых электронных изданий, получивших этот статус. Мы хотели доказать, что это возможно. И это свершилось. Надеемся, что за нами пойдут и другие, достойные.

Что в связи с этим изменится в политике нашего журнала? Ничего не изменится. Мы не будем, как это делают многие, брать деньги за публикации, не станем публиковать статьи аспирантов и докторантов только потому, что это *нужно* для защиты. Мы не собираемся выдвигать дополнительные требования: наши стандарты уже сформулированы. Будем считать новый статус формальным подтверждением качества и продолжим работать.

На повестке очередной номер.

В рубрике «**Интервью**» мы публикуем беседу с профессором *Эриком Олином Райтом* (университет Висконсин, США). Э. Райт — один из бесспорных лидеров аналитического марксизма в социологии и наиболее продуктивных исследователей социальной стратификации. Его работы, посвящённые теоретическому и эмпирическому изучению классовой структуры современных обществ, а также методологические споры с представителями неовеберианского направления стали настоящей социологической классикой. В беседе он рассказывает о двух новых книгах, готовящихся к выходу в 2010 г., говорит о программе по экономической социологии в своём университете, рассуждает об эклектичности американской социологии, сегодняшнем состоянии марксизма и своих негативных впечатлениях от поездки в СССР. Это большое и весьма содержательное интервью взято для нашего журнала *Д. Крыловым* и *Г. Логиновым*.

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется статья *Я. М. Роциной* и *А. С. Суховой* (ГУ ВШЭ). В работе применяются экономические и социологические теоретические подходы для анализа частной сельскохозяйственной деятельности российских домохозяйств. На основе данных панельных обследований Российского мониторинга экономики и здоровья (РМЭЗ) за 1994–2006 годы изучается динамика частного сельскохозяйственного производства, выделяются типы сельскохозяйственной деятельности, анализируются факторы, влияющие на вероятность вовлечения домохозяйств в работу на собственных земельных участках и на увеличение товарной составляющей их деятельности.

В рубрике «**Новые переводы**» мы публикуем ещё один легендарный текст в рамках нашей серии «Классика новой экономической социологии». На этот раз перед нами известная статья *В. Зелизер* о возникновении и развитии страхования жизни в середине XIX столетия. В ней показывается, как менялось отношение людей к денежному оцениванию человеческой жизни и смерти, и как экономическое определение ценности смерти в конечном счёте обеспечило легитимность бизнесу по страхованию жизни, сопроводив его необходимыми ритуальными формами. Ранее мы уже публиковали перевод статьи В. Зелизер «Создание множественных денег» (2002. Т. 3. № 4. С. 58–72). Напомним также о переводе её основной книги «Социальное значение денег» (М.: Дом интеллектуальной книги; ГУ ВШЭ, 2005). Перевод статьи подготовлен *Е. С. Бердышевой*.

В рубрике «**Взгляд из регионов**» публикуется работа *Ю. В. Харченко*, *О. Ю. Гуровой* о спортинге и его социальной роли в современном российском обществе. Автор пытается выявить связь социальной структуры и досуговых практик в современной России на примере этого нового вида спорта. В центре

внимания находится досуговое поведение людей, занимающихся спортивным, как критерий социальной дифференциации.

Для рубрики «**Дебютные работы**» М. А. Правдиной (аспиранткой факультета социологии ГУ ВШЭ) подготовлена статья о DVD-рынке советского кино. Автор пробует ответить на следующие вопросы: чем объясняется и что означает проявившийся и растущий интерес современных зрителей к советскому кино? как позиционируются советские фильмы на DVD-рынке и какие культурные символы при этом транслируются? какое место занимает покупка и просмотр DVD с советскими фильмами в ряду других доступных зрителю стратегий кинопросмотра? Наконец, какую роль в проявлении зрительской привязанности и в выборе дистрибьюторами способов позиционирования играет «советскость» фильма?

Для рубрики «**Профессиональные обзоры**» профессорами А. И. Изюмовым (Университет Луисвилля) и Л. Я. Косалсом (ГУ ВШЭ) подготовлен материал на не совсем обычную тему. В нём анализируется научная литература и данные эмпирических исследований по проблеме неформальной экономической деятельности полиции в развитых, развивающихся и трансформирующихся странах. Особое внимание уделяется причинам, механизмам функционирования и практикам полицейской коррупции.

В рубрике «**Новые книги**» М. М. Сакаева (Европейский Университет в Санкт-Петербурге) рецензирует монографию известного польского исследователя рабочих движений П. Кубичека «Организованный труд в посткоммунистических государствах: от солидарности к бессилию». Книга представляет собой сравнительное исследование развития организаций труда (прежде всего профсоюзов) в России, на Украине, в Венгрии и Польше в 1990-х годах, а также профсоюзного движения начала XXI века в странах Западной и Восточной Европы.

В рубрике «**Исследовательские проекты**» о новом исследовательском проекте Центра крестьяноведения и Интерцентра Московской высшей школы социальных и экономических наук рассказывает его руководитель А. М. Никулин. Тема проекта: «Социальная дифференциация и местное самоуправление в сельских поселениях и малых городах России: итоги двадцати постсоветских лет».

В рубрике «**Учебные программы**» размещена программа «Экономическая социология» Фрэнка Доббина, профессора социологии Гарвардского университета (Кембридж, США). Ф. Доббин — один из ведущих современных экономсоциологов, и поэтому его взгляд на построение базовой учебной программы несомненно интересен. Добавим, что ранее мы публиковали на страницах журнала интервью с Ф. Доббиным (2004. Т. 5. № 2. С. 6–12) и фрагмент самой известной его книги «Формирование промышленной политики» (2004. Т. 5. № 1. С. 45–62)¹.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» мы знакомим вас с фрагментами программы приближающейся ежегодной международной апрельской конференции ГУ ВШЭ.

Мы также анонсируем все профильные Летние школы, которые проводятся ГУ ВШЭ в 2010 г. На эту информацию обращаем ваше внимание особо — на участие в этих школах ещё можно подать заявки.

Надеюсь, статус ваковского журнала нас не испортит. Впрочем, это почти целиком зависит от качества ваших статей.

¹ Dobbin F. 1994. *Forging Industrial Policy: The United States, Britain, and France in the Railway Age*. Cambridge [England], N. Y.: Cambridge University Press.

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с Эриком Олином Райтом: «Когда я только начинал свою деятельность, я был убеждён в том, что марксизм раз и навсегда победит социологию...»



РАЙТ Эрик Олин (Wright, Erik Olin) — профессор факультета социологии Университета Висконсин в Мэдисоне (Мэдисон, США).

Email: wright@ssc.wisc.edu

Перевод с англ. Д. Крылова
и Г. Логинова.

Эрик Райт — всемирно известный социолог, работающий в направлении аналитического марксизма. До последнего времени занимался инновативным анализом классовой структуры современных капиталистических обществ. В настоящее время профессор Райт работает над созданием эмансипирующей социальной науки. С 1983 г. он является директором Центра по изучению социальной структуры и социальных изменений им. А. Е. Хейвенса в своём университете (A. E. Havens Center for the Study of Social Structure and Social Change at UW), а также входит в состав редакционной коллегии журнала «Politics & Society» (1978–1981 и с 1988 по настоящее время). В 1990 г. был награждён званием почётного профессора им. Чарльза Миллса (Charles W. Mills Distinguished Professor); в 1998 г. университет отметил его преподавательскую деятельность специальной премией (UW Distinguished Teaching Award). Эрик Райт — автор 13 книг.

— *Ваша книга «Представляя реальные утопии» [Wright 2010] выйдет в мае 2010 г. Когда будет издана другая книга, «Американское общество: как оно работает на самом деле?» [Rogers, Wright 2010]?*

— *Первая книга выйдет раньше, чем планировалось, в марте или апреле 2010 г., но точно раньше мая. Книгу «Американское общество...» издадут в июле 2010-го.*

— *В интервью Марку Кирби Вы сказали, что целью этой книги является проведение моральной оценки институтов американского общества [Kirby 2001: 6]. Сейчас, когда работа над ней завершена, считаете ли Вы, что справились с поставленной целью? И почему она была сформулирована именно в таком ключе? Как Вы относитесь к своей книге теперь?*

— *Конечно, всегда хочется добиться поставленных целей, и я действительно полагаю, что в книге представлена моральная оценка американских институтов. Эта работа сделана совместно с Джоэлом Роджерсом (Joel Rogers), моим коллегой по социологическому факультету. Насколько убедительно нам удалось оценить с моральной точки зрения современное состояние американских институтов — судить, конечно, читателю.*

Книга стала результатом учебного курса «Contemporary American Society» («Современное американское общество»), который мы с Роджерсом читаем с начала 1990-х, но называется она «Contemporary American Society: How It Really Works?» («Современное американское общество: как оно работает на самом деле?»). Главная идея курса — посмотреть на американские институты сквозь призму провозглашаемых ими основных ценностей и определить, насколько они этим ценностям соответствуют. Простой пример: американские институты претендуют на то, чтобы быть демократичными. Вопрос в том, насколько американская демократия на самом деле демократична. Для ответа на него нужно чётко определить, что мы понимаем под демократией, поскольку это слово употребляется порою в совершенно разных контекстах. Всем известно, что на бумаге сталинская Конституция 1936 г. была очень демократичной, но сама государственная система вовсе не была таковой. Мы должны определить демократию как ценностную категорию, а затем понять, что люди имеют в виду, к какому принципу они апеллируют, когда говорят: «Я — сторонник демократии».

По существу, ценность демократии заключается в том, что граждане государства должны управлять собой сами; ими не должна распоряжаться внешняя сила, будь то элита, король или кто-то ещё. В формулировке Авраама Линкольна демократия — это базовый принцип самоуправления «народа, народом и для народа». Нам было интересно узнать, соответствуют ли современные американские институты этому идеалу. А если не соответствуют, то почему и что нужно сделать, чтобы к нему приблизиться?

В нашей книге [Rogers, Wright 2010] мы рассматриваем четыре базовых ценностей, в которые верит большинство американцев: свобода, эффективность, справедливость и демократия. И проверяем, действительно ли эти ценности реализуются в институтах американского хозяйства, государства и общества.

— *Остановимся на этих ценностях чуть подробнее. По прочтении книги [Rogers, Wright 2010] у нас возник ряд вопросов. На наш взгляд, понятия эффективности и справедливости изначально противоречат друг другу; стремление сразу достигнуть обеих целей порождает множество конфликтов. К примеру, в одной из глав Вы пишете о том, что минимальная зарплата в США непозволительно низкая и почти не обеспечивает реальной защиты рабочих. Означает ли это утверждение, сформулированное в терминах справедливости, что Вы сторонник увеличения минимальной зарплаты?*

— Конечно.

— *Тогда как бы Вы возразили экономистам, которые утверждают, что увеличение минимальной заработной платы негативно влияет на занятость самых незащищённых социальных групп и приводит к появлению так называемой ловушки бедности?*

— По моему мнению, оба утверждения неверны, потому что основаны на ложном понимании того, что значит «изменить инструменты реализации социальной политики». Никто из сторонников левых взглядов не скажет: «Все проблемы можно разрешить, повысив минимальный уровень оплаты труда». Я — сторонник этой меры и действий по увеличению занятости в общественном секторе. Но кроме того, я выступаю за совершенствование современных институтов, обеспечивающих профессиональное образование в течение всей жизни, а также за улучшение условий труда посредством кооперативных и местных систем занятости (*cooperative and community-based systems of employment*). Я поддерживаю множество проектов и программ в этой области. Но если воплотить только одну из этих мер, например, повысить минимальный уровень оплаты труда, больше ничего не меняя, то очевидно появятся такие социальные группы, которые пострадают от такого решения.

Ведь волшебного правила, гласящего, что «вы можете повысить минимальную оплату труда и ничего другого не предпринимать», не существует.

Эгалитарный проект требует принятия множественных мер, которые дополняют друг друга и позволяют уменьшить, а во многих случаях устранить совсем возникающие в ходе реформ противоречия. Я не думаю, что существует противоречие между повышением минимальной заработной платы, то есть попыткой предотвратить выплату работодателями заработной платы, недостаточной для ведения достойного уровня жизни, и предоставлением рабочих мест обездоленным. Вы можете запретить подобную занятость, и никто от этого не пострадает. Как это сделать? Вы запрещаете один вид занятости и одновременно создаёте другой. Новые формы занятости могут формироваться государством или с помощью общественных дотаций по инициативе местных сообществ. Есть множество способов повышения уровня занятости, кроме упования на то, что рабочие места будут созданы рынком.

— *Вернёмся к разговору о современном американском обществе. Вы полагаете, оно совершенствуется? Возьмём, к примеру, неутихающие дебаты вокруг реформы здравоохранения. Учитывая огромный дефицит бюджета США, Вы считаете, что момент для её реализации был выбран правильно? Вы бы поддержали эту реформу, проводись она в более благоприятных экономических условиях?*

— Полемика вокруг реформы здравоохранения напоминает дискуссию вокруг минимальной оплаты труда в США. Для обеспечения медицинскими услугами всех жителей Америки нет нужды повышать уровень государственного долга, можно увеличить налоги.

В Соединённых Штатах самый высокий уровень экономического неравенства и при этом самый низкий уровень налогообложения. Среди развитых стран у нас самый маленький показатель совокупных общественных сборов. Налоги в США формируют около 30% ВВП, а в Швеции — примерно 50 % ВВП¹. Грубо говоря, в нашей стране налоговые поступления можно увеличить ещё на 20%, оставаясь при этом вполне капиталистической экономикой. Ведь в Швеции она прекрасно функционирует. Вам что-то может нравиться или не нравиться в этой скандинавской стране, но никто не станет утверждать, что такая организация хозяйства невозможна. Она же работает, согласны? Следовательно, и Соединённые Штаты могут пойти на существенное повышение налогов и оплатить все эти увеличивающиеся расходы.

Но чего власти США точно не могут себе позволить, так это терпеть существующее экономическое неравенство, также как концентрацию богатства в высших слоях общества, и решать подобные проблемы, прибегая к увеличению дефицита госбюджета. Приумножит ли реформа здравоохранения государственный долг — вопрос сугубо политический, а не экономический. Только политические силы имеют возможность заблокировать решение по увеличению расходов на здравоохранение, и никто больше. Устройство американской политической системы вкуче с существующей идеологией не позволяют общественному мнению транслироваться в политические решения. Взгляните на результаты опросов людей относительно налогообложения в Соединённых Штатах: большинство поддерживает увеличение налогов на доходы самых обеспеченных слоёв, но это мнение большинства не может воплотиться в демократическое решение, потому что политическая система страны блокирует такие попытки — так она так устроена.

¹ В России, к примеру, это 35,4% ВВП. — *Здесь и далее примеч. перев.*

— *Суммируя вышесказанное, какие тенденции в развитии американского общества Вы бы могли выделить?*

— Строить тенденции — нелёгкое дело, потому что тот, кто их проектирует, всегда основывается на простой экстраполяции недавнего прошлого на будущие события. Из-за экономического кризиса в большинстве трендов наметился перелом, поэтому в данной ситуации я бы не стал доверять каким-либо предсказаниям.

Вместе с тем отмечу, что экономическое неравенство в США за последние годы стремительно выросло, мы не находимся в стабильном состоянии; уровень бедности остаётся всё ещё очень высоким, разрыв между бедными и богатыми неимоверно увеличился.

Кроме этого, четверть заключённых всего мира сидят в тюрьмах США. У нас самый высокий показатель числа заключённых на душу населения по сравнению с любой другой страной, включая авторитарные государства. Процент населения, находящегося в заключении в США — выше, чем в Иране. Америка является мировым лидером в подавлении собственных граждан посредством лишения свободы². И этот тренд — повышательный, поэтому у меня большие сомнения в том, что мы находимся на пути к более совершенному обществу.

Сейчас, я полагаю, есть шансы, в той же системе здравоохранения. Полемика вокруг её реформы может немного продвинуть нас к формированию более справедливой системы медицинского обеспечения³. Вместе с тем основные политические силы в США, которые блокируют путь к установлению более эгалитарной системы, до сих пор влиятельны, их не ослабил даже кризис. В США сейчас нет общей мобилизации сил в отношении вопросов равенства и демократии, поэтому я смотрю в будущее без особого оптимизма.

— *Давайте поговорим теперь о Вашей текущей деятельности. Только что Вы закончили работу над двумя большими проектами, результатом которой стали новые книги. Над чем Вы работаете сейчас?*

— Я реализую большой проект, который определил бы как «зонтичный», потому что в рамках него провожу различного рода исследования. Его название — «Real Utopias Project» («Реальные утопии»). Моя книга [Wright 2010] представляет основы и общие рамки этого проекта, им я занимаюсь с начала 1990-х. Но есть несколько более конкретных исследований, которые я также осуществляю под данным «зонтиком».

Этой зимой я буду проводить исследование социальной экономики Квебека, восточной провинции Канады⁴. Я собираюсь изучить совокупность институтов в данной провинции, которые

² Первая книга, написанная Эриком Райтом, была посвящена двум проблемам: работе американских тюрем и их политической сущности для общества в целом. Соавторами отдельных глав книги стали заключённые, юристы и бывший тюремный психиатр [Wright 1973]. Все книги Райта доступны на его персональном сайте (см.: <http://www.ssc.wisc.edu/~wright/selected-published-writings.htm>).

³ Реформа здравоохранения была одобрена Конгрессом США 21 марта 2010 г. В поддержку нового закона высказались 219 конгрессменов (все — представители Демократической партии), против — 212 (178 республиканцев и 34 демократа). Реформа позволит 34 миллионам американцев, лишённых на данный момент медицинской страховки, пользоваться медицинскими услугами за счёт страховых компаний. На реализацию реформы американское правительство собирает-ся потратить около 940 млрд долл. США в ближайшие 10 лет (о прошедших дебатах вокруг реформы см.: <http://www.quebercregion.com/en>).

⁴ Территория Квебека была заселена французами в XVII в., перешла под управление англичан в середине XVIII в. и стала административно-территориальной единицей Канады в 1867 г. Квебек — вторая по числу жителей провинция Канады (7,7 млн чел.). Более 95% квебекцев владеют французским (см.: <http://www.quebecregion.com/en>).

поддерживают то, что можно назвать экономическими инициативами, порождаемыми социальной средой и местными сообществами; или экономической деятельностью, коренящейся не в рынке и не в государстве, а в местных сообществах. Цель моей работы — понять, каким образом эти институты работают и как они устроены в Квебеке.

Совместно с коллегами из Испании я также занят изучением самого большого в мире промышленного кооператива, находящегося в собственности работников, — компании «Мондрагон» (Mondragon), расположенной в провинции басков, автономной области на севере Испании. Удивительно, но на протяжении 25 лет практически никто не занимался исследованием их деятельности. Поэтому мы очень детально изучаем, как работает эта компания, каков потенциал системы производства, находящегося в собственности работников, в кооперативной модели, где рабочие владеют фирмой и одновременно с этим на демократической основе принимают управленческие решения. «Мондрагон» — лучший объект для изучения, так как это самый большой и наиболее длительно существующий кооператив работников, занимающийся выпуском сложной продукции⁵. Ведь многие люди полагают, что подобные кооперативы подходят только для производства простейшей продукции в малых масштабах. Испанская же компания выпускает технологичную продукцию в промышленных масштабах.

Этими двумя исследованиями в рамках «Real Utopias Project» я и планирую заниматься в ближайшее время.

— *Помимо исследовательской работы, Вы также преподаёте на социологическом факультете Университета штата Висконсин в Мэдисоне и являетесь одним из авторов PhD-программы по экономической социологии. В её описании на сайте университета сказано, что эта дисциплина — одна из самых интенсивно развивающихся областей социологии⁶. Это описание последний раз обновлялось 10 лет назад. Изменилась ли ситуация за эти годы?*

— Экономическая социология остаётся динамично развивающейся областью социологии. Нужно отметить, что всегда существовала напряжённость между двумя основными направлениями этой дисциплины, то есть между, как я это называю, экономической социологией в бизнес-школах (*business school sociology*), ориентированной на менеджмент, с одной стороны, и экономической социологией, ориентированной на политэкономия и критический анализ рынков, — с другой. Таким образом, экономическая социология имеет как бы два лика: критический и прагматический. Одна её ипостась, в духе Карла Полянши, показывает, как экономисты *фетишизируют* рынок; другая помогает вести бизнес и осуществлять управление в более «социологичной» манере.

Десять лет тому назад я был настроен более оптимистично в отношении перспектив экономической социологии в США, потому что критическая сторона преобладала. Сейчас очевидно, что прагматическая сторона неожиданно обрела большое влияние, но трудно сказать, стала ли она доминировать. В Висконсине мы пытаемся сохранить баланс между двумя этими сторонами.

⁵ Испанская федерация кооперативных предприятий «Мондрагон» была основана в 1956 г. На настоящий момент в неё входят 256 компаний и дочерних структур. Общая численность рабочих корпорации — 92 тыс. чел. Чистая прибыль корпорации за 2008 г. составила 71 млн евро. «Деятельность „Мондрагона“ в качестве бизнес-ассоциации концентрируется вокруг четырёх сфер: финансов, промышленности, распределения товаров и производства знания. Компании функционируют в этих сферах независимо, но в рамках общей стратегии, которую вырабатывает и координирует Центр корпорации» (см.: <http://www.mondragon-corporation.com/language/en-US/ENG/Frequently-asked-questions/Corporation.aspx>).

⁶ См.: <http://www.ssc.wisc.edu/~wright/econsoc.htm>

— Эта программа претерпевала изменения за годы своего существования?

— Использовать слово «программа» в данном случае можно очень и очень условно. Действующая программа не столь логична и последовательна, как отмечается в её рекламе на сайте.

Большинство программ на факультете социологии в Висконсине представляют собой простое объединение преподавателей, каждый из которых работает над своей индивидуальной темой, и студентов, интересующихся их темами. Программа по экономической социологии как раз из таких: нет фиксированного набора учебных курсов и рабочего учебного плана. Я бы сказал, что как программа она не слишком развивалась в последние годы. У неё нет и лидера, который воспринимал бы её как центральную тему для своих академических изысканий и работал бы над нею постоянно. Её ведут несколько преподавателей факультета, контактирующих между собой, но координация их усилий не отлажена. Вместе с тем у нас учатся замечательные студенты, которые проводят интересные исследования и получают поддержку от преподавательского состава. Однако программа сама по себе динамично не развивается.

— Вернёмся к описанию программы. В нём можно обнаружить несколько любопытных утверждений. Вот одно из них: «С содержательной точки зрения основная интенция программы состоит не в противостоянии экономической науке, а в стремлении к диалогу с ней». Таким образом, если предположить, что экономсоциология пытается «навести мосты» между экономической наукой и социологией, то кого мы встретим на том берегу? Кто из экономистов, на Ваш взгляд, заинтересован в таком подходе и кто из них придерживается социологически ориентированных исследований?

— Во взаимоотношениях экономистов и социологов присутствуют две проблемы, которые нужно разделять.

Во-первых, это проблема метода. Среди экономистов очень часто можно встретить тех, кто полагает, что вы проводите серьёзное исследование только тогда, когда вашу идею или теорию можно представить в строгой математической форме. Это так называемые методологические империалисты (*methodological imperialists*), настаивающие на том, что математическое моделирование — единственный допустимый метод для социальных наук. И диалог с такими исследователями возможен только для социологов, которые используют математические модели. На социологов другого типа подобные экономисты не обращают внимания. Соответственно, проблема взаимоотношений состоит в том, что большинство социологов, чьи работы относятся к институциональной теории, этнографии или даже социальной статистике, но не той, которую проповедуют методологические империалисты (эконометрики), не интересуют их. Поэтому настоящий диалог с методологическими экстремистами от экономической науки невозможен.

Другая проблема более содержательная. Она касается того, насколько сильно экономисты верят в объясняющие способности модели рационального поведения, которая является краеугольным камнем большинства экономических теорий устройства институтов и рынков. И в этом вопросе в экономической теории произошли большие перемены, случившиеся благодаря развитию поведенческой экономики (*behavioral economics*) и появлению моделей с неполной информацией в мейнстриме экономической науки. Подобные нововведения, спровоцированные, например, работами таких людей, как Джозеф Стиглиц⁷, способствовали развитию диалога социологической наукой. И в этих областях знания социологам действительно есть, что сказать, и по крайней

⁷ Джозеф Стиглиц (Joseph Stiglitz; р. 1943) — профессор Колумбийского университета, лауреат Нобелевской премии по экономике (2001).

мере некоторые экономисты начали понимать, что исследования, основанные исключительно на математических моделях рационального поведения людей, противоречат идеям социологов. Конечно, гораздо проще создать модель, в которой рациональный агент будет максимизировать полезность на основе полной информации. И по понятным причинам гораздо сложнее моделировать поведение актора, ограниченного социальными нормами, склонного к моральным противоречиям и с непоследовательным мышлением. Но именно второй тип агентов и исследуется социологами. Он же является и отправной точкой для экономистов, порвавших с простой моделью рационального выбора.

Причина, по которой я утверждаю, что программа по экономосоциологии в Висконсине находится в диалоге с экономистами, состоит в том, что социологи, задействованные в программе, признают ценность математических методов и моделей рационального поведения. Никто из нас не отрицает этого, мы лишь пытаемся донести мысль о том, что этих методов недостаточно, чтобы разобраться, как на самом деле устроена экономика и какие изменения, барьеры и препятствия возникают в ходе трансформации реально действующих институтов.

— *Можно ли назвать наиболее выдающуюся, на Ваш взгляд, книгу или статью в области экономической социологии, написанную за последние пять — десять лет?*

— Я не тот человек, который с ходу назовёт библиографические данные книги или статьи, потому что очень плохо помню, какие хорошие работы я читал за последние годы [*смеётся*]. Но мне очень симпатичны работы таких исследователей, как Чарлз Сейбл, Джонатан Цейтлин, Джоел Роджерс и Вольфганг Штреек⁸. Именно от этих людей я смог узнать что-то важное.

— *В автобиографии, написанной в 1970-м, Вы сказали, что марксизм в то время был единственным достойным выбором («Marxism really was the only game in town») [Wright 2005: 341]. Остаётся ли это утверждение справедливым и сегодня? И насколько марксизм популярен среди американских социологов?*

— Очень немногие социологи прямо заявляют о том, что они являются марксистами. Но роль марксизма как корпуса идей и его популярность или непопулярность — различные вопросы.

Марксизм в качестве корпуса идей довольно успешно интегрирован в американскую социологию, поэтому идеи Маркса постоянно обсуждаются в различных областях социологии. Но марксизм не возводится в ранг доминирующей доктрины. Скорее он воспринимается как один из источников идей, необходимых для изучения конкретных проблем.

В американской социологии принято совмещать идеи разных школ, такой подход к исследованию сродни меню в ресторане. Когда вы идёте в ресторан, вам подадут меню, в котором содержатся рыбные блюда, овощи, закуски, супы, десерты. А если вы социолог, то в вашем меню будет присутствовать страница Дюркгейма, страница Вебера, страница Маркса, а в некоторых обновлённых изданиях есть страница Бурдьё. И на каждой странице — набор ключевых идей. У Маркса, например, — класс,

⁸ Чарлз Сейбл (Charles Sabel) — профессор юридических и социальных наук Школы права Колумбийского университета. Среди его последних книг следующие: [Dorf, Sabel 2006; Sabel 2006; Fung, O'Rourke, Sabel 2001]. Джонатан Цейтлин (Jonathan Zeitlin) — профессор государственного управления, социологии, политических науки и истории в Университете штата Висконсин в Мэдисоне. Среди его последних книг следующие: [Sabel, Zeitlin 2010; Tolliday, Zeitlin 2010; Jones, Zeitlin 2009]. Джоел Роджерс (Joel Rogers) — профессор юридических и политических наук и социологии в Университете штата Висконсин в Мэдисоне. Среди его последних книг следующие: [Rogers, Wright 2010; Freeman, Rogers 2006]. Вольфганг Штреек (Wolfgang Streeck) — профессор социологии, экономики и социальных наук в Кёльнском университете. Среди его последних книг следующие: [Streeck 2009; Crouch, Streeck 2006; Grote, Schneider, Streeck, Visser 2006].

капитализм, эксплуатация, история. На странице Дюркгейма — нормы, ценности, органическая и механическая солидарность. У Вебера — рационализация, бюрократия, власть, харизма. И каждая страница в «меню» социологии представляет отдельную исследовательскую традицию.

Американская социология как дисциплина в некотором смысле предрасположена к эклектике. Более того, в ней заложено явное противоречие: она стремится к плюрализму в противоположность развитию единой большой парадигмы. Это своего рода приверженность к отсутствию приверженности. Я недавно сформулировал эту идею в работе «От противостояния гранд-теорий к прагматическому реализму: навстречу интегрированному классовому анализу» [Wright 2009], и именно в этом ключе, на мой взгляд, и нужно думать о роли марксизма в социологии.

Когда я только начинал свою деятельность, мне казалось, что марксизм противостоит социологической науке, и я фантазировал о том, что в великом столкновении этих двух способов исследования социальной реальности марксизм раз и навсегда победит и все станут сторонниками марксистской перспективы.

Моё нынешнее восприятие иное. Я не противопоставляю марксизм социологии, а рассматриваю как наиболее влиятельный и логически связанный набор идей для исследования ряда действительно важных для социологии проблем. Марксизм — это не парадигма для рассмотрения всего и вся и не всеобъемлющая теория всего социального, а лишь попытка придания отчётливого характера набору механизмов, которые играют ключевую роль в возникновении конкретных проблем.

Себя же я называю социологом-марксистом, потому что именно марксистская традиция предлагает наиболее подходящие аргументы и концепции для исследования тех проблем, которыми я занимаюсь. Я — социолог-марксист, потому что марксизм с успехом обеспечивает нас теоретическими и эмпирическими инструментами для изучения определённого рода тем. Занимаясь я другими социологическими проблемами, я обращался бы к другому корпусу идей и другим методам, полагая, что для их исследования марксизм уже не столь хорош.

— *Давайте остановимся на метафоре «марксизм — основное блюдо в меню». Что Вы, в таком случае, имели в виду, когда говорили, что марксизм был единственным достойным выбором?*

— Возможно, марксизм не был *лучшим* выбором, но он точно был наиболее предпочтительным, если вы собирались критиковать доминирование, эксплуатацию, угнетение. И если причина, побудившая вас изучать общество — это моральная нетерпимость к бедности среди изобилия (*poverty in the midst of plenty*).

Я считаю возмутительным тот факт, что в такой богатейшей стране мира, как США, 20% детей живут в бедности. Для меня бедность среди изобилия морально неприемлема. Бедность, вызванная низкой производительностью труда и отсутствием ресурсов в неразвитых странах, — печальный факт, но бедность в Соединённых Штатах — это недопустимое явление.

И на мой взгляд, если вы действительно намереваетесь изучать проблемы бедности в развитых странах, вред, который наше общество причиняет людям, и угнетение многих из них, тогда марксизм вооружает вас лучшими методологическими и эмпирическими инструментами для ответа на интересующие вас вопросы.

Когда в молодости я написал, что марксизм является единственным достойным выбором, я имел в виду, что марксистская парадигма была единственной ареной, на которой разворачивались главные социологические баталии. Теперь ситуация несколько изменилась. Сфера критически

направленных подходов и морально ориентированных учений в социологии расширилась и включает идеи разных источников: феминизм, марксизм, экологические теории и другие научные направления. Поэтому критическое интеллектуальное меню социологии сегодня исчерпывается не только Марксом, как это было когда-то. Вместе с тем марксизм остаётся жизненно важным источником идей для социологов, занятых проблематизацией порядков власти и экономического неравенства.

— *Если сравнить ваших нынешних студентов с теми, кто учился 20 лет назад, много ли среди них сторонников левых взглядов? Увеличилось или уменьшилось количество студентов, симпатизирующих левым?*

— Я могу говорить только о моих аспирантах (PhD students), с ними у меня более тесные отношения, чем со студентами бакалавриата. Думаю, сейчас среди них сторонников левых взглядов больше, чем 20 лет назад, и примерно столько же, как 30 лет назад. Довольно сильная группа критически настроенных студентов левого толка появилась на факультете в последние несколько лет.

Курс, который я преподаю в магистратуре, называется «Class, State and Ideology» («Класс, государство и идеология»). Он посвящён марксистской традиции в социальной теории. В 2009–2010 академическом году его слушают 25 человек, примерно половина из них — первокурсники-магистранты, то есть почти половина, если быть точнее — около 40%, студентов социологического факультета, выбирают мой курс по марксистской социологии на первом году своего обучения. Это говорит о большой заинтересованности студентов в подобного рода темах, правда, они вряд ли назовут себя марксистами, скорее критически настроенными «левыми».

Когда мы говорим о марксизме, необходимо учитывать историческое значение ярлыка «марксист». Что означает утверждение «я — марксист»? В определённые периоды истории эта фраза значила: «Я принадлежу к коммунистическому движению». В другие периоды и в других странах она этого не означала. К примеру, «я — марксист» сегодня вовсе не то же самое, что «я — коммунист». Марксизм и коммунизм — разные (хотя и исторически связанные) группы идей; помимо критики существующего мира с теоретических позиций коммунистические партии имеют стратегическое видение того, как должен быть устроен мир.

В 1986 г. в Польше я читал лекцию «Marxist Class Analysis and the Problem of the Middle Class» («Марксистский классовый анализ и проблема среднего класса»). После лекции один польский социолог встал и сказал, что мои аргументы показались ему чрезвычайно интересными, но он не обнаружил связи между ними и марксизмом. И несмотря на то что речь шла об эксплуатации, капитализме и доминировании, всё, о чём я рассказывал, не имело отношения к марксизму для польской коммунистической партии. Иначе говоря, то, что считается марксизмом, зависит от исторического контекста.

Но для молодых исследователей сегодня нет этого контекста, потому что нет политического движения, которое определяет свою антикапиталистическую позицию в традиции марксизма. Поэтому молодые учёные, увлечённые идеями Маркса, видят в них просто идеи, а не способ самоидентификации.

— *В том же году Вы были в Советском Союзе и читали лекцию в Институте социологии в Москве. Какое впечатление произвела на Вас эта поездка? Изменилось ли Ваше мнение об СССР? Как Вы понимали идею советского государства до и после поездки?*

— Поездка не слишком повлияла на мои взгляды. Я всегда был настроен критически по отношению к Советскому Союзу и никогда не был связан с коммунистическими партиями. Советский Союз представлялся мне всегда чем-то отличным от социализма.

В моей исследовательской работе по этой теме я провожу границу между двумя формами экономической организации — социализмом и стэйтизмом (*statism*). Фактически экономических структур не две, а три: капиталистическая, социалистическая и стэйтизм. И главный тезис моей статьи «Taking the Social in „Socialism“ Seriously» («Всерьёз о социальном в „социализме“») ⁹ состоит в том, что стэйтизм не является синонимом социализма, и, наоборот, вполне антисоциалистичен, потому что не заостряет внимание на проблеме социального. Власти не были заинтересованы в передаче населению контроля над государством и экономикой и рассматривали её как объект государственного контроля, но не видели в государстве объект социального контроля. В любом случае, я всегда подвергал авторитарную и бюрократическую структуру подобных типов общества критике как с экономических, так и с политических позиций. И после поездки в СССР мои взгляды только укрепились.

Меня также поразил характер публичных дискуссий в Институте социологии. Это было начало перестройки, когда о многом всё ещё не говорилось в открытую, но всё-таки, как мне показалось, дискуссии не проходили всерьёз, словно людям было неинтересно высказывать своё мнение о тех или иных идеях. Слушатели были хорошо подготовлены к обсуждению технических деталей исследования, которое мы проводили в тот момент, но как только я заговаривал об идеях, они теряли всякий интерес.

Майкл Буравой изложил свои впечатления о поездке в статье «Bringing Marxism back to Moscow» («Вернуть марксизм обратно в Москву»). Он написал о том, как я читал лекцию, почему марксизм был полезным для понимания самых различных проблем, и каким образом я использовал идеи Маркса для обоснования своего подхода. Он написал, что после лекции никто из слушателей не захотел ничего обсуждать со мной. Более того, ни одного вопроса — ни во время моего выступления, ни после — не было задано ¹⁰.

— Будучи студентом бакалавриата третьего года в Гарварде, Вы сняли короткометражный фильм «Chess Game» («Шахматная партия») ¹¹. Сюжет фильма отчасти напоминает события революции 1917 года: рабочие захватывают власть, но не меняют правил игры. Совпадает ли

⁹ Статья была представлена на ежегодной конференции Society for the Advancement of Socio-Economics (SASE) в июле 2004 г. (см.: <http://www.ssc.wisc.edu/~wright/Socialism.pdf>).

¹⁰ «Я вспоминаю тот испуг и напряжение, с которым нас с Эриком Райтом — двух западных марксистов — в 1986 г. встретили в Институте социологических исследований АН СССР в Москве, куда мы приехали для проведения сравнительного исследования социальных структур в США и СССР [...] С самого начала Вилен Иванов — на тот момент директор Института — сомневался в возможности такого сотрудничества. Он оказался прав. На нашем пути возникла масса разного рода ограничений — от формулировки и содержания вопросов до концептуализации и прав на полученные данные. Работа над проектом выявила гораздо больше расхождений между двумя обществами, чем могли бы показать результаты любого опроса. Я хорошо помню все эти интереснейшие трудности перевода, в том числе и самого понятия социальной структуры, которая в словаре западного марксиста означала нечто совершенно иное, чем в словаре официального советского марксизма. Для Райта класс был критическим понятием, которое могло быть обращено как против социальной структуры Советского Союза (где, как он утверждал, преобладала „организационная эксплуатация“), так и против социальной структуры Соединённых Штатов, применительно к которым он говорил о „трудовой эксплуатации“. Этот новый научный марксизм западного толка воспринимался советским марксизмом как враждебный: мы это поняли, когда его публичное обсуждение в Институте социологических исследований было прервано на полуслове» [Буравой 2009: 198–199].

¹¹ Этот короткометражный фильм, снятый Эриком Райтом на плёнку 16 мм, был представлен в Карпентер-центре визуальных искусств Гарвардского университета (см.: <http://www.youtube.com/watch?v=LEPRP75UpcY>).

это с Вашим пониманием революции, или Вы полагаете, что большевики действительно хотели изменить правила игры?

— Когда вы говорите люди: «действительно хотели», вы спрашиваете о сути их мотивов. Революция затронула сотни тысяч людей, тысячи активистов, сотни лидеров, и их мотивы были очень разными. Многими действительно двигали высокие идеалы свободы, и я не думаю, что всё было сплошным лицемерием. У кого-то были прагматические соображения, кем-то руководил самый настоящий страх; одни действительно ненавидели старый режим, другие просто рвались к власти. Но сутью происходящих в то время перемен являлось то, что люди верили: наиболее сложная задача состояла в уничтожении старого режима, а не в построении нового. В этом и заключалась основная проблема.

Возникла иллюзия, что главное — разрушить старое, а дальше высвободятся силы, способные на создание общества нового типа. Из марксистской традиции возникла метафора: нужно разорвать оковы.

Я думаю, Ленин заблуждался в отношении того, насколько действенна подобная модель. И отчасти эти заблуждения основывались на историческом вердикте неизбежности революций и на Западе; на убеждении в том, что русская революция спровоцирует мировую революцию. Запад переживал ужас Первой мировой войны; если в России случилась революция, и она вышла из войны, то и происходившие восстания в Европе (кратковременные, как оказалось) рассматривались как преддверие возможной общеевропейской революции.

Случись подобное, кто знает, какими были бы последствия? Возможность такой перспективы некоторое время существовала, но главными стратегическими ошибками стали вера в то, что разрушение сложившихся структур власти выступает первоочередной задачей, а также упование на то, что построить общество нового типа, основанное на новых принципах управления, столь же легко, как и уничтожить старый режим, и это можно сделать путем экспериментирования *ad hoc*.

Лозунг «Вся власть Советам!» был очень демократическим, потому что подразумевал Советы рабочих, то есть обыкновенных людей, задействованных в решении проблем. Если бы этот лозунг действительно был институционализирован, он бы трансформировался в другой — «Вся власть народным экспериментам!», то есть прагматичным экспериментам «снизу». Конечно, это было маловероятно в условиях Гражданской войны и революции. Учитывая природу оппозиции и то, как трудно менять привычки и переходить в новое институциональное равновесие, создать демократическую эксперименталистскую систему народной власти, которая утвердится самопроизвольно, практически невозможно. Я думаю, в похожей иллюзии относительно социальных перемен пребывали анархисты. Хочу оговориться, что такое утверждение не совсем точно с исторической точки зрения, но Ленин придерживался в некотором роде анархистского взгляда на созидательные возможности разрушительных событий, но затем эту веру сменил прагматичный взгляд: партия должна контролировать всё сверху донизу, потому что это единственный способ удержать систему от развала.

Полагаю, дело в механизме: вы захватываете власть насильственно и устанавливаете централизованное управление, после чего неизбежно возникают разногласия и оппозиция. Как бороться с ними? Один вариант — в демократической манере — подходит лишь в том случае, когда все согласны играть по правилам демократии. Но когда так много людей, готовых пойти на насилие, то есть готовы применить силу для достижения собственных целей, любая оппозиция окажется потенциальной угрозой. Если веры в то, что люди действительно будут играть по

демократическим правилам, мало, то трудно не поддаться искушению подавить оппозицию, устранить политические отклонения и объявить любую разницу во взглядах предательством, а не созидательным разногласием (*creative disagreement*). Авторитарный исход революции в России был, возможно, неизбежен, учитывая исторические обстоятельства, при которых она состоялась, и проблемы, с которыми столкнулась. В результате из революции, допускающей широкий спектр социальных моделей, в том числе и освободительные демократические модели, возникла система, основанная на подавлении, а не на освобождении.

— *Существует ли ещё «Сентябрьская группа», её второе название «Марксизм без дураков» (September or No-Bullshit Marxism Group), которая собирает раз в год небольшое число единомышленников? Расскажите, почему Вы собираетесь? Когда Вы последний раз принимали участие в таком собрании, какие темы обсуждались?*

— Последняя встреча прошла в сентябре 2009 г. Это была 30-я годовщина первой встречи, состоявшейся в 1979 г. Впервые группа собралась по инициативе Джеральда Коэна¹² для обсуждения глав его книги «Karl Marx's Theory of History: A Defense» («В защиту исторической теории Маркса») [Coehn 1978], и изначального намерения проводить встречи ежегодно не было.

Первое заседание, на которое собрались около 30 человек, прошло в Лондоне. Эта встреча была настолько интересной, что основные участники решили увидеться ещё раз через год. Вторую встречу посетило меньше специалистов, но она оказалась более продуктивной. Третье заседание прошло в 1981 г., и именно тогда я впервые оказался на этом мероприятии. Меня пригласили после того, как я опубликовал рецензию на книгу Коэна в журнале «New Left Review» [Levine, Whright 1980]. К этому моменту группа насчитывала около 10 человек, собрания проходили примерно раз в год, кто-то уходил, кто-то приходил. Джерри Коэн умер в августе 2009 г.; конечно, большая потеря, но группа всё равно продолжает собираться.

За последнее десятилетие мы обсуждали ключевые марксистские идеи. Смысл дискуссии состоял в том, чтобы вернуться к базовым понятиям и на их основе создать более связанную и логически согласованную марксистскую теорию. Особое внимание уделялось вопросам классов и эксплуатации, а также теоретическому осмыслению истории. Однако постепенно мы стали переходить к обсуждению более широкого спектра философских, экономических и социологических проблем, главным образом связанных с эгалитаризмом, демократией и социальной справедливостью.

На последней встрече в сентябре 2009 г. мы в течение трёх часов обсуждали вопросы, связанные с тем, каким образом современные информационные технологии способствуют распространению организаций, функционирующих по принципу сетевых сообществ (*peer-to-peer collaborative network organization*), вступая при этом в противоречие с правами частной собственности, авторским и патентным правом, а также с системой централизованного контроля над информационными потоками. Ставились вопросы о том, соответствует ли современный способ производства информации капиталистическому устройству или нет. И каким образом он может способствовать подрыванию последнего. Это не стандартные для марксизма темы, но они точно вписываются в него.

¹² Джеральд Коэн (Gerald Cohen), Джерри, был профессором социальной и политической теории в Оксфордском университете. «Он был одним из ведущих исследователей, развивавших аналитический марксизм в 1980-х годах. Однако когда он понял, что марксизм как проект не освобождает человека, остаток карьеры он посвятил защите эгалитарной морали, которую он всегда считал сердцем марксистского критицизма в вопросах несправедливости, произвола и иррациональности капиталистической системы» (см.: <http://www.timesonline.co.uk/tol/comment/obituaries/article6790514.ece>).

Мы также обсуждали роль нравственных норм для работы рынков и вопрос о том, в какой мере моральные основания рыночного либерализма, в его классическом понимании, определяются нелиберальными институтами. Статья для обсуждения называлась «Is Liberalism Parasitic on Tradition?» («Паразитирует ли либерализм на традиции?»), и главный тезис состоял в том, что функционирование либерализма всё-таки зиждется на традициях.

— *И последний вопрос, наверно, личного характера. Будучи 23-летним выпускником Оксфордского университета, Вы сформулировали принцип: «Обогатить марксизм, а не просто использовать его для исследований» [Wright 1970: 327]. В чём состоит, по Вашему мнению, Ваш главный вклад в развитие марксизма на данный момент?*

— Хочу надеяться, что мой главный вклад состоит в разработке того, что я сейчас называю эмансипирующей социальной наукой (*emancipatory social science*), и марксистская традиция — один из китов, на которых она покоится. Эта часть более общего проекта.

Первая глава моей книги [Wright 2010] посвящена тому, что я понимаю под эмансипирующей социальной наукой. И я надеюсь, что данная работа будет способствовать легитимации этого направления деятельности в академических кругах. Я также предложил такие положения, которые позволят ей стать ещё более эмансипирующей и социально научной (*social sciencey*). Проект «Real Utopias Project» стал для меня главным способом продвижения в данном направлении. Ранее я работал над анализом социальных классов [Wright 1978; Wright 1979; Wright 1985; Wright 1990; Wright 1997], но теперь сосредоточился на решении проблем институционального оформления реальных утопий.

Беседовали Дмитрий Крылов, Георгий Логинов

Мэдисон, 7 декабря 2009

Литература

- Буравой М. 2009. Приживется ли «публичная социология» в России? *Laboratorium*. 1: 162–170.
- Cohen G. 1978. *Karl Marx's Theory of History: A Defense*. New Jersey: Princeton University Press.
- Crouch C., Streeck W. (eds.) 2006. *The Diversity of Democracy: Corporatism, Social Order and Political Conflict*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Dorf M., Sabel C. 2006. *A Constitution of Democratic Experimentalism*. Cambridge: Harvard University Press.
- Freeman R., Rogers J. 2006. *What Workers Want*. Ithaca: ILR Press.
- Fung A., O'Rourke D., Sabel C. 2001. *Can We Put an End to Sweatshops?* Boston: Beacon Press.
- Grote J., Schneider V., Streeck W., Visser J. (eds.) 2006. *Governing Interests: Business Associations Facing Internationalization*. London; New York: Routledge.
- Jones G., Zeitlin J. 2009. *The Oxford Handbook of Business History*. Oxford: Oxford University Press.
- Kirby M. 2001. An Interview with Erik Olin Wright. *Social Science Teacher*. http://www.ssc.wisc.edu/~wright/kirby_wright.pdf

- Levine A., Wright E. 1980. *Rationality and Class Struggle*. New Left Review. 123.
- Rogers J., Wright E. 2010. *American Society: How It Really Works*. New York: W. W. Norton.
- Sabel C., Zeitlin J. 2010. *Experimentalist Governance in the European Union: Towards a New Architecture*. Oxford: Oxford University Press.
- Sabel C. 2006. *Learning by Monitoring*. Cambridge: Harvard University Press.
- Streeck W. 2009. *Re-Forming Capitalism: Institutional Change in the German Political Economy*. Oxford: Oxford University Press.
- Tolliday S., Zeitlin J. 2010. *Shop Floor Bargaining and the State: Historical and Comparative Perspectives*. New York: Cambridge University Press.
- Wright E. 2010. *Envisioning Real Utopias*. London: Verso.
- Wright E. 2009. Understanding Class: Towards an Integrated Analytical Approach. *New Left Review*. 60: 101–116.
- Wright E. 2005. Falling into Marxism. Choosing to Stay. In: Sica A., Turner S. (ed.). *The Disobedient Generation: Social Theorists in the Sixties*. Chicago; London: The University of Chicago Press; 325–349.
- Wright E. 1997. *Class Counts: Comparative Studies in Class Analysis*. Cambridge University Press, 1997.
- Wright E. 1990. *The Debate on Classes*. London: Verso.
- Wright E. 1985. *Classes*. London: Verso.
- Wright E. 1979. *Class Structure and Income Determination*. New York: Academic Press.
- Wright E. 1978. *Class, Crisis and the State*. London: New Left Books.
- Wright E. 1973. *The Politics of Punishment: A Critical Analysis of Prisons in America*. New York: Harper and Row and Harper Colophon Books.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

Я. М. Рощина, А. С. Сухова

Факторы частного сельскохозяйственного производства российских домохозяйств



РОЩИНА Яна

Михайловна — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, старший научный сотрудник ЛЭСИ ГУ ВШЭ. (Москва, Россия).

Email: yroshchina@mail.ru



СУХОВА Анна Сергеевна — магистр социологии, аспирантка кафедры экономической социологии, младший научный сотрудник Независимого института социальной политики (Москва, Россия).

Email: anna_sukhova@yahoo.com

Теоретической основой исследования является экономико-социологический подход к анализу частной сельскохозяйственной деятельности домохозяйств. На основе данных Российского мониторинга экономики и здоровья (РМЭЗ) за 1994–2006 годы анализируется динамика частного сельскохозяйственного производства, проводится типологический анализ её специализации, рассматриваются факторы, влияющие на вероятность производства домохозяйством агропродуктов на своём участке, а также на возможность их продажи на рынке.

Ключевые слова: сельскохозяйственная деятельность; экономическое поведение домохозяйств; типология агропроизводителей.

Постановка проблемы и новизна исследования¹

В результате перехода России к рыночным отношениям и реформирования аграрного сектора изменились формы участия населения в сельскохозяйственном производстве. В советский период основными производителями агропродукции были крупные предприятия (колхозы и совхозы); участие домохозяйств (помимо занятости его членов в колхозах и совхозах) фактически ограничивалось приусадебными землями сельских жителей и садовыми и огородными участками горожан. Однако даже в то время частный сектор составлял значительную часть производства отрасли². Периоду социализма мы обязаны рождением термина «личное подсобное хозяйство» (далее — ЛПХ)³ как прямого указания на то, что результаты подобного способа производства используются для нужд семьи, а не продаются.

После перехода к рынку село также оказалось в сложной ситуации: предполагалось, что реформы приведут к созданию конкурентоспособного, эффективного частного аграрного сектора, основанного на преобладании

¹ Работа выполнена при поддержке Научного фонда ГУ ВШЭ в рамках проекта «Учитель — Ученики» (грант № 08-04-0026, предоставленный по конкурсу 2008–2009 гг.). Авторы благодарят участников семинара серии «Социология рынков» ГУ ВШЭ, а также аграрного семинара МВШСЭН за ценные замечания и советы.

² По оценкам некоторых авторов, четвертая часть мяса и молока, более половины картофеля и плодов; см.: [Лылова 2003].

³ «Личные подсобные хозяйства — форма непредпринимательской деятельности по производству и переработке сельскохозяйственной продукции, осуществляемой личным трудом гражданина и членов его семьи в целях удовлетворения личных потребностей на земельном участке, предоставленном или приобретённом для ведения личного подсобного хозяйства. Землепользование хозяйств может состоять из приусадебных и полевых участков» (см.: [Россия в цифрах 2008: раздел 15]).

фермерского типа хозяйства, но этот процесс остался незавершённым. Хотя было создано значительное число крестьянских (фермерских) хозяйств, а также хозяйств населения, крупные хозяйства сохранили в агросекторе немалую роль. Однако структура продукции сельского хозяйства по типам производителей существенно изменилась: если в 1992 г. продукция фермерских хозяйств составляла 1,1%, то в 2007 г. — 7%. Однако 90% объёма картофеля, 78% овощей, 86% плодов и ягод население и в настоящее время выращивает на своих участках [Россия в цифрах 2008: таблицы 15.5, 15.8.].

Подсобные хозяйства сельского населения, а также садовые и огородные участки горожан сыграли важную роль в жизнеобеспечении населения России во время катастрофического падения доходов в середине 1990-х годов. В самые сложные годы реформ (первая половина 1990-х) падение сельскохозяйственного производства происходило исключительно за счёт крупных коллективных хозяйств, тогда как хозяйства населения показывали ежегодный рост от 3 до 8%, который снизился до 1–2% и менее к середине 2000-х годов [Россия в цифрах 2008: таблица 15.4]. Эти данные подтверждают соображение о том, что личные подсобные хозяйства действительно служили важным источником выживания российских домохозяйств в трудные годы. Такой же вывод был сделан рядом социологов на основе проведённых ими исследований [Алашеев, Варшавская, Карелина 1999; Гудков, Дубин 2002; Southworth 2006; Галин, Ларцева 2006]. Однако в настоящее время роль собственного агропроизводства в потреблении россиян, проживающих в городах, не очевидна. Несмотря на значительный базис экономических и социологических исследований сельскохозяйственного производства в СССР и современной России, целый ряд возможностей использования методов многомерной статистики для анализа микроданных остался невостребованным.

Исследования крестьянских хозяйств в России, направленные на их типологизацию, изучение эффективности и устойчивости, а также развитие методов статистики, достигли значительных результатов в 1920-х годах и связаны с именами А. Чаянова, Н. Кондратьева, А. Челинцева и других учёных. Новый виток изучения советской деревни, основанный на применении системного подхода, был начат в Сибири исследованиями Т. Заславской, Р. Рывкиной и других социологов [Рывкина 1979; Артемов, Калмык, Хахулина и др. 1980]. Чрезвычайно подробный обзор исследований сельского хозяйства СССР в 1970–1980-х годах был сделан А. А. Куракиным [Куракин 2006].

Основу современного социологического подхода к исследованию села составляет представление о сельскохозяйственной деятельности как неформальной, моральной, субстантивной экономике [Скотт 1992; Поланьи 1999; Барсукова 2005]. В рамках этой концепции постулируется, что, поскольку основная часть домашних хозяйств, занятых в агросфере, работает не на рынок, а выращивает продукты для собственного потребления, их поведение не подчиняется основным экономическим законам (например, принципу рациональности), а направлено на стратегию выживания, связано не с принципами обмена, как на рынке, а реципрокности. В основном в русле этих концепций работают современные исследователи российского села, изучая проблемы формальной и неформальной занятости, бюджета времени, выживания, социального самочувствия и др. (см.: [Шанин 1992; Никулин 2001; Никулин 2002; Калугина 2003; Лылова 2003; Фадеева 2003; Виноградский 2004; Штейнберг 2004; Патрушев 2005]). Эти работы чаще всего основываются на качественных данных, глубинных интервью. Один из наиболее основательных проектов, посвящённых индивидуальному сельскому хозяйству современной России, обстоятельно рассматривает проблемы агропроизводства в российской деревне и городах на основе статистических данных, глубинных интервью и наблюдений, проведённых в разных регионах страны [Нефедова, Пэллот 2006].

Другое развитое направление изучения села в России связано в первую очередь с макроанализом экономики сельскохозяйственного производства и агрополитики [Серова 2000; Серова, Храмова 2000; Serova 2000]. В то же время очевидно недостаточно использован потенциал современной экономической

теории поведения домохозяйств, основы которой были заложены Г. Беккером, Т. Шульцем и другими экономистами. В рамках этой теории купленные на рынке товары рассматриваются как сырьё для домашнего производства особых благ, которые называют потребительскими. Ресурсами для домашнего производства являются время на домашний труд и купленные на рынке блага. В домашний труд могут включаться такие занятия, как приготовление пищи, уборка и т. д., а также сельскохозяйственный труд в том случае, если его продукты потребляются внутри домохозяйства. В случае работы на продажу такой труд не является наёмным по фиксированной ставке заработной платы и моделируется производственной функцией домохозяйства. Семья распределяет своё время между досугом, домашним трудом (включая сельскохозяйственный) и занятостью на рынке труда, максимизируя свою функцию полезности, в которую, помимо потребительских благ, входит досуг. Предложение труда как по найму, так и внутри домохозяйства определяется соотношением предпочтений человека между досугом и другими благами, а также его ставкой заработной платы и величиной нетрудового дохода (в частности, доходов других членов семьи).

Сделанное в рамках этого подхода исследование американских учёных [Майнерс, Олсон 1987] показало, что ни тип населённого пункта, ни факт ведения сельскохозяйственной деятельности не влияют на время, потраченное женщинами на домашние дела. Работа на приусадебном участке или в огороде является альтернативой не другим видам домашнего труда, а рыночной занятости. Приоритетность оплачиваемой занятости перед другими видами работы была выявлена при тестировании модели мультиномиальной регрессии, которая продемонстрировала, что увеличение часов занятости на оплачиваемой работе приводит к снижению времени, посвящённому домашнему труду и неоплачиваемой занятости.

В рамках экономико-социологического подхода частное сельскохозяйственное производство домохозяйств выступает как часть домашнего хозяйства в широком смысле слова. Согласно определению, данному В. В. Радаевым, домашнее хозяйство можно характеризовать как «сферу занятости, в которой члены семьи или межсемейного клана обеспечивают своим трудом личные потребности в форме натуральных продуктов и услуг» [Радаев 1997: 210], то есть эта сфера не входит в рыночную занятость.

К сожалению, на российских данных возможности экономико-социологического подхода, а также многомерного статистического анализа микроданных использовались явно недостаточно. Среди немногочисленных работ можно отметить исследование [Самсонов, Шабанов 1999], в котором была протестирована регрессионная модель для выделения внутренней мотивации производства продукции сельского хозяйства, где зависимой переменной выступало производство того или иного продукта, а независимыми — показатели торговли этими продуктами: их поступление в производство и потребление внутри домохозяйства. Чуть ли не единственная работа, сделанная на базе российской панельной базы данных РМЭЗ, была посвящена выявлению факторов, влияющих на тип землепользования российских домохозяйств: выбор между огородничеством и досугом [Southworth 2006]. Как оказалось, чем выше доходы домохозяйств, тем с большей вероятностью в будущем участок будет использоваться для отдыха, а не для агропроизводства.

Таким образом, до сих пор аналитиками практически не реализованы возможности, предоставляемые данными РМЭЗ для анализа подсобного хозяйства. В нашей работе мы в первую очередь постараемся восполнить этот пробел, применяя также методы многомерного моделирования на основе микроданных о российских домохозяйствах. Нас в первую очередь будут интересовать тенденции развития крестьянских хозяйств, их потенциал и степень вовлечённости в рыночные отношения, а также современная роль дачных и огородных наделов горожан в их жизнеобеспечении. Мы будем делать основной акцент на выявлении факторов, влияющих на принятие домохозяйствами (как городскими, так и сельскими) решения о ведении сельскохозяйственной деятельности, её объёме, товарности и специализации, на базе регрессионного анализа микроданных РМЭЗ.

Термины ЛПХ и «частное сельскохозяйственное производство» не совсем точно отражают предмет нашего исследования. В западных работах можно встретить понятие *household agriculture*, которому довольно трудно подобрать точный аналог в русском языке. Причина трудностей перевода кроется в историческом контексте формирования в СССР и России отношений индивидов и земли в сельском хозяйстве в течение десятилетий [Калугина 1999: 281–308]. Долгое время частная собственность на землю и частная сельскохозяйственная деятельность не одобрялись, поэтому и был предложен идеологически удобный термин «личное подсобное хозяйство». Однако для многих сей труд на таком участке ни в коей мере не является «подсобным», представляя собой основу жизнеобеспечения.

В данной работе речь идёт об организационной форме домашнего (то есть не рыночного, не по найму) труда, связанного с работой на земле, но различающегося по размерам участка, наличию дома, включённости в некоммерческие объединения (садоводческие и т. д.). Таким образом, мы говорим о крестьянских (фермерских) хозяйствах и личных подсобных хозяйствах сельского и городского населения, а также садовых, огородных и дачных участках, то есть любых формах хозяйствования, связанных с трудом на земле и получением сельскохозяйственной продукции. Подобная экономическая деятельность будет называться в настоящем исследовании *частным сельскохозяйственным производством*, или агропроизводством.

Мы будем так же рассматривать направления использования произведенной продукции, а именно — на собственное потребление, безвозмездную передачу другим семьям и продажу. Под товарностью мы будем понимать факт работы домохозяйства на рынок, то есть продажи хотя бы части выращенного урожая, а под *степенью товарности* — долю проданного из произведённого.

Методология исследования

Целью данного исследования является анализ факторов, влияющих на выбор типа поведения в сфере частного сельскохозяйственного производства. Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

1. Проанализирована динамика процессов, происходивших в сфере частного подсобного хозяйства в российских домохозяйствах в 1994–2006 годах;
2. Выявлены факторы принятия домохозяйством решения о сельскохозяйственном производстве;
3. Рассмотрены факторы, которые влияют на распределение продукции подсобного хозяйства на (а) потребление, (б) продажу и (в) частные трансферты;
4. Выявлены основные типы домохозяйств по специализации подсобного хозяйства, а также факторы, от которых зависит принадлежность домохозяйства к тому или иному типу по специализации производимой продукции;
5. Определена доля, которую составляет сельскохозяйственная продукция в доходах домохозяйств, а также выявлены её детерминанты.

Объектом исследования являются российские домохозяйства в 1994–2006 годах. **Предметом** исследования выступают факторы и типы социально-экономического поведения домохозяйств России в сфере частного агропроизводства.

Эмпирическая основа данного исследования — «Мониторинг экономического положения и здоровья населения России», РМЭЗ (Russia Longitudinal Monitoring Survey, RLMS), единственная в России

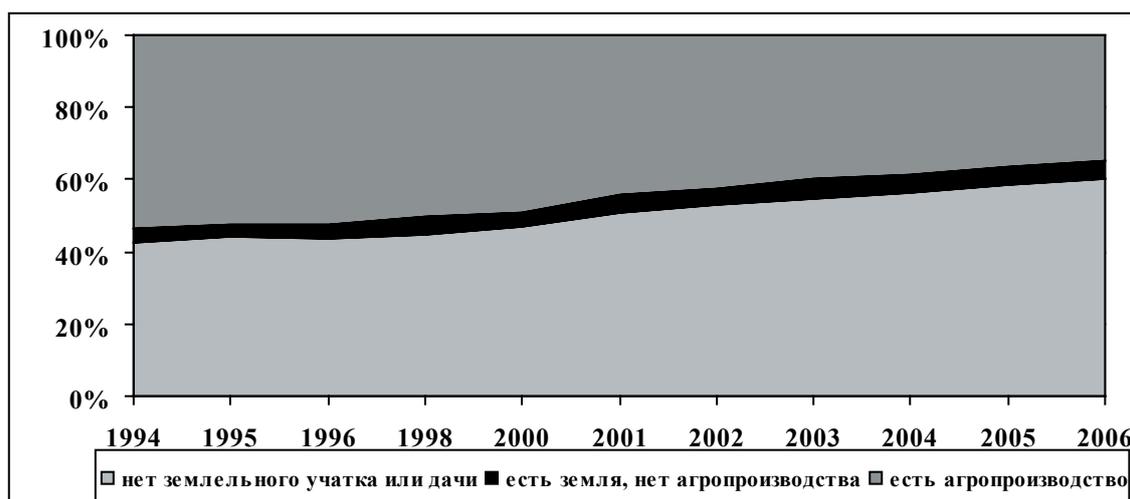
база репрезентативных панельных опросов о социально-экономическом поведении домохозяйств⁴. Это обследование проводится совместно исследовательским центром «Демоскоп», Институтом социологии РАН, Университетом Северной Каролины, ГУ ВШЭ и, на отдельных этапах, другими организациями. С 1994 г. обследования проводятся ежегодно (кроме 1997 г. и 1999 г., когда проект не был профинансирован), в октябре — ноябре.

Каждый год опрашиваются 4000–4500 домохозяйств, а также примерно 10,5–12 тыс. человек, являющихся членами этих домохозяйств. Интервьюерами заполняются три типа анкет: семейная, индивидуальная для взрослых (с 13 лет) и индивидуальная для детей. Семейную анкету заполняет член семьи, наиболее сведущий в её ресурсных и финансовых потоках. Именно в семейной анкете содержится блок подробных вопросов о произведённом объёме агропродукции.

Масштабы занятия частным сельскохозяйственным производством

Согласно данным государственной статистики [Россия в цифрах 2008; Российский статистический ежегодник 2008] число семей, имеющих ЛПХ, оставалось приблизительно на одном уровне в 1990–2005 годах (около 16 млн семей), а к концу 2006 г. выросло до 17,4 млн семей. За этот период в 2,5 раза возросла площадь земель, принадлежащих домохозяйствам, и достигла 8,9 млн га, или 0,51 га на одну семью. Число семей, владеющих землей в коллективных и индивидуальных садах, в 1990–1995 годах выросло почти в 2 раза и достигло 15 млн, а затем несколько снизилось до 12,9 млн в 2006 г.

По данным РМЭЗ в России за 12 лет доля домохозяйств, не имевших ни земельного участка, ни дачи, постепенно увеличивалась, и к 2006 г. среди городских семей она достигла 58,8% (см. рис. 1), а среди селян — 18,8% (см. рис. 2). Большинство тех семей, которые имеют земельный участок, каким-либо образом используют его в целях выращивания растений или животных. Хотя доля семей, имеющих землю или дачный участок, но не производивших никакой сельхозпродукции, мала, она всё же постепенно росла и в 2006 г. составляла 4,9% среди всех городских и 3% среди сельских домохозяйств.

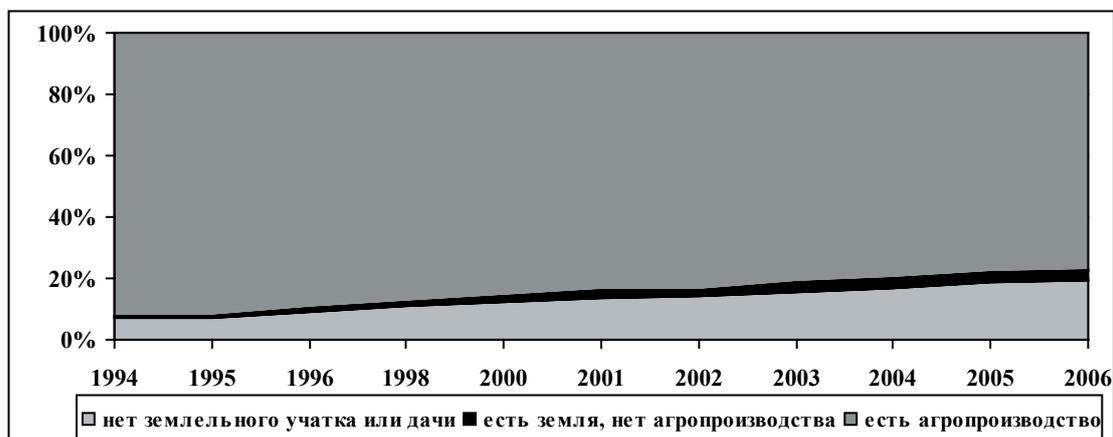


Примечание: Расчёты авторов на основе данных РМЭЗ, 1994–2006.

Рис. 1. Динамика доли городских домохозяйств, занимающихся сельскохозяйственным производством

⁴ Подробнее см.: [Mroz, Mancini, Popkin 1999; Сваффорд, Косолапов, Козырева 1999]; см. также официальный сайт исследования <http://www.cpc.unc.edu/rhms>

Городские семьи, производящие какую-либо сельскохозяйственную продукцию, ориентированы прежде всего на земледелие, и среди них доля тех, кто огородничает, выросла в 1994–2006 годах с 84% до 92%. Выращивание скота или птицы могло быть одной из стратегий выживания горожан в середине 1990-х годов, однако рост доходов позволил им перейти к покупке мясных продуктов. Рост доходов может также служить объяснением существенного снижения доли городских семей, использующих участки для агропроизводства: их доля упала за 12 лет с 53% до 35%.



Примечание: Расчёты авторов на основе данных РМЭЗ, 1994–2006.

Рис. 2. Динамика доли сельских домохозяйств, занимающихся сельскохозяйственным производством

Доля селян, занимающихся сельским хозяйством, за 12 лет также упала: 92% в 1994 г. и 77% в 2006 г., что связано прежде всего с появлением альтернативных видов занятости и источников доходов, а также с миграцией из села молодежи. На селе преобладает смешанный тип хозяйствования (животноводство и растениеводство), хотя в структуре сельхозпроизводителей его доля также постоянно снижается и упала с 78 до 58%. Сельские жители стали также больше ориентироваться на покупку, а не производство мяса животных и птиц. Одной из причин является низкая рентабельность производства такой продукции вне крупных хозяйств, без помощи техники и кормов совхозов и колхозов. В этом и состоит так называемая организационно-экономическая причина снижения производства продукции. Другая причина связана со сложностью сбыта продукции. Наконец, как показано в работе [Нефедова, Пэллот 2006], из-за оттока молодёжи изменяется социально-демографическая структура: население деревень стареет, его здоровье ухудшается, что также вызывает спад сельскохозяйственного производства. Те же авторы указывают на роль всеобщей депрессии и пьянства, особенно в зимний период.

Факторы ведения частного агропроизводства

Данные РМЭЗ (см. табл. П1 в приложении) показывают, что в 2006 г. среди городского населения занимались сельскохозяйственным производством в основном семьи людей пенсионного и предпенсионного возрастов. Напротив, в сельской местности люди после 65 лет в основном ничего не выращивают, а живут на пенсию. Для семей, не занимающихся сельским хозяйством (как для сельского, так и для городского населения), характерны более высокий уровень образования, а также хорошее материальное положение. Больше всего просто дачников, ничего не выращивающих на участке, среди жителей Москвы и Санкт-Петербурга. Для рынка труда обеих столиц в рассматриваемый период были характерны низкая безработица и высокая зарплата, что делало труд на собственном участке экономически менее выгодным, чем работу по найму. Отсутствие земли и отказ от выращивания

продуктов на своём земельном участке присущ малочисленным семьям, семьям без детей. Чем больше в семье пенсионеров, тем вероятнее, что в ней выращивается какая-либо агропродукция.

Для выявления факторов, влияющих на принятие семьей решения об агропроизводстве, была протестирована бинарно-логистическая модель регрессионного анализа, где независимые переменные измерены в году T, а зависимая (принимающая значение «1», если домохозяйство вело личное подсобное хозяйство и «0» в противном случае) — в году T+1 (см. табл. П2 в приложении). Такая модель с лагом позволяет оценить влияние параметров домохозяйства в нынешнем году на его решение в будущем. Модель оценивалась для городских семей. Её результаты показали, что характеристики этапа жизненного цикла семьи влияют на то, будет ли домохозяйство работать на земельном участке. По сравнению со сложными семьями для одиночек, а также семейных пар с детьми или без них вероятность вести ЛПХ ниже. С одной стороны, это может быть связано с занятостью взрослых членов домохозяйства. Однако наличие безработных в семье не влияет на то, будет ли городская семья выращивать что-либо на своём земельном участке. С другой стороны, значимо влияние доли членов домохозяйства пенсионного возраста. Наличие у них свободного времени и традиции работы на своём участке положительно сказываются на вероятности включения в агропроизводство. Увеличение числа детей способствует работе на земельном участке, что может быть связано с потребностью в экологически чистых продуктах и желанием иметь дачу для проведения летнего досуга всей семьей. Наличие высшего образования и хорошего здоровья у членов домохозяйства положительно влияют на принятие решения о ведении личного подсобного хозяйства.

В случае, когда хотя бы один член домохозяйства часто употребляет алкоголь и предпочитает крепкие спиртные напитки, вероятность занятия сельским хозяйством сокращается. В других исследованиях [Калугина 1999; Нефедова, Пэллот 2006] потребление алкоголя также названы одним из факторов, снижающих успешность ведения сельского хозяйства. Доказательством того, что не только материальные факторы движут выбором горожанам, касающимся производства сельскохозяйственной продукции, является отсутствие влияния душевого дохода в году T на вероятность заниматься агропроизводством в году T+1.

Факторы товарности сельскохозяйственного производства

Произведённая на земельном участке продукция может использоваться по-разному — для потребления, реципрокных обменов и на продажу. В РМЭЗ имеются данные о том, продавало ли домохозяйство что-либо из произведенной сельскохозяйственной продукции в течение 12 месяцев, предшествующих проведению опроса (см. табл. 1).

Таблица 1

Доля домохозяйств, продававших свою продукцию в течение 12 месяцев, предшествующих проведению опроса, среди домохозяйств, осуществлявших частное сельскохозяйственное производство, %

Тип поселения	Год обследования										
	1994	1995	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Город	8,4	9,4	11,3	11,8	12,0	12,9	11,5	14,5	12,3	12,5	10,3
Село	35,1	30,2	33,8	32,6	38,7	41,3	39,7	41,6	38,2	36,1	34,1

Примечание: Расчёты авторов на основе данных РМЭЗ, 1994–2006.

Так, среди всех городских семей 3,5–6% в разные периоды реализовывали в течение года произведённое на рынке; а среди сельских их было 28–35% (максимум приходится на 2001 г.). В течение же последнего перед опросом месяца торговали не более 4% горожан и 22% селян. Однако оценка уровня товарности существенно вырастает, если рассматривать только те домохозяйства, которые производили агропродукты: в 1994–2006 годах среди городских семей продавали результаты своего труда 8,4–10,3% соответственно (максимум приходится на 2003 г. — 14,5%), среди сельских их было 35,1–34,1% (максимум — 41,6% в 2003 г.). При этом селяне чаще продают мясо, молоко, яйца, чем продукты своего сада и огорода (см. табл. 1). Уровень товарности как по животноводству, так и по растениеводству сначала вырос к началу 2000-х годов, а потом опять снизился примерно до уровня середины 1990-х.

Для того чтобы оценить, какие факторы влияют на то, продаёт ли домохозяйство свою агропродукцию или нет, мы использовали бинарно-логистическую модель регрессионного анализа с лагом (см. табл. ПЗ в приложении) на подвыборке сельского населения, которое производит что-либо на земельном участке⁵. Результаты оценки модели показали, что с течением времени вероятность продавать свою продукцию для сельского населения растёт, то есть при контроле прочих факторов рост товарности агропродукции увеличивается, по крайней мере вплоть до 2001–2003 годов. У одиноких респондентов с детьми или без них по сравнению со сложными семьями выше вероятность продавать выращиваемую и производимую продукцию. При увеличении числа детей в домохозяйстве на одного ребёнка вероятность продавать сельскохозяйственный урожай возрастает в 0,6–0,7 раза; таким образом, в многодетных сельских семьях подсобное хозяйство является важным ресурсом не только продуктов питания, но и денежных доходов семьи.

Чем выше доля пенсионеров в домохозяйстве, тем с меньшей вероятностью оно окажется товарным. Позитивно также влияние возраста главы домохозяйства: это говорит о том, что для пожилых людей работа на участке скорее является способом выживания, чем дополнительных доходов, а также что для них характерна склонность к привычному, то есть нерыночному, типу хозяйства. Неудивительно, что ориентироваться на рынок скорее имеют возможности домохозяйства с более высоким уровнем здоровья. Высокий уровень потребления алкоголя не оказывает влияния на продажу агропродукции селянами. Отсутствие работы хотя бы у одного члена семьи повышает вероятность ориентации домохозяйства на рынок в 1,3 раза, наличие высшего образования — в 1,2 раза. Первый факт говорит о том, что выращивание продуктов на продажу представляет собой важную альтернативу рыночной занятости и является способом получения доходов в условиях безработицы, а второй подтверждает значимость высокого уровня человеческого капитала как для более эффективного производства, так и для налаживания связей для продажи произведённого. Однако не только навыки и умения, но и техника для обработки земли и транспортировки продукции увеличивает вероятность продажи выращенного.

Важным представляется и вывод о том, что чаще продают результат своего труда в году T+1 не бедные, а, напротив, более обеспеченные семьи. Это говорит о том, что работа на рынок в целом представляет собой не способ выживания, а специализацию домохозяйства и выбор в пользу сельского производства как альтернативу работе по найму. Более высокая численность жителей в населённом пункте также повышает вероятность домохозяйства быть товарным. С одной стороны, в больших сёлах выше вероятность продажи урожая жителям своего же села. С другой стороны, чем крупнее населённый пункт, тем более в нём должна быть развита инфраструктура, поэтому проще продавать производимую продукцию в близлежащие населённые пункты.

⁵ Среди горожан уровень товарности очень низок, поэтому оценка подобной регрессии на этой подвыборке не имеет смысла.

Доходы от сельскохозяйственной деятельности

Хотя продажа выращенной сельхозпродукции является одним из источников денежных доходов домохозяйств, её вклад за исследуемый период был невелик. Правда, надо отметить, что данные о суммах, вырученных за продажу, относятся к осенним месяцам (сентябрь и октябрь), когда значительная часть урожая может быть уже продана. Так, в 2006 г. в среднем по выборке доля ЛПХ в суммарных доходах тех домохозяйств, которые производили что-либо на земельном участке, составляла 5% (в том числе 10% на селе и всего 1% в городе). Среди горожан, продававших что-либо из выращенного, эта доля составляла 19%, а на питание затрачивалось 40% доходов. В сельской местности доля доходов от агропроизводства среди товарных хозяйств составляла 45%, а доля расходов на питание была равна 32%. Можно заметить, что с 2000 г. началось падение доли доходов от ЛПХ как для сельского, так и для городского населения (см. табл. 2). Такая тенденция объясняется началом экономического роста и улучшения благосостояния россиян. Пик максимальной доли доходов от ЛПХ приходится на 1996 г.

Таблица 2

Средняя доля выручки от продажи продукции частного агропроизводства в доходах домохозяйств за 30 дней, осуществлявших такие продажи в течение года, %

Тип поселения	Год обследования											
	1994	1995	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	
Город	26,1	26,5	27,5	20,9	18,2	15,1	13,0	18,5	16,2	14,9	17,8	
Село	42,0	51,1	54,2	51,5	50,5	43,1	42,0	41,3	41,2	41,4	41,3	

Примечание: Расчёты авторов на основе данных РМЭЗ, 1994–2006.

Одним из факторов величины доли доходов от ЛПХ для новосибирских крестьян в советское время была степень урбанизации поселения [Артемов, Калмык, Хахулина 1980]. Так, доля доходов от ЛПХ в наиболее неурбанизированных поселениях составляла около 50%, в то время как данный показатель для урбанизированных местностей не превышал десятой части доходов населения. Данные РМЭЗ также свидетельствуют о зависимости роли доходов от ЛПХ от количества жителей в поселении.

Можно выделить несколько причин таких различий. В крупных поселениях выше доля сельской интеллигенции, которая в силу своей высокой квалификации либо не работает на земле, либо имеет нетоварное хозяйство. Зато в небольших деревнях и сёлах, как правило, больше возможностей для сельскохозяйственного производства за счёт обширных сельхозугодий. Здесь также хуже налажена система поставки населению продуктов питания, из-за чего людям приходится иметь большие подсобные хозяйства, чтобы обеспечить семью продуктами питания. Ограниченные возможности работы по найму тоже стимулируют продажу выращенного. Наконец, в мелких населённых пунктах ниже уровень доходов, и одна и та же сумма, полученная за продажу урожая в маленькой деревне и крупном поселке, будет означать разную долю дохода, которая будет более высокой для бедных семей.

Помимо собственно агропродукции в некоторых регионах сбор грибов, дикорастущих орехов и ягод, рыболовство, охота и продажа этих продуктов также вносят свой вклад в доходы семьи. По данным РМЭЗ около трети всех российских домохозяйств в течение 12 месяцев, предшествующих опросу, собирали грибы, ягоды и пр., либо ловили рыбу или ходили на охоту. Однако из них только 1,5% горожан и 3,2% селян продавали что-либо из собранного или пойманного. В региональном разрезе наибольшая доля домохозяйств, занимающихся сбором ягод, грибов, ловлей рыбы или охотой, расположена в

Северном и Северо-Западном регионах (54%) и на Урале (42%). Несмотря на то что по выборке доля домохозяйств, имеющих прибыль от собирательства, довольно мала, в целом доходы для отдельного хозяйства, занимающегося продажей грибов, рыбы или ягод, могут быть довольно существенными [Нефедова, Пэллот 2006].

Собственное потребление и реципрокность

На протяжении исследуемого периода значение произведённых в собственном хозяйстве продуктов в потреблении внутри домохозяйства снижалось. Так, если в 1994 г. более половины городских и более 90% сельских семей в своём питании использовали произведённые в подсобном хозяйстве продукты, то к 2006 г. их доля сократилась до 34% среди горожан и до 77% среди селян (см. табл. 3). Из-за роста доходов, а также разнообразия и качества продуктов питания в магазинах ориентация на собственный урожай стала менее привлекательной стратегией. Кроме того, сократился и объём употребления дома даров земли, особенно среди горожан: многие из них продолжают выращивать на своих дачных участках овощи, ягоды и фрукты, но в небольших объёмах. Такой тип хозяйствования представляет собой скорее способ проведения досуга, нежели серьёзную альтернативу покупкам в магазине. Кроме того, люди стараются вырастить хотя бы небольшое количество овощей и фруктов, так как «своё» представляется более экологичным и вкусным. Такая стратегия для большинства уже не является способом выживания. Очевидно, что снижение уровня семей, ориентирующихся в потреблении на собственную продукцию, происходит, в первую очередь, за счёт падения доли сельхозпроизводителей. Так, среди тех, кто имеет личное подсобное хозяйство, все потребляют хотя бы часть плодов своего труда.

Несмотря на снижающуюся долю горожан, имеющих огород или сад, доля семей, передававших выращенное своим родственникам или другим людям, остается практически постоянной: примерно 22–25%, и только в 2006 г. она упала до 18%. Однако, если учитывать только городские семьи, ведущие подсобное хозяйство, то среди них в 1994 г. помогали родственникам 49%, а в 2005 г. — 61%, что свидетельствует о возрастании реципрокных связей. В то же время в 1994–2006 годах доля доноров среди сельских семей постоянно снижалась — с 54 до 37%, а если учитывать только производителей агропродуктов, то с 59 до 48% соответственно.

Таблица 3

Доля домохозяйств, потреблявших свою агропродукцию и передававших её безвозмездно, %

	Тип поселения	Год обследования										
		1994	1995	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Потреблявшие агропродукцию домохозяйства	Город	51,9	51,4	50,9	49,6	48,4	43,3	42,1	39,3	37,8	35,5	34,2
	Село	91,1	90,7	88,4	86,8	84,6	83,6	83,4	80,7	79,7	77,7	77,0
Передававшие агропродукцию домохозяйства	Город	25,9	22,2	24,1	24,1	26,9	23,1	24,5	23,1	22,2	21,8	18,1
	Село	54,3	46,6	42,6	44,9	42,0	43,2	41,8	41,2	38,5	39,8	37,0

Примечание: Расчёты авторов на основе данных РМЭЗ, 1994–2006.

Можно предположить, что на вероятность трансфертов сельскохозяйственной продукции будут влиять характеристики этапа жизненного цикла семьи. Для проверки этой гипотезы была протестирована модель бинарно-логистической регрессии, где зависимая переменная — факт наличия или отсутствия реципрокных обменов. Модель была оценена для домохозяйств, выращивающих сельскохозяйственную

продукцию, отдельно для городского и сельского населения (см. табл. П4 и П5 в приложении). Вне зависимости от типа поселения с меньшей вероятностью осуществлять обмены будут семьи без партнёра в домохозяйстве (с детьми или без них). Одиночки имеют меньше трудовых ресурсов (рабочих рук) для ведения ЛПХ в целом, так что даже при выращивании какой-либо продукции на своём участке шансов, что они произведут избыток продукции, который можно отдать родственникам, друзьям и проч., немного. Направление передачи произведённой продукции будет перераспределяться скорее к одиночкам, нежели от них.

Количество детей в домохозяйстве для городского населения является незначимой объясняющей переменной, а для сельского — отрицательно влияет на реципрокные обмены. Для любого типа местности передавать собранный урожай свойственно домохозяйствам, где высока доля пенсионеров или глава семьи немолод. В силу того, что реципрокные обмены обычно осуществляются не с целью экономической выгоды, а из желания помочь близким и знакомым или кого-то отблагодарить, отсутствие связи между обменами и душевыми доходами, а также числом безработных легко объяснимы. Численность населения в городе не имеет значимости в построенной регрессионной модели, а для села увеличение численности его жителей способствует развитию реципрокных связей. Хорошее здоровье членов семьи положительно влияет на вероятность передавать часть собственного урожая, а неумеренное потребление алкоголя — отрицательно.

Специализация подсобного хозяйства российских домохозяйств

Если рассматривать только те домохозяйства, которые занимались сельскохозяйственным производством, то среди них доля тех, кто выращивал те или иные виды овощей, фруктов, ягод, а также занимались животноводством, изменилась незначительно. Более 80% семей выращивали картофель, огурцы, морковь, лук и чеснок; несколько реже (около 70%) — помидоры, свеклу, капусту. Примерно половина собирали урожай кабачков, клубники и малины, смородины и крыжовника. Именно эти культуры и составляют основу частного сельскохозяйственного производства в России. На участках примерно трети домохозяйств росли слива, вишня или черешня, яблоки, цветы; у пятой части, кроме выше перечисленных овощей, росли и другие, а также бобовые. Примерно четверть производили яйца, а пятая часть — мясо птицы и мясо животных. Надо сказать, что животноводческую продукцию производят почти исключительно сельские жители: 42% занимающихся сельским хозяйством производят мясо, 38% — мясо птицы, 35% — молоко, 50% — яйца. В то же время горожане чаще выращивают клубнику и малину (66%), смородину и крыжовник (61%), сливу и вишню (28%), облепиху (13%), цветы (45%), кабачки (54%). Среди сельских жителей выше доля собирающих урожай картофеля, огурцов, помидоров, капусты и бахчевых, но горожане отстают не больше, чем на 10–15%.

Что касается натуральных показателей производства, то за 12 лет в расчёте на одно домохозяйство сократилось производство картофеля (в основном за счёт города) и яиц, выросло — моркови, зерновых, кукурузы, табака, мяса и мяса птицы, молока. Производство остальных видов продукции оставалось примерно на одном и том же уровне или было подвержено несистематическим колебаниям. Продуктивность садов и огородов горожан осталась практически без изменения за прошедшие 12 лет (кроме картофеля, его производство упало почти вдвое), а вот сельские стали собирать больше моркови, лука, бахчевых, зерновых, яблок, мяса, меда, молока. Неудивительно, что сельские домохозяйства в среднем на одного производителя собирают урожай в 1,5–2 раза, а по некоторым видам продуктов и в 10 раз больше, чем горожане; так, средняя семья в городе собирала в середине 2000-х годов более 300 кг картофеля⁶, 60 кг помидоров, 50 кг огурцов, 70 кг капусты, 35 кг кабачков, 20 кг клубники и

⁶ Расчёт сделан в среднем на домохозяйство, производившее тот или иной вид продукции, без учёта тех, кто ничего не выращивал.

малины, 15 кг смородины и крыжовника, 20 кг сливы и вишни, 55 кг яблок. В селе одно домохозяйство выращивало более 700 кг картофеля, 85 кг помидоров, 60 кг огурцов, 100 кг капусты, 180 кг кабачков, 15 кг клубники и малины, 15 кг смородины и крыжовника, 25 кг сливы и вишни, 130 кг яблок, 15 т зерновых, 280 кг мяса, 55 кг мяса птицы, 2,2 т молока, 715 яиц.

Для построения типологии домохозяйств по их сельскохозяйственной специализации мы использовали переменные наличия производства в течение 2006 г. того или иного вида продукции. На основе этих переменных методом факторного анализа с вращением варимакс было выделено шесть типов специализации, объясняющих 43,6% дисперсии. Отметим, что каждый тип представляет собой набор культур, производство которых коррелирует друг с другом и может быть объединено в один тип. В то же время каждое домохозяйство может специализироваться на нескольких направлениях.

С первым фактором сильнее всего коррелируют переменные, отражающие выращивание овощей. Ко второму выделенному направлению деятельности было отнесено производство продукции животного происхождения (мясо, молоко, яйца, мясо птицы, шкуры, шерсть, пух). Третий фактор представляет собой ориентацию домохозяйств средней полосы на выращивание ягод и фруктов (яблоки, смородина, клубника, крыжовник, малина, облепиха), а также кабачков, патиссонов и тыкв. Четвёртый фактор, связанный в первую очередь с культивированием бобовых, бахчевых и кукурузы, скорее всего свидетельствует о направленности домохозяйств на производство кормов. Урожай яблок, персиков, абрикосов, груш, винограда, слив, вишни, черешни, то есть растений южной полосы, — это результат специализации, соответствующей пятому фактору. И наконец, шестой фактор коррелирует с выпуском специфической продукции, чаще всего не нацеленной лишь на внутреннее потребление в семье, а именно зерна, мёда и табака.

Выделенные факторы позволили нам сделать предположение о необходимом количестве кластеров домохозяйств, имеющих ту или иную специализацию. Однако последние три фактора не дали основания для формирования отдельных кластеров; кроме того, выявилась и специализация в области животноводства, тяготеющая к птицеводству или собственно животноводству. Наконец, следовало ожидать, что можно обнаружить тип домохозяйств, сельскохозяйственная активность которых сведена к минимуму. В итоге было принято решение остановиться на шести классах. Метод кластерного анализа был реализован на основе исходных дихотомических переменных, дающих информацию о том, производился ли в домохозяйстве данный вид продукции. Полученные шесть кластеров описаны ниже (см. табл. П6 в приложении).

Первый тип хозяйства — «огороднический», представляющий в 2006 г. 26% домохозяйств, занимавшихся агропроизводством. Подавляющее большинство семей в этом кластере выращивают картофель, помидоры, огурцы, свеклу, морковь, капусту, лук и чеснок. Примерно треть производят также кабачки, пятая часть — клубнику и малину, смородину и крыжовник. Остальные виды продуктов практически не представлены. Средний представитель группы⁷ выращивает в год более 450 кг картофеля, около 40 кг огурцов и помидоров, более 50 кг капусты, около 30 кг моркови, по 25 кг свеклы и лука, 10 кг яблок, а также производит почти 50 л молока и четыре десятка яиц. Средняя площадь земельного участка — 14 соток, всего 9,1% домохозяйств продавали продукцию растениеводства и 2,9% — животноводства; в основном же эти домохозяйства обеспечивали питание собственной семье, а не работали на рынок; 60% семей этого типа живет в селах или поселках; выше, чем в среднем по выборке, представлены Волжский и Волго-Вятский районы. В этой группе чаще, чем в других, глава семьи находится в пенсионном возрасте и является экономически неактивным, но выше также доля промышленных рабочих; больше, чем в среднем по выборке, доля бедных семей (32%); средний доход составляет около 4 тыс. рублей на человека; 39% дохода семьи тратят на питание. Таким образом, данный тип домохозяйств в силу плохого

⁷ Учитывая также домохозяйства группы, не выращивавшие данный вид продукции.

материального обеспечения производит продукцию для собственного потребления, урожай состоит из самых необходимых овощей, в небольшом количестве производятся яйца и молоко. Такой набор продуктов вполне позволит обеспечить семью, учитывая, что домохозяйство у представителей этого типа зачастую состоит из одного человека пожилого возраста и экономически неактивного. Стратегия домохозяйств первого типа состоит в обеспечении себя натуральными продуктами, не прибегая при этом к рыночной реализации урожая.

Второй тип — «ягодный», его представители составляют 27,1% семей. Своё название он получил потому, что практически все домохозяйства в этой группе выращивают клубнику, малину, смородину и крыжовник. Широко распространены также кабачки (87%) и цветы (68%), в меньшей степени — разные овощи и яблоки (около 20%). Однако эти домохозяйства, также как и следующие три группы, широко практикуют и огородничество, отличаясь от первого типа только дополнительными к огороду культурами. Средняя площадь участка — 10 соток. Представители этого типа выращивают чуть большие объёмы всех видов овощей, кроме картофеля, а также существенный урожай зерновых (около 350 кг). Объёмы производства ягод невелики: примерно по 15–20 кг на домохозяйство; здесь выращивают также около 70 корней цветов, производят 75 л молока и более двух десятков яиц. Этот тип специализации почти не развит в сельской местности, в основном это дачное хозяйство горожан. В региональном разрезе выше, чем в среднем по выборке, представительство Москвы и Санкт-Петербурга, Центрального и Центрально-Черноземного районов, а также Урала. В этой группе выше, чем в среднем по выборке, доля обеспеченных семей, а также домохозяйств, где глава семьи имеет среднее профессиональное или высшее образование.

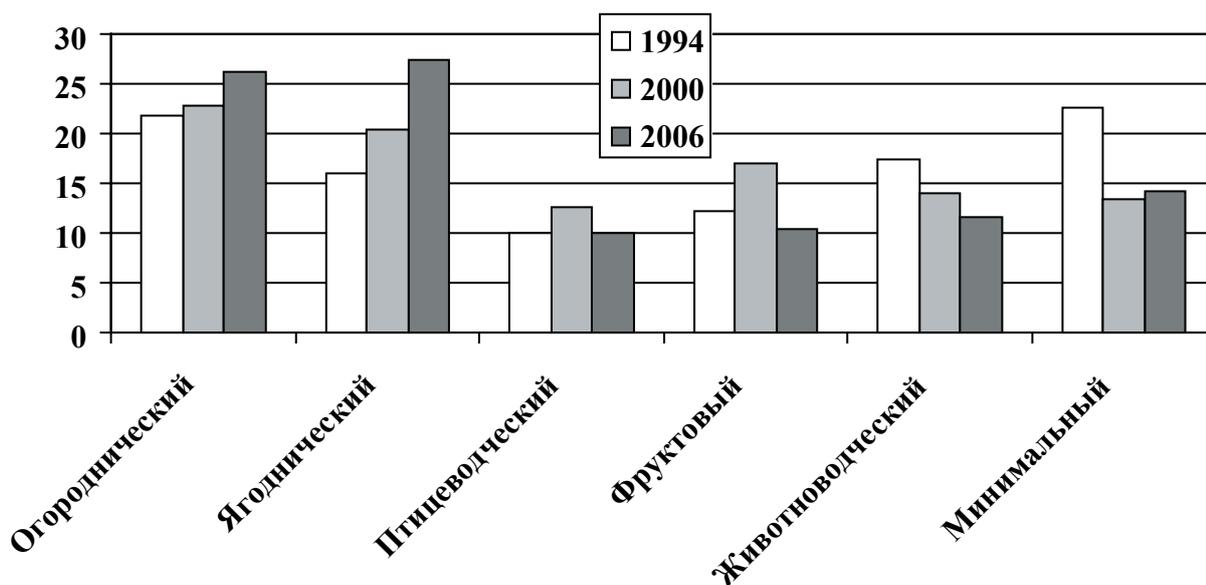
Третий тип — «птицеводческий» (9,9%); его представители, помимо огорода (более 90%) и ягод (более 70%) в наибольшей степени специализируются на производстве яиц (более 90%) и мяса птицы (более 80%). Широко распространено также производство мяса животных (около 60%) и молока (более 30%), цветов (более 40%), яблок (около 40%). Объёмы производства этих домохозяйств намного выше, чем первых двух: в среднем производится около девяти центнеров картофеля, по одному центнеру помидоров и капусты, полтора центнера кабачков, более 50 кг яблок. В то же время эти семьи выращивают меньше ягод и цветов. На одно домохозяйство приходится примерно 1,5 центнера мяса и около 40 кг мяса птицы, 870 л молока, более 700 яиц. В этой группе самые большие наделы: в среднем 70 соток на семью. На селе живут 82% домохозяйств с такой специализацией; 30% — в Западной Сибири и еще 24% — на Северном Кавказе. Денежные доходы этой группы ниже, чем в среднем по выборке, но они тратят на питание меньшую долю этих доходов (28,5%), так как существенную часть их располагаемых ресурсов составляют собственные продукты питания. Этот тип домохозяйств в силу большого объёма выращиваемых овощей, а также производства мяса птицы и яиц, скорее всего будет являться товарным и существенную часть выращиваемой и производимой продукции продавать на рынке.

Четвёртый тип — «фруктовый» (10,3% выборки). Представители этого типа несколько реже занимаются огородом (60–90% по разным культурам), активно выращивают ягоды, но, помимо этого, культивируют яблоки (более 80%), груши (20%), сливу, вишню и черешню (более 45%), виноград (20%), цветы (более 50%). Эти домохозяйства выращивают всего чуть более двух центнеров картофеля в расчёте на одну семью, остальные огородные культуры — примерно, как представители первого типа. Кроме этого, урожай клубники и малины здесь превышает 20 кг, смородины — 15 кг, сливы и вишни — около 20 кг, яблок — 50 кг, груш — 12 кг, в небольших объёмах получают молоко и яйца. Этот тип, также как и «ягодный», более характерен для городских жителей, довольно широко распространён в Москве и Санкт-Петербурге, а также на Урале, средний размер участка — 8 соток. Это (наряду с теми, кто ведёт «минимальный» тип хозяйства; см. ниже) самая богатая группа населения среди сельхозпроизводителей; треть глав семей имеют высшее образование. Но такой тип служит скорее подспорьем для горожан, источником экологически чистых, а не основных продуктов питания.

Пятый тип — «животноводческий» (11,4% домохозяйств); его представители предпочитают огородные культуры, а также производят мясо (более 70%), молоко (около 70%), мясо птицы (более 60%) и яйца (более 80%). Для этого типа не характерно производство ягод и фруктов, за исключением яблок (около 30% домохозяйств). По всем огородным культурам, кроме помидоров, эти домохозяйства близки по уровню производства к третьему типу. Помидоров выращивают меньше 70 кг. На семью приходится также около 140 кг зерновых, более 70 кг яблок и 15 кг груш. Очень много производится молока — почти 1,5 т на семью, почти два центнера мяса, около 35 кг мяса птицы, более 500 яиц. Эта специализация характерна исключительно для сел и поселков городского типа, шире всего она представлена на Волге и Северном Кавказе; на одну семью в среднем приходится 24 сотки земли. Это самая бедная по уровню денежных доходов группа производителей агропродукции, здесь больше всего семей с тремя детьми и более (почти 11 %). Среди глав семьи самый низкий уровень образования. Однако при таком объёме производства животноводческой продукции эти домохозяйства являются скорее всего товарными, и, продавая свою продукцию, они обеспечивают свою семью. Животноводческий тип домохозяйств преобладает на Северном Кавказе, где семьи характеризуются многодетностью.

Наконец, шестой тип можно назвать «минимальным», так как его представители чаще всего производят только картофель. Остальные виды представлены очень незначительно: около четверти выращивают помидоры, огурцы или лук; 30% — ягоды; 20% — яблоки. В среднем на семью приходится около 200 кг картофеля, 12 кг помидоров, менее 10 кг огурцов, 14 кг яблок, 10 кг кукурузы. Остальные продукты растениеводства не превышают 5 кг, а площадь земельного надела невелика — в среднем 9 соток. Кроме того среднее домохозяйство получает более 30 кг мяса, более 50 л молока и почти четыре десятка яиц. Этот тип специализации в городе представлен чуть выше, чем в среднем по выборке; характерен для Москвы, Санкт-Петербурга и северных районов. Это группа самых богатых (среди занятых в агропроизводстве) семей, хотя уровень образования главы семьи близок к среднему уровню, также как остальные социально-демографические характеристики. Материальная обеспеченность обусловлена в первую очередь общим высоким уровнем заработных плат жителей столицы и Севера. Поэтому, во-первых, представители данной группы имеют возможность обеспечивать себя продуктами в магазинах, во-вторых, альтернативная занятость на рынке труда при высоком уровне оплаты труда оказывается более выгодной, чем сельское хозяйство. И, в-третьих, в крупных городах нет возможности иметь большую площадь земли, и поездки на удалённые дачи и огороды требуют много времени.

Представленность разных типов производителей за 12 лет несколько изменилась: «огороднический» и «ягодный» типы стали более распространёнными, «животноводческий» и «минимальный» — наоборот, сократились, а птицеводческий и фруктовый испытывали переменную динамику (см. рис. 3).



Примечание: Расчёты авторов на основе данных РМЭЗ, 1994–2006.

Рис. 3. Динамика представленности кластеров сельскохозяйственной специализации, %

Заключение

В 1994–2006 годах, то есть в течение 12 лет, доля домохозяйств, ведущих частное сельскохозяйственное производство, имела нисходящую динамику. Причинами этого были, в частности, повышение уровня благосостояния российских семей и снижение пользы от ведения агропроизводства. Одновременно увеличивалась площадь земельных участков россиян, а также росло число земельных участков, на которых семьи не выращивали никаких продуктов. Эти земли фактически используются для отдыха или проживания. Таким образом, функция земельного участка трансформируется: от производственной к рекреационно-природопользовательской. Отказ от выращивания урожая для обеспечения жизнедеятельности проявляется в первую очередь среди высоко обеспеченных горожан, с высшим образованием, преимущественно молодого возраста, проживающих в Москве или Санкт-Петербурге. Однако душевой доход членов городских домохозяйств не влияет на вероятность ведения или неведения ЛПХ. Так как для горожан характерно преобладание «ягодного», «фруктового» и «минимального» типов по специализации и объёму сельхозпродукции, для большинства домохозяйств это скорее всего не способ выживания, а вид активного отдыха. В основном городские жители имеют возможность обеспечить себе определённый уровень благосостояния за счёт занятости на рынке труда. Таким образом, земельный участок они используют для досуга, выращивания минимального урожая, требующего небольших трудозатрат, чтобы частично обеспечить семью свежими экологически чистыми овощами, ягодами и фруктами. Лишь ничтожная доля горожан продает выращенное.

Для селян работа на земле всегда была основным способом труда и источником продуктов питания и доходов. Однако к 2006 г. ЛПХ вели всего ¼ сельских домохозяйств. Наиболее успешными товарными хозяйствами являются те, которые расположены в крупных населенных пунктах с развитой инфраструктурой, что дает им преимущества при реализации собственной продукции. Сельские домохозяйства с главой семьи молодого возраста с большей вероятностью будут продавать результаты своего труда, чем прочие. Однако молодёжь массово покидает деревню, а освоение инновационной техники для обработки земли и производства сельскохозяйственной продукции становится не под силу старшему поколению, что ведёт к сужению сельскохозяйственного производства в деревнях.

Роль производства сельскохозяйственной продукции в питании домохозяйств снизилась, нынешние показатели доли ЛПХ в доходах российских домохозяйств не сравнимы с серединой 1990-х годов. Даже среди тех семей, которые ведут агропроизводство, наблюдается снижение объёма урожая по основным продуктам питания россиян (картофель, морковь, лук, чеснок, огурцы). Производство овощей характерно для большинства селян, а выращивание ягод примерно в равной степени — для населённых пунктов городской и сельской местности; производство малины и клубники горожанами иногда даже превосходит объём произведённых ягод селянами. Помимо этого, наблюдаются развитые и прогрессирующие реципрокные обмены сельскохозяйственной продукцией среди горожан, а в сельской местности они остаются либо на стабильном уровне, либо снижаются. Большая роль социальных сетей и взаимоподдержки близких людей, друзей и родственников продолжает быть характерной для культуры российских людей вне зависимости от изменений характера производства продукции и его объёмов.

Частная сельскохозяйственная деятельность всё реже является основным источником выживания как сельских, так и городских домохозяйств. Горожане имеют альтернативные формы занятости и поддерживают земельные участки либо для минимального выращивания растениеводческой продукции, либо для организации дачного отдыха. Сельские жители мелких населённых пунктов выращивают сельхозпродукцию прежде всего для собственного потребления и из-за неразвитости инфраструктуры имеют небольшие шансы её продавать. Несмотря на то что на этапе экономического роста уровень благосостояния российских домохозяйств повысился (в связи с чем наблюдается нисходящее развитие сельскохозяйственного производства), сохраняются многие культурные ценности и традиции прошлого. Даже в городской местности доля домохозяйств, владеющих земельным участком и выращивающих на нём продукты питания, остается довольно высокой.

Приложение ⁸

Таблица III

Социально-демографические и экономические характеристики домохозяйств, различающихся типом землевладения и агропроизводства

	Тип землевладения и агропроизводства					
	Нет земли, нет дачи, не ведут хозяйство	Есть дача и(или) земля, не ведут хозяйство	Животно-водство без земледелия	Земледелие	Земледелие и животноводство	Всего
	% по столбцу					
Тип поселения	ГОРОД					
Возраст главы семьи (лет)						
13–19	2,0	3,4*	14,3*	1,0	4,2*	1,8
20–24	8,0	6,4	14,3	4,5	4,2*	6,7
25–29	12,5	8,8	0,0*	5,5	7,3*	9,9
30–34	12,8	12,7	28,6*	8,2	10,4	11,3
35–39	10,2	12,3	0,0*	8,0	6,3*	9,5
40–44	7,8	11,3	0,0*	10,1	14,6	8,9
45–49	9,7	8,8	14,3*	11,6	7,3*	10,2
50–54	7,4	7,4	14,3*	11,3	10,4	8,7
55–59	6,1	8,3	0,0*	10,5	6,3*	7,6
60–64	3,2	4,4	14,3*	6,6	6,3*	4,4
65 и старше	20,3	16,2	0,0*	22,6	22,9	20,8
Населённый пункт						
Москва и Санкт-Петербург	19,1	29,5	14,3*	11,9	7,1*	17,0
Другие города	80,9	70,5	85,7*	88,1	92,9	83,0
Тип семьи						
Одиночки	25,5	14,0	0,0*	11,9	16,3	20,2
Семейная пара без детей и других родственников	14,5	7,7	28,6*	22,4	15,3	16,7
Семейная пара с 1–2 детьми или внуками	27,8	34,3	57,1*	26,2	28,6	27,7
Один взрослый с 1–2 детьми	4,5	4,8*	0,0*	1,8	1,0*	3,6

⁸ Все расчёты сделаны на данных РМЭЗ, 1994–2006 гг.

	Тип землевладения и агропроизводства					
	Нет земли, нет дачи, не ведут хозяйство	Есть дача и(или) земля, не ведут хозяйство	Животноводство без земледелия	Земледелие	Земледелие и животноводство	Всего
	% по столбцу					
«Сложные» семьи (прочие)	27,8	39,1	14,3*	37,8	38,8	31,8
Число детей в возрасте до 17 лет в домохозяйстве (чел).						
Нет детей	59,5	50,2	28,6*	64,1	58,2	60,4
1	31,4	35,7	42,9*	25,4	23,5	29,5
2	8,4	12,1	28,6*	9,1	15,3	9,0
3 и более	0,8	1,9*	0,0*	1,4	3,1*	1,1
Доля домохозяйств, в составе которых есть хотя бы 1 человек с высшим образованием (%)	35,0	48,3	28,6*	39,5	32,7	37,1
Доля людей с высшим образованием среди членов домохозяйства (%)	20	25	11*	21	16	20
	Средние значения по типу землевладения или агропроизводства					
Среднедушевые доходы (руб. в месяц)	6921	8926	4380*	6167	4417	6709
Среднедушевые расходы (руб. в месяц)	7739	10229	6787*	24731	6279	7927
Среднее число членов домохозяйства (чел.)	2,48	3,03	3,29*	2,96	3,10	

	Тип землевладения и агропроизводства					
	Нет земли, нет дачи, не ведут хозяйство	Есть дача и(или) земля, не ведут хозяйство	Животноводство без земледелия	Земледелие	Земледелие и животноводство	Всего
	% по столбцу					
Тип поселения	СЕЛО					
Возраст главы семьи (лет)						
13–19	1,5*	1,9*	0,0*	1,1*	1,3*	1,3
20–24	10,2	3,8*	20,0*	4,7	5,1	6,1
25–29	17,0	7,5*	0,0*	9,4	7,6	10,0
30–34	12,3	9,4*	13,3*	9,6	10,3	10,5
35–39	11,1	11,3*	6,7*	8,1	7,8	8,6
40–44	8,3	1,9*	20,0*	7,2	10,7	8,9
45–49	6,2	9,4*	13,3*	8,7	14,2	10,7
50–54	5,9	15,1*	0,0*	10,4	9,5	9,2
55–59	4,0	5,7*	6,7*	7,9	6,8	6,6
60–64	2,8	0,0*	6,7*	4,2	3,9	3,7
65 и старше	20,7	34,0	13,3*	28,7	22,7	24,5
Тип семьи						
Одиночки	25,2	37,7	13,3*	24,2	8,8	17,9
Семейная пара без детей и других родственников	15,7	17,0*	13,3*	14,7	23,3	18,8
Семейная пара с 1–2 детьми или внуками	29,2	15,1*	46,7*	26,0	25,9	26,4
Один взрослый с 1–2 детьми	8,6	3,8*	6,7*	3,8	0,8*	3,4
«Сложные» семьи (прочие)	21,2	26,4	20,0*	31,3	41,2	33,5
Число детей в возрасте до 17 лет в домохозяйстве (чел.)						
Нет детей	52,9	75,5	40,0*	57,5	57,0	56,8
1	34,8	13,2*	40,0*	30,0	23,2	27,4
2	11,4	9,4*	20,0*	10,2	13,8	12,1
3 и более	0,9*	1,9*	0,0*	2,3	6,0	3,7

	Тип землевладения и агропроизводства					
	Нет земли, нет дачи, не ведут хозяйство	Есть дача и(или) земля, не ведут хозяйство	Животноводство без земледелия	Земледелие	Земледелие и животноводство	Всего
	% по столбцу					
Доля домохозяйств, в составе которых есть хотя бы 1 человек с высшим образованием (%)	25,0	24,5	6,7*	16,6	20,4	20,1
Доля людей с высшим образованием среди членов домохозяйства (%)	13	13	3	8	9	9
	Средние значения по типу землевладения или агропроизводства					
Среднедушевые доходы (руб. в мес.)	6160,90	5897,04	3938,15	4589,88	4202,14	4756,67
Среднедушевые расходы (руб. в мес.)	6854,04	6852,38	7312,75	4667,12	4460,22	5053,28
Среднее число членов домохозяйства (чел.)	2,53	2,15	2,67	2,72	3,30	2,92

Примечание: Ячейки, в которых содержатся менее 10 наблюдений.

Таблица П2

Бинарно-логистическая модель регрессионного анализа для подвыборки городского населения (зависимая переменная в году (T+1) — ведёт или не ведёт сельскохозяйственную деятельность)

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)
Год обследования (база — 2005)	1994	19,743	0,999	375267181
	1995	-1,104	0,167	0,332
	1996	-1,167	0,144**	0,311
	1998	-1,255	0,116**	0,285
	2000	-1,422	0,075**	0,241
	2001	-1,478	0,064**	0,228
	2002	-1,699	0,033*	0,183
	2003	-1,767	0,027*	0,171
	2004	-1,870	0,019*	0,154
Тип семьи (база — сложная семья)	Одиночки	-1,546	0,000*	0,213
	Пара	-0,297	0,000*	0,743
	Пара с детьми	-0,180	0,000*	0,836
	Один с детьми	-0,729	0,000*	0,482
Количество детей (база — 3 и более)	Нет детей	-0,047	0,364	0,954
	1	0,384	0,000*	1,468
	2	0,271	0,042*	1,312
	Доля пенсионеров в домохозяйстве	0,429	0,000*	1,536
	Образование	Наличие высшего образования хотя бы у 1 члена домохозяйства	0,114	0,001*
Возраст главы семьи		0,020	0,000*	1,020
Занятость	Наличие хотя бы 1 безработного члена в домохозяйстве	-0,046	0,386	0,955

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)	
Регион (база — Восточная Сибирь и Дальний Восток)	Душевой доход в ценах 2006 г.	-0,000001	0,714	1,000	
	Доля расходов на питание	-0,008	0,000*	0,992	
	Москва, Санкт-Петербург	-0,385	0,019*	0,680	
	Север, Северо-Запад	-1,004	0,000*	0,366	
	Центральный — Центрально-Чернозёмный	-0,534	0,000*	0,586	
	Волга, Волго-Вятский	-0,778	0,000*	0,459	
	Северный Кавказ	-0,454	0,000*	0,635	
	Урал	-0,463	0,000*	0,629	
	Западная Сибирь	-0,790	0,000*	0,454	
	Численность населения в населённом пункте	-0,0000002	0,000*	0,9999998	
	Здоровье	Доля членов домохозяйства с хорошим здоровьем	0,511	0,000*	1,667
		Употребление любого алкоголя 2 раза в неделю и чаще, а также крепкого алкоголя	-0,268	0,009*	0,765
		Constant	1,422	0,078**	4,145

Примечание: * — значимый коэффициент на уровне 0,05;

** — значимый коэффициент на уровне 0,1.

Таблица ПЗ

Бинарно-логистическая модель регрессионного анализа для подвыборки сельского населения, ведущего ЛПХ (зависимая переменная в году (Т+1) — продаёт или не продаёт сельскохозяйственную продукцию)

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)
Год обследования (база — 2005)	1995	0,688	0,067*	1,989
	1996	0,631	0,094**	1,879
	1998	0,810	0,032*	2,248
	2000	0,956	0,011*	2,602
	2001	0,845	0,024*	2,327
	2002	0,874	0,019*	2,397
	2003	0,732	0,050*	2,080
	2004	0,579	0,122**	1,784
Тип семьи (база — сложная семья)	Одиночки	-0,653	0,000*	0,520
	Пара	0,010	0,916	1,010
	Пара с детьми	-0,098	0,176	0,907
	Один с детьми	-1,002	0,000*	0,367
Количество детей (база — 3 и более)	Нет детей	-0,477	0,001*	0,621
	1	-0,435	0,001*	0,647
	2	-0,277	0,033*	0,758
	Доля пенсионеров в домохозяйстве	-0,287	0,010*	0,751
	Высшее образование хотя бы у 1 члена домохозяйства	0,141	0,058**	1,152
Занятость	Возраст главы семьи	-0,004	0,072**	0,996
	Наличие хотя бы 1 безработного члена в домохозяйстве	0,206	0,022*	1,229
	Душевой доход в ценах 2006 г.	0,00002	0,055**	1,00002

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)
	Доля расходов на питание	-0,012	0,000*	0,988
Регион (база — Восточная Сибирь и Дальний Восток)	Север, Северо-Запад	-0,759	0,000*	0,468
	Центральный — Центрально-Чернозёмный	-0,575	0,001*	0,563
	Волга, Волго-Вятский	-0,232	0,171	0,793
	Северный Кавказ	-0,010	0,953	0,990
	Урал	-0,024	0,897	0,977
	Западная Сибирь	0,097	0,565	1,102
	Численность населения в населённом пункте	-0,0001	0,000*	0,9999
	Доля членов домохозяйства с хорошим здоровьем	0,607	0,000*	1,834
	Употребление любого алкоголя 2 раза в неделю и чаще, а также крепкого алкоголя	-0,068	0,756	0,934
	Наличие трактора, минитрактора или грузового автомобиля	0,381	0,000*	1,464
Constant		0,030	0,944	1,031

Примечание. * — значимый коэффициент на уровне 0,05;

** — значимый коэффициент на уровне 0,1.

Таблица П4

Бинарно-логистическая модель регрессионного анализа для подвыборки городского населения, ведущего ЛПХ (зависимая переменная в году (Т+1) — отдаёт или не отдаёт сельскохозяйственную продукцию на безвозмездной основе)

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)
Год обследования (база — 2005)	1994	1,541	0,087**	4,671
	1995	0,393	0,573	1,481
	1996	0,437	0,530	1,548
	1998	0,589	0,397	1,802
	2000	0,379	0,586	1,461
	2001	0,439	0,528	1,551
	2002	0,220	0,751	1,247
	2003	0,234	0,736	1,264
	2004	0,164	0,814	1,178
Тип семьи (база — сложная семья)	Одиночки	-1,010	0,000*	0,364
	Пара	0,033	0,566	1,034
	Пара с детьми	0,021	0,683	1,021
	Один с детьми	-0,430	0,000*	0,650
Количество детей (база — 3 и более)	Нет детей	-0,005	0,974	0,995
	1	-0,205	0,196	0,815
	2	0,006	0,970	1,006
	Доля пенсионеров в домохозяйстве	0,600	0,000*	1,822
	Высшее образование хотя бы у 1 члена домохозяйства	0,221	0,000*	1,247
Занятость	Возраст главы семьи	0,017	0,000*	1,017
	Наличие хотя бы 1 безработного члена в домохозяйстве	-0,029	0,634	0,971
	Душевой доход в ценах 2006 г.	0,000	0,371	1,000

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)
	Доля расходов на питание	-0,013	0,000*	0,987
Регион (база — Восточная Сибирь и Дальний Восток)	Москва, Санкт-Петербург	-1,018	0,000*	0,361
	Север, Северо-Запад	-0,610	0,000*	0,543
	Центральный — Центрально-Чернозёмный	-0,197	0,009*	0,821
	Волга, Волго-Вятский	-0,489	0,000*	0,613
	Северный Кавказ	-0,051	0,568	0,950
	Урал	-0,186	0,016*	0,830
	Западная Сибирь	-0,443	0,000*	0,642
	Численность населения	0,000	0,732	1,000
	Доля членов домохозяйства с хорошим здоровьем	0,497	0,000*	1,644
	Употребление любого алкоголя 2 раза в неделю и чаще, а также крепкого алкоголя	-0,208	0,089**	0,812
Constant		-1,662	0,020	0,190

Примечание: * — значимый коэффициент на уровне 0,05;

** — значимый коэффициент на уровне 0,1.

Таблица П5

Бинарно-логистическая модель регрессионного анализа для подвыборки сельского населения, ведущего ЛПХ (зависимая переменная в году (Т+1) — отдаёт или не отдаёт сельскохозяйственную продукцию на безвозмездной основе)

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)
Год обследования (база — 2005)	1994	0,246	0,535	1,279
	1995	1,065	0,000*	2,901
	1996	1,034	0,001*	2,812
	1998	1,141	0,000*	3,130
	2000	0,998	0,001*	2,713
	2001	0,975	0,001*	2,651
	2002	0,872	0,004*	2,391
	2003	0,789	0,009*	2,202
	2004	0,898	0,003*	2,455
Тип семьи (база — сложная семья)	Одиночки	-0,515	0,000*	0,597
	Пара	0,082	0,301	1,086
	Пара с детьми	-0,040	0,540	0,960
	Один с детьми	-1,450	0,000*	0,235
Количество детей (база — 3 и более)	Нет детей	-0,341	0,008*	0,711
	1	-0,375	0,002*	0,687
	2	-0,318	0,009*	0,728
	Доля пенсионеров в домохозяйстве	0,592	0,000*	1,807
	Высшее образование хотя бы у 1 члена домохозяйства	0,119	0,072**	1,126
Занятость	Возраст главы семьи	0,008	0,000*	1,008
	Наличие хотя бы 1 безработного члена в домохозяйстве	-0,018	0,821	0,982
	Душевой доход в ценах 2006 г.	0,000	0,317	1,000

Название независимой переменной (референтная группа для номинальных переменных)	Независимые переменные	B	Sig.	Exp(B)
	Доля расходов на питание	-0,011	0,000*	0,989
Регион (база — Восточная Сибирь и Дальний Восток)	Север, Северо-Запад	-0,841	0,000*	0,431
	Центральный — Центрально-Чернозёмный	-0,412	0,011*	0,662
	Волга, Волго-Вятский	-0,156	0,333	0,856
	Северный Кавказ	-0,237	0,151	0,789
	Урал	-0,443	0,010*	0,642
	Западная Сибирь	-0,792	0,000*	0,453
	Численность населения в населённом пункте	-0,00003	0,000*	0,99997
	Доля членов домохозяйств с хорошим здоровьем	0,318	0,000*	1,374
	Употребление любого алкоголя 2 раза в неделю и чаще, а также крепкого алкоголя	-0,392	0,024*	0,676
Constant		-0,592	0,100	0,553

Примечание: * — значимый коэффициент на уровне 0,05;

** — значимый коэффициент на уровне 0,1.

Таблица П6

Основные характеристики домохозяйств по типам специализации сельскохозяйственной продукции (РМЭЗ, 2006)

	«Огород- нический»	«Ягодный»	«Птице- водческий»	«Фрукто- вый»	«Животно- водческий»	«Мини- мальный»	Всего
Средние характеристики по типу специализации							
Количество человек в семье (чел.)	2,7	3,0	3,1	2,9	3,6	3,1	3,0
Доля расходов на питание, %	39,1	35,4	28,5	34,6	33,0	35,9	35,4
Душевой доход, руб.	4034	5667	4013,7	6734	4676	6701	5201,3
% по столбцу							
Тип поселения							
Москва, Санкт- Петербург	2,5	9,0	0,4	11,8	0,0	9,5	5,7
Областной центр	12,3	37,0	2,3	43,2	0,7	21,4	21,3
Город	23,3	34,0	7,3	32,1	3,3	26,6	23,7
Посёлок городского типа	7,5	4,4	8,0	3,0	8,4	7,6	6,3
Село	54,3	15,6	82,0	10,0	87,6	35,0	42,9
Регион							
Москва, Санкт- Петербург	2,5	9,0	0,4	11,8	0,0	9,5	5,7
Север, Северо- Запад	6,9	6,5	0,8	1,1	2,0	17,3	6,5
Центральный — Центрально- Чернозёмный	19,8	24,3	18,8	10,3	9,0	16,0	18,2
Волга, Волго- Вятский	24,5	14,2	14,9	24,0	30,8	10,6	19,4
Северный Кавказ	11,9	3,0	23,8	9,2	26,8	23,8	13,8
Урал	11,5	22,4	3,8	29,2	8,7	7,6	14,7
Западная Сибирь	18,1	13,4	30,3	8,1	20,4	10,6	16,2
Восточная Сибирь и Дальний Восток	4,8	7,3	7,3	6,3	2,3	4,6	5,6
Квинтильные группы							
1-я (самые бедные)	32,1	11,8	32,7	13,4	52,8	25,9	26,1
2-я	25,9	23,1	24,8	19,4	19,9	19,0	22,7

	«Огород- нический»	«Ягодный»	«Птице- водческий»	«Фрукто- вый»	«Животно- водческий»	«Мини- мальный»	Всего
3-я	19,1	23,5	19,7	23,3	12,2	13,7	19,3
4-я	14,7	24,7	15,0	22,5	10,5	19,0	18,4
5-я (самые богатые)	8,3	17,0	7,9	21,3	4,5	22,4	13,5
Количество детей 0–17 лет							
Нет	60,6	62,9	61,7	66,4	52,2	56,6	60,4
1	26,7	26,9	20,7	23,6	23,1	28,2	25,6
2	10,9	8,9	14,2	8,9	14,0	12,2	11,0
>3 детей	1,8	1,4	3,4	1,1	10,7	3,0	3,0
Тип семьи							
Одиночки	20,3	11,8	10,3	9,6	5,7	16,8	13,7
Пара	18,2	23,3	24,9	25,5	21,4	14,6	20,9
Пара с детьми	26,4	26,3	25,7	25,8	26,8	26,8	26,4
Один с детьми	2,6	2,1	0,4	1,1	0,7	3,0	1,9
Сложные	32,5	36,4	38,7	38,0	45,5	38,8	37,2
Характеристики главы семьи, %							
Женщины	51,1	50,7	46,2	47,2	47,5	52,1	49,8
Состоят в браке	56,5	69,5	69,9	63,8	73,8	56,6	64,2
Занятость и профессио- нальный статус							
Экономически неактивные	38,2	24,7	32,8	24,2	37,9	25,1	30,6
Безработные	0,9	1,1	1,5	0,7	1,7	0,8	1,1
Среди занятых							
Законодатели, крупные чиновники, управляющие	4,0	9,1	8,4	6,0	5,0	6,0	6,6
Специалисты с высшим образованием	13,0	16,6	16,8	19,6	15,6	18,3	16,3
Сельско- хозяйственные рабочие	0,3	0,0	0,7	0,0	2,8	1,3	0,6
Промышленные рабочие	26,6	17,6	25,9	20,1	22,7	22,1	21,9
Разнорабочие	15,7	9,3	7,7	8,0	11,3	9,8	10,8

	«Огород- нический»	«Ягодный»	«Птице- водческий»	«Фрукто- вый»	«Животно- водческий»	«Мини- мальный»	Всего
Образование							
Среднее профессио- нальное	20,8	31,6	25,8	24,9	17,7	22,7	24,6
Высшее	10,9	24,8	13,5	32,3	12,0	23,6	19,1
Возраст							
До 34	25,2	16,7	22,3	20,1	25,1	27,1	22,3
35–59	38,7	55,0	53,5	50,9	49,5	49,0	48,6
Больше 60	36,1	28,3	24,2	29,0	25,4	23,8	29,1

Литература

- Алашеев С., Варшавская Е., Карелина М. 1999. *Подсобное хозяйство городской семьи. Занятость и поведение домохозяйств: адаптация к условиям перехода к рыночной экономике в России*. М.: РОССПЭН.
- Артемов В. А., Калмык В. А., Хахулина Л. А. et al. 1980. *Методология и методика системного изучения советской деревни*. Под ред. Т. И. Заславской, Р. В. Рывкиной. Новосибирск: Наука.
- Барсукова С. Ю. 2005. *Неформальная экономика*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Виноградский В., Виноградская О. 2004. Как сельские частники сопротивляются «правовому разглаживанию» их хозяйственных практик. *Отечественные записки*. 1. <http://www.strana-oz.ru/?numid=16&article=771>
- Галин Р. А., Ларцева С. А. 2006. Личное подсобное хозяйство в республике Башкортостан. *Социологические исследования*. 5: 66–71.
- Гудков Л., Дубин Б. 2002. Сельская жизнь: рациональность пассивной адаптации. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 6 (62): 23–37.
- Злотников А. Г. 2003. Аграрные преобразования в фокусе общественного мнения. *Социологические исследования*. 9: 114–122.
- Калугина З. И. 1999. Становление субъектов хозяйствования в реформируемом аграрном секторе России. В сб.: Т. И. Заславская, З. И. Калугина (отв. ред). *Социальная траектория реформируемой России: Исследования Новосибирской экономико-социологической школы*. Новосибирск: Наука; Сибирское предприятие РАН; 281–308.
- Калугина З. И. 2003. Сельское предпринимательство в современной России: институциональные основы и социальные практики. В сб.: *Россия, которую мы обретаем*. Новосибирск: Наука.
- Куракин А. А. 2006. Сельское хозяйство СССР глазами современников (1980–1984 гг.). *Экономическая социология*. 7 (2): 86–118.

- Лылова О. В. 2003. Экономическая адаптация селян к рыночным условиям. *Социологические исследования*. 9: 107–113.
- Нефедова Т. Г., Пэллот Дж. 2006. *Неизвестное сельское хозяйство, или Зачем нужна корова?* М.: Новое издательство.
- Никулин А. М. 2001. Из колхоза — на ферму, в глубинку, в кооператив, в холдинг, в асьенду? В сб.: Т. И. Заславская (общ. ред.). *Кто и куда стремится вести Россию? Акторы макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса*. М.: МВШСЭН, 236–243.
- Никулин А. М. 2002. Крупхозы современной России: варианты развития. В сб.: *Рефлексивное крестьяноведение: Десятилетие исследований сельской России*. М.: РОССПЭН; МВШСЭН.
- О крестьянском (фермерском) хозяйстве. ФЗ-74 (принят ГД ФС РФ 23.05.2003; ред. от 04.12.2006); Гл. 1, ст. 1. Система «Консультант Плюс».
- О личном подсобном хозяйстве. ФЗ-112 (принят ГД ФС РФ 21.06.2003); Ст. 2. Система «Консультант Плюс».
- Оберемко О. 2007. Типология личных подсобных хозяйств в контексте нацпроекта «Развитие АПК». *Социальная реальность*. 10. <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=456>
- Овчинцева Л. 2004. Особенности сельской бедности. *Отечественные записки*. 1. <http://www.strana-oz.ru/?numid=16&article=772>
- Патрушев В. Д. 2005. Динамика использования бюджетов времени городским и сельским населением. *Социологические исследования*. 8: 46–50.
- Поланьи К. 1999. Два значения термина «экономический». В сб.: Т. Шанин (ред.). *Неформальная экономика: Россия и мир*. М.: Логос; 505–513.
- Радаев В. В. 1997. Человек в домашнем хозяйстве. *Социологические исследования*. 4: 64–65.
- Рефлексивное крестьяноведение. Десятилетие исследований сельской России*. 2002. Под ред. Т. Шанина, А. Никулина, В. Данилова. М.: МВШСЭН; Российская политическая энциклопедия.
- Российский статистический ежегодник. 2008: М.: Росстат.
- Россия в цифрах. 2008: М.: Росстат.
- Рывкина Р. В. 1979. *Образ жизни сельского населения (методология, методика и результаты изучения социально-экономических аспектов жизнедеятельности)*. Новосибирск: Наука.
- Самсонов В. Б., Шабанов В. Л. 1999. Самоорганизация сельского хозяйства. *Социологические исследования*. 3: 46–51.
- Сваффорд М., Косолапов М. С., Козырева П. М. 1999. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ): измерение благосостояния россиян в 90-е годы. *Мир России*. 3: 153–173.
- Серова Е. 2000. Российская аграрная реформа в общественном мнении. *Вопросы экономики*. 7: 21–34.

- Серова Е. и др. 2000. *Аграрная реформа в странах с переходной экономикой*. М.: Институт экономики переходного периода.
- Серова Е., Храмова И. 2000. Структура и функции агропродовольственных рынков в России. *Вопросы экономики*. 7: 45–66.
- Скотт Дж. 1992. Моральная экономика крестьянства как этика выживания. В сб.: Т. Шанин (сост.). *Великий незнакомец. Крестьяне и фермеры в современном мире*. М.: Прогресс; Прогресс-Академия.
- Фадеева О. 2003. Сельский труд: симбиоз формального и неформального. *Россия, которую мы обретаем*. Новосибирск: Наука.
- Фадеева О. 2004. Западносибирское село: иллюзии экономического роста и реалии занятости. *Отечественные записки*. 1. <http://www.strana-oz.ru/?numid=16&article=774>
- Шанин Т. 1992. Путешествующие крестьяне и трудящиеся мигранты. В сб.: Т. Шанин (сост.). *Великий незнакомец. Крестьяне и фермеры в современном мире*. М.: РОССПЭН; МВШСЭН.
- Штейнберг И. 2004. Останется ли в России крестьянин? *Отечественные записки*. 1. <http://www.strana-oz.ru/?numid=16&article=747>
- Harper S. 1987. The Rural-Urban Interface in England: A Framework of Analysis. *Transactions of the Institute of British Geographers*. New Series. 12(3): 284–302.
- Meiners J. E., Olson G. I. 1987. Household, Paid, and Unpaid Work Time of Farm Women. *Family Relations*. 36(4): 407–411.
- Mroz T. A., Mancini D., Popkin B. M. 1999. *Monitoring Economic Conditions in the Russian Federation: The Russia Longitudinal Monitoring Survey 1992–98*. Report submitted to the U.S. Agency for International Development. Chapel Hill, N. C.: Carolina Population Center, University of North Carolina at Chapel Hill.
- Serova Eu. 2000. The Changes in Farms' Economic Behavior During the Economic Reforms in Russia in the 1990s. *Russian Views of the Transition in the Rural Sector*. The World Bank; 103–118
- Southworth C. 2006. The Dacha Debate: Household Agriculture and Labor Markets in Post-Socialist Russia. *Rural Sociology*. 71 (3): 451–478.

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

В. Зелизер

Человеческие ценности и рынок: страхование жизни и смерть в Америке XIX века*



ЗЕЛИЗЕР Вивиана
(Zelizer Viviana A.) —
профессор социологии
Принстонского
университета
(Принстон, США).

Email: vzelizer@princeton.edu

Источник: Zelizer V. A.
1978. Human Values and
the Market: The Case of
Life Insurance and Death
in 19th-Century America.
*American Journal of
Sociology*. 84 (3): 591–610

Публикуется с разреше-
ния журнала «American
Journal of Sociology».

Пер. с англ. Е. С. Берды-
шевой.

Науч. ред. — В. В. Радаев,
Г. Б. Юдин

В данной статье проводится качественный анализ исторических данных о развитии страхования жизни в Соединённых Штатах Америки в XIX в. Такой подход позволяет рассмотреть проблему установления денежных эквивалентов для таких элементов социального порядка, как смерть, которые определяются в культуре как нечто, стоящее выше финансовых взаимоотношений. На ранних этапах становления отрасли страхования жизни идея денежного оценивания человеческой жизни многими отвергалась, так как в ней видели осквернение, которое превращало священное событие смерти в обыкновенный товар. К концу XIX в. экономическое определение ценности смерти всё же стало более приемлемым, что обеспечило легитимность бизнесу по страхованию жизни. Однако денежное оценивание смерти не привело к её десакрализации; страхование жизни стало новой формой ритуала, сопровождающего смерть человека.

Ключевые слова: смерть; страхование жизни; рынок; цена; ценности; священное и светское; ритуал; секуляризация; маркетинг.

Э. Дюркгейм и Г. Зиммель считали одной из самых важных метаморфоз в моральных ценностях современного общества сакрализацию человека, его превращение в святая святых [Wallwork 1972: 145; Simmel 1900]. В «Философии денег» Зиммель прослеживает переход от системы верований, оправдывавшей денежную оценку жизни, к иудео-христианскому представлению об абсолютной ценности человека, которое ставит жизнь выше финансовых соображений [Simmel 1900]. Преобладавшая прежде утилитарная оценка отражалась в таких социальных феноменах, как рабство, выкуп жён и вергельд (денежное возмещение за убийство свободного человека). Ключевым фактором смены ценностей был рост индивидуализма. «Тенденция, в соответствии с которой деньги способствуют распространению безразличия и чисто количественной оценки (*quantitative significance*), совпадает с ростом дифференциации людей... и, таким образом, деньги всё менее и менее соответствуют личностным ценностям» [Altmann 1903: 58]¹. Для Зиммеля деньги из уравнителя превратились в осквернителя. Если рассматривать человеческую жизнь «sub specie resu-
pinae»², то её уникальность и достоинство исчезают.

* Я очень благодарна за многочисленные советы и поддержку профессорам Зигмунду Даймонду (Sigmund Diamond) и Бернарду Барберу (Bernard Barber). Я также хотела бы выразить признательность профессору Ирвингу Луису Хоровитцу (Irving Louis Horowitz) за помощь, а анонимному рецензенту «American Journal of Sociology» — за весьма полезные предложения.

¹ Парсонс и Лидз также связывают представление о святости жизни с усилением индивидуализма [Parsons, Lidz 1967: 163].

² «С точки зрения денег» (лат.). — Примеч. перев.

Лишь небольшие фрагменты предложенного Зиммелем глубокого анализа личностных и денежных ценностей переведены на английский язык³, и, за редким исключением, в социологической литературе «Философии денег» не уделяется никакого внимания⁴. О «бессердечном чистогане»⁵ много рассуждают, но работ в этой области удивительно мало. Проблема установления денежных эквивалентов для таких явлений, как жизнь и смерть, человеческие органы и, в целом, ритуализированные предметы или поведение, которые считаются священными, а следовательно, находятся за пределами денежного определения, является весьма захватывающей и столь же плохо изученной. Наверное, поглощённость многих социальных учёных «рыночными» моделями и идеей экономического человека привела к тому, что эти исследователи, как и все остальные, не обратили внимания на некоторые сложности во взаимоотношениях между рынком и человеческими ценностями⁶. Рыночный обмен полностью совместим с современными ценностями эффективности и равенства, но входит в противоречие с человеческими ценностями, которые не поддаются его безличному, рациональному и экономизирующему влиянию. Оригинальное сравнение добровольных и коммерческих систем донорства крови для переливания в разных странах, выполненное Р. Титмусом, остаётся единственной попыткой всерьёз разобраться в упомянутом противоречии. Согласно этому исследованию коммерческие системы распределения крови не только менее эффективны по сравнению с добровольным донорством, но, что ещё более важно, морально неприемлемы и опасны для социального порядка. Превратите кровь в товар, выставленный на продажу, заявляет Титмус, и вскоре «станет морально приемлемым обменивать на доллары и фунты множество других форм человеческой деятельности и взаимоотношений» [Titmuss 1971: 198]⁷. Раздосадованный последствиями рыночного обмена Титмус убеждён, что для определённых предметов и форм деятельности подходят лишь такие формы обмена, как реципрокность или дар (в том числе для переливания крови, трансплантации органов, опекуновства и участия в медицинских экспериментах). Он не одинок в своём сопротивлении законам рынка. К. Маркс уже в своих ранних работах был озабочен дегуманизирующим влиянием денег и в «Экономическо-философских рукописях» сетовал на то, что в буржуазном обществе человеческая жизнь легко редуцируется до уровня простого ходового товара. Маркс указывал на процветавшие в его время проституцию и торговлю людьми как на крайние примеры этого процесса деградации [Marx 1964: 151]⁸. Сходным образом П. Блау, несмотря на свою «рыночную», по сути, модель социального поведения, утверждает, что «поставляя на рынок за некую цену блага, которые в соответствии с моральными стандартами определяются как бесценные, индивиды занимаются своего рода проституцией и разрушают основную ценность того, что они могут предложить» [Blau 1967: 63]. Используя любовь и спасение души в качестве примеров, Блау утверждает, что вменение цены неосязаемым духовным благам неизбежно порождает вредные побочные продукты:

³ «Философия денег» была полностью переведена на английский язык Дональдом Фрисби в том же году, когда была опубликована данная статья; см.: Simmel G. *The Philosophy of Money* / Tr. by D. Frisby. London: Routledge & Kegan Paul, 1978. — *Примеч. науч. ред.*

⁴ С некоторыми частями книги в английском варианте можно ознакомиться в следующих работах: [Becker 1959; Altmann 1903; Levine 1971; Lawrence 1976; Etzkorn 1968].

⁵ Зелизер говорит о «cash nexus» — выражении Т. Карлейля (см.: Carlyle T. *Chartism*. In: Carlyle T. *Selected writings*. Harmondsworth: Penguin, 1971 [1839]), которое К. Маркс и Ф. Энгельс косвенным образом использовали в «Манифесте коммунистической партии». В русском переводе «Манифеста...» соответствующее место выглядит так: «Буржуазия... не оставила между людьми никакой другой связи, кроме голого интереса, бессердечного „чистогана“» [Маркс, Энгельс 1955: 426]. — *Примеч. науч. ред.*

⁶ По поводу «абсолютизации» рынка как аналитического инструмента социального анализа в большинстве социальных наук, а также обсуждение типов и функций различных форм экономического и социального обмена см.: [Barber 1974].

⁷ Согласно недавнему отчёту, американцы, по-видимому, склоняются к тому, чтобы практически полностью положиться на добровольных, неоплачиваемых доноров (см.: *New York Times*. 1977. June 19).

⁸ См. также: «Манифест коммунистической партии» [Marx 1971: 11]. По Марксу, деньги прежде всего разрушают индивидуальность, давая своим обладателям возможность получать доступ к вещам и характеристикам, которые никак не связаны с индивидуальными талантами и способностями.

не любовь, но проституцию; не духовное блаженство, но симонию (продажу и покупку церковных должностей или духовного сана)⁹. Сходная дилемма возникает в случае с торговлей человеческими органами. Показательно, что в то время как донорство органов стало относительно распространённой практикой, продажи органов всё ещё редки¹⁰. Т. Парсонс, Р. Фокс и В. Лидз замечают, что «независимо от того, насколько научными являются условия, в которых проходит подобная транзакция, или от того, насколько секуляризованы убеждения тех, кто принимает в ней участие, глубокие религиозные основы... по крайней мере в скрытой форме, всегда присутствуют в ситуации трансплантации» [Parsons, Fox, Lidz 1973: 46]. Точно так же даже после отмены основной массы запретов на продажу трупов большинство медицинских школ по-прежнему получают трупы за счёт индивидуальных пожертвований или использует не востребованные в морге тела. Люди отказываются продавать свои тела «по этическим, религиозным или эмоциональным причинам» [Tax Consequences... 1973: 862–863]. Само законодательство остаётся в данном отношении весьма неоднозначным. В то время как Единый закон о дарении органов для трансплантации (Uniform Anatomical Gift Act — UAGA) разрешает передачу в дар тела или органов умершего, «закон о продаже тел и органов постоянно меняется» [Tax Consequences... 1973: 854].

В настоящей работе данные о распространении страхования жизни в Америке в XIX в. используются в качестве полигона для изучения более широкой теоретической проблемы — установление денежных эквивалентов для священных вещей. Наша гипотеза заключается в том, что культурное сопротивление вовлечению в рыночную форму обмена определённых элементов социального порядка (а именно тех, что связаны с человеческой жизнью, смертью и эмоциями) создаёт в торговле этими элементами структурные источники напряжения и неоднозначности. В случае со страхованием жизни такая проблема встаёт особенно остро, поскольку возникает вопрос о том, каким образом можно оценить смерть конкретного человека некоторой фиксированной суммой.

Страхование жизни было частью общего движения по рационализации и формализации управления смертью, которое стартовало в начале XIX в. В XVIII в. помощь вдове и её сиротам оказывалась соседями и родственниками, а также группами взаимопомощи, которые помогали потерявшим близких справиться с экономическими трудностями. В XIX в. финансовая защита американских семей превратилась в продаваемый товар. Трастовые компании (например, компании по страхованию жизни) заменили преимущественно неформальные системы помощи профессиональным менеджментом [White 1955]. Похороны — ещё одна забота семьи и соседей («*family and neighborhood*»), которая превратилась в бизнес. Прежде обязанности по уходу за телом умершего и его захоронению ложились главным образом на плечи соседей и родственников, но в XIX в. это стало материально вознаграждаемым родом занятости [Bowman 1959; Habenstein, Lamers 1955]. Формализация добралась и до составления завещаний. В XIX в. они превратились из преимущественно неформальных и самых общих распоряжений, которые человек набрасывал незадолго до смерти, в высокоструктурированную систему планирования в отношении будущего распоряжения имуществом [Friedman 1964].

Новые учреждения имели дело со смертью прежде всего как с важнейшим финансовым событием в жизни каждой семьи. Их бизнес состоял в том, чтобы заставить людей планировать и обсуждать

⁹ Ч. Кули предложил альтернативный взгляд на моральную проблему, возникающую из-за того, что «денежные стоимости не могут отразить духовную жизнь общества». Хотя Кули и допускал, что такие человеческие ценности, как любовь, красота, добродетельность, не являются обычными рыночными товарами, он критиковал постоянное вытеснение денежных ценностей в особую, второстепенную сферу жизни. Предложенная им альтернатива состояла в том, чтобы увеличить область оценивания деньгами именно за счёт поощрения «перевода в них высших ценностей... принцип, согласно которому всё имеет свою цену, следует скорее расширить, а не ограничить» [Cooley 1913: 202–203].

¹⁰ В результате недавнего исследования пересадок органов, направленного на выработку политики в этом отношении, сделан вывод, что «если предполагается отдать тело другим для личного или общественного исследования, оно должно передаваться в дар» [Veatch 1976: 269].

смерть в терминах денег. Страхование жизни определяло себя как «капитализацию привязанностей... Слёзы — это просто солёная вода, чтобы сохранить свежее горе. Страхование — это бизнес, основанный на старой доброй привычке: «семь раз отмерь» [Phelps 1895: 12–13]. Общеизвестная цель страхового бизнеса состояла в том, чтобы побудить людей «сделать их собственную смерть основой для коммерческого действия» [Beecher 1870]. Это оказалось непростым делом. Вывести смерть на рынок означало пойти против системы ценностей, отстаивавшей святость человеческой жизни и её принципиальную неизмеримость (*incommensurability*). Оно бросало вызов сильной нормативной модели — разделению между нерыночным и рыночным, или между священным и светским. Дюркгейм написал: «Ум испытывает неодолимое отвращение к тому, чтобы соответствующие явления (священное и светское) смешивались или даже просто оказывались в контакте» [Дюркгейм 1998: 221]. Священные вещи отличает то, что люди не будут обращаться с ними расчётливым, утилитаристским образом.

Далее я покажу, что сопротивление страхованию жизни в США в начале XIX в. было в значительной степени результатом действия как системы ценностей, порицавшей меркантильное оценивание смерти, так и власти магических убеждений и суеверий, заставлявших с опаской смотреть на любой коммерческий договор, выполнение которого зависело от наступления смерти. К концу XIX в. экономическое определение ценности смерти всё же стало более приемлемым, что обеспечило легитимность бизнесу по страхованию жизни. Однако наши данные наводят на мысль о том, что денежное оценивание смерти не привело к её десакрализации; деньги вовсе не «осквернили» жизнь и смерть, но за счёт связи с ними сами оказались наделены чертами ритуала. Страхование жизни обрело символическую ценность, совершенно отличную от его утилитарной функции, и стало новой формой ритуала, сопровождающего смерть и устанавливающего правила обращения оставшейся родни с умершим.

Данное исследование основано на качественном анализе исторических документальных источников. В нём предпринята попытка включить широкий спектр разнообразных данных. Среди основных рассмотренных источников были рекламные буклеты, публикуемые страховыми компаниями, журналы о страховании, ранние научные труды и учебники по страхованию, руководства для страховых агентов и их воспоминания. Хотя эти источники представляют главным образом отрасль страхования жизни, а не её клиентов, они являются важными индикаторами общественного мнения. Например, наиболее распространённые возражения против страхования жизни постоянно обсуждались и получали подробные ответы в рекламных объявлениях того времени. Нами также принимались во внимание первичные источники, не связанные напрямую с отраслью страхования жизни: деловая периодика и обычные журналы XIX в., руководства для вдов и супругов, буклеты, написанные критиками страхования жизни, а также ряд правительственных документов.

Краткая предыстория

Первые организации по страхованию жизни были учреждены в США в последние годы XVIII в. с целью смягчить экономические трудности вдов и сирот низко оплачиваемых пресвитерианских и англиканских священников. Идея вскоре привлекла и мирян, и в первые десятилетия XIX в. несколько компаний с оптимизмом занялись бизнесом по страхованию жизни. Законодатели поощряли это: во многих штатах организаторам новых компаний быстро и с готовностью предоставлялись особые льготы. Страхование жизни казалось отличным решением проблемы растущей нищеты вдов и сирот. Общество, однако, не откликнулась на эти инициативы. Удивлённые и напуганные провалом, многие компании-пионеры либо вообще закрывали дело, либо переключались на другие виды бизнеса, чтобы компенсировать потери от страхования жизни. Одновременный успех сберегательных банков и трастовых компаний, так же как и процветание компаний, занимающихся страхованием от пожаров

и морским страхованием, свидетельствуют о том, что в начале XIX в. население имело достаточный располагаемый доход. Добавим к этому, что экономическое положение первых компаний страхования жизни было прочным: ни одна из них до 1850-х годов не разорилась. Эпидемии и высокие показатели смертности не влияли на их стабильность; знаний в области актуарных расчётов было достаточно, чтобы рассчитать адекватные ставки страховых взносов. Американцам предлагали надежные полисы, в которых они нуждались и которые могли себе позволить. Однако они не желали покупать их.

После 1840-х годов ситуация кардинально изменилась, и началась чудесная история финансового успеха страхования жизни: к 1870-м годам отрасль уже твёрдо стояла на ногах. Её неожиданное процветание озадачило историков страхования не меньше, чем первоначальный провал. Новые компании предлагали тот же самый продукт; ни ставки, ни условия страховых полисов существенно не улучшились. Большинство аналитиков считали главным ключом к признанию страхования жизни то, что Америка вошла в стадию экономического роста. Великая экономическая экспансия, которая началась в 1840-е годы и достигла своего пика в 1860-е, объясняет бум страхования жизни в то время. Ещё одним аргументом является растущая урбанизация Америки середины XIX в. Распространение страхования жизни в особенности связывалось со свойственной для городской жизни зависимостью от подённой заработной платы. И в самом деле, ускорение темпов урбанизации во многих штатах совпало с распространением страхования жизни. Доля людей, живущих в городской местности, удвоилась за период 1840–1860 годов, и наибольший прирост имел место в Нью-Йорке и Филадельфии — городах, которые расположены в лидировавших по объёмам страхования штатах. Первые компании по страхованию жизни были организованы в таких густо населённых городах, как Нью-Йорк, Филадельфия, Бостон и Балтимор¹¹.

Другие историки страхования, в особенности О. Стэлсон, утверждают, что преобразование страхования жизни — «из грязи в князи» — в середине века может быть однозначно отнесено на счёт распространения агрессивных маркетинговых приёмов [Stalson 1969]. Первые американские компании страхования жизни не использовали агентов, ограничиваясь пассивной маркетинговой тактикой (например, небольшими рекламными объявлениями). В 1840-е годы новые фирмы стали использовать технологию прямых продаж, осуществляемых тысячами активных, напористых продавцов, которые приходили в дома и офисы потенциальных клиентов. Но маркетинговые системы не развиваются в социологическом вакууме. Их структура и характеристики тесно взаимосвязаны с такими переменными, как социальный и культурный опыт потребителей. Поражения и победы страхования жизни остаются загадкой и неверно объясняются из-за того, что существующие интерпретации систематически упускают из виду неэкономические факторы, вовлечённые в его признание и распространение. В самом деле, данную тематику монополизировали экономисты и экономические историки, в то время как социологи в целом не обращали на неё внимания¹².

В первую очередь развитие индустрии страхования отражает борьбу между ортодоксальными и модернистскими религиозными воззрениями, которая происходила в XIX в. Среди духовенства в соответствии с этими противоположными теологическими взглядами выделились две противостоящие друг другу группы. В одной из них были те, кто осуждал перед паствой страхование жизни как мирской и кощунственный инструмент, который берётся соперничать с Богом в заботе о благополучии вдов и сирот. В другую группу входили более терпимые к предпринимательскому духу священники, поддерживавшие

¹¹ О влиянии экономического роста и урбанизации на развитие страхования жизни см., например: [Buley 1967; North, Davis 1971; Mannes 1932].

¹² Есть, однако, несколько исключений; см., например: [Riley 1963]. Целый выпуск журнала «American Behavior Scientist» за май 1963 г. был посвящён социальным исследованиям и страхованию жизни. Две кандидатские диссертации написаны о роли агента по страхованию жизни [Taylor 1958; Vain 1959].

индустрию страхования. Культурная несовместимость страхования жизни с убеждениями буквалистов¹³ и ортодоксов мешала его развитию в начале века. Зарождавшаяся в это время либеральная идеология, напротив, была склонна оправдать страхование жизни. Религиозные либералы поддерживали страховые программы также и из практических соображений. В тех приходах, где люди не желали поднимать скудное жалование своим низкооплачиваемым пасторам и священникам, легче всего было убедить их платить относительно небольшие взносы на страхование жизни священнослужителей.

Изменение взглядов на риск и спекуляцию также повлияло на развитие страхования жизни. Многие практики, которые традиционная экономическая мораль сочла бы аномальными и спекулятивными авантюрами, с возникновением нового предпринимательского этоса были реабилитированы и превратились в легитимные и даже благородные вложения. Сопrotивление страхованию жизни во многом было следствием спекулятивной, как казалось, природы этого предприятия; это выглядело так, словно застрахованный заключал со страховой компанией пари и ставил на кон собственную жизнь. Богатство, мгновенно обретенное вдовой, которая обналичила свой полис, подозрительно походило на выигрыш в лотерею. Традиционалисты поддерживали сберегательные банки как более достойный по сравнению со страхованием жизни экономический институт, поскольку деньги там накапливались постепенно и в умеренных масштабах. После 1870-х годов, по мере того как понятия экономического риска и рациональной спекуляции становились всё более приемлемыми, более медленные способы наживать богатство частично утратили свою привлекательность, и страхование жизни получило известность и моральное признание.

Кроме того, возникновение страхования жизни очевидным образом связано с функциональными изменениями в институте семьи, произошедшими в результате урбанизации. Городская семья не могла больше во время кризиса полагаться на неформальные, личные социальные механизмы. Забота о вдовах и сиротах, ранее находившаяся в ведении местного сообщества, теперь стала обязанностью нуклеарной семьи, которой помогали формальные, безличные, бюрократические механизмы и оплачиваемые профессионалы. Страхование жизни стало институциональным ответом на неопределённость социальной и экономической ситуации нового торгового среднего класса, представители которого не имели собственности и зависели исключительно от денежного дохода отца. Источники XIX в. ясно демонстрируют распространённый среди бизнесменов страх разориться и потерять собственный статус или обречь на это своих детей¹⁴.

Наконец, значительное влияние на развитие страхования жизни оказали изменения в установках по отношению к смерти. Страхование жизни наталкивалось на систему ценностей, отвергающую любое измерение человеческой жизни в деньгах. Однако к концу XIX в. осознание экономической ценности смерти стало более глубоким и легитимировало бизнес по страхованию жизни.

Светские деньги

Противодействие оцениванию людей в денежном выражении — один из важнейших культурных факторов, который исследователи страхования жизни либо вообще игнорируют, либо сводят к статусу любопытной, но очевидно второстепенной проблемы. Однако ключевая роль этого фактора в западной культуре едва ли вызывает сомнения. Культурное отвращение к обращению с жизнью и смертью как с коммерческими продуктами отражается в попытках защитить их от экономического оценивания на законодательном уровне. Ещё на ранних этапах развития римского права в нём появилась доктрина

¹³ Буквализм (здесь) — разновидность религиозной ортодоксии, выражающаяся в приверженности буквальному прочтению священных текстов.

¹⁴ По поводу страха разорения у бизнесменов XIX в. см.: [Katz 1975]. Более глубокий анализ культурных и социоструктурных факторов, вовлечённых в распространение страхования жизни, представлен в работе: [Zelizer 1979].

Liberum corpus nullam recipit aestimationem (жизнь свободного человека не может иметь денежной оценки) [Goupil 1905: 32–33]¹⁵. Договоры наследования считались отвратительными (*лат. stipulationes odiosae*) и безнравственными (*лат. contra bonos mores*), потому что они окружали смерть финансовыми соображениями. Римская традиция сохранялась во многих странах, особенно во Франции, где гражданское право предписывало, что «только вещи, принадлежащие к сфере торговли, могут быть предметом договора» [Pascan 1907: 2]. Заявляя, что жизнь человека не может быть предметом коммерческой спекуляции, французские юристы запрещали любой договор по поводу жизни людей, в том числе — страхование жизни, опеку над имуществом и договоры наследования. Единственным легитимным средством распоряжения собственностью после смерти оставались завещания, в достаточной мере окружённые религиозным символизмом, чтобы не быть запятнанными корыстными побуждениями [Goupil 1905: 139].

В США утилитарное обращение с человеческими жизнями ставит сходные проблемы. Американский закон защищает человеческую жизнь от торговли, в нём утверждается, что человеческое тело не является чьей-то собственностью и не может быть предметом «торга, бартера или продажи» [Schultz 1930: 5]. Многие социальные механизмы, независимо от их экономической эффективности, подверглись порицанию как оскорбляющие святость жизни. Страхование жизни стало первым в Америке крупномасштабным предприятием, вся организация которого основывалась на точном определении цены смерти. Для того чтобы установить адекватные страховые выплаты и определить размер страховых взносов, необходимо было знать издержки, вызываемые смертью. Экономическое оценивание человеческой жизни было деликатным делом, которое встречалось с упорным сопротивлением. В особенности в первой половине XIX в. (хотя и не только в это время) страхование жизни воспринималось как нечто кощунственное, ведь его основной функцией было компенсировать вдове и сиротам потерю мужа и отца с помощью чека. Критики протестовали против того, чтобы страхование превращало священную человеческую жизнь в «предмет торговли» [Albree 1870: 18]. Они вопрошали: «Есть ли у человека право делать продолжительность своей жизни основой для торга? Разве это не превращение святости в чисто коммерческую сделку?» [Beecher 1870]. Меннониты¹⁶, которые дошли до крайности — отлучения от церкви любого, кто застраховал свою жизнь, — приводили похожие доводы: «Это то же самое, что торговать человеческой жизнью; это значит назначать денежную цену за человеческую жизнь, что противоречит Библии, ведь человек есть „храм Святого Духа“ [Mennonite Encyclopedia 1957: 343]. Какими бы выгодными ни были выплаты по страхованию жизни, они становились «грязными деньгами» [Knapp 1851].

Магические деньги

Ч. Вэл указывает на «поразительный парадокс почти повсеместного обращения к магическому и иррациональному» при столкновении со смертью даже среди самых твёрдых сторонников науки и научного метода [Whal 1959: 17]. Но если примеры связи между магией и смертью в менее развитых культурах обнаружить легко (см.: [Malinowski 1954; Habenstein, Lamers 1955; Simmons 1945; Blauner 1966]), то о современных магических ритуалах известно немного.

Например, лишь немногие люди строят планы относительно собственной смерти во многом из сверхъестественного страха ускорить тем самым её приближение. Большинство завещаний составляются непосредственно перед смертью [Dunham 1963]. Точно так же люди редко организуют собственные похороны заранее, хотя и очевидно, что это значительно снизило бы расходы [Simmons 1975].

¹⁵ Считалось, что только рабы имеют денежную стоимость. Это объясняет, почему страны, запрещавшие страхование жизни, в принципе допускали страхование рабов. Экономическая эквивалентность оправдывалась тем, что рабы не в полной мере наделены человеческой ценностью, и не вызывала серьёзных моральных сложностей [Reboul 1909: 23].

¹⁶ Одна из протестантских деноминаций; первоначально назывались анабаптистами (перекрещенцами). — *Примеч. науч. ред.*

Из-за своей коммерческой связи со смертью страхование жизни оказалось уязвимым перед критикой, основанной на апелляциях к сверхъестественному. Бюллетень New York Life Insurance Co указывал на «скрытый страх», в котором многие клиенты признавались с неохотой, отмечая «мистическую связь между страхованием жизни и её потерей» (см.: New York Life Insurance Co. Newsletter 1869: 3). В перечнях, собранных страховыми компаниями в попытке среагировать на критику, цитировались опасения их клиентов в отношении страхования своей жизни: «Я испытываю ужас, иррациональное ощущение, что от этого я могу скорее умереть» (см.: United States Insurance Gazette. 1859. November: 19). В ответ на популярное подозрение, что страхование жизни «ускоряет наступление события, для которого оно предназначено», Т. Дженкс указывал на необходимость «освободить общественное сознание от этой чепухи» [Jencks 1843: 111]. Однако даже в 1870-е годы «старое чувство, что, приобретая страховой полис, мы каким-то образом напрашиваемся на интервью со „старухой с косой“, всё ещё полновластно правит во многих кругах» [Duty and Prejudice 1870: 3].

Изданиям по страхованию приходилось реагировать на эти суеверные страхи. Они заверяли своих клиентов в том, что «страхование жизни не может повлиять на то, что каждый умрёт в назначенный ему срок» [Duty and Prejudice 1870: 3]. Иногда они противопоставляли одному магическому страху другой, намекая на то, что не страховать — значит «навлекать на себя месть Провидения» [Pom-pilly 1869]. Читателями большей части подобной литературы были женщины. И один из парадоксов в истории страхования жизни состоит в том, что женщины, которые должны были стать основными бенефициарами новой системы, вместо этого стали её самыми упрямыми противниками. В рекламном издании «Equitable Life Assurance» цитировались самые распространённые возражения жён: «Каждый цент [страхового пособия] казался бы мне ценой, [заплаченной] за твою жизнь... Я была бы несчастна, думая, что получу деньги через твою смерть... Мне кажется, что реши ты приобрести полис, тебя принесли бы домой мёртвым на следующий же день» (см.: Equitable Life Assurance. 1867. June: 3).

Таким образом, в результате того, что страхование жизни было вовлечено в коммерческие отношения со смертью, ему пришлось вступить в схватку с магией и суевериями — явлениями, казалось бы, далёкими от той рациональной экономической организации, которую воплощал в себе этот вид деятельности.

Священные деньги

Вплоть до конца XIX в. страхование жизни избегало экономической терминологии, окружая себя религиозными символами и рекламируя скорее свою моральную ценность, нежели экономические прибыли. Страхование жизни выводилось на рынок как альтруистический, жертвенный дар, а не как выгодная инвестиция. Большинство страховщиков, которые писали в это время о страховании жизни, отрицали экономическую полезность своего предприятия: «Термин „страхование жизни“ — некорректное название... он подразумевает, что человеческая жизнь имеет стоимость. Однако это не наша епархия. Мы отдаём себе отчёт в том, что жизнь по своей сути священна и неизмерима, что с социальной, моральной и религиозной точек зрения она стоит выше всех возможных оценок» [Holwig 1856: 4].

В течение второй половины XIX в. экономическая ценность человеческой жизни стала, наконец, не такой постыдной темой в кругах страховщиков. «The United State Insurance Gazette» смогла сказать, что «жизнь каждого человека имеет не только моральную ценность на шкале социальных привязанностей и семейных связей, но и ценность, которая может быть измерена в деньгах» (см.: *The United State Insur-*

ance Gazette 1868. May: 2)¹⁷. Отец Генри Уард Бичер побуждал мужчин сделать свою смерть «основой коммерческого действия» [Beecher 1870]. Процесс внедрения экономической ценности человеческой жизни достиг кульминации в 1924 г., когда это понятие было официально озвучено на ежегодном съезде компаний по страхованию жизни: «Важнейшим этапом развития экономической мысли станет осознание экономической ценности человеческой жизни... Я искренне верю, что не за горами то время, когда... мы сможем применить в отношении экономической организации, управления и сохранения ценностей жизни такой же научный подход, какой сегодня мы используем в отношении собственности» [Huebner 1924: 18].

В свете новой экономической терминологии смерть переопределялась как «все события, лишаящие человека трудоспособности» [Huebner 1959: 22] и чётко разделялась на безвременную смерть, «запланированную» смерть (*casket death*), подобное смерти существование (инвалидность) и экономическую смерть (выход на пенсию). Под таким углом зрения болезнь становилась «амортизацией жизненных ценностей», а преждевременная смерть — напрасной тратой денег [Dublin, Lotka 1930: 112]. В 1930 г. Л. Дублин и А. Лотка построили первую оценку капитальной ценности мужчин как функцию от их возраста. Установив для жизней различную финансовую стоимость, они также сформировали и новый критерий их стратификации. Наиболее ценными (*exceptional*) были те жизни, которые вносили в своё сообщество наибольший вклад, в то время как посредственные (*substandard*) жизни ложились на сообщество бременем финансовых потерь [Dublin, Lotka 1930: 80–82]. Утверждается, что рационально-утилитарный подход к смерти, который олицетворяет страхование жизни, деритуализирует и секуляризирует смерть [Vernon 1970; Gorer 1965]. Однако приручить смерть не так легко. Обозреватели журнала «Keener» отклоняют гипотезу о деритуализации и при этом наблюдают секуляризацию религиозного ритуала [Faunce, Fulton 1957; Pine, Phillips 1970; Blauner 1966]. Такая «метаморфоза священного» [Brown 1959: 253] не уничтожает ритуал, но меняет его природу. Мёртвого можно оплакивать множеством способов. Парадоксально, что деньги, которые развращают, могут и искупать: доллары можно использовать вместо молитв.

Н. Браун критикует традиционную социологию за то, что она воспроизводит мирской и рациональный образ денег и не обращает должного внимания на их символические и священные функции [Brown 1959: 239–248]. Между деньгами и смертью складываются двойственные отношения, реальные или символические. В то время как установление точного денежного эквивалента человеческой жизни представляет собой осквернение священного, символическое необузданное расходование денег может способствовать освящению смерти. Дюркгейм кратко останавливается на священных качествах денег: «Экономическая ценность — это разновидность власти действенности (*efficacy*), а мы знаем, что идея власти имеет религиозное происхождение. Кроме того, богатство придаёт ману, а значит, обладает ею. Отсюда видно, что между идеями экономической ценности и религиозной ценности не может не быть связи» [Durkheim 1965: 466]. Широко распространённая практика тратить большие суммы денег, когда дело касается смерти, подтверждает, что между деньгами и смертью существует сильная и легитимная символическая близость. Независимо от финансового положения усопшего для него устраиваются

¹⁷ Распространявшееся признание экономической ценности человеческой жизни не затрагивало женщин. Так, например, издание «Insurance Monitor» громко высказывалось против страхования жён с выгодой для мужей: «Муж, который заранее может установить денежную стоимость для своей жены, с этих пор лишается не только чувств к ней, но и уважения к себе... Для него она не что иное, как рабыня...» (см.: The Insurance Value of Wife. 1870. September: 712b). Многие индивиды и организации также противились страхованию детей, возражая против экономического оценивания жизни ребенка. В 1870-е годы компании, занимавшиеся страхованием от несчастных случаев на производстве, начали страховать бедных. Впервые дети младше 10 лет страховались на регулярной основе. В различных штатах законодатели предприняли по крайней мере 70 попыток запретить детское страхование как противоречащее общественной политике и общественному интересу. Их чувства выразило издание «The Boston Evening Transcript»: «Ни настоящим мужчинам, ни настоящим женщинам не пристало говорить, что их дети имеют денежную стоимость» (см.: The Boston Evening Transcript. 1895. March 14).

дорогостоящие похороны [Dunham 1963]. Похоронные бюро обычно обвиняют за то, что их непомерные цены вынуждают нести слишком большие расходы [Mitford 1963; Harmer 1963]. Исторические факты, однако, свидетельствуют о том, что расходы, связанные со смертью, были высокими и до появления профессиональных похоронных бюро в XIX в. Р. Хабенштейн и У. Лэмерс описывают «буйную расточительность» похорон в XVIII в. с раздачей перчаток, шарфов и всевозможных дорогих подарков [Habenstein, Lamers 1955: 203]. Символическая связь между деньгами и смертью проявляется также в норме, запрещающей торг, когда дело касается смерти [Simmons 1975]. Сравнение цен разных продавцов в поисках наиболее выгодной покупки (*comparison shopping*) в случае с похоронами строго табуируется, даже если это снижает расходы. Точно так же в случае со страхованием жизни «подсчитывать наши пенсы — значит искушать богов погубить нас» [Gollin 1969: 210]. Парсонс и Лидз предполагают, что трата больших сумм денег являет собой попытку увеличить шансы на то, что «душа умершего в конце концов обретёт благоденствие или даже будет спасена» [Parsons, Lidz 1967: 156].

Когда речь заходит о смерти, деньги выходят за пределы своей меновой ценности и обретают символические значения. Двойственность отношений между деньгами и смертью, как реальных, так и символических, важна для понимания того, как развивалось страхование жизни. С одной стороны, страхование жизни считалось кощунственным, поскольку ставило знак равенства между жизнью и деньгами; с другой — оно стало легитимным инструментом символического использования денег в случае смерти. Мы кратко проанализируем три разных аспекта ритуализации страхования жизни: превращение его в мирской ритуал, в дополнительное условие «благопристойной смерти» и в форму бессмертия.

Страхование жизни как ритуал

Расходы на похороны рассматриваются как мирской ритуал [Pine, Phillips 1970: 138; Bowman 1959: 118]¹⁸. Наши данные указывают на то, что подобным ритуалом стало и страхование жизни. Любопытно, что особенно чувствительны к ритуальному подтексту страхования жизни не его сторонники, а его критики. Так, например, А. Уэлш заявляет, что страхование жизни — это способ договориться со смертью не только на финансовом, но и на эмоциональном и религиозном уровнях [Welsh 1963: 1576].

Концепция страхования жизни как ритуала может быть обоснована с опорой на более надёжные данные. В 1830–1870-е годы страховые компании явным образом оправдывали свою деятельность и привлекали потребителя к своему товару с помощью квазирелигиозной природы страховой продукции. Страхование жизни было не просто инвестицией, но «заградительным щитом» при умирании и утешением «вслед за самой религией» [Holwig 1886: 22]. Страховой полис имел широкие неэкономические функции: «Он может облегчить муки утраты, ободрить душу вдовы и иссушить слёзы сирот. Да, полис окутает ореолом славы память о том, кого забрали в царствие Отца и Господа его» [Franklin 1860: 34].

Страхование жизни и «благопристойная смерть»

В большинстве обществ существуют некие представления о том, какая смерть является подобающей — такой может быть смерть на поле битвы или во время работы за письменным столом. До Гражданской войны в Америке «триумфальная» смерть означала праведную смерть; она предполагала перемещение души (*spiritual transportation*) и «триумф» веры [Saum 1975]. Однако вскоре социальный контекст изменился, в результате чего религиозность и великодушие сами по себе оказались бесполезными.

¹⁸ Ф. Арьес считает сегодняшний похоронный обычай в Америке компромиссом между деритуализацией и традиционными формами траура [Ariès 1975]. Существует гипотеза, что групповая терапия и встречи всей семьёй также являются мирскими ритуалами [Patterson 1975].

В XVIII — начале XIX вв. вдовы и сироты, как правило, получали в наследство достаточно земли, чтобы жить и обеспечивать себя. Урбанизация внесла свои коррективы, поставив семьи в исключительную зависимость от заработка отца. Если бы он не брал на себя ответственность за материальное благосостояние жены и детей после его смерти, поддерживать их пришлось бы обществу. Принцип свободы завещания в американском законодательстве освобождал мужчин от любых посмертных юридических обязательств в отношении их детей. Поэтому вместо правового принуждения приходилось использовать увещание. Чрезвычайно важно было привить мужчинам норму личной материальной ответственности за свои семьи, которая не прерывается смертью. Всё чаще и чаще под благопристойной смертью подразумевалось мудрое и щедрое обеспечение иждивенцев. После смерти о мужчине судили по его финансовой дальновидности не меньше, чем по душевным качествам. Только беспечный отец не оставлял после себя «ничего, кроме памяти о честной ревностной работе и безнадежного желания, чтобы те, кого он любил... смогли каким-нибудь образом найти необходимую защиту от нужды...» (см.: *Insurance Journal*. 1882. October: 313). С. Даймонд и Дж. Гуди обращают внимание на то, как установки по отношению к смерти и умершему стали эффективным механизмом контроля за поведением живых [Diamond 1955; Goody 1962]. Так, например, некрологи в газетах и надгробные речи священников напоминают живущим, какое поведение является одобряемым в данной социальной системе. Публичное оглашение социальных норм после смерти человека призвано ещё раз утвердить их ценность в глазах живущих. Авторы из числа тех, кто занимался страхованием жизни, ссылались на новые стандарты умирания в Америке: «Обязанность каждого отца семейства снабдить тех, кто ему дорог, средствами к существованию после его смерти, открыто признается, и нет таких обстоятельств, которые освобождали бы мужчину от необходимости позаботиться об этом» (см.: *Life Insurance*. In: *Journal of the Manhattan Life Insurance Co*. 1852: 19).

Поскольку страхование жизни было действенным способом гарантировать материальную обеспеченность иждивенцев, постепенно оно стало считаться одной из обязанностей хорошего и ответственного отца. Как сказал об этом один из сторонников страхования жизни в середине XIX в., мужчина, который умирает застрахованным, «с душой, освящённой этим деянием, ускоряет свой путь наверх, в царство праведности, и направляется туда, куда уходят хорошие мужья и хорошие отцы» [Кнарп 1851: 226]. Экономические стандарты поддерживались такими религиозными лидерами, как отец Генри Уард Бичер, который подчёркивал: «Некогда вопрос стоял так: имеет ли христианин право прибегать к страхованию жизни? Тот день прошёл. Ныне вопрос стоит иначе: может ли христианин найти для себя оправдания, если он пренебрегает этим долгом?» [Beecher 1870]. Новый критерий «благопристойной смерти» отчётливо проявляется в цитате из проповеди, прочитанной в 1880-е годы: «Я обращаю ваше внимание на сравнение, сделанное Павлом. Перед нами один человек, который не заботится о поддержке своей семьи, пока он жив или после того, как он умрёт. И другой человек, который ненавидит Библию и отрицает Бога... Павел говорит, что тот, кто пренебрегает заботой о своём домохозяйстве, поступает более предосудительно, чем тот, кто отвергает Библию. Когда люди думают о своей смерти, они склонны размышлять о ней лишь в связи со своим собственным духовным благодеянием... Это низко и эгоистично с вашей стороны, когда вы столь отдаётесь мыслям о небесах... что забываете о том, что станет с вашей женой и детьми после того, как вы умрёте... Это подло с вашей стороны отправиться на Небеса, в то время как они отправляются в рабочий дом» (Т. DeWitt Talmage; цит. по: [Hull 1964: 240]).

Страхование жизни и экономическое бессмертие

В XIX столетии на место теологической озабоченности личным бессмертием пришёл растущий интерес к потомкам и социальным формам бессмертия. Карл Беккер показывает, что уже в XVIII в. европейские мыслители (*philosophes*) перешли от идеи обещанного христианством бессмертия в загробном мире

к вере в то, что хорошие люди будут жить в памяти будущих поколений [Becker 1932]. Этот поворот отразился в содержании завещаний. Раньше в завещаниях главную роль играло спасение души умирающего. Наследодатель регулировал все детали своих похорон, гарантируя себе шансы на спасение тем, что делал пожертвования в пользу бедных, которые будут молиться о его душе, и оплачивал сотни тысяч месс и церковных служб в свою честь, часто на неограниченный срок [Vovelle 1974]. Во второй половине XVIII столетия в завещаниях перестали заботиться о личном спасении; они превратились в мирской инструмент распределения собственности между потомками. М. Вовелль связывает изменения в завещаниях с дехристианизацией и деритуализацией отношения к смерти, происшедшими в середине XVIII в. Вероятно, однако, что новый формат завещаний был скорее индикатором возникновения новой системы идей и верований, связанных с бессмертием, нежели свидетельством утраты религиозных верований¹⁹. Вот как Г. Файфель описывает этот переход в Америке: «Когда мы отказались от старых представлений о личном бессмертии в загробной жизни, мы создали идею социального бессмертия. Это значило, что я не могу жить дальше, но буду продолжать жить (*sic*) в моих детях» [Feifel 1974: 34]. Пуританскую озабоченность личным спасением вытеснило новое значение, которое стали придавать потомкам. Мужчин теперь в меньшей степени поглощали мысли о собственной душе, и в большей степени — о том, чтобы оставить недвижимость своим наследникам. Озабоченность социальным бессмертием взаимодействовала со структурным давлением, которое создавали новые экономические условия и процесс урбанизации. Увеличение числа людей, единственным капиталом которых были их личные доходы, делало экономическое будущее их детей крайне ненадёжным. Преждевременная смерть кормильца означала экономическую катастрофу для его вдовы и сирот. Новые институты, которые специализировались на экономических последствиях смерти (такие, как страхование жизни и опека над имуществом), отреагировали на новую экономическую ситуацию и стали обслуживать практические нужды иждивенцев. Однако они пошли дальше простого выполнения своих функций, став символами некой формы экономического бессмертия.

Страховые компании быстро распознали притягательность страхования жизни как пути к бессмертию и в явном виде использовали это для привлечения клиентов. О страховании жизни говорили как о «протянутой из могилы невидимой руке предусмотрительного отца, которая продолжает лелеять своё потомство и поддерживать единство семьи» (см.: United State Life Insurance Co. Booklet 1850: 5). Представление о наградах и наказаниях в загробной жизни также служило укреплению ответственности отца семейства перед своей вдовой и сиротами. Гуди предполагает, что вера в воздаяние после смерти, как и другие верования в сверхъестественное, укрепляет систему социального контроля над живущими, поскольку не позволяет человеку в ней усомниться [Goody 1962: 375–378]. Незастрахованный мог готовиться к нелёгкой загробной жизни. Роль усопших также стала более активной, чем прежде; произошёл поворот от «услуги к служению» [Goody 1975: 4]. Усопшие перестали быть пассивными адресатами молитв, читаемых живыми; вскоре стало ясно, что «желание пережить самого себя путём активной благотворительности — это общепринятый мотив, к которому взывает [страхование жизни]» [Tyng 1881: 4].

Заключение

Моя задача в данной работе выходит за пределы написания истории страхования жизни. Я использую ранее не исследовавшиеся аспекты этой истории, чтобы изучить более общую проблему — установление

¹⁹ Интерпретация данных Вовелля, предложенная Арьесом, может иметь некоторое отношение к этой гипотезе. Арьес объясняет изменения в завещаниях в середине XVIII в. расцветом семьи и новых семейных отношений, основанных на чувствах и привязанности. Умирающий человек больше не использовал юридические средства, чтобы управлять ритуалом своих похорон, так как теперь он верил в то, что семья и так будет помнить его. Возможно, рост значения семейных связей способствовал распространению религиозной веры в потомство и социальных форм бессмертия.

денежных эквивалентов для отношений или процессов, которые определяются таким образом, что находятся вне материальных соображений; проблему, к которой социологическая мысль имеет давнишний интерес. С появлением страхования жизни человек и деньги — священное и светское — попали в один котёл: ценность человека стала измеряться деньгами. В примитивном обществе, где только боги принадлежали к сфере священного, тогда как люди оставались частью светского мира, чисто количественное представление о людях не вызывало отторжения. С ростом индивидуализма возникло особое почтение к безграничной ценности человеческой личности, которое вытеснило господствовавший до этого утилитаризм с его неограниченным оцениванием человека. В условиях развития индустриализованной рыночной экономики, где правил «бессердечный чистоган», человеческие жизнь и чувства были культурно обособлены в отдельную, ни с чем не соизмеримую сферу. Страхование жизни назначало ей цену и тем самым ставило под угрозу её святость. В начале XIX столетия американская общественность не была готова превратить смерть в предмет торговли. Страхование жизни было отвергнуто как кощунственное предприятие.

Конвертировать жизнь и смерть человека в товары чрезвычайно сложно, и любое предприятие, которое строит бизнес на подобного рода священной «продукции», неизбежно сталкивается со структурной амбивалентностью. Чтобы выжить, бизнесу требуются прибыли, но прибыли — это слишком низменное оправдание для такого института. Я полагаю, что в случае со страхованием жизни решение состояло в «сакрализации» этого бизнеса, в превращении денежного оценивания смерти в ритуал. Смерть уступила капиталистическому этосу, но заставила его скрыть своё материальное предназначение под духовным обликом. К примеру, страхование жизни взяло на себя роль светского ритуала и ввело новые определения бессмертия, благодаря которым особое значение получила память, опосредованная деньгами. Теперь представление о благопристойной смерти зиждилось не только на моральных основаниях; с появлением страхового полиса ещё одним её необходимым условием стала финансовая предусмотрительность. Помимо религиозной легитимации можно также обнаружить и попытки моральной и социальной легитимации отрасли. Общественность заверяли в том, что выведение смерти на рынок преследовало возвышенную социальную цель борьбы с бедностью, и тем самым — сокращения уровня преступности. Что касается отдельного человека, то покупателю страхового полиса гарантировалось моральное вознаграждение за самоотверженность и альтруизм.

Сходные процессы религиозной, моральной и социальной легитимации вплоть до 1870-х годов характеризовали американский бизнес в целом. Ч. Сэнфорд ссылается на духовный фактор морального оправдания, который отличал пионеров промышленности в Америке от их европейских коллег [Sanford 1958]. Американскую промышленность оправдывали не одними прибылями, но и тем, что она способствовала моральному и духовному подъёму. Считалось, что бизнес служит Богу, добропорядочности (*character*) и культуре²⁰. Однако если получение прибыли само по себе не могло быть приемлемым мотивом для большинства коммерческих предприятий, то для такого бизнеса, как страхование жизни, который имел дело с человеческой жизнью и смертью, такое оправдание выглядело особенно непристойно. И действительно, к концу XIX в., когда бизнес в Америке уже чувствовал себя достаточно уверенно, чтобы не искать иных обоснований, кроме того богатства, которое он производил, страхование жизни всё ещё частично сохраняло свою религиозную маскировку. Даже некоторые наиболее жестокие крупные дельцы из этой отрасли впадали в сентиментальность, говоря о страховании жизни как «в первую очередь об убеждении, и лишь во вторую — как о бизнесе» [Kingsley 1911: 13].

Речь не идёт о том, что распространение страхования жизни можно объяснить только через изобретательную презентацию коммерческих целей. Обретённая страхованием жизни к концу XIX в.

²⁰ Накопление огромных состояний оправдывалось тем, что эти деньги направлялись на неоспоримые социальные и филантропические цели [Diamond 1955: 13–15]; см. также: [Hofstadter 1963: 251].

легитимность была результатом глубоких экономических, социальных и культурных изменений в Америке. Однако маркетинговые приёмы могут быть полезным косвенным индикатором культурных ценностей. В случае со страхованием жизни присущая ему в самом начале апелляция к морали отражала сильное идеологическое сопротивление превращению смерти в предмет торговли. Благодаря тому, что к концу XIX в. экономическое определение смерти всё же стало более приемлемым, страхование жизни смогло позволить себе более прямой и деловой подход к смерти, хотя ритуализм и не исчез совершенно из страховой риторики. Ключевая роль, которую сыграли страховые агенты, подтверждает, что отрасль вела культурную борьбу. Продажи в страховании жизни начали расти в 1840-х годах, когда компании ввели прямые продажи (*personal solicitation*). Совершенно иной была ситуация в морском страховании и страховании от пожаров, где агенты играли незначительную роль. Покупатели, которые не стали бы страховать свои жизни, если бы не усилия агентов, добровольно стремились застраховать свои дома и корабли. Исключительная роль агентов в страховании жизни была не просто оригинальным маркетинговым ходом. Она стала ответом на сильное сопротивление со стороны клиентов. На основе имеющихся данных можно уверенно предположить, что без системы агентов распространение страхования жизни было бы куда более медленным и менее успешным. Лишь настойчивые уговоры путём прямых продаж позволили преодолеть идеологические барьеры и суеверия в отношении страхования жизни²¹. В самом деле, исторические факты однозначно указывают на провал всех попыток продавать полисы страхования жизни без использования агентов как в нашей стране, так и за рубежом²². Агент был необходим. Роль его, однако, была неоднозначной. И в этой амбивалентности роли агентов также проявляется дилемма маркетинга жизни. Смерть нельзя было продвигать и рекламировать как обыкновенный товар. Официальная риторика побуждала агентов оставаться выше материальных соображений, выполняя свою задачу с возвышенным рвением миссионера. Однако награду получали лишь успешные торговые представители, которым удавалось уговорить купить как можно больше полисов.

Другие «бизнесмены от смерти» оказывались в ситуации такой же структурной амбивалентности, как и страхователи жизни. Для сотрудников похоронных бюро, как и для продавцов страховых полисов, смерть — это бизнес, приносящий деньги. Такие «бизнесмены от смерти» отличаются от «профессионалов смерти», врачей и священников, чья связь со смертью легитимирована их ориентацией на оказание помощи²³. Т. Парсонс и Р. Мертон проводят различие между моделями индивидуальной мотивации и институциональными структурами бизнеса и профессий [Parsons 1949; Merton 1975]. Независимо от индивидуальной мотивации практикующих врачей, их корыстолюбия или милосердия, в профессиях происходит институционализация альтруизма, тогда как бизнес институционализирует корыстный интерес. Праведнее спасать и лечить, чем продавать — в особенности, когда дело касается смерти. Сильная нормативная стигматизация утилитарной связи денег со смертью способствует негативному оцениванию тех, кто зарабатывает деньги на смерти. Короче говоря, маркетинг смерти — это то, что Э. Хьюз поучительно назвал «грязной работой» [Hughes 1958: 49–52]. Так же, как и страхователи жизни, сотрудники похоронных бюро пытаются легитимировать свой бизнес, трансформируя его в священный ритуал. У. Уорнер описывает стремление сотрудников похоронных бюро «заимствовать ритуальные и священные символы пастора... для того, чтобы обеспечить внешнее прикрытие тому, кем он является и что делает. Место его работы (*place of business*) — это не фабрика или офис, но часовня или приют» [Warner 1959: 317].

²¹ О роли личного влияния в распространении инноваций см.: [Rogers, Shoemaker 1971]; о маркетинге см.: [Katz, Lazarsfeld 1955].

²² Страхование жизни в рамках сберегательных банков (например, по недорогим и качественным полисам, которые банки предлагали с 1907 г.) никогда не имело большого успеха. Примечательно, что одной из немногих коммерческих неудач «Sears Roebuck», которая занималась торговлей по каталогам, стала попытка продавать в 1930-е годы страхование жизни.

²³ Парсонс полагает, что даже студентам-медикам требуются определённые обряды для того, чтобы оправдать свою причастность к смерти, как, например, ритуальное вскрытие трупов на ранних этапах обучения медицине [Parsons 1951: 445].

Данная работа показала, что «осквернение» священного становится источником напряжения и амбивалентности для тех, кто занят этим делом (например, для тех, кто зарабатывает деньги на смерти). Напряжение и амбивалентность можно смягчить за счёт «сакрализации» осквернения, но устранить их полностью нельзя. Разработка этой гипотезы возможна за счёт дальнейших исследований маркетизации других «священных» продуктов — например, человеческих органов или даже развивающегося в последнее время суррогатного материнства с его «чёрным рынком» детей, где с человеческой жизнью запросто управляют, как с товаром, который, как и опасался Титмусс, обменивают на «доллары и фунты».

Литература

- Albree G. 1870. *The Evils of Life Insurance*. Pittsburg: Bakewell & Mathers.
- Altmann S. P. 1903. Simmel's Philosophy of Money. *American Journal of Sociology*. 9 (July): 46–68.
- Ariès Ph. 1974. *Western Attitudes toward Death*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Ariès Ph. 1975. The Reversal of Death: Changes in Attitudes toward Death in Western Society. In: Stannard D. E. (ed.). *Death in America*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press; 134–158.
- Bain R. K. 1959. *The Process of Professionalization: Life Insurance Selling*. Ph. D. dissertation. University of Chicago.
- Barber B. 1974. *The Absolutization of the Market: Some Notes on How We Got from There to Here*. Paper read at the conference on Markets and Morals. Battelle Institute. Seattle.
- Becker C. 1932. *The Heavenly City of Eighteenth-Century Philosophers*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Becker H. 1959. On Simmel's Philosophy of Money. In: Wolff K. H. (ed.). *Georg Simmel*. Columbus: Ohio State University; 216–232.
- Beecher H. W. 1870. *Truth in a Nutshell*. New York: Equitable Life Assurance Co.
- Blau P. M. 1967. *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Blauner R. 1966. Death and Social Structure. *Psychiatry*. 29 (November): 378–394.
- Bowman L. 1959. *The American Funeral*. Washington, D. C.: Public Affairs Press.
- Brown N. O. 1959. *Life against Death*. Middletown, Conn.: Wesleyan University Press.
- Buley R. C. 1967. *The Equitable Life Assurance Society of the United States*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Cooley Ch. H. 1913. The Sphere of Pecuniary Valuation. *American Journal of Sociology*. 19 (September): 188–203.
- Diamond S. 1955. *The Reputation of the American Businessman*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

- Dublin L. I., Lotka A. J. 1930. *The Money Value of Man*. New York: Ronald.
- Dunham A. 1963. The Method, Process and Frequency of Wealth Transmission at Death. *University of Chicago Law Review*. 30 (Winter): 241–285.
- Durkheim E. 1965. *The Elementary Forms of the Religious Life*. New York: Free Press; см. также перевод на рус. яз: Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни (Введение; Глава I) В кн.: *Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология*. 1998. Пер. А. Гофмана. М.: Канон+; 175–231.
- Duty and Prejudice*. 1870. New York: J. H. & C. M. Goodsell.
- Etzkorn P. 1968. *Georg Simmel: Conflict in Modern Culture and Other Essays*. New York: Teachers College Press.
- Faunce W. A., Fulton R. L. 1957. The Sociology of Death: A Neglected Area of Research. *Social Forces*. 36 (October): 205–209.
- Feifel H. 1974. *Attitudes towards Death Grow More Realistic*. New York Times. July 21.
- Franklin M. 1860. Proceedings from the First Annual Session of the Convention of Life Insurance Underwriters. *American Life Assurance Magazine*. 1 (January): 34–39.
- Friedman L. M. 1964. Patterns of Testation in the 19th Century: A Study of Essex County (New Jersey) Wills. *American Journal of Legal History*. 8 (January): 34–53.
- Gollin J. 1969. *Pay Now, Die Later*. New York: Penguin.
- Goody J. 1962. *Death, Property and the Ancestors*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Goody J. 1975. Death and the Interpretation of Culture: A Bibliographic Overview. In: Stannard D. E. (ed.). *Death in America*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press; 1–8.
- Gorer G. 1965. *Death, Grief and Mourning in Contemporary Britain*. London: Cresset Press.
- Goupil R. 1905. *De la Considération de la mort des personnes dans les actes juridiques*. Caen: Université de Caen.
- Habenstein R., Lamers W. M. 1955. *The History of American Funeral Directing*. Milwaukee: Bulfin Printers.
- Harmer R. 1963. *The High Cost of Dying*. New York: Crowell.
- Hofstadter R. 1963. *Anti-Intellectualism in American Life*. New York: Vintage.
- Holwig D. 1886. *The Science of Life Assurance*. Boston: Provident Life & Trust Co.
- Huebner S. S. 1924. *Proceedings of the 35th Annual Convention of the National Association of Life Underwriters*. New York: National Association of Life Underwriters.
- Huebner S. S. 1959. *The Economics of Life Insurance*. New York: Crofts.
- Hughes E. Ch. 1958. *Men and Their Work*. Glencoe, Ill.: Free Press.

- Hull R. 1964. Immortality through Premiums. *Christian Century*. 81 (February): 239–240.
- Jencks T. R. 1843. Life Insurance in the United States. *Hunt's Merchants' Magazine*. 8 (February): 109–130.
- Katz E., Lazarsfeld P. F. 1955. *Personal Influence*. Glencoe, Ill.: Free Press.
- Katz M. B. 1975. *The People of Hamilton*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Kingsley D. P. 1911. *Militant Life Insurance*. New York: New York Life Insurance Co.
- Knapp M. L. 1851. *Lectures on the Science of Life Insurance*. Philadelphia: E. J. Jones & Co.
- Lawrence P. A. 1976. *Georg Simmel: Sociologist and European*. New York: Harper & Row.
- Levine D. (ed.). 1971. *Georg Simmel on Individuality and Social Forms*. Chicago: University of Chicago Press.
- Malinowski B. 1954. *Magic, Science, and Religion*. New York: Doubleday.
- Mannes A. I. 1932. Principles and History of Insurance. In: *International Encyclopedia of the Social Sciences*. 8. New York: Macmillan; 30–47.
- Marx K. 1964. *The Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*. New York: International Publishers.
- Marx K. 1971. *Manifesto of the Communist Party*. New York: International Publishers; см. также перевод на рус. яз.: Маркс К., Энгельс Ф. Манифест коммунистической партии. В кн.: Маркс К., Энгельс Ф. 1955. *Сочинения*. 4. М.: Государственное издательство политической литературы; 419–459.
- The Mennonite Encyclopedia*. 1957. Scottdale, Pa.: Mennonite Publishing House.
- Merton R. K. 1975. The Uses of Institutionalized Altruism. In: *Seminar Reports*. 3 (6). New York: Columbia University.
- Mitford J. 1963. *The American Way of Death*. Greenwich, Conn.: Fawcett.
- North D. C., Davis L. E. 1971. *Institutional Change and American Economic Growth*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parsons T. 1949. The Professions and the Social Structure. In: *Essays in Sociological Theory*. Glencoe, Ill.: Free Press; 34–49.
- Parsons T. 1951. *The Social System*. Glencoe, Ill.: Free Press.
- Parsons T., Fox R., Lidz V. 1973. The Gift of Life and Its Reciprocation. In: Mack A. (ed.). *Death in American Experience*. New York: Schocken; 1–49.
- Parsons T., Lidz V. 1967. Death in American Society. In: Schneidman E. S. (ed.). *Essays in Self Destruction*. New York: Science House; 133–140.
- Pascan M. 1907. *Les Pactes sur succession future*. Paris: Faculte de Droit, University de Paris.
- Patterson R. R. 1975. Children and Ritual of the Mortuary. In: Margolis O. S. (ed.). *Grief and the Meaning of the Funeral*. New York: MAS Information Corp.; 86–99.

- Phelps J. T. 1895. *Life Insurance Sayings*. Cambridge, Mass.: Riverside Press.
- Pine V. R., Phillips D. L. 1970. The Cost of Dying: A Sociological Analysis of Expenditures. *Social Problems*. 17 (Winter): 131–139.
- Pompilly J. T. 1869. *Watchman! What of the Night? or Rejected Blessings for Wives and Mothers*. New York: English & Rumsey.
- Reboul E. 1909. *Du Droit des enfants bénéficiaires d'une assurance sur la vie contractée par leur père*. Paris: Librairie Nouvelle de Droit.
- Riley J. W. 1963. Basic Social Research and the Institution of Life Insurance. *American Behavioral Scientist*. 6 (May): 6–9.
- Rogers E. M., Shoemaker F. F. 1971. *Communications of Innovations*. New York: Free Press.
- Sanford Ch. L. 1958. The Intellectual Origins and New-Worldliness of American Industry. *Journal of Economic History*. 18 (1): 1–15.
- Saum L. O. 1975. Death in the Popular Mind of Pre-Civil War America. In: Stannard D. E. (ed.). *Death in America*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press; 30–48.
- Schultz O. T. 1930. *The Law of the Dead Human Body*. Chicago: American Medical Assoc.
- Simmel G. 1900. *Philosophie des Geldes*. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Simmons L. W. 1945. *The Role of the Aged in Primitive Society*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Simmons M. G. 1975. Funeral Practices and Public Awareness. *Human Ecology Forum*. 5 (Winter): 9–13.
- Stalson O. J. 1969. *Marketing Life Insurance*. Bryn Mawr, Pa.: McCahan Foundation.
- Tax Consequences of Transfers of Bodily Parts. 1973. *Columbia Law Review*. 73 (April): 842–865.
- Taylor M. L. 1958. *The Life Insurance Man: A Sociological Analysis of the Occupation*. Ph. D. dissertation. Louisiana State University.
- Titmuss R. M. 1971. *The Gift Relationship*. New York: Vintage.
- Tyng S. H. 1881. Life Insurance Does Assure. *Harper's Monthly Magazine*. 62 (April): 754–763.
- Veatch R. M. 1976. *Death, Dying and the Biological Revolution*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Vernon G. 1970. *The Sociology of Death*. New York: Ronald.
- Vovelle M. 1974. *Piété baroque et déchristianisation en Provence au XVIII siècle*. Paris: Plon.
- Wallwork E. 1972. *Durkheim: Morality and Milieu*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Warner L. W. 1959. *The Living and the Dead: A Study of the Symbolic Life of Americans*. New Haven, Conn.: Yale University Press.
- Welsh A. 1963. The Religion of Life Insurance. *Christian Century*. 80 (December 11): 1541–1543; 1574–1576.

Whal Ch. W. 1959. The Fear of Death. In: Feifel H. (ed.). *The Meaning of Death*. New York: McGraw-Hill; 16–29.

White G. T. 1955. *A History of the Massachusetts Hospital Life Insurance Company*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Zelizer V. A. 1979. *Morals and Markets: The Development of Life Insurance in the United States*. New York: Columbia University Press.

ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

Ю. В. Харченко, О. Ю. Гурова

Спортинг: спорт, досуг и стили потребления в современной России



ХАРЧЕНКО Юлия Вадимовна — выпускница факультета социологии Санкт-Петербургского филиала ГУ ВШЭ (Санкт-Петербург, Россия).

Email: juliaharchenko@yandex.ru



ГУРОВА Ольга Юрьевна — доцент кафедры методов и технологий социологических исследований Санкт-Петербургского филиала ГУ ВШЭ (Санкт-Петербург, Россия).

Email: gourova@eu.spb.ru

Данное исследование посвящено изучению стилей потребления в поле досуга на примере спортинга, который получил распространение в России во второй половине 1990-х годов как элитарный вид спорта. Однако исследование показало, что в настоящий момент спортигом занимаются и люди, не имеющие большого материального достатка, поэтому возникает вопрос: занятие спортигом — это фактор социальной дифференциации или, наоборот, фактор социального объединения между различными социальными группами? На основании собранного на стрельбище одного из спортиг-клубов эмпирического материала в работе показан процесс институционализации этого вида спорта в современной России, описаны социально-экономические характеристики спортигистов и представлена типология людей, вовлечённых в этот вид стрельбы.

Ключевые слова: стили жизни; стили потребления; социальная дифференциация; спорт.

Исследование посвящено изучению стилей потребления в поле досуга на примере одного из новых видов спорта — спортинга, то есть спортивно-охотничьей стрельбы по летящим мишеням («тарелочкам») в условиях, максимально приближённых к реальной охоте на уток, фазанов, куропаток, зайцев и т. п. Спортинг не является олимпийским направлением стрелкового спорта [Виды спортивной стрельбы 2010].

Спортинг получил распространение в России во второй половине 1990-х годов как элитарный спорт. Обращение к его социальной истории показывает, что в России у него были предшественники — стендовая стрельба и охота. Социальная принадлежность тех, кто увлекается этим видом спорта, неоднородна, что заставляет задуматься, является ли занятие спортигом фактором социальной дифференциации или, наоборот, фактором социального объединения между различными социальными группами. Что оказывается определяющим для включения в группу людей, занимающихся спортигом, — демонстрация экономического или культурного капитала (навыка, профессионализма)?

В целом данное эмпирическое исследование описывает новый вид спорта и его социальную роль в современном российском обществе. **Цель исследования** состоит в выявлении связи социальной структуры и досуговых практик в современной России на примере спортинга. **Объектом исследования** является досуговое поведение людей, занимающихся спортигом, как критерий социальной дифференциации.

Первая часть статьи содержит теоретические основания исследования, вторая часть посвящена эмпирическому анализу спортинга с точки зрения социальной дифференциации включённых в него людей.

Спорт, социальная структура и стили жизни: теоретические основания исследования

Спорт анализируется социологами в контексте исследований досуга и потребления, а также в контексте самостоятельной дисциплины — социологии спорта. В данном исследовании спорт в целом и спортинг в частности рассматриваются как часть стиля жизни и соответственно анализируются в контексте стратификационных подходов. В первом разделе данной части статьи мы остановимся на концепции образа жизни Макса Вебера (Max Weber), затем рассмотрим идеи «демонстративной праздности» Торстейна Веблена (Thorstein Veblen) и концепцию стилей жизни и капиталов Пьера Бурдьё (Pierre Bourdieu). Вторая часть будет посвящена различиям в понятиях «стиль жизни» и «стиль потребления» и связи стиля потребления со спортом.

Социальная стратификация и стили жизни

Многомерные модели стратификации, показывающие сложность и множественность источников социальной иерархии, наиболее интересны с точки зрения исследований досуга. Одним из классиков их изучения, учитывающим множественные аспекты стратификации, был немецкий социолог Макс Вебер [Вебер 1992]. Он выделял три единицы измерения социальной структуры — класс, статус и партию. В основе деления людей на классы, по Веберу, лежит экономический критерий — собственность и её отсутствие. Новаторство Вебера заключается в том, что он дифференцировал общество не только на классы, но также на статусные группы и партии. Если критерием выделения класса служит собственность, то критерием выделения статусной группы является престиж (партии — власть, но в рамках данной работы это измерение нам менее интересно).

Степень общественного престижа определяют разные обстоятельства: уровень образования, профессия, имущественное положение и т. д. Все эти факторы влияют на социальный статус человека. Люди одинакового положения образуют статусную группу, которая в отличие от класса является общиной, то есть её члены чувствуют свою принадлежность к одной группе. Это достигается благодаря одинаковому образу жизни, стандартам поведения, принятым в данной общине, родственным связям между членами группы и т. д. Статусные группы, как правило, аморфны, то есть невозможно точно определить круг людей, обладающих одним социальным положением. Тем не менее статусная группа способна проводить более или менее осознанную линию поведения, так как она контролирует и даже частично направляет действия своих членов.

Статусные группы стратифицированы по принципам потребления благ, выраженных в образе жизни, в отличие от классов, стратифицированных по уровню экономического положения. При этом статусная ситуация определяется социальной оценкой уважения и находится в сфере распределения престижа, а статусный престиж выражается прежде всего в том, что от всех, кто претендует на принадлежность к данному кругу, ожидается особый образ жизни. С точки зрения концепции Вебера люди, занимающиеся спортингом, могут принадлежать к одной и той же статусной группе вне зависимости от экономического капитала, которым они обладают.

Американский социолог Торстейн Веблен описывает стиль жизни высшего класса — американских нуворишей, «праздного класса» — с двух точек зрения: потребительское и досуговое поведение. Однако принадлежность к группе и общий стиль жизни в данном случае основаны на экономическом

капитале. В работе Веблена вводится понятие «демонстративная праздность», с помощью которого он показывает, как связаны стратификация и досуг в обществе. Под демонстративной праздностью Веблен понимает непроизводительную трату времени с целью демонстрации богатства и относит к ней «спорт, развлечение и отправление обрядов благочестия» [Веблен 1984: 87], а также охоту. Словом, всю ту деятельность, мотивом которой является не увеличение состояния, а его растрата. К праздным видам досуга, кроме того, относится такая «несерьёзная деятельность», как «игра в карты, гольф, управление яхтой, сноровка в самых различных развлечениях» [Веблен 1984: 128].

Помимо статусного потребления высших классов, Веблен описывает механизм, который помогает объяснить, какое отношение имеют средние слои к праздному стилю жизни: существуют «нормы почтенности» для всего общества, которые задаются высшими классами. Долг тех, чьё положение ниже, чем у высших слоев, состоит в том, чтобы хотя бы приблизительно соблюдать заданные правила: «Норма почтенности... распространяет своё влияние сверху вниз на всю структуру общества до самых низких слоев» [Веблен 1984: 87]. В результате у каждого слоя общества есть идеал благопристойности — стиль жизни высшего слоя, поэтому представители других слоев стремятся изо всех сил следовать этому стилю. Основой престижного стиля жизни является денежная сила и способность тратить деньги на демонстративную праздность и потребление. Таким образом, по Веблену, мы можем связывать спортинг и с праздным классом, и со средним классом, копирующим стиль жизни высших слоев.

Французский социолог Пьер Бурдьё в своих работах был продолжателем идеи многофакторной стратификации. Бурдьё делит социальную структуру общества на классы, но использует собственную систему критериев. Класс определяется как совокупность агентов, занимающих сходную позицию, обладающих сходными практиками, стилями жизни и габитусом. Различия в условиях существования, разные наборы социальных практик, а главное — разная структура и объём совокупного капитала определяют агентов в разные классы. Совокупность практик агента, порождаемая его габитусом, является *стилем жизни*. Габитус отвечает за вкус — систему схем восприятия и оценивания своих и чужих практик. «Вкус лежит в основе системы отличительных признаков, которая предназначена восприниматься как систематическое выражение того или иного класса условий существования, то есть как особый стиль жизни» [Бурдьё 2005: 29]. Таким образом, агент, обладая вкусом, имеет представление о пространстве стилей жизни и может различать как свой стиль жизни, так и стили жизни других, объединяться с другими агентами того же самого класса и отличать агентов, которые относятся к другому классу.

Агент оценивает позицию и стиль жизни другого агента через систему различий. Это возможно, поскольку каждый аспект стиля жизни агента символизирует все остальные: структура расходов, способы проведения свободного времени, предпочтения в еде, одежде, манера говорить, техники тела, то есть каждое социальное поле структурировано согласно тому же принципу, что и всё социальное пространство — по объёму и структуре капитала. Чтобы определить габитус и порождаемый им стиль жизни, достаточно исследовать один конкретный аспект жизни агента. В своей работе в этом качестве мы выбрали поле спортивного досуга — спортинг.

В концепции Бурдьё выделяется три типа капитала: *экономический* — материальные блага, например, деньги, которые помогают занять выгодную позицию в поле и часто наследуемы; *культурный* — образование, которое подтверждается дипломами, и культурный уровень, обретенный человеком в процессе социализации (в качестве культурного капитала в поле спортинга можно рассматривать навыки стрельбы, которыми обладает человек); *социальный* — важный актив, образующий сеть социальных связей, обусловлен принадлежностью к определённой социальной группе (например, спортивный клуб, друзья). Выделяется также ещё *символический* капитал: он является разновидностью социального и отражает авторитет и репутацию агента — «это доверие, это власть, предоставленная тем, кто получил

достаточно признания, чтобы быть в состоянии внушать признание» [Бурдьё 1994], это престиж и почёт, способные значительно структурировать поле (в спортинге — это то, за что борются агенты). От распределения капиталов между агентами зависит распределение власти и влияния в этом пространстве: «Экономический и культурный капиталы являются источниками власти для тех, кто ими обладает персонально, что даёт агенту власть над теми, у кого этого капитала меньше или кто его лишён. Следует заметить, что обозначенные типы капиталов являются не только ставками в игре, а её выигрышем» [Шматко 2003: 115].

Структурированное пространство позиций, для которых свойствен тот или иной объём капиталов, их конфигурация и соответствующие объёмы власти Бурдьё называет полем [Бурдьё 1994]. Как поле в данной работе и будет рассматриваться спортинг. Поле возникает в результате прогрессирующего разделения практик, обладает собственной логикой функционирования и стремится к автономизации от других полей, которая достигается благодаря тому, что любые внешние воздействия переопределяются в контексте логики данного поля. Логика поля спортинга — борьба агентов за ценные в нём капиталы, описанные выше. Логика этого поля, стратегии агентов, связанные с зарабатыванием и конвертацией капиталов, а также с борьбой за позицию в поле, будут рассмотрены в эмпирической части данной работы.

В эмпирическом разделе нашего исследования концепция Пьера Бурдьё выступает основной методологической рамкой, а идеи Вебера и Веблена используются для объяснения некоторых фактов. Остановимся на возможностях применения концепции Бурдьё к российской ситуации.

Социальная иерархия в России подверглась значительным изменениям при переходе от советского к постсоветскому обществу. Следовательно, агенты, которые были рекрутированы в одну и ту же социальную группу из разных классов, существовавших в советское время, сейчас вынуждены находить такие практики и стандарты жизненного поведения (стили жизни), которые способствовали бы закреплению их нового положения, чтобы передать эти социальные практики новому поколению, воспроизводящему данную социальную группу. Здесь существует определённое противоречие с концепцией Пьера Бурдьё, утверждающего, что габитус индивида воспроизводит только те практики, которые были заложены в начальных условиях существования (то есть были усвоены индивидом в советское время). Если рассматривать французское общество, то там всё более или менее ясно, так как давно существует довольно жёсткая социальная стратификация. Но как быть с Россией? Продолжают ли люди, в результате трансформации повысившие свой социальный статус, производить те же практики и стиль жизни согласно своему габитусу, или же они стали придерживаться нового стиля жизни и производить новые практики и формировать у себя новый вкус?

Как показало исследование социолога Юлии Зеликовой, основная схема существования и воспроизводства классов «капиталы — габитус — стратегии — позиция в социальном пространстве — практики — стиль» перестаёт работать в период социальных перемен, так как является теорией социального порядка [Зеликова 2001]. Социолог Брайан Тёрнер (Bryan Turner) в 1988 г. на примере западных обществ утверждал, что как только «предметы культуры, находившиеся ранее в числе привилегированных и престижных, становятся доступными на массовом рынке, лидеры элиты... вынуждены устанавливать новые вкусовые нормы и создавать новые различия» [Тёрнер 2001: 157]. Иначе говоря, происходит своеобразный «эффект просачивания», который был открыт Георгом Зиммелем (Georg Simmel). Это означает, что существует вероятность инкорпорирования новых практик в стили жизни и габитусы высших слоев, которая может быть использована для анализа в данном исследовании.

Стили жизни и стили потребления

Рассмотренные выше теории закрепляют определённый стиль жизни за социальными группами или классами. Существуют концепции, использующие это понятие более гибко и связывающие её не со стратификацией, а с дифференциацией. Современные исследователи Алан Томлинсон (Alan Tomlinson), Нейл Рэйвенскрофт (Neil Ravenscroft), Белинда Уитон (Belinda Wheaton) и Пол Гилхрист (Paul Gilchrist) отмечают, что «выбранные человеком потребительские практики выражают избранные людьми стили жизни, вне зависимости от их идентичностей или социально-экономических статусов» [Tomlinson, Ravenscroft, Wheaton, Gilchrist 2005]. Так, они утверждают, что «...люди, живущие в современных обществах, будут использовать понятие стиля жизни, чтобы описать свои собственные действия и действия других. Стили жизни — это образцы действий, которые дифференцируют людей» [Tomlinson, Ravenscroft, Wheaton, Gilchrist 2005].

Стили жизни предоставляют наборы образцов потребления, выборов, ценностей и вкусов которые помогают человеку ориентироваться в социальном пространстве. В данной работе категория «стиль жизни» используется в двух значениях: в широком, когда стиль жизни рассматривается как совокупность практик, набор образцов потребления, в который могут быть включены определённые виды спорта, и в узком, касающемся конкретных с конкретными спортивными практиками. Относительно последнего можно говорить о *стиле потребления*. Так, изучая стили потребления стрелков, мы будем обращать внимание на оружие, спортивную форму, выбор брендов, на способ организации тренировок. Индивидуальный выбор стилей потребления, таким образом, выявляется через анализ предметов потребления, связанных со спортивным.

Стили жизни и потребления являются основаниями коллективной идентификации и включения в группу. «Уклонение от стиля жизни определённого круга или невозможность приобретения вещей, являющихся атрибутом данного социального слоя, приводит к групповому отторжению» [Абанкина 2005]. «Социальная идентичность определяется и утверждается в различии» [Бурдые 2005: 27]. Это говорит о том, что человек в состоянии сопоставить собственный и чужой стили жизни, а затем сделать вывод, занимает ли носитель другого стиля схожую позицию в социальной реальности.

Стиль жизни предполагает монополизацию статусной группой каких-либо ресурсов власти и престижа — благ, услуг, возможностей, квалификационных дипломов, например. Социолог Фрэнк Паркин (Frank Parkin) объясняет такое поведение как способ социального «ограждения» других претендентов от ресурсов и вознаграждений. «Ограждение выступает в двух основных формах: „исключения“, под которым понимается „попытка одной группы сохранить и защитить свою привилегированную позицию за счёт какой-то другой группы через процесс её субординации“ и „узурпации“, подразумевающей, напротив, „использование власти в отношении вышестоящих групп“» (цит. по: [Радаев, Шкаратан 1996: 124]).

Любые социальные или физические атрибуты могут быть использованы для обеспечения социальной замкнутости, для обозначения тех, кто принадлежит к определённой группе, и тех, кто не входит в неё. Тип жилища, мебели, украшений, музыка, одежда, используемый вид транспорта — все эти аспекты процесса потребления могут быть использованы как знаки различий между статусными группами. Досуговые практики способны быть одним из оснований социальной дифференциации и выстраивания социальных границ.

Таким образом, теоретические основания нашего исследования довольно обширны, однако помогают понять и проанализировать такую спортивно-досуговую практику в обществе, как спортивный с точки зрения социальной дифференциации. Мы уже отметили, что наше исследование во многом опирается на концепцию стилей жизни и капиталов Пьера Бурдые, до сих пор актуальными являются также идеи о

демонстративной праздности Торстейна Веблена и концепция статусных групп Макса Вебера. Концепция социального «ограждения» Паркина и «просачивания» Зиммеля помогают осмыслить соотношения досуговых практик с дифференциацией в обществе. В целом, согласно рассмотренным теоретическим идеям, стиль жизни выполняет две важнейшие функции — обеспечение внутрigrуппового единства, с одной стороны, и межгрупповых различий — с другой. Отечественные социологи полагают, что разграничительная функция значительно сильнее объединяющей в современном российском контексте [Аврамова и др. 2003]. К обоснованию этой идеи мы и обратимся в данном исследовании на эмпирическом материале.

Методическая часть: стратегия исследования и отбор респондентов

Стратегией сбора эмпирического материала была выбрана методика *кейс-стади* — междисциплинарная стратегия качественного исследования, нацеленная на изучение отдельного ограниченного по масштабам объекта (группы, организации, индивида) в совокупности его взаимосвязей. Выбор обусловлен тем, что именно кейс-стади позволяет избрать отдельный ограниченный объект — стрельбище — и посмотреть на совокупность агентов в нём.

В качестве кейса было выбрано одно из стрельбищ Санкт-Петербурга — спортивно-стрелковый клуб «Олимпиец». Выбор обусловлен рядом причин. Во-первых, это стрельбище существует с середины XX в., многие стрелки знают о нём ещё со времён СССР, и на нём можно встретить как тех, кто занимается стрельбой несколько десятилетий, так и тех, кто начал заниматься спортивным стрелком в 1990-е годы. Во-вторых, все основные соревнования по компакт-спортивному стрелку в Санкт-Петербурге проводились на этом стрельбище, что говорит о его особом статусе и широкой известности. В-третьих, клуб находится в черте города и, следовательно, физически доступен как для потенциального стрелка, так и для исследователя.

Эмпирическим объектом исследования стала группа стрелков, тренирующихся на стрельбище «Олимпийца», но не обязательно принадлежащих к этому клубу. Исследование показало, что стрельбище является базой для многих клубов по компакт-спортивному стрелку. В качестве респондентов для интервью выбирались стрелки, находившиеся как в кафе (первый этаж здания администрации), так и на стрелковой площадке. Кейс-стади предполагает использование различных методов для исследования объекта. Основным методом в данном исследовании выступало *лейтмотивное интервью*. Этот выбор обусловлен необходимостью внимания к субъективным и уникальным, индивидуальным характеристикам опыта стрелков, их самоописаниям и интерпретациям социальной реальности. Интервью проходили либо около площадок по стрельбе, в беседке, либо в кафе. Кафе имело важную функцию в организации жизни стрелков, являлось главным местом социального взаимодействия между ними и воспринималось как естественное, удобное место для интервью.

В исследовании была использована *целевая выборка* на том основании, что «логика и мощь целевой или качественной выборки заключаются в отборе информационно богатых случаев для глубинного изучения. Такими случаями являются те, из которых можно сделать выводы, имеющие решающее значение для целей исследования» [Штейнберг, Шанин, Ковалёв, Левинсон 2009: 71]. Поскольку объект исследования достаточно уникален и для него трудно найти какую-либо основу выборки, рекрутинг осуществлялся по принципу *«снежный ком»*, когда информанты рекрутировались непосредственно на стрельбище (см.: Штейнберг, Шанин, Ковалёв, Левинсон 2009: 74)]. Были проведены 16 лейтмотивных интервью.

Несмотря на то что некоторые «смещения» выборки допустимы, в исследование, на наш взгляд, были включены скорее типичные, а не девиантные случаи, поскольку в качестве эмпирического объекта было

выбрано типичное для исследуемых практик место — стрельбище, привычный социальный контекст (интервью проводилось в знакомой обстановке — во время тренировок, корпоративных мероприятий и соревнований), была обеспечена широкая вариативность информантов (ими были члены разных стрелковых клубов), регулярно появляющихся на стрельбище. Однако ключевыми информантами были люди, которые занимаются спортом продолжительное время, практически с 1990-х годов, с того периода, когда этот вид спорта стал активно распространяться в России. Они обладают хорошим знанием поля и могут выступать в качестве экспертов относительно существующих в спорте типологий и классификаций.

Статистическая небезупречность результатов компенсируется получением новых знаний о группе и виде спорта, который до этого не исследовался. Отобранные случаи в значительной степени представляют интересующий объект исследования и не претендуют на обобщение всех случаев, имеющих в генеральной совокупности (все спортсмены России). Мы можем сказать, что результаты кейс-стади содержат данные по Санкт-Петербургу, но в то же время можно предположить, что они заключают в себе «узнаваемые повсюду детали и [дают] возможность экстраполировать наблюдения и выводы на другие регионы» [Романов 2005: 105].

Помимо лейтмотивного интервью, другим источником информации служили интернет-публикации, используемые преимущественно при анализе институциональной ситуации и истории спорта в России, а именно официальные сайты Национальной федерации спорта (ФНС) и спортклубов, различные спортивные, оружейные и охотничьи сайты и форумы (например, Guns.ru, «Рыбалка, охота, туризм»), доступная в электронном виде тематическая пресса (например, статьи из журналов «Охота и рыбалка. XXI век», «МастерРужьё»); статьи в электронных версиях печатных изданий, в которых содержалась информация об истории спорта и объяснялось, что такое «спорт» (например, «Ведомости», «Российская газета», «Невское время»).

Эмпирическая часть

Основной вопрос исследования состоит в том, является ли спорт фактором социальной дифференциации или, наоборот, фактором социального объединения между различными социальными группами. В первом разделе эмпирической части мы остановимся на процессе появления и институционализации спорта в России и обозначим основных агентов, действующих в этом поле. Во второй части мы рассмотрим социально-экономическую дифференциацию в спорте и перейдем к описанию социальных типов, дифференциация которых основана на стилях потребления, то есть критериях, свойственных этому виду спорта.

Институционализация спорта в России

Спецификой досуга и спорта в современной России является его советское наследие. Советский спорт характеризовался демократичностью и широкой доступностью. В СССР были распространены тир, существовали организации ДОСААФ, ассоциации охотников, биатлонистов и отдельные стрельбища. Дети и подростки занимались пятиборьем, биатлоном, стендовой стрельбой. Стрелковый вид спорта был доступен каждому желающему, так как государству были нужны подготовленные в военном отношении люди, способные защитить страну.

Декларируемое в СССР всеобщее равенство постоянно подчёркивалось и в спорте. Стремление дистанцироваться от традиций аристократических клубов, существовавших на Западе, выражалось в том, что все досуговые и спортивные организации в стране называли «обществами», «ассоциациями»

или «союзами», то есть предполагалось членство в них обычных людей, которые хотели заниматься стрельбой разных видов. При переходе к постсоциализму ситуация изменилась: спортивная стрельба возродилась в Российской Федерации уже в новом обличье и в новых формах.

В ходе трансформации общества и социальной структуры в 1990-е годы возникла необходимость конструировать такие социальные пространства, где обеспеченные социальные слои могли бы выстроить и закрепить свою идентичность, дистанцироваться от других слоёв. Такими пространствами стали новые виды досуга и спорта, появившиеся благодаря коммерциализации в постсоветский период. Большие материальные затраты для достижения высокого мастерства в том или ином виде спорта «остро проявили социально-классовое расслоение общества» [Захаров 2008: 53]. Возникли элитарные виды спорта, которые поддерживают свою закрытость и престижность с помощью системы членства в клубах (например, спортинг-клубы, гольф-клубы). Появились альтернативные любительские формы спорта, ориентированные на средний класс. Даже спортивные союзы стали противопоставляться друг другу по классовому признаку, а не по спортивным целям, как было прежде.

Спортинг стали развивать представители бизнеса и профессионалы по стендовой стрельбе (олимпийский вид спорта) не случайно. В 1990-е годы в России формировался новый обеспеченный класс, который нуждался в социальных маркерах стиля жизни. Поскольку традиционная стендовая стрельба являлась спортом высших достижений и не могла стать элитарным досугом, а охота была довольно распространённым занятием, в которое были вовлечены самые разные слои общества, то спортинг оказался как раз тем, что требовалось данному слою людей. Он отвечал потребностям нового обеспеченного слоя в исключительности и демонстративном потреблении. Кроме того, спортинг зарекомендовал себя как маркер стиля жизни успешного и богатого человека в Европе и Северной Америке. Спрос на новый вид спорта, а также наличие недействующих и умирающих стрельбищ, которые можно было восстанавливать, способствовали развитию спортинга¹.

История появления и институционализации спортинга в России освещена довольно противоречиво, что было связано с борьбой за власть в этом поле. По первой и основной версии, высказанной на сайте Национальной федерации спортинга России, а также на сайтах её клубов в российских регионах, спортинг появился в России в 1996 году. В Москве на стрелково-стендовом комплексе в Кузьминках английские стрелки по компакт-спортингу — одной из разновидностей спортинга — провели товарищеское соревнование с российскими спортсменами по стендовой стрельбе. Англичане привезли с собой и оставили после соревнований в России шесть машинок для метания тарелочек, необходимых для тренировок. Российские стрелки, которые никогда не соревновались в спортинге, смогли одержать победу в командном первенстве, а в личном первенстве занять три первых места. Далее описывается, что спортинг в России приобрел популярность благодаря бизнесмену Владимиру Лисину², так как именно он реконструировал старый липецкий стрелковый стенд. Благодаря ему в Липецке стали регулярно проводиться соревнования, более того, именно он наладил производство мишеней на базе комбината, которым руководил. Эта версия институционализации свидетельствует о том, что спортинг появился в России благодаря внешним агентам (англичанам), привлечённым агентам из спорта высших достижений (стрелкам по классической стендовой стрельбе), а также и в основном благодаря российскому бизнесмену Владимиру Лисину, который стал основным игроком в этом поле.

По второй версии, о спортинге в России узнали ещё в советское время, после Олимпиады 1980 г. в Москве. Тогдашний Президент Международной Федерации стрельбы из спортивно-охотничьего оружия (FITASC)

¹ Стрельбище клуба «Олимпиец» к концу 1990-х годов было в полном запустении. Бизнесмен Владимир Лисин выиграл тендер на его реконструкцию и создал спортинг-клуб.

² Владимир Лисин — российский бизнесмен, состояние которого было в 2010 г. оценено журналом «Forbes» в 15,8 млрд долл., занимает в рейтинге этого журнала 32-е место в мире [Vladimir Lisin 2010].

Лакис Псимолофитис (Lakis Psimolofitis) предложил нашим спортсменам-стендовикам принять участие в Чемпионате мира по спортингу в Андорре³. В 1995 г. в Москве был создан Межрегиональный спортивно-охотничий союз (МСОС), который первым в России вступил в FITASC и стал главным катализатором развития спортинга в стране: «У нас появилось некое спортивно-охотничье „окно в Европу“, благодаря которому Россия узнала о новом виде спорта. При организационной поддержке со стороны МСОС многие регионы приобрели современное оборудование для спортинга — метательные машинки. Спортинг начал делать первые шаги в России»⁴. В данной версии появления и развития спортинга в России фигурируют другие агенты, включая организацию, которая не только культивировала новый вид спорта в России, но и членство в которой позволяло участвовать в международных соревнованиях по спортингу.

Следует упомянуть также ещё одну организацию, которая раньше обозначила свои претензии на спортинг и располагалась в Санкт-Петербурге: 5 января 1997 г. была зарегистрирована Федерация стендовой и спортивно-охотничьей стрельбы, в состав которой вошли «представители городской и областной администраций, представители города и бизнесмены. Возглавил федерацию председатель Совета банков Санкт-Петербурга В. В. Филиппов»⁵. Информация о ней практически отсутствует, и существует ли данная организация сейчас, выяснить не удалось.

Несмотря на изначальное зарождение в новом поле нескольких организаций, способных устанавливать свои правила, победила НФС, образованная позже всех, и история возникновения нового вида спорта, переписанная НФС, считается верной. Анализ СМИ позволяет наблюдать, каким образом агенты боролись за место законодателя правил в новом поле. Владимир Лисин, несмотря на то что он был не первым агентом, кто стал закреплять свои позиции в поле спортинга, смог выработать наиболее успешную стратегию и победить в борьбе за власть. Он является руководителем Национальной федерации спортинга, которая диктует правила и подчиняет себе все образующиеся клубы, монополистом по производству и сбыту «тарелочек», он наделён властью писать и переписывать историю спортинга, диктовать правила на рынке оборудования и конструировать образ спортинга как элитарного вида спорта.

Сегодня в России существуют 33 клуба, входящих в Национальную федерацию спортинга. Несмотря на то что они различаются по инфраструктуре и специализации (исключительно спортинг или другие дополнительные услуги), все они проходят регистрацию в НФС, что даёт им право участия во всероссийских соревнованиях, а главное — закрепляет посредством наград и распределения мест на соревнованиях универсальные, общепризнанные, легитимные статусы, благодаря которым стрелок получает символический капитал, признаваемый в границах сообщества стрелков. Национальная федерация спортинга с помощью правил легализует символический капитал, то есть «придаёт перспективе абсолютную и универсальную ценность, позволяющую вырваться, таким образом, из относительности, которая, по определению, свойственна любой точке зрения как взгляду с какой-то отдельной точки социального пространства» [Бурдые 1994].

Таким образом, основными агентами в поле спортинга являются главный игрок — Владимир Лисин, — национальная федерация и спортивные клубы. Наряду с названными агентами в спортинг также включены потребители, дифференциация в пространстве которых будет рассмотрена далее.

³ См.: Стендовая и спортивно-охотничья стрельба. <http://sporting.chita.ru/stendov.doc>

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

Дифференциация в поле спортинга

Социально-демографические характеристики

По грубым подсчётам, основывающимся на косвенных данных об участниках соревнований и оценке количества тех, кто не участвует в них, в России сегодня занимаются спортигом примерно 10 тыс. человек, то есть 0,007% от населения страны. Спортиг развивается быстрыми темпами, так как ещё в 1999 г. можно было встретить данные о том, что «всего регулярно занимающихся этим видом насчитывается человек 60–80» [Беликов 1999].

Основная масса занимающихся спортигом — мужчины в возрасте 35–50 лет. Молодых людей не так много, стрелки объясняют этот факт тем, что до 35 лет нужно построить свою карьеру, заработать деньги, которые потом можно позволить себе тратить на свой досуг.

Теми, кто им занимается, спортиг считается мужским видом спорта. Несмотря на то что ограничений для занятия спортигом нет ни по гендерному, ни по возрастному признакам, и этот спорт не требует отличных физических данных, женщин в нём мало (в основном это профессионалы или бывшие профессионалы, занимающиеся стрелковым спортом). Информанты описывали занимающихся спортигом следующим образом:

«Наверно, обычный портрет — это человек от 30 лет... Ну, обычно 30–45 лет. Достаточно успешный человек, мужчина. Не каждый человек способен купить себе ружьё минимум за три-четыре тысячи долларов и ездить каждый день на стрельбище и платить минимум 150–200 долларов за час стрельбы» (Семён, 30 лет).

«Ну, естественно, это люди, чего-то добившиеся в жизни и умеющие зарабатывать деньги... Либо спортом надо зарабатывать, но для этого надо натренироваться... вложить... мне, допустим, повезло, что в меня когда-то государство вложило деньги» (Данил, 45 лет).

Спортиг в российских СМИ описывается как спорт для элиты и связывается с успехом в жизни: «Спортиг — это спорт для взрослых и азартных людей. <...> Это руководители крупных промышленных предприятий, владельцы фирм, банкиры. Этот спорт для них доступен. Не потому, что он дорогой. Просто за годы у этих людей уже выработались воля к победе, целеустремлённость, они привыкли искать пути решения и находить их» [Быстрой 2004]. Встречаются также упоминания о других социальных категориях: «На спортиговых площадках нередко можно встретить политиков, крупных бизнесменов, известных всей стране, вместе с рабочими, интеллигентами, любителями-охотниками, которых объединяет общая страсть и увлечение, а зачастую и дружба на основе общих спортивных интересов»⁶.

Однако стоит отметить, что спортиг требует определённых финансовых вложений, которые ограничивают его массовость. Стоимость ружья может колебаться от 300 до 140 тыс. дол. и выше (участники соревнований предпочитают в основном продукцию итальянской фирмы Perazzi стоимостью 5–10 тыс. дол. за ружьё). Сумма затрат на тренировки также может быть разной: «...Всё зависит от того, какие задачи вы перед собой ставите. Для того чтобы получить первый разряд, потребуется около шести-семи тысяч рублей в месяц. Если человек хочет стать профессиональным спортсменом, то это уже совсем другие деньги» [Быстрой 2004]. У бизнесменов есть свои стандарты потребления: «Необходимый минимум для профессионального спортсмена — это три тренировки в неделю по пятьдесят выстрелов... две с половиной тысячи рублей за тренировку, семь с половиной — в неделю,

⁶ См.: Gun.ru (<http://www.gun.ru/sport0504.htm>).

итога — тысяча долларов в месяц» [Кудрявцев 2006]. Однако уровня мастера спорта может достичь и человек с меньшими доходами, используя иную стратегию — игнорируя показное потребление.

Остановимся подробнее на дифференциации вовлечённых в спортинг людей, основываясь на специфичных критериях, связанных со стилями потребления.

Социальные типы и стили потребления в спортинге

Дифференциация в поле спортинга связана не только с социально-экономическими характеристиками, но и со специфическими формами капитала, ценными в данном поле. Одним из основных ценных видов капитала является и разновидность культурного капитала — *навык*, умение стрелять, символическое подтверждение которого необходимо получать на соревнованиях. Через механизм медалей, кубков, присуждения спортивных разрядов происходит конверсия экономического капитала и навыка в символический капитал, от объёма которого зависит престиж стрелка.

При зарождении спортинга существовали две основные категории агентов: стендовики и новички. Стендовики, пришедшие в спортинг, уже обладали навыком (хорошо стреляли) и символическим капиталом (имели разряд, участвовали в соревнованиях по смежной стрелковой дисциплине и т. д.). Они могли исполнять роль тренеров для неопытных бизнесменов — новичков, и социализировать их в стрелковую деятельность. Бизнесмены обладали экономическим капиталом, который мог быть конвертирован в символический капитал через организацию собственной стрелковой площадки и собственного клуба, а также через достижения в спорте. С возрастанием числа участников отношения между агентами в поле спортинга становились сложнее и *многообразнее, возрастало количество социальных типов и стилей потребления, вовлечённых в этот спорт*.

Наряду с навыком можно выделить другие критерии дифференциации, на основании которых были вычленены различные социальные типы. При описании социальных типов учитывались также следующие характеристики: тренировки — посещения стрельбища (цель, частота, денежные траты) и потребительские предпочтения (ружьё, различные аксессуары, потребности в престижном потреблении). Также учитывалась стратегия поведения агента в поле, которая, в свою очередь, напрямую зависит от объёма изначального капитала стрелка, а именно от соотношения денег и навыка стрельбы (экономического и культурного капитала), потребности в престиже (символическом капитале) и общении, социальной интеграции (социальном капитале). На основании перечисленных критериев была построена приведённая ниже типология стрелков.

Всех, кто стреляет, можно разделить на две группы: спортсмены и любители стрельбы. **Спортсмены** — это агенты, которые стремятся достигнуть результата в этом виде спорта, они часто посещают стрельбище и участвуют в соревнованиях. **Любителями стрельбы** мы называем тех, кто редко приходит на стрельбище и относится к спортингу как к досугу, а не как к спорту и, соответственно, не участвует в соревнованиях.

Среди спортсменов выделяются спортингисты, тусовщики, профессионалы и фанаты. Любителей можно разделить на две подгруппы: охотники и отдыхающие (любители «популять»).

Спортингисты являются идеальным типом, который обсуждается в прессе — это законодатели «норм почтенности» и образцы успешного, идеального стиля потребления в спортинге, верхушку которых образуют чемпионы России и мира. Спортингисты обладают большим объёмом экономического капитала (бизнесмены, топ-менеджеры) и навыком (благодаря опыту, приобретённому в стендовой стрельбе или на охоте). Они достигли такого статуса в спорте, для поддержания которого им необходимо

придерживаться демонстративного потребления. Стиль их потребления характеризуется подходом «всё самое качественное, дорогое и брендовое». Они поддерживают «достойное» качество жизни и задают стандарты потребления, которые копируют представители других групп. Надо сказать, что система кодов для идентификации, выстраиваемая стрелком, понятна в основном агентам из группы спортсменов: только они разбираются в тонкостях тех или иных ружей, могут определить марку по внешнему виду ружья, а следовательно, и принадлежность человека к тому или иному стилю потребления и группе.

Спортивные тренируются минимум два раза в неделю, занимаются с тренерами, выстреливают за одну тренировку от 100 патронов. Месячный бюджет их тренировок может составлять около 30 тыс. руб. (100 патронов по 12 руб. за штуку, 110 тарелочек по 14 руб. за штуку, 1000 руб. — оплата одного занятия с инструктором). У стрелков может быть несколько ружей: спортивные и охотничьи. В качестве спортивного всегда выбираются высококачественные ружья иностранного производства: Perazzi (стоимость — 5 тыс. дол. и выше), либо Antonio Zoli, Beretta, Browning (стоимость — от 3 тыс. дол.). Спортивные посещают преимущественно современные новые загородные комплексы отдыха с развитой инфраструктурой (продуманный и ухоженный ландшафтный дизайн, кафе, ресторан, часто возможность снять в аренду коттедж и позаниматься другими видами спортивного отдыха, например, рыбалкой, теннисом, конными прогулками и т. д.).

Общая стратегия: спортинг является важной частью стиля жизни спортсмена, который подстраивает под него своё рабочее время, планирует выезды на соревнования. Отдых также часто совмещается с соревнованиями, *«потому что, если ехать просто так на Кипр, в Австрию отдыхать там... ходить по музеям — мне такой отдых неинтересен, и многим такой неинтересен. Ехать отдыхать — это заодно пострелять на соревнованиях. Или съездить на соревнования, а заодно отдохнуть. Так мы ездили в прошлом году на чемпионат мира на Кипре, хорошие условия... тепло, хорошо, позагорать можно, и мы ещё плюс стреляли чемпионат мира»* (Михаил, 45 лет).

Спортивные включены в социальные сети. Тех, кто составляет элиту спортинга России, знают в лицо все, кто достаточно долго занимается этим видом спорта (информантами исследования были, в том числе, и два стрелка мирового класса). Связи в поле спортинга могут быть конвертированы в связи в бизнесе. Так, на вопрос: «Не мешает ли спортинг вашему бизнесу?» — К. Кудрявцев ответил: «Во-первых, клуб работает по субботам и воскресеньям, и можно приехать, когда удобно: утром, днём или вечером. Во-вторых, тренировка не длинная, потому что дольше, чем час, концентрироваться сложно. И потом, чтобы прогрессировать, достаточно двух занятий в неделю. Кроме того, клуб предполагает общение, здесь очень много корпоративных клиентов и людей, которые пересекаются по работе. Я, например, нескольких деловых партнеров нашел именно здесь» [Кудрявцев 2006]. Сферы труда и досуга, таким образом, не являются для спортсменов поляризованными.

Спортивные — тесный круг людей, знакомых между собой, стиль потребления которых предполагает демонстративность. Наличие навыка и символического капитала, выраженного в званиях, наградах и уважении со стороны других стрелков, позволяет занять выгодные позиции в поле и конвертировать их в социальный капитал — связи. Однако социальный капитал не является целью для спортсменов в отличие от представителей следующего типа — тусовщиков.

Тусовщики — это те, кто полностью копирует стиль потребления спортсменов, но не стремится к первенству на соревнованиях; для этих людей важнее общение в кругу равных. Спортивные и тусовщики вместе образуют статусную группу (по Веберу) — группу со сходным образом жизни.

Если спортсмены конвертируют экономический капитал в культурный и символический, для тусовщиков важна конвертация экономического капитала в социальный: *«Нравится само увлечение, мне*

нравится заниматься именно таким видом спорта, для меня клуб — это общение здесь. Я приезжаю, мы общаемся, разговариваем, мы участвуем в соревнованиях, то есть людям это нужно, потому что, ну, работа... Да, целый день работа, работа, работа, но, в конце концов, она же не может занимать всего человека, он должен отдыхать!» (Константин, 49 лет).

Различие между спортивными и тусовщиками лежит в области значения для этих групп спорта, а также капитала и приза, за который они борются: для тусовщиков спорт важен как способ отдыха, дающий возможности общаться и устанавливать социальные связи. Приобретение навыка стрельбы и спортивные успехи для них вторичны: *«Есть люди, даже они ездят, тренируются постоянно, но видно, что они просто тусуются, им просто скучно, и они ездят просто так потусоваться. Главное, им результаты не важны... Ну, тоже важны, но они как-то холодно к этому относятся, а именно тусовка им интересна!»* (Михаил, 45 лет). Для этого типа важно, чтобы «тусовка» состояла из людей со сходным статусом и, соответственно, сходным стилем жизни, который может включать другие общие увлечения: *«У нас же помимо стрельбы есть ещё и другое: мы ездим на охоту, рыбалка... много интересов различных... День рождения празднуем членов клуба, то есть, клубная жизнь — всесторонняя... Так и жить легче, когда ты состоишь в какой-либо организации... Тем более, у нас были члены клуба, которые не вписались в наш клуб по характеру там, по материальной заинтересованности, по ещё чему-то, по непорядочности»* (Данил, 45 лет).

Стиль потребления тусовщиков копирует стиль потребления спортсменов. Однако различие состоит в том, что спорт для них не является увлечением, которому они посвящают всё свободное время, они часто совмещают несколько видов досуга, например, занимаются горными лыжами и дайвингом.

Режим тренировок тусовщиков аналогичен режиму спортсменов — два раза в неделю, занятия с тренером, более 100 патронов. Тусовщики, как и спортсмены, выбирают оружие только иностранных брендов. Раскроем поподробнее логику такого выбора: *«Конечно, можно взять какое-нибудь отечественное, дешёвое ружьё, из него стрелять, но ты не раскроешь себя полностью, и оружие не даст возможности тебе»* (Константин, 49 лет). Престижное потребление оправдывается следующими причинами: оружие и сам спорт являются символами, которые расширяют социальное тело владельца [Алкемайер 2006], отвечают за внешний, телесный перформанс, идентичность человека и качество стрельбы.

Общая стратегия поведения тусовщиков состоит в приоритете участия в клубной жизни и соревнованиях ради общения, в тренировке — с целью разнообразить свой досуг. Имеющийся у тусовщиков экономический капитал позволяет перейти к символическому потреблению и обеспечивает возможность демонстративной праздности. До спорта у тусовщиков была какая-либо постоянная практика досуга (физкультура, рыбалка, отдых на природе, футбол), но она их перестала удовлетворять. Достигнув определённого уровня дохода, человек начинает чувствовать потребность в демонстративной праздности спорта для богатых, которую он случайным образом находит в спорте. Категория «случайность» в данном случае важна, потому что она свидетельствует о сложностях с поиском референтных моделей стилей жизни у верхнего среднего класса, и эти люди вынуждены создавать их сами; таким образом, происходит формирование новых норм поведения, выработка статусных символов, новой идентичности и стилей жизни новых обеспеченных слоёв.

Профессионалы. Профессионалами являются бывшие стендовики (мастера спорта по классическим видам стендовой стрельбы), они обладают большим объёмом специфического капитала — навыком, и зарабатывают деньги, тренируя спортсменов и тусовщиков. Символический капитал профессионалов различен, он зависит от того, входил человек в сборную России (СССР) или нет. Для накопления символического капитала профессионалы участвуют в соревнованиях, на которых в силу своего статуса

должны показывать неплохие результаты. Свой престиж они поддерживают победами в спортивных состязаниях, а также контрактами с крупными фирмами-производителями оружия, рекламируя их продукцию. От уровня престижа, которым наделены профессионалы, зависит востребованность их услуг в поле спортинга и возможность конвертировать символический капитал в экономический.

Частота тренировок у профессионалов зависит от объёма экономического капитала, которым они обладают. Тренировки могут быть ежедневными или происходить несколько раз в месяц. Качество и стоимость оружия профессионалов различаются: профессионалы, показывающие высокие результаты на соревнованиях, стреляют из самых престижных ружей, так как с ними заключают контракты фирмы-производители, ружьё как объект рекламы дается бесплатно: *«Человек не очень богатый, я не могу себе позволить купить, у меня другое. Я за счёт своих заслуг, у меня контракт подписан с фирмой, и мне дают оружие в рекламных целях. Я стреляю с „Antonio Zoli“, хотя также являюсь представителем „Perazzi“ в Санкт-Петербурге и [на] Северо-Западе. На сегодняшний день я лидер продаж. А раз дают бесплатно, нецелесообразно свои деньги вкладывать. Тем более результаты, которые показываю из этого оружия... Порядок цен у „Perazzi“ и „Zoli:“ „Zoli“ стоит 130 тысяч, а „Perazzi“ — в районе 460»* (Данил, 45 лет). Те, кто не обладает символическим капиталом и навыком, достаточным для его получения, покупают оружие сами: некоторые используют старые отечественные ружья, другие стремятся приобрести не очень дорогое импортное ружьё (1,5–3 тыс. дол.), но эта стратегия является скорее подставным потреблением, чем потреблением по необходимости.

Общая стратегия профессионалов характеризуется тем, что спортинг для них — это стиль жизни, и трудовая деятельность в данном случае не отделена от досуга. Их ключевым капиталом является навык, который они могут конвертировать и в экономический капитал, обучая стрельбе других игроков в поле, и в символический капитал, участвуя в соревнованиях. По роду занятий они тесно общаются как с другими спортсменами, так и с любителями. Социальный капитал им интересен постольку, поскольку он может быть конвертирован в другие виды капитала; престиж в поле — это прежде всего спортивный престиж.

Фанаты — люди с меньшим экономическим капиталом, чем спортисты. Они увлечены спортингом, для многих это важная часть их стиля жизни, но объём расходов не позволяют им копировать стиль потребления спортистов. Их интересует достижение спортивного результата в совокупности со стратегиями экономии. Тренировки менее насыщены, но проводятся не реже нескольких раз в месяц, необходимых для поддержания спортивной формы и определённого уровня потребления. Расход патронов более экономный (50 патронов за тренировку), каждый выстрел обдумывается — всё направлено на то, чтобы не просто пострелять, а получить навык и знание, и затем показать результат на соревнованиях. Стратегии экономии также состоят в том, что фанаты сами «крутят патроны» (берут отстрелянные гильзы на стрельбище, покупают дробь и производят патроны самостоятельно). Они могут купить машинку для подачи тарелочек (стоимость — 1 тыс. дол.) и тренироваться, покупая тарелочки оптом по более дешёвой, чем на стрельбище, цене.

Фанаты пользуются и отечественным, и импортным оружием в зависимости от уровня достатка. Распространена такая стратегия: сначала используется отечественное охотничье ружьё (ТОЗ, Иж, МЦ, МР, стоимостью 6–60 тыс. руб.), затем, при наличии денежных средств и большом желании участвовать в соревнованиях, покупается спортивное импортное ружьё («Browning», «Beretta», «Benelli», стоимостью до 100 тыс. руб.).

Ружьё является основным атрибутом демонстративного потребления на стрельбище и основанием для классификаций и различий. Стрелки могут испытывать давление, ощущая различия: *«Мне становится дико неудобно, что... читаю. Что я, недостойн стрелять на стенде именно из-за того? Что у меня*

меньше денег, и меня уверяют, что это не для тебя, это для элиты... занимался пулевой стрельбой, хочу пострелять на стенде, в последнее время всё сильнее и сильнее, но, честно говоря, появляться на стенде стыдно, что ли, после фотографий людей с дорогими для меня ружьями, а тем более после вот таких вот заявлений»⁷. В поле спортинга полагают, что качество ружья связано не столько с его техническими характеристиками, сколько с восприятием стрелком его места в иерархии ружей: «Стрелок держит это ружьё, оно ему жутко не нравится, он чувствует себя не в своей тарелке, отсюда получают промахи» (Вячеслав, 27 лет).

Различия между спортингистами и фанатами, которые проходят по линии экономического капитала, являются причиной различных интерпретаций спортинга. Фанаты претендуют на массовость и демократичность спортинга, тогда как спортингисты видят спорт как элитарный, и даже согласны платить высокие наценки за патроны и тарелочки и обслуживание для того, чтобы затруднить вход в поле и избежать демократизации, стараясь сохранить устоявшийся в поле порядок. Если спортингисты исключают фанатов, используя денежный барьер, то, в свою очередь, реагируют узурпацией — разоблачением стратегии богатых: «А это общая тенденция в России, когда никакие, но с деньгами, пытаются искусственно создать нечто элитарное и отделится от „стада“»⁸. «Просто мы в России, у нас дешёво — это значит отстой, а то как понтоваться? Я стреляю, а вам, лохам, это не по карману. А то вдруг всем станет по карману, и как тогда быть нормальным пацанам? Куда податься? Копить на яхту?»⁹.

Таким образом, спортингом занимаются люди с разными объёмами экономического капитала. Однако ценными являются и другие виды капиталов (например, навык, социальный капитал, а также символический капитал), которые дают позицию в поле, власть, престиж и уважение участников. Несмотря на то что интеграция возрастает с увеличением доходов респондентов, о сильном размежевании в группе говорить нельзя. Люди, увлечённые спортингом, находятся в постоянном взаимодействии как на стрельбище, так и на форуме. Включённость в соревновательную деятельность, активный образ жизни скорее объединяет людей, чем разъединяет, но, несмотря на это, внутри этой группы существуют различия.

Группа любителей стрельбы, как и группа спортсменов, является неоднородной. Как правило, любители не обладают большим навыком стрельбы, и их экономический капитал также варьируется. Эта группа, как правило, не ориентируется на эталон потребления спортсменов — спортингистов, а действует по собственным правилам и в соответствии с собственной логикой.

Для охотников спортинг является тренажёром для успешной охоты: «Спортинг, именно как хорошее занятие, но главная цель моя всегда — подготовка к охоте» (Семён, 29 лет). Тренировки охотников учащаются перед сезоном охоты: «Перед охотничьим сезоном я усиленно начинаю ездить, чтобы восстановить свой навык перед охотой» (Семён, 29 лет). В этом случае используется особая техника стрельбы, не свойственная спортингу, но присущая охоте: «В спортинге я люблю стрелять, когда у меня ружьё опущено, то есть я максимально приближаю к охоте, а в спортинге нужно, чтобы оружие было максимально близко к плечу — мне это не нравится; не то что не нравится мне, это моей цели не отвечает. Как тарелочка вылетает, я, соответственно, делаю вскидку и стреляю» (Семён, 29 лет). Охотники не покупают спортивные ружья, всегда используя собственное охотничье ружьё: «У меня спортинг — вспомогательный, поэтому у меня ружьё охотничье... То есть оно не приспособлено для спортинга, у меня пятазарядка... чисто охотничье» (Семён, 29 лет). Социальные сети охотников — это прежде всего охотники, а не спортингисты. На вопрос: «Познакомились ли Вы с кем-нибудь на

⁷ Guns.ru (<http://talks.guns.ru/forummessage/76/237054-13.html>).

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

стрельбище» — следует ответ: *«Конечно, да, но я знаю этих людей. Но на самом деле у меня появляются друзья по охотничьей тусовке, а они, как правило, пересекаются там. То есть я людей знаю по охоте, и они стреляют тоже, где и я. Поэтому я не могу сказать, что это из-за спортинга. Скорее наоборот, из-за охоты»* (Семён, 29 лет).

В целом общая стратегия охотников состоит в том, что, подобно спортигимстам, их рабочее время подчиняется их увлечению охотой. Логика действий поля спортинга подчинена их собственной логике, которая связана с наработкой навыка.

Отдыхающие как социальный тип — это люди, которые приходят на стрельбище с целью развлечься, хорошо провести время; спортинг для них может быть частью развлекательной программы для корпоративного банкета или другого праздника. Отдыхающие наименее уловимы на стрельбище, поскольку для них характерны разовые посещения. Спортинг является не важной частью их стиля жизни, но лишь способом проведения досуга. Оружие, которое используют отдыхающие, может быть любым; часто ружья берутся напрокат.

Таким образом, мы рассмотрели шесть социальных типов, которые не изолированы друг от друга, но в большей или меньшей степени интегрированы между собой. Занятие спортигимгом нельзя напрямую связать с определённой социальной стратой, и внутри поля спортинга есть дифференциация. Так, любители стрельбы и спортсмены — две разные общности людей, не объединённые одной целью и не взаимодействующие, как правило, между собой. Группа спортсменов, наоборот, является достаточно сплочённой. Она действует по принципу: если человек занимается спортигимгом как спортом серьёзно и показывает результаты, то он «свой»: то есть идентичность спортсмена оказывается более важна, чем социальная принадлежность. Вместе с объединяющим началом в группе спортсменов также имеется стратифицирующий фактор: спортигимгисты и тусовщики престижным потреблением отгораживают себя от менее обеспеченных фанатов; создаются мифы, мешающие тратить на спортинг меньшие деньги (ружьё непременно должно быть иностранного производства, владельцы стендов ориентируют цены именно на спортигимгистов). Такая ситуация не даёт фанатам получать качественные навыки, которые они могли бы конвертировать в символический капитал. Вместе с тем создаётся узкий круг обеспеченных стрелков, лучших, которых все знают и уважают и которые имеют привилегированное право на звание чемпиона России и Европы. Таким образом, можно говорить о горизонтальной дифференциации в спортигимге: стрелки различаются по цели посещения стрельбища (горизонтальная дифференциация) — спортсмены и любители пострелять; группа спортсменов имеет объединяющую функцию, основанную на общности спортивного интереса. Внутри группы спортсменов стрелки с большим экономическим капиталом в сильной степени связаны друг с другом, поскольку имеют общий стиль потребления; фанаты, напротив, имеют отличный стиль потребления, стоящий в иерархии ниже, что не даёт им в полную мощь бороться за символический капитал (вертикальная дифференциация).

Заключение

Данное исследование посвящено изучению стилей потребления в поле досуга на примере одного из новых видов спорта — спортинга. Изучение процесса институционализации спортинга в России в конце XX в. позволило сделать вывод о том, что он появился как спорт для элиты, однако экономический капитал не является в нём единственным ценным ресурсом. Капитал, за который борются агенты в поле, — это навык, умение стрелять, и этот навык приносит престиж и почёт.

Исследование показало, что спортинг не является видом деятельности какой-либо конкретной социальной группы, следовательно, занятие спортигимгом можно рассматривать фактором социальной дифференциации в пространстве досуга. Если в 1990-х годах им занимались две категории людей — богатые предприниматели и мастера спорта международного класса по классической стендовой

стрельбе (последние были экспертами в области стендовой стрельбы, и их роль заключалась в конвертировании экономического капитала богатых в навык стрельбы), то в настоящее время в спорт пришли представители среднего класса (точнее, наиболее обеспеченных его слоев), имеющие различные социально-экономические характеристики и профессиональную принадлежность. Возраст, пол и физические данные в спортинге не важны, однако доминирующей группой по-прежнему являются бизнесмены (и мелкие предприниматели, и держатели крупного бизнеса) — мужчины в возрасте от 35 до 45 лет.

Экономический фактор выступает определяющим для включения в поле спортинга и используется в качестве барьера для сохранения имиджа спорта как спорта для элиты. Тем не менее исследование показало, что увлечение спортингом, стремление получить навыки становятся важнее социальной принадлежности. В то же время была обнаружена закономерность, что с увеличением экономического капитала интеграция спортсменов между собой возрастает, возможно, вследствие того, что спортинг рассматривается богатыми как средство для формирования и воспроизводства групповой идентичности. Несмотря на потенциал сплочения людей из разных социальных слоёв, занимающиеся спортингом подвергаются двойной дифференциации — как на основании социально-экономических характеристик, так и на основании специфических капиталов, ценных в данном виде спорта.

Литература

- Абанкина Т. 2005. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга». *Отечественные записки*. 4. http://magazines.russ.ru/oz/2005/4/2005_4_10-pr.html
- Аврамова Е. М. и др. 2003. *Средние классы в России: Экономические и социальные стратегии*. Московский Центр Карнеги. М.: Гендальф.
- Алкемайер Т. 2006. Социология спорта. Телесные практики субъективации и самоинсценировки. *Логос*. 3. <http://www.ruthenia.ru/logos/number/54/08.pdf>
- Беликов А. 1999. Учимся стрелять цивилизованно. *Невское время*. 2 сентября. <http://www.pressa.spb.ru/newspapers/nevrem/arts/nevrem-2045-art-5.html>
- Бурдые П. 2005. Различение: социальная критика суждения. *Экономическая социология*. 6 (3): 25–48. http://www.ecsoc.msses.ru/data/556/588/1234/ecsoc_t6_n3.pdf
- Бурдые П. 1994. Социальное пространство и символическая власть. В сб.: Бурдые П. *Начала*. М.: Socio-Logos. <http://bourdieu.name/content/socialnoe-prostranstvo-i-simvolicheskaja-vlast>
- Быстрай А. 2004. Спортинг — это спорт для состоявшихся людей. *Рыбалка, охота, туризм*. 25 августа. <http://www.hunfi.ru/node/428>
- Вебер М. 1992. Класс, статус и партия. В сб.: *Социальная стратификация*. Вып. 1. М.: Институт народнохозяйственного прогнозирования; 19–38.
- Веблен Т. 1984. *Теория праздного класса*. М.: Прогресс.
- Виды спортивной стрельбы. Стрелковый союз России. <http://www.shooting-russia.ru/index.php?page=1.0.0>

- Захаров М. А. 2008. *Социология спорта: учебно-методическое пособие*. Смоленск: СГАФКСТ. http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/320751/Zaharov_M.A._Sotsiologiya_sporta._Uchebno-metodicheskoe_posobie.pdf.html
- Зеликова Ю. А. 2001. *Стратегии социального воспроизводства нового обеспеченного класса России: Западное образование детей*. Автореферат диссертации на соискание степени канд. социолог. наук. ГУ ВШЭ. Москва. <http://www.ecsoc.ru/en/db/msg/8353>
- Кудрявцев К. 2006. Компакт-спортинг: Главные по тарелочкам. *Невский Спорт*. Цит. по: http://binocle.atlant.ru/index.php/commands/cmd_show/res_news/res-rec_573/index.html
- Радаев В. В., Шкаратан О. И. 1996. *Социальная стратификация*. М.: Аспект Пресс.
- Романов П. В. 2005. Стратегия кейс-стади в исследовании социальных служб. *Социологические исследования*. 4: 101–110. www.isras.ru/files/File/Socis/2005-4/romanov_strategy.pdf
- Тернер Б. С. 2001. *Массовая культура, различие и стиль жизни. Контексты современности*. Казань: Издательство Казанского университета.
- Шматко Н. А. 2003. Анализ культурного производства Пьера Бурдьё. *Социологические исследования*. 8. <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2004/11/18/0000183930/016.SHMATKO.pdf>
- Штейнберг И., Шанин Т., Ковалёв Е, Левинсон А. 2009. *Качественные методы. Полевые социологические исследования*. Санкт-Петербург: Алетейя.
- Tomlinson A., Ravenscroft N., Wheaton B., Gilchrist P. 2005. *Lifestyle Sports and National Sport Policy: An Agenda for Research. Project Report*. <http://brighton.academia.edu/PaulGilchrist/Papers/119290/Lifestyle-Sports-and-National-Sport-Policy--An-Agenda-for-Research>
- Vladimir Lisin. 2009. *Forbs.com*. http://www.forbes.com/lists/2009/10/billionaires-2009-richest-people_Vladimir-Lisin_U3S0.html

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

М. А. Правдина

Современный рынок советского кино: социокультурный анализ способов позиционирования DVD-продукции



ПРАВДИНА Мария Александрова — аспирантка кафедры анализа социальных институтов ГУ ВШЭ, младший научный сотрудник ЛЭСИ ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: mpravdina@hse.ru

Статья посвящена социокультурному анализу рынка советских фильмов на DVD-носителях. Советское кино рассматривается как культурное благо, позиционирование которого сопряжено с производством и трансляцией культурных символов: представлений о значении и ценности советского кино, об отношениях настоящего и советского прошлого, о роли советского фильма в современном культурном контексте. Автор формулирует следующие вопросы: как позиционируются советские фильмы на рынке DVD-продукции? какие культурные символы при этом транслируются? какую роль в выборе дистрибьюторами стратегий позиционирования играют свойства фильма, обусловленные институциональным контекстом советского кинопроизводства?

Материалом для эмпирического исследования послужили способы оформления DVD-обложек с советскими фильмами и описания советских фильмов, их категорий, серий, коллекций, представленные на сайтах компаний-дистрибьюторов. Исследование охватило 450 DVD-дисков с советскими фильмами.

Ключевые слова: культурное производство; советское кино; рынок DVD-продукции; стратегии рыночного позиционирования.

В советское время существовали два основных и до распространения видеоаппаратуры единственных способа знакомства с фильмами — телевизионный и кинопросмотр. Посещение кинотеатров занимало важное место в культурном опыте советских людей: в СССР действовали более 150 тысяч киноэкранов. Для сравнения: число экранов в современных российских кинотеатрах не достигло и 2000 [Кокарев 2009: 24, 69]. В силу политико-идеологических причин приоритетными для репертуара телеканалов и кинотеатров являлись фильмы советского производства.

В начале 1990-х годов посещаемость кинотеатров упала практически до нуля, не в последнюю очередь потому, что у массового зрителя появилась возможность смотреть фильмы на видеокассетах. В эти же годы на фоне государственного реформирования и критики прежнего государственного устройства старые фильмы как часть советского прошлого, по-видимому, переходили в забвение. Кроме того, в перестроечное время зрителю стали доступны зарубежные

кинофильмы; а позже, в конце 1990-х годов¹, возникла возможность смотреть фильмы нового, теперь уже российского, производства.

Сегодня советское кино как будто переживает второе рождение, активно привлекая к себе внимание. Заинтересованность им обнаруживается на политическом, государственном, уровне и проявляется прежде всего в том, какое внимание основные федеральные каналы уделяют советским фильмам, особенно в дни общенациональных праздников. Яркий пример: в 2009 г. среди праздничных мероприятий, посвященных 9 мая, едва ли не ключевым (судя по масштабу акций, рекламирующих событие) стал телепоказ двух переведённых в цвет, а изначально черно-белых советских фильмов: «Семнадцать мгновений весны» и «В бой идут одни старики». Волна последовавших за этим событием обсуждений выявила и более чем небезразличное зрительское отношение.

Действительно, советские фильмы востребованы современными зрителями, что иллюстрируют и результаты массовых опросов², и динамика спроса на DVD-продукцию³, и процессы в интернет-пространстве⁴: многочисленные сайты, ЖЖ-комьюнити, группы в «социальных сетях», посвящённые советскому кино, и растущая активность пользователей, ищущих и обсуждающих советские фильмы.

Советское кино не показывают, за исключением единичных случаев, в современных кинотеатрах, зато на рынке DVD-продукции формируется значительный сегмент, существующий благодаря спросу на советские фильмы. О растущем предложении можно судить как по числу дистрибьюторов советского кино, так и по витринам магазинов (реальных и виртуальных), обширное пространство которых отведено под советские фильмы⁵. Советское кино — продукт плановой экономики — становится, таким образом, объектом рыночных отношений, маркетинговых и рекламных стратегий.

Позиционирование продукта связано с производством культурных символов [Peterson 2004: 327]. И дистрибьюторы, рекламируя и продвигая советские фильмы, транслируют покупателям определённый взгляд на ценность советского кино и его содержание, на значение представляемой им эпохи. Другими словами, деловые стратегии дистрибьюторов предполагают производство культурного знания об объекте рыночных отношений (см.: [Слейтер 2008: 31]) — советском кино, и эти знания могут быть особо актуальны для тех зрителей, которые родились в поздние советские годы или после распада СССР и знакомятся с советским кино *ex post*.

Важно то, что рынок DVD-продукции существует не сам по себе, а в широком медийном контексте, прежде всего телевидения и Интернета; и покупка DVD-диска — только одна из возможных стра-

¹ Для российского кинопроизводства 1990-е годы — кризисное время: фильмы практически не снимались, а те, что снимались, в широкий прокат не вышли, поскольку сам прокат в кинотеатрах практически отсутствовал [Малюкова 2007]. По мнению современных российских продюсеров, положительные изменения в российской киноиндустрии начались в конце 1990-х или, скорее, в начале 2000-х годов.

² Например, результаты опросов, проводимых ФОМ (<http://bd.fom.ru/>), и исследований, организуемых ВЦИОМ (<http://wciom.ru>).

³ «Современные фильмы могут продаваться месяц, три, пять, а уже через полгода спрос вообще становится нулевым. А наше кино XX века имеет постоянный спрос. В целом же продажи на DVD увеличиваются», — говорит генеральный директор компании «Крупный план» В. Рабинков [Интервью с Рабинковым].

⁴ Существует множество сайтов, на которых идёт активное обсуждение советских фильмов, например, сайт о кино и театре www.kino-teatr.ru и о российском и советском кино www.ruskino.ru, сайт интернет-магазина DVD-продукции www.kinomag.ru и «Энциклопедия кино» www.kinoexpert.ru.

⁵ Дистрибуцией советских фильмов в России занимаются не менее 10 компаний; самые крупные из них — «Крупный план», «СОЮЗ Видео», «RUSCICO», «DVD Classic», «Видео-Восток», «Мастер Тэйп Интернейшнл».

тегий просмотра советского фильма. Кроме того, в производстве культурных символов участвуют не только дистрибьюторы, но и сами зрители, которые осмысливают и интерпретируют фильм, составляют мнение о его значении.

Размышляя о протекающих сегодня и связанных с советским кино процессах, мы обнаруживаем несколько проблем и интересующих нас вопросов. Чем объясняется и что означает проявившийся и растущий интерес современных зрителей к советскому кино? Как позиционируются советские фильмы на DVD-рынке, и какие культурные символы при этом транслируются? Какое место занимает покупка и просмотр DVD с советскими фильмами в ряду других доступных зрителю стратегий кинопросмотра? Наконец, не ясно, какую роль в появлении зрительской привязанности и выборе дистрибьюторами способов позиционирования играет «советскость» фильма, то есть те его свойства, что обусловлены институциональным контекстом советского кинопроизводства — политико-идеологическими, экономическими, производственно-техническими и прочими условиями.

Весной 2009 г. мы провели исследование, целью которого стало прояснение сформулированных выше вопросов. Мы определили, что в конечном счёте интерес представляет то, о каких социально-культурных процессах говорит привязанность современных зрителей к советским фильмам, и какую роль в актуализации советского кино играет российский рынок DVD-продукции. Подобное исследование предполагало двойкий взгляд на исследовательский объект, на советское кино. С одной стороны, нас интересовало зрительское восприятие и стратегии кинопросмотра советских фильмов. С другой стороны, мы сфокусировали внимание на одном из основных каналов доступа к советскому кино — на DVD-дисках, а также на стратегиях позиционирования советских фильмов на рынке DVD-продукции.

Проблематизируя культурную рецепцию, или восприятие, советских фильмов, мы подняли вопрос о способах репрезентации и конструирования прошлого средствами кинематографа, о культурной памяти и феномене ностальгии; рассмотрели институциональный контекст советского кинопроизводства. Эмпирическая часть исследования включала 25 интервью со зрителями советского кино в возрасте от 18 до 72 лет. Наши наблюдения и размышления по результатам исследования описаны в работе «Советское кино как объект современной культурной рецепции и зрительской привязанности» [Правдина 2009], где мы высказываем предположения о возможных объяснениях зрительской привязанности, рассматриваем типы ностальгии, связанные с просмотром советских фильмов, способы зрительской категоризации советского кино и приёмы «работы» с идеологической составляющей, стратегии кинопросмотра, восприятие советского кино наряду с зарубежными и российскими фильмами и т. д.

Вторым предметом нашего исследования, о котором и пойдёт речь в настоящей статье, стали стратегии позиционирования советских фильмов на современном рынке DVD-продукции. В фокусе нашего внимания находится именно DVD-продукция, поскольку она, будучи более «прогрессивным» носителем информации, стремительно вытесняет устаревающие VHS-кассеты. Что касается территориальных рамок, то мы ограничились российским рынком, так как позиционирование советских фильмов за рубежом — вопрос со своей спецификой, требующий самостоятельного исследования.

Задача данной статьи — кратко описать сделанные нами наблюдения и выводы о том, какие социокультурные значения производят дистрибьюторы в процессе позиционирования советского кино, какие стратегии его описания, категоризации, обоснования его ценности используют. В первой части статьи мы обратимся к концепциям и подходам, предлагающим ресурсы для анализа советского кино в качестве культурного блага, продаваемого и позиционируемого на рынке; вторая

часть — описание методики эмпирического исследования; третья часть посвящена сделанным наблюдениям, за которыми следуют наши предположения о том, как стратегии рыночных агентов соотносятся с особенностями зрительского восприятия фильмов, а рынок советской DVD-продукции — с другими каналами доступа к советскому кино (телевидение и Интернет).

Советское кино как культурное благо

Процесс позиционирования, как мы уже отмечали, сопряжён с трансляцией покупателю (зрителю) сообщения о значении и ценности предлагаемого блага. Анализ рынка DVD-продукции мы начнём с обзора тех концепций, которые позволяют изучать кино в терминах культурного производства и индустрий.

Парадигма культурного производства

Парадигма культурного производства была впервые сформулирована Ричардом Питерсоном в докладе на собрании Американской социологической ассоциации в 1974 г., а затем представлена в его же программной статье «The Production of Culture: A Prolegomenon» («Производство культуры: пролегомен»), где Питерсон обосновывает необходимость новой теоретической и методологической рамки для изучения культуры [Peterson 1976]. Предложенная Питерсоном концепция оказалась крайне влиятельной, заняв одну из центральных позиций в социологии культуры (см.: [DiMaggio 2000: 107]), и спустя несколько десятилетий, будучи не единственной в этой области, она остаётся наиболее заметной [Wolff 1999].

Свою статью Питерсон начинает с критики существующих на момент написания статьи, то есть в середине 1970-х годов, подходов к концептуализации отношений общества и культуры, делая вывод, что такому осмыслению можно предложить более продуктивную, в том числе с точки зрения решения эмпирических задач, альтернативу. Критикуемые подходы представляют культуру как глобальную, непротиворечивую, внутренне согласованную и крайне инертную систему символов и предлагают исследователям сосредоточиться на содержании культуры, вместо того чтобы заниматься процессом её производства и изменения (см.: [Peterson 1976: 671])⁶. Альтернатива, предложенная Питерсоном, заключается в уходе от обобщений высокого уровня и фокусировании на самом процессе создания культурных символов. Парадигма культурного производства основывается на предположении о том, что условия, в которых создаются, распространяются и потребляются культурные элементы, определяют содержание культуры. Изменения в её содержании, следовательно, можно объяснить, исследуя особенности социальной организации производства культурных символов (см.: [DiMaggio 2000: 109]).

Питерсон отмечает, что формулируемая им парадигма обобщает идеи, которые имплицитно представлены в исследованиях, уже проведённых как им самим, так и другими специалистами. Речь идёт об изучении тех областей, где «производство символов является центральной активностью» (например, в науке, религии, искусстве, медиа); при этом производство понимается достаточно широко, как «процесс создания, изготовления, маркетинга, дистрибуции, выставления на продажу, продвижения, оценки и потребления» [Peterson 1976: 672].

Такое широкое понимание культурного производства важно для нашей работы. Её объект — советские фильмы, создание которых, казалось бы, завершилось в прошлом. Однако если принимать

⁶ Подобное реконструирование логики Питерсона лежит вне задач нашего обзора. Подробное описание критикуемых подходов содержится в его собственной статье [Peterson 1976]. Что касается русскоязычной литературы, то краткое описание принципиальных моментов этой логики можно найти в статье: [Фархатдинов 2008].

во внимание определение Питерсона, то можно говорить, что процесс производства культурных символов в отношении советских фильмов, рекламируемых по телевидению, позиционируемых и продаваемых на различных носителях, продолжается. В случае рынка DVD-продукции субъектами такого производства являются агенты, отвечающие за маркетинг советских фильмов.

В соответствии с парадигмой культурного производства внимания исследователей заслуживает вся инфраструктура, опосредующая отношения между творцом и конечным потребителем культурных символов (см.: [Peterson 1976: 675]). Развивая свою концепцию, Питерсон предлагает учитывать шесть факторов, которые опосредованно, через влияние на условия создания, распространения и потребления элементов культуры (в рамках различных индустрий), трансформируют её содержание (см.: [Peterson 2004: 313]). Эти факторы — технологии, право и законодательное регулирование, структура индустрии, организационная структура, профессиональная занятость и рынок.

Остановимся подробнее на последнем факторе — рынке. Опираясь на работы Нила Флигстина и Харрисона Уайта, Питерсон акцентирует внимание на том, что рынок, во-первых, служит для производителей способом упорядочить неструктурированные предпочтения потребителей и, во-вторых, образуется действиями производителей, которые контактируют и постоянно отслеживают стратегии друг друга (см.: [Peterson 2004: 317]). Специфика функционирования рынка, связанного с той или иной индустрией (например, иерархия производителей, способы определения продукта), влияет на содержание производимых культурных символов.

Соображение о структурировании предпочтений представляется нам важным и перекликается с пониманием рынка, которое предлагает Слейтер в уже упоминавшейся работе [Слейтер 2007]. Согласно его точке зрения, действия экономических агентов на рынке всегда сопряжены с производством культурного знания, и рынок «по своей сути есть нечто податливое и изменчивое» [Слейтер 2007: 380]. Во-первых, определение рынка предполагает осмысление того, что представляет собой продаваемый продукт: в чём заключается ценность блага, какое место его использование занимает в повседневном культурном опыте потребителей. Во-вторых, экономические агенты имеют возможность манипулировать различными определениями продукта, его ценности и функций, реинтерпретируя рынок в своих интересах. Подобные интерпретации сами по себе становятся деловой стратегией. Переопределение рынка происходит, в том числе, с помощью рекламы, дистрибуции, пиара, изменений в дизайне и упаковки» продукта [Слейтер 2007: 383], то есть с помощью различных техник позиционирования.

Применяя подобную логику к нашему объекту, мы фиксируем взаимосвязанность культурной рецепции фильмов и стратегий их позиционирования: с одной стороны, в способах продвижения отражаются соображения дистрибьюторов о том, как воспринимают советского кино современные зрители. (Эти соображения могут базироваться на выводах из анализа зрительских предпочтений; включать обыденные представления о советском кино; соответствовать стереотипам-клише о значимости советского кинематографа, транслируемых СМИ.) С другой стороны, само позиционирование советского кино, в частности, стратегии обоснования его ценности, предлагает зрителю определённую рамку восприятия фильмов.

Парадигма культурного производства оказалась крайне востребована как концептуальная основа для многочисленных исследований индустрий. В статье «The Production of Culture Perspective» («Производство культуры как исследовательское направление») Питерсон представляет выборочный обзор работ, исследующих такие сферы, как популярная музыка, изобразительные искусства, книгоиздание, фотография, кинематограф, телевидение, радиовещание, мода и др. [Peterson 2004: 313–318]. Хотя в программной статье 1976 г. Питерсон не оперирует понятием «культурные инду-

стрии», но речь идёт именно о них. Четырьмя годами ранее, в 1972 г., этот термин ввёл в научный оборот Пол Хирш в своей статье «Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems» («Производство развлечений и моды: организационный анализ систем культурной индустрии») [Hirsch 1972]⁷.

Культурные индустрии и культурные блага

Концепция культурных индустрий представляет собой одну из аналитических моделей в рамках парадигмы культурного производства [Hirsch 2000: 358]. Хирш исходит из того, что связь между творцом (композитором, режиссёром, певцом, фотографом, художником и т. д.) и конечным потребителем создаваемых благ опосредована сетью организаций и агентов. Например, в индустрии популярной музыки это продюсеры, звукозаписывающие студии, радиостанции, музыкальные критики и т. д. Прежде чем достигнуть потребителя, благо проходит через цепочку организаций-посредников. Ключевая мысль Хирша заключается в том, что именно посредники и их стратегии определяют, как выглядит в конечном счете продукт (например, фильм, песня или книга), достигающий покупателя; какие конкретные блага отбираются из множества предложений и затем продвигаются на рынке, какие стратегии позиционирования используются, на какую группу потребителей они ориентируются [Hirsch 1972: 640].

Культурная индустрия представляет собой «совокупность всех организаций, вовлечённых в процесс отбора и запуска новых продуктов и идей» и составляющих цепочку, связывающую творческий «персонал» с потребителем [Hirsch 1972: 640–642]. Анализируя это определение, мы обнаруживаем, что в основе принципиального различия культурных индустрий среди других лежит особенность производимого блага. В действительности культурные индустрии понимаются как организации, вовлечённые в производство, распространение, позиционирование, продвижение и продажу *культурных благ (культурных продуктов)*. Такое понимание отражается в эмпирических исследованиях, где культурные индустрии определяются через называние сфер, связанных с производством определенных — культурных — товаров и услуг (см., например: [Lampel et al. 2000: 263; Power 2002: 105]). Однако, судя по многочисленным попыткам объяснить понятие «культурное благо», его концептуализация остаётся задачей нетривиальной.

В рамках аналитической модели Хирша культурные продукты определяются как нематериальные блага, предназначенные широкой аудитории, для которой имеет значение скорее эстетическая, нежели чисто утилитарная функция этих благ [Hirsch 2000: 639]. Хирш отмечает, что в современной экономике практически все производители заинтересованы в придании своим продуктам особого, выходящего за рамки утилитарных функций значения. Следовательно, по принципу наличия неутилитарной функции все рыночные продукты в той или иной степени могут быть отнесены к культурным. В связи с этим Хирш акцентирует внимание на нематериальности как отличительном свойстве культурных благ и в качестве примера преимущественно культурных продуктов приводит фильмы, книги, музыкальные записи, театральные представления. Определение объектов как нематериальных подразумевает, что наиболее значимой их составляющей является комплекс идей (см.: [Hirsch 1972: 642]), который и оказывается источником ценности продукта для его потребителя.

⁷ Нужно сказать, что само понятие появилось задолго до статьи Хирша: в 1947 г. вышла книга Теодора Адорно и Макса Хоркхаймера «Dialectic of Enlightenment» («Диалектика просвещения. Философские фрагменты»), в которой была опубликована глава «The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception» («Культуриндустрия. Просвещение как обман масс») [Adorno, Horkheimer 1976]. Статья Хирша стала отправной точкой и задавала концептуальную рамку для изучения различных индустрий представителями социологии и исследований организаций [Hirsch 2000].

Дэвид Тросби, один из наиболее заметных исследователей в области современной экономики культуры (*cultural economics*), поднимает вопрос об определении ценности культурного блага [Throsby 2001]. Сравнивая два подхода к определению ценности продукта, принятые в экономической теории и связанные с культурным значением блага, Тросби приходит к выводу, что культурные блага отличаются от «обычных» наличием высокой культурной ценности, причём денежное измерение последней представляет собой проблему⁸. Тросби конкретизирует понятие «культурная ценность», выделяя шесть её составляющих [Throsby 2001: 28–29]:

- эстетическая ценность;
- духовная ценность (благо является носителем сакрального смысла, связанного с религиозной традицией; или выражает общечеловеческие идеалы и ценности, не привязанные к религии);
- социальная ценность (потребление продукта делает возможным идентификацию и единение потребителя с определённой группой);
- историческая ценность (культурный продукт символизирует прошлое; олицетворяет преемственность между настоящим и ушедшей эпохой; выражает условия своего создания);
- символическая ценность (культурное благо представляет собой хранилище и транслятор значений; ценность блага связана с важностью тех значений, которые потребители производят в процессе его использования);
- аутентичность (уникальность и подлинность культурного продукта).

Рассуждая о культурной ценности благ, Тросби акцентирует внимание на её конструируемой природе. Культурная ценность имеет, как следует из составленной типологии, не одно, а множество измерений и, будучи исторически, контекстуально обусловленной, трансформируется со временем. Другими словами, определение культурной значимости того или иного продукта становится результатом договорённости, и то, как появляется эта договорённость, само по себе заслуживает исследовательского внимания (см.: [Throsby 2001: 28]).

С идеями Хирша и Тросби перекликается подход к пониманию культурного блага, сформулированный Домиником Пауэром в работе о культурных индустриях Швеции [Power 2002]. В современной экономической системе параллельно с коммодификацией культурных элементов происходит эстетизация продуктов самых разных индустрий и определение культурных благ через эстетическую ценность становится затруднительным. Как мы говорили ранее, для решения этой проблемы Хирш акцентировал внимание на нематериальности благ. Пауэр же предлагает придерживаться более широкого определения: под культурными понимать те блага и услуги, которые образуют прежде всего семиотическую, эстетическую ценности и связаны с новым чувственным⁹ и эмоциональным опытом потребителя (см.: [Power 2002: 105]).

⁸ Специфика культурных благ заключается в том, что применение в их отношении экономических законов, сформулированных для обычных благ, наталкивается на серьёзные трудности, которые иллюстрирует Тросби, рассматривая конкретные случаи. К примеру, нередкой становится ситуация, когда предположение, что чем выше ценность (в случае культурных продуктов — культурная ценность) блага, тем больше потребитель готов заплатить за него, опровергается на практике (см.: [Throsby 2001]).

⁹ Речь идёт о слухе (например, в случае музыки) или зрения (в случае картины или фотографии), но не о вкусовых качествах продукта.

Акцент смещается, таким образом, на ценность процесса потребления. Культурные блага являются не просто носителями значений (статусной атрибутики) и потребляются не только (и не столько) с целью получить удовлетворение от факта обладания ими, сколько ради эстетического, эмоционального удовольствия от самого процесса потребления (см.: [Power 2002: 105–106]).

Потребление как производство культурных символов

Как отмечает сам Питерсон в своей статье с говорящим названием «Two Ways Culture is Produced» («Два способа производства культуры»), уже в 1970-х годах его интересовало не только производство, но и потребление культурных символов [Peterson 2000]. В результате в рамках парадигмы культурного производства появилась концепция самоконструирования¹⁰ (*auto-production*), идея которой состоит в том, что потребление культурных продуктов является продолжением производства культурных элементов. Концепция базируется на отказе от понимания потребителя (в частности зрителя) как пассивного реципиента готовых смыслов, не контролирующего содержание потребляемых культурных благ; напротив, он активно производит значения, и такая активность осознанна. Отбирая и комбинируя разнообразные культурные блага, манипулируя и изменяя их значения, отдельные индивиды и социальные группы создают уникальные идентичности, которые затем воспроизводятся в процессе потребления (см.: [Peterson 2000: 229]).

Активная позиция потребителя при освоении и интерпретации культурных благ становится источником большой неопределённости для производителей. Кроме того, в отношении культурных продуктов весьма сложно установить критерии и стандарты качества, так как приносимая ими польза трудно измерима. Ценность культурного продукта обусловлена тем, как потребители воспринимают и интерпретируют продукт; результат же такого восприятия почти непредсказуем (см.: [Lampel et al. 2000: 264]). В такой ситуации производители культурных продуктов не оставляют попыток формировать предпочтения потребителей, предлагая при помощи маркетинговых стратегий свои схемы интерпретации. Однако возможность повлиять на восприятие потребителей ограничена прежде всего в силу того, что сам потребитель погружён в неподвластный производителю социокультурный, в том числе медийный, контекст, который формирует восприятие культурных продуктов (см.: [Lampel et al. 2000: 265]).

Производство культурных символов не ограничивается, таким образом, ни фактом создания культурного блага, ни фактом его дальнейшего рыночного продвижения и представления зрителю; но продолжается на уровне каждого конкретного потребителя (см.: [Acord, DeNora 2008: 235]).

* * *

Элементы парадигмы культурного производства и подходов к определению культурных индустрий и благ могут быть заимствованы нами в качестве рамок собственного анализа. Советский фильм рассматривается как благо, обладающее культурной, в частности художественной, ценностью, которая связывается с его семиотическим и эстетическим значениями, а также чувственным и эмоциональным опытом, приобретаемым зрителем в процессе кинопросмотра.

Процесс позиционирования фильма на рынке предполагает производство культурных символов, которые затем транслируются зрителю (покупателю DVD), и определяют рамку восприятия. Эти культурные символы могут быть использованы для конструирования, представления и распростра-

¹⁰ Перевод термина заимствован из статьи: [Пешио 2002].

нения идеологии¹¹ об идентичностях, общностях, различиях, нациях. Однако процесс культурного производства не является событием самостоятельным: можно говорить, что позиционирование фильмов и стратегии дистрибьюторов взаимосвязаны как с конкретным историческим, социальным, властным, медийным контекстами, так и с творческой работой зрителя — интерпретатора и самого фильма, и маркетинговых сообщений.

Процесс позиционирования советского кино на рынке DVD-продукции, способы представления и обоснования его ценности, их взаимосвязь с более широким социокультурным контекстом являются предметом нашего эмпирического исследования.

Методика эмпирического исследования

В процессе позиционирования мы выделили три значимые составляющие работы с советскими фильмами: *классификация, представление и интерпретация киноматериала*. Конкретизируя каждую из них, мы получили набор категорий, подлежащих наблюдению и фиксации (см. приложение).

Материалом для анализа послужили: (а) способы оформления DVD-обложек с советскими фильмами; (б) описания советских фильмов, также как их категорий, серий, коллекций и т. д., составляемые продавцами DVD-продукции. Эта информация находится в открытом доступе и может быть найдена в Интернете. Наиболее подробно, то есть полностью, мы изучили продукцию пяти наиболее крупных дистрибьюторов — киноvideообъединения «Крупный план», «СОЮЗ Видео», «RUSCICO» («Russian Cinema Council»), ООО «Мастер Тэйп Интернейшнл», «DVD Classic». Кроме того, мы и провели выборочный анализ DVD-продукции ещё трёх компаний: «Торнадо Видео», «DVD Магия» (DVD Magic), «Восток В» (VideoVostok).

При изучении материала фиксировались категории, составляющие действия по классификации, интерпретации и представлению советских фильмов. Промежуточным результатом стал набор таблиц с описанием категорий для каждой компании-дистрибьютора. По итогам анализа сформулированы как выводы для отдельных компаний, так и обобщённые выводы по всем изучаемым дистрибьюторам. В общей сложности мы рассмотрели 450 DVD-дисков с советскими фильмами.

Стратегии позиционирования советских фильмов на рынке DVD-продукции

Периодизация и классификация

История советского кино насчитывает почти 70 лет, в течение которых сменилось не одно поколение кинематографистов и на которые пришлись несколько периодов развития кинематографа. Советское кино, следовательно, крайне разнородная совокупность фильмов, и вопрос о том, как дистрибьюторы классифицируют обширный киноматериал, заслуживает особого внимания. На рынке DVD-продукции прослеживается одна относительно устойчивая тенденция — разделять советские фильмы на две группы: снятые до середины 1950-х годов и снятые после. Среди дистрибьюторов выделяются те, кто работает преимущественно с фильмами первой группы, и те, чью продукцию

¹¹ В данном случае под идеологией понимается *не общественно-политическая доктрина*, а комплекс любых значимых идей и ценностей, которыми «нагружается» культурный продукт.

составляют, как правило, фильмы более позднего периода¹². Примечательно также, что немое советское кино пользуется меньшим, чем более поздние фильмы, вниманием: советские фильмы, снятые до 1930-х годов, оказываются относительной редкостью на рынке DVD-продукции.

Акцент на двух обозначенных периодах и стратегии позиционирования относящихся к ним фильмов отвечают тенденциям в истории развития советского кинематографа. Действительно, середину 1950-х годов можно считать условной границей, разделяющей два принципиально разных периода советского кино: жёсткие требования к повествовательной и художественной структурам фильма, соответствующие соцреалистическому канону, ослабевают и с конца 1950-х появляются фильмы «оттепельного» кино.

Судя по тому, как дистрибьюторы составляют и называют серии, определяют и описывают жанры, более простыми для структурирования и позиционирования оказываются фильмы, снятые в 1930-х — середине 1950-х (так называемые фильмы «Большого стиля», или соцреалистического канона). Среди них дистрибьюторы выделяют, как правило, три основные категории, которые можно определить как «Война», «История» и «Комедия»¹³. В соответствии с перечисленными категориями создаются серии, названия которых варьируются компаниями, но содержание остаётся схожим. Например, компания «Мастер Тэйп Интернейшнл» вводит такие серии, как «Имена» (преимущественно историко-биографические фильмы), «Война» и «Комедии». Если такого рода разделение не эксплицировано в названиях, оно проявляется при оформлении обложек: например, для обложек DVD-дисков с военными и историческими фильмами используются красные, багровые и черные цвета, а для дисков с комедиями — голубые, синие и зеленые (такую стратегию применяют компания «СОЮЗ Видео»).

Способы позиционирования и тот факт, что кино «Большого стиля» оказывается более простым для категоризации объектом, определяются, по-видимому, достаточно жёсткой жанровой структурой кинематографа сталинского периода. Собственно, перечисленные категории соответствуют основным жанрам в кино «Большого стиля»: военная драма, посвященная событиям Великой Отечественной войны; музыкальная комедия (или сталинский мюзикл) и фильмы исторической тематики — историко-революционные, историко-биографические и исторические драмы.

Структурировать и представить на рынке кино, снятое в 1960-е годы и позже, оказывается более трудной задачей. Дистрибьюторы объединяют поздние советские фильмы в серии с такими общими, «размытыми» названиями, как «Популярное кино», «Отечественное кино XX века» (компания «Крупный план»), «Советское кино» (компания «DVD Classic») и т. д. Показательно, что компания «RUSCICO», работающая с фильмами второй половины XX века, пытается придерживаться схемы «История—Война—Комедия»; но всё равно вводит дополнительную серию «Режиссеры», крайне разнородную и включающую все те фильмы, которые нельзя однозначно отнести к одной из трёх обозначенных категорий.

Сложности при выделении жанров и появляющуюся нечёткость позиционирования можно, с нашей точки зрения, объяснить свойствами самих фильмов. Фильмы «оттепельного» периода характеризуются жанровой размытостью, многозначностью и открытостью для различных интерпретаций.

¹² Например, компании «Мастер Тэйп Интернейшнл» и «СОЮЗ Видео» продают преимущественно фильмы, снятые до середины 1950-х годов. Компании «RUSCICO» и «DVD Classics», напротив, работают в основном с фильмами, снятыми позднее. Существуют также и компании-«универсалисты», которые работают со всеми периодами советского кино: «Крупный план», «Магнат».

¹³ Обратим внимание, что в указанный период снимались фильмы и на другие темы. Однако мы говорим именно об основных категориях, на которых дистрибьютеры делают особый акцент при позиционировании.

Применительно к фильмам 1970–1980-х годов Олег Аронсон замечает, что в 1960-е закончилась эпоха советского кино, когда чёткое идеологическое сообщение требовало не менее чёткого киноязыка, а последние десятилетия советского периода — это время не связанных канвой идеологии фильмов, совокупность которых распадается на набор названий и имён (см.: [Аронсон 2003: 88–90]).

Особенности киноматериала препятствуют структурированию фильмов, и большая часть фильмов позднего периода советского кино остается малоструктурированной совокупностью. Самый распространённый критерий классификации — жанровая принадлежность фильма, однако он «работает» прежде всего на советском кино более раннего периода. Ещё одно наблюдение, связанное с определением жанров, заслуживает внимания. Интересно, что при описании фильмов дистрибьюторы не отказываются, а, напротив, активно используют жанровые признаки, отличные от устоявшихся в зарубежном кинематографе, но характерные для советского кино: «фильм-сказка», «историко-революционный», «героико-приключенческий» и т. д.

Фильм как кинодокумент и этнографический материал

Дистрибьюторы используют множественные стратегии с целью надления советского фильма максимальной ценностью в глазах покупателей DVD-дисков. Одна из наблюдаемых стратегий — присвоение кино статуса посредника между прошлым и настоящим: советский фильм может представляться как источник исторических знаний или как хранилище примет времени, позволяющих воссоздать атмосферу ушедшей эпохи.

Начиная исследование, мы предполагали, что связь фильма с прошлым обозначается прежде всего вторым способом. Однако первый также эксплуатируется дистрибьюторами, причём в достаточно радикальной форме — фильм представляется как кинодокумент, а соображения о том, что он является лишь репрезентацией истории, как правило, опускаются. Для создания образа «документа эпохи» в описаниях фильмов акцент сделан на документализме, используется максимально формальный стиль, аннотация формулируется как выжимка из учебника по истории с перечислением основных дат и событий. «Ленин в Октябре» — киноисторическая хроника о первых днях революции» («Ленин в Октябре»; «СОЮЗ Видео»¹⁴).

«Вступление Наполеона в Россию, Бородинское сражение, пожар Москвы, Тарутинский манёвр, партизанская война и, наконец, бегство французской армии из России — все главные эпизоды Отечественной войны 1812 года в историческом фильме, посвящённом великому русскому полководцу» («Кутузов»; «Мастер Тэйп Интернейшнл»).

«1917 год. Солдат Иван Шадрин отправляется с фронта в революционный Петроград, с письмом к Ленину. Шадрин и его товарищи верят, что Ленин даст ответы на все вопросы, волнующие рабочих. В то время на Петроград наступает войско генерала Краснова...» («Человек с ружьём»; «СОЮЗ Видео»).

При помощи другой стратегии советский фильм позиционируется как источник примет времени и этнографического материала о советской культуре и повседневности. По нашим наблюдениям, такой способ позиционирования относится прежде всего к «оттепельным» и более поздним фильмам, в которых особый акцент сделан на деталях быта и повседневности, на субъективных переживаниях героев. «Фильм о молодёжи 60-х, её идеалах, поисках смысла жизни, о взаимопонимании

¹⁴ Здесь и далее в скобках указываются название фильма и название компании-дистрибьютора, которая предлагает цитируемое описание.

поколений и незыблемости нравственных ценностей и о том, что ничего не страшно, когда рядом с тобой друзья, когда есть во что верить<...>» («Мне двадцать лет»; «RUSCICO»).

«Действие картины происходит в 50-е гг. XX века. С поразительной точностью на экране воссоздан вещный мир старой коммуналки, в которой каждая деталь несёт на себе отпечаток времени» («Пять вечеров»; «RUSCICO»).

«Романтико-поэтический фильм, отображающий не только хронологию войны, но и атмосферу времени...» («В шесть часов вечера после войны»; «Мастер Тэйп Интернейшнл»).

«Классикализация» и «музеефикация» советского кино¹⁵

Одна из основных стратегий дистрибьюторов, позиционирующих любое кино, — употребление всевозможных эпитетов, клише и лейблов при оформлении обложки диска и составления серий фильмов, аннотаций. Применение этой стратегии для представления советского кино связано, как минимум, с двумя процессами: «музеефикацией» и «классикализацией» отдельных категорий фильмов.

Используя при назывании серий и описании фильмов такие штампы, как, например, «Кинонаследие» (компания «Мастер Тэйп Интернейшнл»), «Энциклопедия. Мастера кино» (компания «Восток В»), «Ретро-коллекция» (компания «Видеобаза»), «Золотой фонд отечественного кинематографа» (компания «Крупный план»), дистрибьюторы присваивают советскому кино статус наследия, представляющего часть киноистории. Советское кино как будто помещается в музей, где оно становится ценным экспонатом; таким образом, конструируется ценность советских фильмов, не связанная, что примечательно, с их содержанием. Предметы, возведённые в *статус наследия*, менее подвержены критическому переосмыслению, их ценность определяется не конкретным содержанием, а тем, что они символизируют собою прошлое [Лоуэнталь 2004; Добренко 2008]. Подобная стратегия затрагивает фильмы, снятые до 1960-х годов, — исторические и военные драмы, музыкальные комедии, сказки; и, по-видимому, используется дистрибьюторами с целью придать дополнительное значение тому кино, которое, с их точки зрения, может оказаться менее популярным ввиду ярко выраженной идеологической составляющей или по причине устаревания, несоответствия современному контексту.

Другой способ описания связан с «классикализацией» отдельных фильмов и придания им *статуса шедевра*, для чего используются такие названия серий и лейблы, как «Энциклопедия советского киноискусства» (компания «Мастер Тэйп Интернейшнл»); «Шедевры советского кинематографа» (компания «СОЮЗ Видео»); «Классическая советская кинокомедия» (компания «Крупный план»); «Классика советской фантастики» (компания «Twister Digital Video») и проч. Категория «классика» оказывается крайне эклектичной: в неё попадают как фильмы, значимые в масштабах мировой кинематографии (например, работы С. Эйзенштейна, А. Тарковского), так и массовые популярные советские фильмы (комедии Л. Гайдая, работы Э. Рязанова и др.).

«Советскость» фильма: ее акцентирование и замалчивание

Один из вопросов нашего исследования — роль «советскости» фильма в процессе его позиционирования и зрительского восприятия, то есть то обстоятельство, что фильм является продуктом

¹⁵ Оба термина используются для обозначения стратегий, которые применяются дистрибьюторами в адресуемых зрителем сообщениях. В одном случае речь идёт об определении советских фильмов в качестве кинообразцов, формирующих классический канон в истории отечественного кинематографа; в другом — о придании советскому кино статуса наследия, музейного реликта.

именно советской кинематографии. Наблюдая стратегии позиционирования, мы, с одной стороны, зафиксировали ситуации, когда создание фильма в советский период намеренно подчёркивается и зритель (покупатель DVD) тем или иным способом отсылается к советскому прошлому. С другой стороны, обнаружили стратегии, позволяющие нивелировать «советскость» фильма и локальные, национальные коннотации.

Акцент на принадлежности фильма советскому кинематографу

1. *Использование лейблов и советской символики* — самая простая стратегия позиционирования. В этом случае при оформлении диска компании указывают на обложке: «Советское кино» (компания «DVD Classic»); «Энциклопедия советского киноискусства» (компания «Мастер Тэйп Интернейшнл»), «Страна СССР» (компания «СОЮЗ Видео») и др. Кроме того, одним из ключевых элементов оформления становятся элементы советской символики — знамёна, золотые серп и молот, красные звезды. В этом случае для обложек подбирают кинокадры, где присутствуют такие символы¹⁶ или составляется коллаж из кадров фильма и элементов символики (например, «День счастья»; компания «DVD Classic»).

2. *Указание на успех, которым пользовался фильм у советского зрителя после выхода на экран*, — ещё одна, вторая по значимости, популярная стратегия. «*Один из самых любимых семейных фильмов в Советском Союзе. Зрители готовы были снова и снова пересматривать веселую историю*» («Подкидыш»; «СОЮЗ Видео»)

«*[Фильм], „Гостя из будущего“*» вышел на телеэкраны страны 25 марта 1985 года. И с тех пор у советской детворы началась новая эпоха. А в главную героиню фильма <...> были влюблены чуть ли не все мальчишки Союза» («Гостя из будущего»; компания «Twister Digital Video»)

3. *Специфика жанровой структуры советского кино* учитывается дистрибьюторами, которые не стремятся к описанию отечественных фильмов в конвенциональной системе голливудских жанров. Кроме того, в процессе позиционирования фильмов акцент делается на особом жанре — советской комедии, и складывается канон фильмов, маркируемых как «классика советского комедийного киножанра». Его составляют популярные комедии 1960–1970-х годов (фильмы Л. Гайдая, Э. Рязанова, А. Серого и др.) и музыкальные комедии 1930-х — середины 1950-х годов.

4. *Средствами позиционирования на рынке DVD-продукции создаётся образ старого доброго кино*, соответствующий транслируемому по телевидению, стереотипному представлению о советском кинематографе. Эта стратегия — хороший пример того, как действия дистрибьюторов перекликаются с процессами в медиасреде и телевизионной политикой в отношении советского кино.

Образ старого доброго кино формируется в первую очередь при помощи интерпретаций сюжетов и использования специфической лексики для описания фильмов.

«*Музыкальная комедия с множеством смешных ситуаций, незатейливого юмора, простодушной доброты и обаяния*» («Кубанские казаки»; «СОЮЗ Видео»).

«*Фильм для тех, кто любит отечественное кино, светлые, оптимистические фильмы 30-50-х годов*» («Моя любовь»; «СОЮЗ Видео»).

¹⁶ Примечательно, что если фильм черно-белый, то элементы советской символики выделяются цветом (например, «Александр Пархоменко», «Броненосец „Потемкин“», «Ленин в 1918 году»; компания «СОЮЗ Видео»).

«Фильм — о любви. Любви к жизни, к Родине... И, конечно, к женщине. Герои — боевые товарищи, — несмотря на все превратности судьбы, хранят верность дружбе, долгу, офицерской чести» («Офицеры»; «Крупный план»)

«Добрый, трогательный и местами смешной фильм об удивительном учителе пения, об обожающих его мальчишках и о всеобщем любимце щенке Тинге» («Учитель пения»; «DVD Classic»).

Приведённые цитаты — лишь несколько примеров из множества описаний подобного рода: советский фильм связывается с определенным ценностно-нормативным комплексом, а представляют через называние ценностей, которые, по мнению дистрибьюторов, он содержит. При этом складывается конвенциональный, повторяющийся из описания в описание набор определений: «добрый» (по-видимому, лидирует по частоте упоминания), «весёлый», «трогательный», «смешной», «нежный», «о любви», «о дружбе». Значимую часть позиционируемых таким образом фильмов составляют те, что входят в стандартный набор, транслируемый основными федеральными телеканалами: например, фильмы «Девчата», «Офицеры», «Служебный роман», «Карнавальная ночь» и др.

5. Подчёркивание того факта, что создатели советских фильмов принадлежат советской кинематографической школе, которая в описаниях фильмов получает самую высокую оценку, — ещё одна стратегия частого обозначения ценности фильма.

«Знаменитый советский фильм... Сплав талантов гениальных актёров, режиссёра, композитора — вот залог „нестарения“ произведений искусства. Поразительный факт содружества гениев, которые сделали такой шедевр народного искусства» («Цирк»; «СОЮЗ Видео»).

6. Способы интерпретации политико-идеологической составляющей фильмов напрямую связаны с вопросом о роли «советскости» фильма при выборе стратегий позиционирования напрямую связано то, как дистрибьюторы интерпретируют политико-идеологическую составляющую фильмов. Заметим, что в одних советских фильмах идеи коммунистической пропаганды выражены явно и ярко (прежде всего в кино середины 1920-х годов и фильмах «Большого стиля»), в других, преимущественно более поздних, эти идеи менее заметны или, напротив, резко критикуются (например, в «перестроечном» кино). Наблюдая за процессом позиционирования, мы обнаруживаем три основные стратегии дистрибьюторов по отношению к политико-идеологической составляющей фильма.

Во-первых, эта составляющая может игнорироваться, о каких бы советских фильмах ни шла речь. Такая стратегия, по-видимому, доминирует на рынке DVD-продукции.

Вторая и скорее маргинальная стратегия состоит в том, что издание фильма приобретает форму критического осмысления: при описании фильма и в дополнительных материалах к нему рассматривается общественно-политический контекст создания киноработы¹⁷.

Третий, особо интересный подход — составление идеологически не нейтральных аннотаций с, возможно, ненамеренным, но прокоммунистическим уклоном. В описаниях фильмов проявляются однобокие оценки и определения революционных событий, большевиков, врага, раскулачивания и т. д. Например, такие аннотации:

¹⁷ Из изученных нами дистрибьюторов акцент на истории создания фильма при его описании делает только «RUSCICO». Только две компании — «RUSCICO» и «Крупный план» — занимаются выпуском киноизданий, которые содержат дополнительные материалы, посвящённые процессу и истории создания фильма, его экранной судьбе.

«В конце 1917 года в Петрограде — голод и разруха. Многие жители города полны ненависти к большевикам. Профессор Полежаев <...> публикует статью в поддержку пролетариата. Друзья и коллеги отворачиваются от него. Старый профессор остаётся в одиночестве, но продолжает работать на благо новой России» («Депутат Балтики»; «СОЮЗ Видео»).

«Революция. Мартынов погибает на посту комиссара, Варе же предстоят тяжёлые испытания в борьбе с кулачеством» («Сельская учительница»; «Мастер Тэйп Интернейшнл»).

Нивелирование «советскости»

Помимо ожидаемых нами стратегий, акцентирующих внимание на том, что фильм является продуктом советской кинематографии, на рынке DVD-продукции обнаруживаются также ситуации, когда при позиционировании фильмов «советскость» не акцентируется, а, напротив, нивелируется. Один из примеров — политика компании «RUSCICO», продающей советские фильмы как на российском, так и на зарубежных рынках (при этом оформление диска остается практически одинаковым для местной и экспортной кинопродукции¹⁸). По-видимому, важная задача этого дистрибьютора состоит в том, чтобы создать не привязанный к советской специфике образ кино, уменьшив значение локальных, национальных коннотаций. При позиционировании акцент делается на вненациональных особенностях фильма: наградах и призах всемирно известных кинофестивалей; роли фильма в мировом кинематографе; универсальности сюжетов и поднимаемых проблем.

«Эту картину высоко оценил великий французский писатель XX века Жан-Поль Сартр. Неоднозначные отклики приходили и от крупных деятелей культуры многих стран. Они признавали, что такого фильма о войне в истории мирового кинематографа ещё не было» («Зеркало»; «RUSCICO»).

«Фильм <...> не только о войне 1941–1945, а о войне как о разрушающей силе, сметающей природный порядок вещей» («Иди и смотри»; «RUSCICO»).

«Непринужденность киноповествования, свободная композиция, блистательные диалоги и монологи молодых гениев от науки <...> — всё привлекало в фильме. Фильм дышал современностью [временем «оттепели» в СССР]... Но в картине о ядерщиках самым, может быть, главным оказалась мысль о глобальном катаклизме 20 века...» («Девять дней одного года»; «RUSCICO»).

Фокус на значении фильма в мировом кинематографе является также одной из стратегий, позволяющих подчеркнуть вневременную ценность советского фильма, сократить дистанцию между временем его создания и настоящим. Существуют также и другие стратегии, нацеленные на решение этой задачи.

Обоснования актуальности советского кино

Прежде описанные наблюдения проиллюстрировали несколько основных тенденций. Во-первых, при позиционировании советских фильмов дистрибьюторы эксплуатируют их связь с прошлым, подчеркивая ценность советского кино в качестве исторического документа или источника примет прошлого. Во-вторых, важная составляющая позиционирования — акцент на принадлежности фильма советской кинематографии и советской эпохе.

Однако перечисленные тенденции — одна сторона медали; и мы также обратили внимание на стратегии, связанные, например, с нивелированием «советскости» фильма. Дистрибьюторы DVD-про-

¹⁸ Например, может быть выполнен только перевод текста.

дукции, по-видимому, заинтересованы в том, чтобы охватить максимальную аудиторию зрителей, включая молодёжь. Такая цель требует одновременного использования множества способов, позволяющих по-разному обосновать ценность фильма. На практике компании стремятся не только обозначить связь советского кино с прошлым, но и включить его в современный социокультурный контекст — подчеркнуть актуальность фильма в настоящем.

Приведём одно из описаний, уникальное в том смысле, что оно вбирает в себя практически все распространённые стратегии позиционирования и является хорошим примером того, как создаётся множественная ценность советского фильма: *«Один из лучших фильмов о нашем советском прошлом покажет Вам бесхитростных и добросердечных героев эпохи всеобщего энтузиазма и веры в светлое будущее, даст понять, над чем они так заразительно смеялись и „не по-детски“ грустили, поможет услышать замечательные песни, которые после выхода фильма на экраны распевала вся страна. Несмотря на наивность, классика отечественной комедии до сих пор смотрится с огромным наслаждением»* («Иван Бровкин на целине»; «RUSCICO»).

В этом описании прослеживается набор из множества способов позиционирования, среди которых уже знакомые нам отсылка к советскому прошлому, его идеалам; акцент на фильме как источнике знаний о советской жизни; отнесение фильма к «классике»; замечание о народной популярности песни из фильма. Но в описании обнаруживается стратегия и другого рода, а именно *указание на неустаревание* фильма («несмотря на наивность»). Акцентирование актуальности советского кино — крайне популярная среди дистрибьюторов стратегия, что отражается многими аннотациями. Особый интерес представляет то, как обосновывается неустаревание и соответствие советских фильмов контексту настоящего. Мы обнаруживаем три способа обоснования.

Во-первых, неустаревание кино связывается с его эстетической, художественной ценностью, привлекающей современного зрителя: *«Проходит „перестройка“, разрушается советская система ценностей, перестает существовать СССР, а картину продолжают смотреть и любить. Оглушительный успех был обеспечен многолетней кропотливой работой режиссёра Т. Лиозновой, напряжённым сюжетом сценария Ю. Семенова, игрой великолепного актёрского состава и музыкой, написанной к фильму М. Таривердиевым»* («Семнадцать мгновений весны»; «RUSCICO»).

Во-вторых, неустаревание объясняется вневременной актуальностью сюжетов и проблематики. Указание на извечную значимость и жизненность историй — крайне популярная стратегия, которая используется при описании прежде всего фильмов более позднего периода, 1960–1980-х годов.

«Как непросто в наши дни устроить свою личную жизнь! Даже если план действий разработан подругой-социологом. Забавные ситуации, связанные с поисками будущего супруга и завоеванием его сердца, составляют сюжет этой остроумной комедии, в героях которой многие узнают себя» («Самая обаятельная и привлекательная»; «Крупный план»).

«Главное достоинство картины заключается не только в первоклассных актёрах, но и в том, что „Родня“ остаётся по-прежнему современной и актуальной. Взаимоотношения зятя с тещей — такая же вечная тема, как и сама любовь» («Родня»; «RUSCICO»).

В-третьих, актуальность обосновывается акцентированием вневременной ценности идеалов и нормативных образцов, транслируемых фильмом. В этой стратегии явно прослеживается двойственный статус, которым наделяется советское кино в процессе позиционирования. С одной стороны, подчёркивается его принадлежность прошлому — прослеживается связь «советскости» и тех ценностей, что пропагандирует фильм. С другой стороны, акцент на вневременном значении этих ценностей позволяет обосновать непреходящую актуальность фильмов.

Определение зрительской аудитории и ситуаций кинопросмотра

Стратегии позиционирования используются не только для экспликации и обоснования ценности советского кино, но и для трансляции определённого понимания того, кто составляет аудиторию фильмов, какие цели и стратегии их просмотра существуют.

Разделение зрительской аудитории на массового и искушённого зрителя является частью политики компании «Крупный план», крупнейшего дистрибьютора советских фильмов на российском DVD-рынке. При этом предполагается, что массовый зритель составляет аудиторию самых популярных советских фильмов, образующих «золотой фонд отечественного кинематографа». Искушённые зрители, напротив, ориентированы на кино, «не имеющее столь большого спроса у публики», представляющее собой «произведения киноискусства»¹⁹ (фильмы С. Эйзенштейна, Э. Климова, А. Германа и т. д.). В издательской политике компании воспроизводится также деление на кинознатоков и обычных зрителей: помимо простых дисков выпускаются элитарные издания, рассчитанные на неслучайного зрителя, проявляющего особый интерес к контексту и процессу создания фильма, его судьбе после выхода в прокат.

Что касается тенденций, общих для всех дистрибьюторов, то наше первоначальное предположение о разделении аудитории на зрителей с «советским» опытом и без него. Напротив, мы наблюдаем стремление к универсализации советского кино, когда оно позиционируется как одинаково интересное для представителей любых поколений — как тех, кто застал СССР, так и тех, у кого уже нет этого опыта. Таким образом, за советским кино закрепляется роль по поддержанию культурно-исторической преемственности, что обнаруживается в описаниях фильмов.

«Картина оставила поистине неизгладимое впечатление в памяти зрителей нескольких поколений» («Разные судьбы»; «RUSCICO»).

«Кажется, сюжет этого советского „супербоевика“ давно знает почти наизусть и стар, и млад» («Белое солнце пустыни»; «Крупный план»).

«Гениальный фильм, один из тех, что смотрят с равным удовольствием и взрослые, и дети <...> смотреть её будут ещё многие поколения» («Золушка»; «СОЮЗ Видео»).

Позиционирование фильма связано с определением роли, которую он играет в повседневности и культурном опыте зрителей; описания фильмов нередко содержат указания на возможные цели покупки DVD и зрительские стратегии кинопросмотра. Приведём примеры подобных указаний.

Практика многократного просмотра. В аннотациях к фильмам иногда указывается, что советское кино может быть объектом многократного просмотра, когда выученный наизусть и разобранный на цитаты фильм смотрят и смотрят снова, а каждый следующий просмотр доставляет не меньшее удовольствие, чем предыдущий: *«Блестящая драматургия и режиссура, замечательная музыка, выдающиеся актёры заставляют всякий раз как бы заново воспринимать этот фильм — весёлый, трогательный и глубокий» («Обыкновенное чудо»; «Крупный план»).*

Семейный просмотр. Одна из стратегий дистрибьюторов — представление советских фильмов (особенно детских приключенческих и фильмов-сказок) как кино, формирующего семейную традицию просмотра. Компания «DVD Classic», например, вводит специальную серию «Семейный экран», составленную преимущественно из советских фильмов.

¹⁹ Эта и предыдущая цитаты заимствованы из описания политики компании, размещенного на сайте <http://www.close-up.ru>

Традиция просмотра в праздничные дни. Распространённой стратегией становится выпуск не отдельных фильмов, а сборников. Популярным принципом, в соответствии с которым группируются фильмы, становятся общенациональные праздники: появляются, например, сборники «С наступающим!», «Издание ко дню 8 марта» (компания «Крупный план»), «Ко Дню Победы» (компания «DVD Classic»). Просмотр определённого набора советских фильмов представляется как опыт, объединяющий жителей страны, и неотъемлемая часть общегосударственного праздника.

Фильм для поднятия настроения, «разрывающий» повседневность. Дистрибьюторы делают особый акцент на такой цели просмотра, как отвлечение от рутинной повседневности. Просмотр советского фильма позиционируется как практика, позволяющая прервать привычный ход вещей, что возможно благодаря сюжету, ценностям и настроению фильма: *«Вы устали, чем-то озабочены и хотите отвлечься от грустных мыслей? Отличное средство — озорной музыкальный фильм о приключениях четвёрки безденежных, не всегда удачливых, но никогда не унывающих музыкантов»* («Мы из Джаза»; «Крупный план»).

Коллекционирование DVD-дисков и покупка их в подарок. В способах составления и названия сборников фильмов нередко проявляются как минимум два указания на цель их приобретения. Во-первых, компании издаются коллекционные сборники фильмов, отличающиеся «богатством» оформления и посвящённые отдельным режиссёрам, актёрам, жанрам. Подразумевается, таким образом, что зритель может не только смотреть кино, но и составлять домашние коллекции. Во-вторых, в издании коллекционных сборников и специальных подарочных DVD-выпусков (например, «Подарок любимой. Издание ко Дню 8 марта» (компания «Крупный план»)) выражается представление о советском фильме как о возможном подарке.

Мы видим, что в стратегиях позиционирования отражается понимание кинопросмотра как социальной практики, когда советский фильм становится основой коммуникации в ситуациях семейного киноритуала, дарения, многократного просмотра в праздничные дни и т. д.

Стратегии осовременивания фильмов

Мы уже отмечали тот факт, что рынок советской DVD-продукции существует не обособленно, но в медийном пространстве, которое формируется телевидением, Интернетом и современным (зарубежным и российским) кинематографом. Процесс позиционирования советских фильмов интересен тем, что он происходит в уже изменившемся (по сравнению с советским временем) и продолжающемся меняться культурном контексте. Киновосприятие молодых поколений формируется преимущественно на материале принципиально ином, чем советское кино, — на современных фильмах, видеоклипах, интернет-роликах. Отличия затрагивают множество вещей: качество изображения, яркость цветов, скорость движения в кадре, спецэффекты и т. д. Новая медийная среда, по-видимому, не только влияет на молодую аудиторию, но и изменяет восприятие зрителей старшего поколения, привыкающих к новому качеству изображения, осваивающих новые медийные каналы, в том числе Интернет.

В такой ситуации возникает вопрос о том, учитывают ли дистрибьюторы DVD-дисков контекст современности, особенности нового восприятия и новые навыки кинопросмотра. Анализируя эмпирический материал, мы обнаружили, что компании пытаются соответствовать новым культурным тенденциям, и выделили несколько стратегий «осовременивания» советского кино. Рассмотрим наиболее интересные из них.

Первая из отмеченных нами стратегий — активное **использование современной лексики** для описания сюжетов старых фильмов. Прекрасный пример этой стратегии — аннотация к советскому фильму «Аэлита», снятому в 1924 г.: «*Холодная inferнальность Юлии Солнцевой и телесный драйв Николая Баталова в самой оригинальной экранизации нетленного произведения Алексея Толстого*» («Аэлита»; «RUSCICO»).

Второй способ осовременивания касается художественного оформления DVD-продукции с советскими фильмами, происходит **стилизация под диски с современным кино**. В результате на обложках появляются коллажи из крупного плана главных героев и красочных современных фотографий в качестве фона, например, фотографии яхты («Белеет парус одинокий»; «СОЮЗ Видео»), самолёта и американского флага («Валерий Чкалов»; «СОЮЗ Видео»), города и т. д.

Третья примечательная стратегия, которая относится не столько к позиционированию дисков, сколько к рекламе кино, — **выпуск трейлеров к советским фильмам**. Трейлер (короткая «нарезка» из самых ярких кадров) — изобретение современной киноиндустрии и хорошо знакомый современным зрителям рекламный ход, применяющийся теперь при продвижении советского кино. Трейлеры с советскими фильмами появляются на сайтах дистрибьюторов и в других интернет-ресурсах. Примечательно, что сами зрители создают подобные ролики и размещают их в сети (например, на YouTube.com).

Ещё одна стратегия заключается в реставрации советских фильмов. **Ремастеринг звука и реставрация изображения** составляют не просто одну из стратегий, а основу деятельности компании «Крупный план». При этом реставрация фильма становится элементом маркетинга и представляется как исключительное, конкурентное преимущество кинопродукции. Нужно заметить, однако, что зрительская реакция на действия по «осовремениванию» фильмов неоднозначна. Применение достижений технического прогресса к советскому кино становится предметом жарких споров, что продемонстрировала история с переводом в цвет фильма «Семнадцать мгновений весны» и публичная дискуссия в прессе и Интернете о допустимости таких изменений²⁰.

Заключение. Будущее советских фильмов и DVD-рынок

Наше исследование восприятия и позиционирования советского кино возникло из наблюдения, что, несмотря на богатый выбор разнообразной зарубежной и российской кинопродукции, у современного зрителя, чьё восприятие сформировано или трансформировано новыми медиа и стратегиями кинопросмотра, возникает и остаётся привязанность к советским фильмам. Изучая дискуссии на сайтах и беседуя со зрителями, мы узнали, что такая привязанность свойственна не только зрителям, заставшим СССР, но и более молодым — тем, кто не жил в Советском Союзе и с советским кино познакомился только в 1990-х или 2000-х годах.

Три канала доступа к советскому кино играют, по-видимому, основную роль в его сегодняшней актуализации: телевидение, Интернет и рынок DVD-продукции. Именно последний оказался в фокусе нашего внимания, поскольку на нём наглядным образом проявляется, как созданный вне рыночной экономики продукт становится объектом позиционирования и производства культурных символов. В процессе этого производства определяются и переопределяются целевая зрительская

²⁰ При появлении новости о выходе фильма «Семнадцать мгновений весны» в цвете и даже ещё до официального показа это событие стало одной из основных новостей в информационных лентах и темой многочисленных обсуждений, споров. Дискуссия была публичной: в прессе и Интернете обсуждался, в том числе, иск о возмещении морального вреда в связи с выходом переведенного в цвет фильма, поданный в Мосгорсуд членами организации «Коммунисты Петербурга и Ленинградской области — потребители» и предъявленный создателям цветной версии (<http://www.rian.ru>).

аудитория, цели просмотра, и, в конечном счете, транслируется определённый взгляд на значение и место советского кино в современном культурном контексте. Что же происходит с советским фильмом на рынке DVD-продукции?

Изучая стратегии позиционирования дисков, мы сделали несколько наблюдений. Повторим их тезисно.

1. Периодизация и классификация советского кино определяется и направляется особенностями киноматериала. Более простыми для описания становятся фильмы 1920-х годов и кино «Большого стиля», а поздние фильмы (прежде всего «оттепельное» кино и крайне разнородное кино 1970–1980-х) оказываются «неудобными» для позиционирования и чёткой категоризации.
2. Результатом стратегий по обоснованию ценности советского кино в двух его статусах — наследия и шедевра — становится «музеефикация» и «классикализация» советских фильмов.
3. В стремлении охватить широкую зрительскую аудиторию дистрибьюторы используют множественные стратегии с целью наделять советский фильм максимальной ценностью. Привычным становится двойственный подход в описании отношения фильма к современности: обозначается и привлекательная связь фильма с прошлым, и его актуальное соответствие современному контексту.
4. Советский фильм может быть представлен и как источник этнографического материала, передающего атмосферу и приметы ушедшего времени, и, вопреки нашему первоначальному предположению, как источник исторического знания, кинодокумент и подлинное свидетельство о советском времени.
5. Стратегия, избираемая в отношении «советскости» фильма, зависит, по-видимому, от типа и целей дистрибьютора. Мы наблюдаем набор стратегий (от использования советской символики до указания на достоинства старой советской киношколы), акцентирующих «советскость» фильма в качестве его уникального преимущества. Противоположный подход заключается в нивелировании «советскости» и локальных коннотаций, указании на универсальную художественную ценность фильма или его институциональное признание мировым кинообществом. Второй подход выражен прежде всего в стратегиях компании «RUSCICO», работающей одновременно на российском и международном DVD-рынках.
6. Связь советского фильма с прошлым — привлекательная сторона, которую подчёркивают дистрибьюторы. Между тем целый ряд стратегий позиционирования служит обоснованию вневременной привлекательности и нынешней актуальности советского кино. Три ключевые стратегии касаются эстетической, сюжетной и ценностно-нормативной составляющих фильма, каждая из которых рассматривается под углом универсальности и всегда актуальной ценности. И здесь фиксируются конкурентные преимущества советского фильма в ряду других типов киноматериала (современного российского и зарубежного).
7. В стратегиях дистрибьюторов угадывается стремление к универсализации зрительской аудитории. По крайней мере мы не обнаруживаем попыток провести чёткую границу между «советскими» и «несоветскими» зрителями и типами их восприятия. Напротив, в способах позиционирования отражается желание учесть те изменения в рецепции киноматериала, которые свойственны не отдельным категориям, а всем современным зрителям.

8. В аннотациях к фильмам и оформлении DVD-дисков содержится представление о возможных целях и ситуациях просмотра советского кино, которое представляется как основа разнообразных форм социокультурной коммуникации между зрителями: ритуал праздничного просмотра, межпоколенческое общение при семейном просмотре, культовые практики многократного просмотра и т. д.

Применение предложенного Тросби подхода к определению культурной ценности блага позволяет увидеть, что дистрибьюторы советских фильмов акцентируют внимание как минимум на пяти составляющих культурной ценности²¹. Стратегии позиционирования основаны на подчеркивании художественных свойств (эстетическая ценность) и ценностно-нормативного комплекса (духовная ценность) фильма; значения советского кино в качестве основы коммуникации (социальная ценность), источника этнографических сведений о советской эпохе (историческая ценность) и посредника между прошлым и современностью (символическая ценность). Кроме того, действия по реставрации изображения могут быть представлены как забота о сохранении уникального киноматериала (ценность аутентичности).

В статье мы сознательно ограничились описанием только одной части исследования, не затрагивая проблему зрительской рецепции советских фильмов. Между тем нельзя не отметить, что вопрос о соотношении стратегий позиционирования советского кино с особенностями его восприятия представляет отдельный интерес. Его исследование может открывать перспективу для понимания социокультурных механизмов функционирования рынка DVD-продукции, где культурное благо становится, с одной стороны, объектом позиционирования и наделяется значением, с другой — объектом рецепции, исторически и культурно обусловленной.

Дистрибьюторы DVD-продукции отмечают растущий спрос на советское кино, что находит своё отражение в растущих объемах продаж. Судя по нашим собственным наблюдениям, «ренессанс» советского кино обеспечивается не только «возвращающимися» зрителями, но и постсоветскими поколениями, которые только знакомятся с советским кино [Правдина 2009]. На рынке DVD-продукции советский фильм наделяется множественной ценностью, что позволяет охватить широкий спектр культурных символов, значимых для разнородной зрительской аудитории. Помимо прочего, в то время как молодые зрители проявляют интерес к советскому кино, дистрибьюторов интересуют молодые зрители. Компании «подстраивают» советское кино под современный культурный контекст, пытаются учитывать новые стандарты кинопродукции и меняющееся восприятие зрителей, и подобные попытки принимают форму разнообразных стратегий: от использования современной лексики в рекламных аннотациях до реставрации изображения и звука.

²¹ Вопрос о том, как отражается в стратегиях дистрибьюторов ценность аутентичности, остается открытым. Одна из стратегий — это реставрация изображения. Однако она может трактоваться (и трактуется зрителями) неоднозначно, то есть рассматриваться, с одной стороны, как забота о сохранении фильма, с другой — как попытка нарушить его аутентичность.

Приложение

Операционализация стратегий позиционирования DVD-дисков**Классификация киноматериала:**

- *периодизация и описание периодов* (на какие временные периоды делится почти 70-летняя история советского кинематографа? в каких терминах описываются эти периоды? какие периоды в целом более популярны?);
- *выделение жанров, их описание и разнесение фильмов по жанрам* (какие жанры выделяются в разные периоды советского кинематографа и какие фильмы относят к тем или иным жанрам?);
- *категоризация киноматериала* (какие ключевые слова и категории используются для описания киноматериала, помимо жанровых характеристик (например, «киноклассика», «культурное кино», «старое доброе кино», «символ эпохи» и т. д.)? какие из них типичны для массового кино вообще, какие уникальны для советского кино?);
- *составление и называние серий²², разнесение фильмов по сериям* (какие серии существуют, каковы их названия?);
- *дифференциация режиссёров* (в каких терминах характеризуются режиссёры? какие категории режиссёров выделяются? кто попадает в категорию «лучшие»? существует ли деление на «элитарных» и «массовых» режиссёров?);
- *сегментация зрителей* (каким образом продавец сегментирует зрительскую аудиторию? адресует ли продавец фильмы определённым категориям зрителей, например, детям; людям, жившим в СССР; «знатокам» и др.?).

Представление киноматериала зрителю (оформление обложек DVD-дисков с советскими фильмами):**1. Содержание текста:**

- *аннотация* (содержание аннотации – см. раздел «Интерпретация киноматериала» в приложении);
- *комментарии создателей; отзывы «компетентных лиц»* (чьи слова и слова какого содержания используются для представления фильма?);
- *«лейблы», присваиваемые фильму, режиссёрам, актёрам* (например, «классика жанра»; «кинонаследие»; «культовый режиссёр»; «советский актёр № 1» и т. д.).

2. Визуальные образы:

- *кадры из фильма* (кадры с какими героями, сценами и т. д. используются для представления фильма?);

²² Термин «серия» на рынке DVD-продукции обозначает определённым образом названную совокупность фильмов, сгруппированную по тому или иному принципу (например, серия, посвящённая актёрам, объединяет сборники фильмов с участием популярных советских актёров).

- *фотографии* (чьи фотографии — актёры, режиссёры, герои фильма и проч. — и какого содержания используются для оформления DVD-обложки?);
- *другие изображения* (картины, зарисовки, чертежи и др.).

Интерпретация киноматериала:

- *составление аннотаций, описание фильма* (на каких составляющих фильма и процесса его создания сделан акцент):
 - а) как часто упоминаются те или иные составляющие?
 - б) в каких оценочных терминах они описываются (см. табл. 1)?

Таблица 1

**Составляющие фильма и процесса его создания,
которые могут быть элементом позиционирования**

Личность режиссёра	Награды, участие в кинофестивалях, государственные премии
Личность актёра	Значение в истории кинематографа
Сюжет и типы героев	Время создания фильма
Автор сценария	История создания фильма
Описываемый исторический период	Судьба режиссёра и фильма после выхода на экран
Художественный стиль, кинематографические особенности	Зрительская реакция на фильм в момент его выхода; степень нынешней популярности
Музыка и песни	

- *позиционирование фильма относительно современного российского кино* (упоминаются ли российские фильмы (ремейки, продолжения, пародии и т. д.) при описании советского? в чью пользу оказывается сравнение?).

Литература

Аронсон О. 2003. *Метакино*. М.: ООО «Ад Маргинем Пресс».

Добренко Е. 2008. *Музей революции: советское кино и сталинский исторический нарратив*. М.: Новое литературное обозрение.

Интервью с генеральным директором киновидеообъединения «Крупный план». <http://www.close-up.ru/articles>

Кокарев И. Е. 2009. *Кино как бизнес и политика: современная индустрия США и России*. М.: Аспект Пресс.

Лоуэнталь Д. 2004. *Прошлое — чужая страна*. СПб.: «Владимир Даль».

Малюкова Л. (сост.). 2007. *90-е. Кино, которое мы потеряли*. М.: Зебра Е.

- Пешио Д. 2002. Социологическое воображение в современном англоязычном литературоведении. *НЛО*. 58: 334-343.
- «Полка»: Документы. Свидетельства. Комментарии. 2006. Вып. 3. М.: Материк.
- Правдина М. А. 2009. Советское кино как объект современной культурной рецепции и зрительской привязанности. *Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии*. 2: 114–126.
- Слейтер Д. 2006. Забирая рынок у экономистов. В сб.: Радаев В. В., Добрякова М. С. (отв. ред.). *Анализ рынков в современной экономической социологии*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Фархатдинов Н. Г. 2008. Социология искусства без искусства. Индустриальная метафора в социологических исследованиях искусства. *Социологическое обозрение*. 3: 55–69.
- Acord S. K., DeNora T. 2008. Culture and the Arts: From Art Worlds to Arts-in-Action. *The Annals of the American Academy*. September: 223–237.
- Adorno T., Horkheimer M. 1976. The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception. In: *Dialectic of Enlightenment*. New York: Continuum International Publishing Group; 120–167.
- DiMaggio P. 2000. The Production of Scientific Change: Richard Peterson and the Institutional Turn in Cultural Sociology. *Poetics*. 28: 107–136.
- Hirsch P. M. 1972. Processing Fads and Fashions: An Organization Set Analysis of Cultural Industry Systems. *American Journal of Sociology*. 77: 639–659.
- Hirsch P. M. 2000. Cultural Industries Revisited. *Organization Science*. 3: 356–361.
- Lampel J., Lant T., Shamsie J. 2000. Balancing Act: Learning from Organizing Practices in Cultural Industries. *Organization Science*. 3: 263–269.
- McCain R. 2006. Defining Cultural and Artistic Goods. In: Ginsburgh V. A., Throsby D. (eds.) *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam: Elsevier; 147–167.
- Peterson R. A. 1976. The Production of Culture: a Prolegomenon. *The American Behavioral Scientist*. 6: 669–684.
- Peterson R. A. 2000. Two Ways Culture is Produced. *Poetics*. 28: 225–233.
- Peterson R. A., Anand N. 2004. The Production of Cultural Perspective. *Annual Review of Sociology*. 30: 311–334.
- Power D. 2002. «Cultural Industries» in Sweden: An Assessment of Their Place in the Swedish Economy. *Economic Geography*. 78: 103–127.
- Throsby D. 2001. *Economics and Culture*. NY: Cambridge University Press.
- Wolff J. 1999. Cultural Studies and the Sociology of Culture. *An Electronic Journal for Visual Studies*. <http://www.rochester.edu>

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

А. И. Изюмов, Л. Я. Косалс

Исследования полицейской коррупции в развитых, развивающихся и трансформирующихся странах как часть проблемы изучения неформальной экономической деятельности полиции

ИЗЮМОВ Алексей Игоревич — профессор факультета экономики бизнес-школы Университета Луисвилля, содиректор Центра изучения стран с развивающейся рыночной экономикой (Луисвилл, США).

Email: alexei@louisville.edu

КОСАЛС Леонид Янович — д. э. н., заместитель декана по научной работе факультета социологии, профессор кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: lkosals@hse.ru

В статье¹ анализируется научная литература и данные эмпирических исследований по проблеме неформальной экономической деятельности полиции в развитых, развивающихся и в трансформирующихся странах. Особое внимание уделяется причинам и механизмам функционирования полицейской коррупции. Сравнительный анализ ситуаций в выделенных группах стран показывает, что причины происхождения полицейской коррупции не являются одинаковыми. Благодаря контрастирующему примеру развитых стран удаётся не только увидеть разницу в масштабах и разнообразии форм полицейской коррупции в развивающихся и трансформирующихся странах, но и предложить некоторые меры по её снижению.

Ключевые слова: коррупция; милиция; полиция; неформальная экономика.

Российское общество сегодня недовольно работой милиции и предъявляет ей множество претензий, начиная с грубости в обращении с людьми и кончая взяточничеством, пытками, множеством иных преступлений. Чтобы успешно осуществить реформу милицейской системы, требуется понять социальные причины и механизмы, которые приводят к достаточно большому объёму отклонений в работе российской милиции. Для этого весьма полезно изучение имеющегося международного опыта исследований в разных странах, так как данная проблема не является уникальной российской, а встречается в большей или меньшей мере во многих странах.

В настоящее время российская милиция осуществляет значительный объём неформальной экономической деятельности как вполне социально одобряемой (например, работа охранником в магазине или частный извоз), так и откровенно криминальной (например, «крышевание» бизнеса или взятки за открытие и закрытие уголовного дела). Очевидно, что криминальная, в частности коррупционная, составляющая этой деятельности является наиболее опасной и требует специального внимания.

¹ Тема «Неформальная экономическая активность правоохранительных органов в постсоветских государствах: сравнительный анализ» была поддержана Центром фундаментальных исследований ГУ ВШЭ в 2009 г.

Коррупция в полицейской системе² это одно из проявлений теневого экономики и коррупции в обществе в целом, чему посвящена достаточно обширная экономическая и социологическая литература (см., например: [Shleifer, Vishny 1993; Saha 2001; Rose-Ackerman 2006; Silva, Kahn, Zhu 2007]). Если рассмотреть эту проблему применительно к полиции, то можно вести речь о четырёх основных подходах.

Во-первых, *о неоклассическом экономическом подходе*, в центре которого находится модель «Homo Economicus». Эта модель хорошо описывает рациональные мотивы поведения коррупционера, увеличивающего свои доходы с помощью коррупции [Becker 1968; Becker, Stigler 1974; Bowles, Gouppa 1997].

Во-вторых, *неоинституциональный экономический подход* (прежде всего модель «принципал–агент» и теория контрактов) [Shleifer, Vishny 1993; Fan, Lin, Treisman 2009].

В-третьих, *неоинституциональный социологический подход*, делающий акцент на укоренённость коррупционной деятельности, на то, что она включена в соответствующие социальные сети [Sobel 2002; Egbert 2006].

В-четвёртых, *«менеджеральный» подход*, объединяющий корпус исследований, которые изучают дефекты функционирования общественного сектора, связанные с мотивацией работников, коррупцией и бюрократизмом в нём, а также с его реформированием [Manning, Parison 2004; Miller, Ventura 2004; Macchiavello 2007].

За рубежом по теме экономической деятельности полиции проводились многочисленные эмпирические исследования. В частности изучение дополнительной занятости полиции в США выявило значительный объём официальных подработок, в которые вовлечены 20–90% полицейских в основном относительно невысокого ранга в различных городах США (см., например: [Brunet 2008]). Однако в таких работах речь идёт именно об официальной дополнительной занятости, которая уже более 30 лет регулируется достаточно чёткими и жёсткими профессиональными нормами (см., например: [Peach, Ruckman 1977]).

Иные результаты были получены российскими исследователями, которые показали огромный масштаб и разнообразные формы деятельности работников милиции на рынке — от простых подработок до «крышевания» бизнеса и осуществления инвестиционной деятельности. Причём в занятость такого рода вовлечены не только «нижние чины», но и сотрудники более высоких рангов, имеющие более высокие доходы. По полученным данным, масштаб этой деятельности стремительно вырос в 2000-е годы: примерно от 3 млрд долл. США в год до 30 млрд [Коленникова, Косалс, Рывкина 2004; ИНДЕМ 2005; Гудков, Дубин 2006; Kolennikova, Kosals, Ryvkina, Simagin, Wilson 2008].

Несмотря на отдельные интересные результаты, нет достаточно исчерпывающей картины причин и механизмов, вызывающих и поддерживающих экономическую деятельность полиции в странах, подвергшихся социально-экономической трансформации, её влияния на условия работы бизнеса. Нет также данных о сравнительной распространённости и особенностях её осуществления в различных странах, оценки того, в какой мере она укоренена в них.

² В широком смысле под коррупцией понимают любой случай поиска частной выгоды за счёт нарушения формально определённых обязательств [Porter, Warrender 2009].

Исследования, проведённые в развитых странах

Общая типология полицейской коррупции в развитых странах представлена в работе [Roebuck, Barker 1974], где выделены девять областей коррупции:

- коррупция власти;
- «откаты»;
- оппортунистическое воровство;
- принятие взяток;
- защита незаконной деятельности;
- помехи уголовному расследованию;
- прямая преступная деятельность;
- взятки внутри системы полиции;
- фабрикация улики.

Широкое понимание коррупции состоит в том, что любой случай «поиска частной выгоды за счёт нарушения формально определённых обязательств» является актом коррупции [Porter, Warrender 2009].

Более глубокое понимание «западной» коррупции может быть получено из работ, выполненных в рамках «подхода со стороны моральной целостности полиции» [Klockars, Ivković 2004]. Этот подход описывает моральную целостность полиции как состоящую из следующих четырёх компонентов [Ivković, Shelley 2008a]:

- качество официальных правил;
- качество выявления, расследования и дисциплинарных мер;
- способность преодолеть заговор молчания;
- социальная и политическая окружающая среда.

Изучение моральной целостности полиции часто включает в себя обследования, основанные на 11 вариантах коррупции: частное предпринимательство полицейских, принятие подарков, взяток на дорогах, оппортунистическое воровство, «откаты» от местных деловых людей, личные льготы и вознаграждения, ненадлежащее исполнение служебных обязанностей, избирательное сообщение о преступлениях, применение чрезмерной силы [Marché 2009]. Ненадлежащее исполнение служебных обязанностей охватывает действия, которые многие полицейские считают необходимыми, чтобы предотвратить или раскрыть преступления, и они могут заключаться в незаконных задержаниях, арестах, использовании ложных показаний [Goldschmidt 2008].

Масштабы полицейской коррупции в развитых странах весьма низкие. Там идёт постоянная борьба со многими незначительными формами полицейской коррупции, тогда как частота и масштабы «большой» коррупции существенно меньше, чем в развивающихся странах и странах с трансформирующейся

экономической и политической системой. В развитых странах граждане не ожидают, что могут потребоваться взятки, чтобы избежать штрафов на дорогах, остановить уголовное расследование или открыть бизнес. Расходы на коррупцию не принимаются во внимание при ведении бизнеса, и отношение к ней в обществе крайне негативное. Тем не менее полицейская коррупция в развитых странах существует, и вызвана она рядом факторов.

Классический экономический подход в этой сфере предполагает, что продажность должностных лиц встречается тем чаще, чем выше получаемая рента и меньше вероятность быть наказанным. Иначе говоря, когда выгоды совершения коррумпированного действия превышают потенциальные затраты. Для полицейских коррупционные возможности вытекают из особенностей их роли, которая предполагает, что именно они решают применять или не применять закон и как это сделать в том или ином случае. Поэтому они могут извлекать ренту из продажи или передачи этих своих прав и тогда законы, которые ведут к искажению работы рынка, приводят к росту потенциальных выплат, направленных на коррумпирование полицейских [Marché 2009]. Такой анализ позволяет понять условия, которые способствуют появлению коррупции. Например, в США наибольший уровень коррупции наблюдается в децентрализованных группах очень больших полицейских управлений. Маленькая группа по контролю за оборотом наркотиков в большом городе, действующая в условиях относительной анонимности и отсутствия надзора в ситуации больших коррупционных возможностей, будет «группой риска», в которой достаточно вероятны нарушения выполнения своих обязанностей [Goel, Nelson 2007].

Другим фактором, который ведёт к отклонению поведения полицейских от правовых норм, является ведомственное давление, направленное на рост «производительности», что характерно в сфере борьбы с наркотиками и торговлей оружием в районах с высокой преступностью. В интервью с американскими полицейскими, проводимыми исследователями-полицейским (что обеспечивает большую искренность ответов), выявляются такие мотивы отклонения от норм, как отрицательное отношение полицейских к правилам, позволяющим преступникам уйти от наказания в условиях, когда руководители и общественность требуют их поимки, а также удовлетворение от профессиональных достижений и внутригрупповое давление со стороны своих коллег [Goldschmidt 2008]. Часто это происходит в рамках малой группы, включающей людей, связанных групповой поручкой [Goel, Nelson 2007; Marché 2009]. Системные факторы полицейской коррупции в западных странах относительно слабы, поэтому отдельные преступления для личной выгоды встречаются чаще, чем «сетевая коррупция», охватывающая большие массы работников правоохранительных органов [Porter, Warrender 2009].

Исследования, проведённые в развивающихся странах

Иная ситуация с полицейской коррупцией наблюдается в развивающихся странах. В отличие от относительно социально неопасных форм коррупции в развитых странах в развивающихся весьма часто встречаются гораздо более серьёзные её формы: похищения с целью выкупа, убийства по найму, незаконный оборот наркотиков, вымогательство, рэкет и широко распространённое и социально неосуждаемое взяточничество [Eaton 2008; Davis 2006]. Высокие уровни коррупции в этих странах уменьшают экономический рост, прямые иностранные инвестиции и эффективность экономики в целом [Hunt 2007].

Масштабы и разнообразие полицейской коррупции в развивающихся странах несопоставимо больше, чем в развитых. В африканских и латиноамериканских странах они особенно велики. В Нигерии полицию считают «самой коррумпированной организацией в рамках очень коррумпированного государства в целом» [Aremu et al. 2008]. Коррупция в нигерийской полиции не только широко распространена, но также легко наблюдаема. Взятки на дорогах — типичный способ извлечения денег у граждан, что

сильно возмущает население Нигерии [Aremu et al. 2008]. В Аргентине доверие к полиции столь слабо, что в провинции Буэнос-Айреса число частных охранников выше, чем число полицейских. В Мексике из-за страха и недоверия к полиции потерпевшие не сообщают приблизительно о трёх четвертях всех преступлений. В Мексике, Боливии, Гватемале и Перу в последние годы зафиксирован рост числа судов Линча и других актов самосуда [Eaton 2008]. Один из острых эпизодов такого рода произошёл в Мексике в ноябре 2004 г., когда разъярённая толпа из сотен граждан линчевала двух полицейских, которые были предположительно ответственны за похищение двух детей в местной школе [Davis 2006].

В Перу жертвы преступления, то есть те, кто нуждается в полицейской помощи более всего, чаще всего вынуждены давать взятки полиции, чтобы получить соответствующие услуги, но даже и при этом им, как правило, уделяется наименьшее внимание [Hunt 2007]. Подобные и другие случаи демонстрируют, что полиция во многих развивающихся странах действует в пределах укоренившейся коррупционной культуры, а граждане не могут положиться на органы правопорядка, чтобы обеспечить свою безопасность. Это происходит из того, что взяточничество рассматривается как неизбежное свойство системы, а не вина определённых должностных лиц. Когда перуанская антикоррупционная группа провела опрос населения, чтобы определить наиболее популярные жаргонные выражения для взятки, менее половины опрошенных дали ответы с негативной коннотацией [Hunt 2007].

Главные причины широко распространённой полицейской коррупции в развивающихся странах исследователи ищут среди экономических и социальных факторов, таких как бедность и несправедливость, а наряду с ними — слабое развитие соответствующих социальных институтов и отсутствие демократического контроля [Aremu et al. 2008; Davis 2006]. С точки зрения организационной теории традиция коррупции может быть вызвана низким уровнем менеджмента, отсутствием общественного контроля, круговой порукой, статусными проблемами и сращиванием с криминалом. Дополнительно было выявлено, что полицейская коррупция замедляет социально-экономическое развитие, и это влияние усиливается за счёт укоренения коррупции в полицейской культуре, дефектов в организации полиции и ростом организованной преступности [Aremu et al. 2008].

На операциональном уровне один из главных стимулирующих факторов коррупции — недостаточная зарплата полицейских. Например, в Нигерии низкая зарплата, бедность, так же как дефекты отбора в полицию, называются в числе главных факторов коррупции [Aremu et al. 2008].

В то время как демократические институты в развитых странах способствуют уменьшению полицейской коррупции, в развивающихся странах переход от авторитаризма к демократии может иногда приводить к противоположным результатам. Так, в Мексике увеличение коррупции в 1990-х годах было вызвано демократизацией государства, осуществляемой через политическую децентрализацию и разделение ветвей государственной власти. Возникшая в итоге фрагментация полицейского и административного аппаратов усилила внутрирегиональные и бюрократические конфликты, в то время как конкуренция трех ветвей государственной власти препятствовала любым попыткам полицейской реформы. Как и в других развивающихся странах, «сокращение государства» мешало росту зарплат в общественном секторе и стимулировало полицейских участвовать в преступлениях. Это особенно относится к Мексике, где огромные деньги от торговли наркотиками широко используются для того, чтобы «купить» полицию [Davis 2006].

В то же время во многих развивающихся странах, особенно в Африке и Латинской Америке, полицейская коррупция усиливается чрезмерно иерархической структурой управления полицией и милитаризованным обучением, унаследованными от эпохи военной диктатуры [Aremu et al. 2008; Eaton 2008].

Исследования, проведённые в трансформирующихся странах

Степень полицейской коррупции в трансформирующихся странах (ТС) существенно различается. Можно выделить три группы таких стран: экономически более развитые государства Центральной Европы и Балтии (СЕВ), являющиеся членами Европейского союза; страны Юго-Восточной Европы (SEE); бывшие советские республики, в том числе Содружество независимых государств (СНГ)³.

По показателям полицейской коррупции и её восприятию в обществе, ориентированные на западные подходы к предотвращению коррупции страны СЕВ (такие, как Чешская республика) являются самыми близкими к модели развитых стран. Большинство стран SEE (например, Республика Босния и Герцеговина, прежде входившая в состав Югославии) сталкиваются с серьёзными трудностями по преодолению недавних гражданских конфликтов и страдают от очень высоких уровней полицейской коррупции. То же самое верно для большинства стран СНГ, в том числе и для России, где намного более длительное наследие коммунизма и распад общественного порядка во время переходного периода способствовали массовой и системной полицейской коррупции.

Общее происхождение полицейской коррупции в трансформирующихся странах связано с ролью полиции в коммунистической системе, где она являлась инструментом контроля над населением и его подавления со стороны правящей коммунистической бюрократии. В странах, где коммунистическое наследие преодолено и построены сильные демократические институты, преобладает демократическая модель полиции — она находится в услужении общества. Модель полиции в «разделённом обществе» с отсутствием общественного контроля над государством, естественно, создаёт возможности для злоупотреблений, взяточничества и т. д. [Gerber, Mendelson 2008]. Предполагалось, что с крахом коммунизма репрессивные функции полиции сменятся обеспечением потребности населения в безопасности, что является нормой в демократическом обществе. Однако авторитарные режимы, которые заменили коммунистическую диктатуру во многих из трансформирующихся стран, препятствовали тому, чтобы это случилось, и в значительной степени сохранили модель «разделённого общества» (как, например, в центральноазиатских странах СНГ).

Если в ТС с авторитарными режимами полиция по крайней мере подчинена государственной бюрократии, то в ТС с формально демократическими, но слабыми или коррумпированными государственными институтами полиция может стать бесконтрольной. В этом случае возникает так называемая модель хищнической полиции и коррупция в ней максимизируется, поскольку полицейские главным образом занимаются личным обогащением, а не защитой интересов населения. Полицейские используют своё положение, чтобы получить ренту в форме денег, товаров или услуг от населения и бизнеса [Gerber, Mendelson 2008]. Происхождение полицейской коррупции в трансформирующихся странах проиллюстрировано рисунком 1.

³ Страны СЕВ включают Чешскую республику, Эстонию, Венгрию, Латвию, Литву, Польшу, республику Словакия и Словению; SEE группа включает Албанию, Болгарию, Боснию и Герцеговину, Хорватию, Македонию, Черногорию, Румынию и Сербию; СНГ включает Армению, Азербайджан, Белоруссию, Казахстан, Киргизскую республику, Молдову, Россию, Таджикистан, Туркмению, Украину и Узбекистан (в 2009 г. Грузия отменила своё членство в СНГ).

развивающихся странах (Мексика, Аргентина) как способ преодоления коррупции, не выполняет эту роль в ТС, поскольку делает полицию ещё менее ответственной перед обществом и создаёт условия для её неправомερных действий [Davis 2006; Eaton 2008; Gerber, Mendelson 2008]. Как и в развивающихся странах, полицейская коррупция в ТС возникает из-за низких зарплат, плохого обучения, устаревшего оборудования, недостаточного обеспечения транспортом и связью.

Важная причина полицейской коррупции в некоторых из ТС (Россия, Хорватия) заключается в том, что их законодательство оценивает почти все виды дополнительной работы полицейских как неправомερные действия. Объявление вне закона такой дополнительной работы, как частный извоз или охрана магазинов, ведёт к тому, что растут другие формы неправомερных действий полиции, в результате чего число честных полицейских сокращается [Ivković 2005].

Высокий уровень полицейской коррупции в ТС поддерживается «круговой порукой» среди полицейских, которая очень сильна. Скажем, в Боснии 51 % опрошенных полицейских сообщили, что знали о случаях коррупции в полиции или что сами получали взятки. Однако только 35 % опрошенных сказали, что сообщат о другом полицейском, если будут знать о том, что он замешан в коррупции [Ivković, Shelley 2008b]. В большинстве ТС у полиции нет общего этического кодекса. Это особо важная проблема для стран, где сотрудники полиции недавно участвовали в войнах (как в бывшей Югославии и некоторых странах бывшего СССР) и привыкли к чрезвычайному уровню насилия и преступности [Ivković, Shelley 2008b].

И наконец, полицейские в большинстве ТС не получают антикоррупционной подготовки или правового образования. Исследование в Боснии и Герцеговине показало, что одна треть полицейских не мотивирована, чтобы выполнять основную полицейскую работу, а две пятых ориентированы на дополнительные заработки, возможность для которых открывает служба в полиции, в то время как одна пятая опрошенных соглашается, что для полицейского полностью приемлемо использовать служебное положение для достижения личной выгоды [Maljevic et al. 2008].

В развивающихся и трансформирующихся странах главная причина полицейской коррупции — это отсутствие подконтрольности полиции обществу. Население в этих странах часто не доверяет своей полиции, которая не может обеспечить людям даже видимость безопасности. В обеих этих группах стран полицейская коррупция часто сопровождается насилием, но в трансформирующихся странах преобладает экономическая коррупция. Полицейская культура поддерживает и защищает коррупцию, которая во многих сферах стала приемлемой для общества.

С точки зрения самих полицейских в развивающихся и трансформирующихся странах главный фактор коррупции — низкие заработки и отсутствие социальных льгот.

Заключение

Мы проанализировали научную литературу и имеющиеся данные эмпирических исследований по проблеме экономической деятельности полиции, чтобы показать, что эта деятельность в развитых, развивающихся, а также в трансформирующихся странах демонстрирует некоторые общие и специфические черты.

В развитых странах серьёзные коррупционные нарушения относительно редки и, как правило, являются изолированными инцидентами. Главная причина низкого уровня полицейской коррупции в развитых странах — демократический контроль общества над полицией. Принятые юридические и социальные нормы имеют антикоррупционную сущность, и по большей части коррупционные проявления носят индивидуальный, а не системный характер.

В большинстве развивающихся и трансформирующихся стран коррупция полиции носит массовый характер и сопряжена с серьёзными нарушениями, такими, как похищение для получения выкупа, убийство по найму, участие в незаконном обороте наркотиков. Вымогательство взяток у бизнеса, сговор с организованной преступностью, воровство очень распространены и, по сути, хорошо «встроены» в полицейскую культуру этих стран.

Главная причина развития нелегальной экономической деятельности полиции в развивающихся и трансформирующихся странах согласно изученной научной литературе — это отсутствие подконтрольности полиции обществу. Важные факторы — влияние организованной преступности и политической коррупции. Дефекты в обучении, образовании, найме, нехватка современного оборудования также способствуют более высоким уровням коррупции. Во всех странах имеет место отсутствие общественной мотивации (выполнение «благородного дела»), а круговая порука среди полиции укрепляют коррупцию.

Среди предлагаемых антикоррупционных мер в развивающихся и трансформирующихся странах большинство авторов отмечает усиление демократического контроля над полицией, необходимость ужесточения наказания за коррупцию. Неотвратимость и ясность наказания должны быть продемонстрированы, обсуждены и проведены в жизнь. Также необходимы изменения в структуре управления и организации. Чаще всего рекомендуется усилить централизацию как средство сокращения коррупции. Считается, что централизация может улучшить контроль за полицией, увеличить её подотчетность обществу и помочь провести в жизнь единые руководящие принципы, которые восстановят общественное доверие к роли полицейского, если его служба будет направлена на благо населения. Исключение представляет опыт США. Там организация полиции децентрализована, но широко распространены общественный контроль и сопротивление населения коррупции, что помогает удерживать её на относительно низком уровне.

Эффективная антикоррупционная реформа должна также включать улучшение оплаты работы полицейских, селективный отбор на полицейскую службу, строгое обучение, постоянное дальнейшее образование и повышение квалификации, а также обеспечение полицейских современным оборудованием. Дополнительная занятость полицейских должна быть не только позволена, но поощряема, если она находится в законных и разумных границах.

Основной путь снижения уровня полицейской коррупции в развивающихся и трансформирующихся странах — установление демократического контроля общества над полицией. В тех странах, где подобный контроль есть, социальные нормы носят антикоррупционный характер, массовая системная коррупция сходит на нет, и по большей части её проявления носят индивидуальный и изолированный характер.

Литература

Гудков Л., Дубин Б. 2006. Приватизация полиции. *Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссия*. 1(81): 58–71.

ИНДЕМ. 2005. www.indem.ru/corrupt/2005diag_press.htm

Коленникова О. А., Косалс Л. Я., Рывкина Р. В. 2004. Коммерциализация служебной деятельности работников милиции. *Социологические исследования*. 2004. 3: 73–83.

Aremu A. O., Pakes F., Johnston L. 2009. Locus of Control and Self-Efficacy as Means of Tackling Police Corruption in Nigeria. *International Journal of Police Science & Management*. 11 (1): 97–107.

- Becker G. S. 1968. Crime and Punishment: An Economic Approach. *Journal of Political Economy*. 76: 169–217.
- Becker G. S., Stigler G. J. 1974. Law Enforcement, Malfeasance, and Compensation of Enforcers. *Journal of Legal Studies*. 3: 1–18.
- Bowles R., Garoupa N. 1997. Casual Police Corruption and the Economics of Crime. *International Review of Law and Economics*. 17: 75–87.
- Brunet J. R. 2008. Blurring the Line Between Public and Private Sectors: The Case of Police Officers' Off-Duty Employment. *Public Personnel Management*. 37 (2): 161–174.
- Davis D. E. 2006. Undermining the Rule of Law: Democratization and the Dark Side of Police Reform in Mexico. *Latin American Politics and Society*. 48 (1): 55–86.
- Eaton K. 2008. Paradoxes of Police Reform: Federalism, Parties, and Civil Society in Argentina's Public Security Crisis. *Latin American Research Review*. 43 (3): 5–32.
- Egbert H. 2006. Cross-Border Small-Scale Trading in South-Eastern Europe: Do Embeddedness and Social Capital Explain Enough? *International Journal of Urban and Regional Research*. 30: 346–361.
- Fan C. S., Lin C., Treisman D. 2009. Political Decentralization and Corruption: Evidence from around the World. *Journal of Public Economics*. 93: 14–34.
- Gerber T. P., Mendelson S. E. 2008. Public Experiences of Police Violence and Corruption in Contemporary Russia: A Case of Predatory Policing? *Law & Society Review*. 42 (1): 1–44.
- Hunt J. 2007. How Corruption Hits People When They Are Down. *Journal of Development Economics*. 84 (2): 574–589.
- Ivković S. K. 2005. Police (Mis)Behavior: A Cross-Cultural Study of Corruption Seriousness. *Policing*. 28 (3): 546–566.
- Ivković S. K., O'Connor Sh. T. 2008a. The Contours of Police Integrity across Eastern Europe. *International Criminal Justice Review*. 18 (1): 59–82.
- Ivković S. K., O'Connor Sh. T. 2008b. The Police Code of Silence and Different Paths towards Democratic Policing. *Policing and Society: An International Journal of Research and Policy*. 18 (4): 445–473.
- Klockars C. B., Ivković S. K. 2004. Measuring Police Integrity. In: Hickman M. J., Piquero A. R., Greene J. R. (eds.). *Police Integrity and Ethics*. Belmont, CA: Wadsworth; 1.3–1.20.
- Kolennikova O., Kosals L., Ryvkina R., Simagin Yu., Wilson D. G. 2008. The «Economic activities» of Russian Police. *International Journal of Police Science and Management*. 10 (1): 65–75.
- Macchiavello R. 2007. Public Sector Motivation and Development Failures. *University of Oxford. Discussion Paper*. 332: 1–29.
- Maljević A., Datzer D., Muratbegović E., Budimlić M. 2008. Professional Police in Bosnia and Herzegovina: Case Study — Police Corruption. *European Journal of Crime, Criminal Law & Criminal Justice*. 16 (2): 209–224.

- Manning N., Parison N. 2004. *International Public Administration Reform. Implications for the Russian Federation*. Washington, D.C.: World Bank.
- Marché G. E. 2009. Integrity, Culture, and Scale: An Empirical Test of the Big Bad Police Agency. *Crime, Law and Social Change*. 51 (5): 463–486.
- Miller J. M., Ventura H. 2004. Evaluation of the Moscow Police Command College: A Note on the Benefits of a Professional/Cultural Exchange Program. *International Journal of Comparative Criminology*. 4 (2): 215–229.
- Peach J. A., Ruckman C. W. 1977. Establishing and Maintaining Professional Standards by the Police Executive for Secondary Employment. *Police Chief*. 44 (1): 26, 28–29.
- Porter L. E., Warrender C. 2009. A Multivariate Model of Police Deviance: Examining the Nature of Corruption, Crime and Misconduct. *Policing & Society*. 19 (1): 79–99.
- Roebuck J. B., Barker T. 1974. A Typology of Police Corruption. *Social Problems*. 21: 423–437.
- Rose-Ackerman S. (ed.). 2006. *International Handbook of the Economics of Corruption*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Saha B. 2001. Red Tape, Incentive Bribe and the Provision of Subsidy. *Journal of Development Economics*. 65: 113–133.
- Shleifer A., Vishny R. W. 1993. Corruption. *Quarterly Journal of Economics*. 108: 599–617.
- Silva E. C. D., Kahn C. M., Zhu X. 2007. Crime and Punishment and Corruption: Who Needs «Untouchables»? *Journal of Public Economic Theory*. 9: 69–87.
- Sobel J. 2002. Can We Trust Social Capital? *Journal of Economic Literature*. XL (March): 139–154.

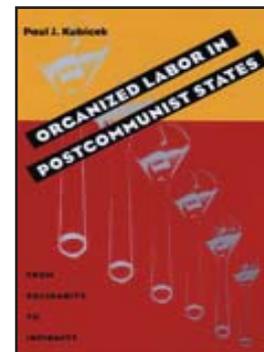
НОВЫЕ КНИГИ

М. М. Сакаева

Организованный труд: на пересечении рынка, демократии и глобализации

Рецензия на книгу:

Kubicek P. 2004. *Organized Labor in Postcommunist States: From Solidarity to Infirmity*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press. 256 p.



САКАЕВА Мария Маратовна — магистр социологии Европейского Университета в Санкт-Петербурге (Санкт-Петербург, Россия).

Email: eu.sakaeva@gmail.com

В отзыве содержится критический анализ монографии известного польского исследователя рабочих движений П. Кубичека «Организованный труд в посткоммунистических государствах: от солидарности к бессилию». Эта книга представляет собой сравнительное исследование развития организаций труда (прежде всего профсоюзов) в России и на Украине, в Венгрии и Польше в 1990-х годах. В поисках нового подхода к изучению хорошо исследованных вопросов автор старается посмотреть на организацию труда в трёх измерениях — рынок, демократия и глобализация. В книге представлен не только сравнительный анализ развития рабочего движения в четырёх странах, но рассматривается его состояние во всей Западной и Восточной Европе. Несмотря на интересные находки, книга скорее просто описывает состояние организации труда на постсоветском пространстве, нежели анализирует причины и результаты падения активности и влияния профсоюзов.

Ключевые слова: посткоммунистическая трансформация; рынок; демократия; глобализация; организации труда; труд и капитал; профсоюзы.

Деятельность профсоюзов и иных организаций труда на постсоветском пространстве была актуальным объектом исследований в связи с переходом к рынку и демократии. По мере угасания рабочего движения эта тема стала привлекать всё меньше внимания. Однако экономический кризис снова ставит на повестку дня проблему организации рабочих для защиты своих интересов. Корпоративный капитал оптимизирует расходы во многом за счёт сокращения зоны социальной ответственности. Государство в ситуации высоких рисков стремится к сотрудничеству с миром корпораций. Крупный бизнес, в свою очередь, делает успехи: в результате давления на государство он получает значительную финансовую поддержку и иные экономические преференции с его стороны. Эффективность бизнес-лоббирования объясняется не только зависимостью посткризисного развития от нынешнего поведения капитала, но характерным для многих пост-

коммунистических стран сращиванием власти и бизнеса. Сокращение ресурсных возможностей государства, необходимых для контроля за выполнением бизнесом правил игры, либо изменение этих правил под давлением корпоративных лоббистов оставляют широкое поле для манёвра капитала в отношении труда. В результате в ситуации кризиса именно рабочие рискуют оказаться наиболее пострадавшей социальной группой. Поэтому состояние рабочего движения и формы организации труда в начале 2000-х годов, прошлый опыт влияния профсоюзов на процесс принятия решений могут определить, насколько серьёзными окажутся подобные опасения.

Монография известного польского исследователя рабочего движения в странах Центральной и Восточной Европы посвящена проблемам места и роли организованного труда (*organized labor*) в ходе политических и экономических преобразований в посткоммунистических странах. Этот вопрос рассматривается на примере опыта четырёх стран — Венгрии, Польши, России и Украины. Выбор не случаен. (Если в первых двух можно говорить об успешности перехода к демократии и рынку, то в России и на Украине новая форма организация общества не сработала, а экономический порядок оказался далёк от известных стандартов.) В постсоветское время профсоюзы значительно повлияли на итоги реформ в России и на Украине, в Польше и Венгрии, причём как своим действием, так и бездействием¹. Сравнительный анализ этих четырёх стран был предпринят Кубичеком для поиска ответов на широкий круг поставленных им вопросов: «Как становление рынка повлияло на демократию, то есть что представляет собой политэкономическое содержание демократических преобразований?» (с. 20); «Какое место занимали профсоюзы в ходе посткоммунистической трансформации?» (с. 13); «Каковы причины, формы и последствия ослабления организованного труда в политическом измерении?» (с. 13). Автор признаёт, что ответы на эти вопросы отчасти уже известны. Потому расширяет свою задачу.

Обоснованию проблемной и методологической частей работы посвящена первая глава монографии. Причины очевидны. Во-первых, тема профсоюзов утрачивает актуальность по мере нивелирования конфликта между трудом и капиталом. Потому утверждение о слабости профсоюзов в Восточной и Западной Европе является не гипотезой, а отправной точкой исследования. Во-вторых, о приватизации, гражданском обществе, демократии и глобализации рынков на постсоветском пространстве написано немало. Профсоюзы также были объектом пристального внимания. Необходимость взглянуть в новом ракурсе на известные проблемы отразилась в любопытном авторском подходе. Организованные группы интересов (профсоюзы) выступают не только объектом, но и инструментом анализа. Такой инструмент позволяет автору рассмотреть влияние рынка на демократию в 1990-х годах и «проследить последствия влияния профсоюзов на политический процесс вплоть до сегодняшнего дня» (с. 20).

Монография представляет собой довольно смелую попытку вернуться к непопулярной теме неразрешённых противоречий между трудом и капиталом, а также между правящими группами. Более того, многие исследования последних лет, посвящённые организованным группам в Европе, выполнены в русле концепций корпоративизма или государства благосостояния. В них не делается акцент на демократию и рынок. Опыт Венгрии, Польши, России и Украины сравнительно небольшой и продолжает определяться основами, заложенными при переходе к рынку и демократии. Организованные группы труда в Европе в целом ослаблены и фрагментированы. Однако автору представляется важным не столько подтвердить этот известный факт, сколько выявить изменения в данном секторе под влиянием глобализации. Для этого, собственно, он и проводит сравнительный анализ профсоюзного движения в Западной и Восточной Европе². Анализ организованного труда выполнен в трёх измерениях — рынок, демократия и глобализация.

¹ Известно, что актор может определять состояние системы в том и другом случае.

² См. главу 3 «Восток встречает Запад». С. 52–71.

В первой главе автор указывает на слабую объяснительную способность нормативных теорий (например, теории демократического транзита) для анализа трансформации в посткоммунистических странах, поскольку они описывают явления, разные по сути, но схожие по форме, через призму одних и тех же концепций. В результате картина не вполне соответствует действительности. Так, многочисленность профсоюзов и их активность в четырёх странах видится автору показателем развитости гражданского общества (с. 10). Профсоюзы интересуют Кубичека не столько как часть гражданского общества, сколько как политический актор, чьё поведение было обусловлено приватизацией и демократизацией. Автор убеждён, что «профсоюзы важны для понимания политической экономики, ибо их деятельность раскрывает отношения между демократией и рынком», а также позволяет «понять посткоммунистическую трансформацию в целом» (с. 20).

Исследование затрагивает начало XXI в., поэтому автору трудно было обойти тему глобализации. В этом контексте важно было выявить возможности, которые используют рабочие для защиты своих интересов в условиях неспособности профсоюзов выполнять эту функцию. Среди факторов снижения активности профсоюзов автор отметил значительные изменения в сферах занятости и корпоративного капитала.

В монографии была затронута и социальная проблема. Нынешнее состояние в сфере организованных интересов труда в странах Восточной Европы характеризуется слабостью профсоюзов на всех уровнях (национальном, мезоуровне и микроуровне) в политическом, экономическом и организационном планах. Оно обусловлено опытом реформ 1990-х годов, которые по-прежнему выступают предметом для дискуссий. С одной стороны, профсоюзы в посткоммунистических странах относились к числу самых многочисленных и активных групп интересов. С другой стороны, самая многочисленная социальная группа (рабочие) «оказалась в числе проигравших» (с. 10). Выгоды для тех, чьи интересы формально были представлены через профсоюзы, оказались минимальны. В связи с этим автору представляется важным проанализировать «содержательную сторону деятельности профсоюзов» и выявить факторы, препятствовавшие переходу количественного превосходства в качественную эффективность (с. 19).

Теоретическую базу исследования составляет политическая экономия. Используется также теория групповых интересов (концепция М. Олсона). Задействованы теории зависимости от первоначально выбранного пути (*path dependency*), теории демократизации и демократического транзита. Центральным является метод сравнительного анализа.

Автор утверждает, что позиции организаций труда в большей степени зависят от объективных экономических факторов (с. 58). Собственно анализ организованного труда начинается с выявления факторов, обусловивших слабость профсоюзов в 1990-х годах. В их числе — изменения в соотношении государственного и частного секторов, деиндустриализация, дифференциация предприятий и глобализация. Важным представляется оценка влияния каждого фактора на сферу организованных интересов труда. Но прежде чем последовать логике изложения, отметим следующее: принципиальной кажется (это отражено в названии книги) обращение к организованному труду в целом, а не только к одному из типов организации — профсоюзам. Причины этого были изложены выше.

В контексте обращения к организованному труду в целом речь заходит о профсоюзах в Западной и Восточной Европе. В обоих случаях общий результат известен — значительное падение членства в организациях, потеря к ним доверия со стороны граждан, их фрагментация, а также чрезмерная конкуренции между группами интересов, их перемещение на периферию политического процесса (с. 53). Однако в Западной Европе речь идёт скорее о качественном изменении роли трудовых интересов в процессе принятия решений. «Значительное ослабление способов влияния профсоюзов на

политику по сравнению с прошлым компенсировалось новыми возможностями, открывшимися в связи с глобализацией» (с. 67).

В Восточной Европе глобализация и рынок привели к другим результатам. Кубичек задается вопросом: «Почему?» По мнению автора, при ответе на этот вопрос необходимо учитывать два момента. Во-первых, период слабости профсоюзов (1990-е годы) пришёл на смену их процветанию в советский период, когда эти организации служили интересам государства и руководителей промышленных предприятий (с. 30). Во-вторых, необходимо учитывать содержание перехода к рынку и демократии в отдельной стране. Переход зависит от множества внутренних факторов. Так, «Венгрия достигла значительных успехов в привлечении иностранных инвестиций, тогда как в России и Украине сделаны лишь первые шаги в этом направлении». Успехи в привлечении внешних инвесторов объяснялись разницей в уровнях политической и экономической стабильности (с. 68). Иными словами, если положение профсоюзов в Западной и Восточной Европе нельзя обобщать в связи с разной историей этих территорий, то общие выводы относительно всех посткоммунистических стран не оправданы в силу существующих между ними различий в политической, экономической и даже идеологической системах.

Автор выделяет ряд общих причин ослабления профсоюзного движения в России и на Украине, в Венгрии и Польше. Это упущенные возможности, неопределённость целей и разобщённость в рядах профсоюзных лидеров, излишняя политизация деятельности, активизация частного капитала. Подтверждается положение об ослаблении профсоюзов и маргинализации унионизма с течением времени в странах Восточной Европы.

Изложение построено таким образом, чтобы проверить гипотезу о влиянии приватизации и глобализации на ослабление позиций труда в структуре организованных интересов. Результаты исследования Кубичека подтвердили его гипотезу о том, что негативные тенденции в сфере организованных интересов труда связаны со структурными экономическими изменениями и глобальными экономическими факторами. Поэтому нельзя ставить «знак равенства между приватизацией и снижением показателей организованности рабочего класса» (с. 186). Падение интереса рабочих к организации было вызвано рядом факторов, среди которых приватизация не является доминирующей, ибо «проблемы с членством испытывали профсоюзы частного и государственного секторов» (с. 189).

Глобализация значительно повлияла на экономическое развитие посткоммунистических стран, но направление и степень этого влияния определялись внутренней спецификой каждого государства. Не подтвердилась гипотеза о том, что «глобализация эксплицитно приводит к маргинализации рабочего движения» и к утрате профсоюзами политического влияния в связи с нивелированием конфликта между трудом и капиталом (с. 193).

Автор приходит к выводу, что глобализация видоизменяет унионизм, переводит его на микроуровень (с. 198). В отношении частного сектора и особенно — иностранного капитала трудно выявить общую тенденцию. Наличие или отсутствие унионизма в значительной мере зависит от конкретной компании. Как отмечает Кубичек, «свидетельства позитивного влияния» иностранных инвестиций на экономику страны «не значат, что всё, что хорошо для корпорации, хорошо и для профсоюза» (с. 151).

Автор удачно вписал организованные интересы труда в каждое из трёх заявленных измерений (демократизация, приватизация и глобализация). Среди достоинств книги стоит также отметить внимание к истории вопроса, а именно к положению профсоюзов в период коммунизма. В дискурсе выдержан баланс между экскурсом в недавнюю историю и сегодняшней ситуацией. Часто анализ, то

есть детальное изучение фактов, переходит в описание событий в хронологической последовательности и текст оказывается явно перегруженным статистическими данными, не имеющими прямого отношения к проблеме. Статистические сведения включены в работу таким образом, что заставляют заподозрить автора в злоупотреблении количественными данными, хотя их обилие и демонстрируют богатство использованных источников³.

Неоправданно много внимания уделяется также явлениям, которые не имели серьёзных политических или экономических последствий, например, трипартизму, тогда как задачей сравнительного политического анализа является изучение реального процесса принятия решений и деятельности акторов, включённых в него.

Помимо нормативизма, обращает на себя внимание излишняя эмоциональность авторских оценок, превалирующая над анализом, особенно это касается выводов по разделам и главам. Нередко выводы и оценки автора книги предвзяты. Например, крайне неубедительным выглядит следующее умозаключение: «Реформы, нацеленные на создание основ демократии в России и на Украине, осуществились в недемократической форме из-за опасения, что некоторые популярные меры станут препятствием для самих реформ» (с. 201).

Судя не только по приведённой выше цитате, но и монографии в целом, некоторые эксперты, интересующиеся опытом постсоветских стран, до сих пор убеждены, что реформы в России и на Украине не удалась в силу отсутствия консенсуса между различными социальными группами, властью и обществом.

Автор убеждён, что если бы профсоюзы обладали реальной политической силой, то реформы прошли бы иначе. Но при таких рассуждениях упускается важный момент — соотношение партикулярных и общих интересов в любой коллективной деятельности. Известно, что наличие заинтересованной группы, консолидированной, хорошо организованной и преследующей коллективные цели, ещё не гарантирует успеха. Другой важной составляющей в деятельности любого актора является наличие каналов влияния на процесс принятия решений и ресурсов по оказанию этого влияния. Игнорирование этих важных моментов при анализе коллективного действия в политике посткоммунистических стран в некоторой степени лишают работу глубокого аналитического содержания.

В книге довольно много рассуждений о вопросах, в начале XXI в. уже утративших свою актуальность. Например, показательным является авторский акцент на общенациональных профсоюзах как ведущих институтах представительства трудовых интересов. Не раскрывается, хотя и отмечается, очень важный момент: противоречия между трудом и капиталом более не занимают ведущего места в структуре социально-экономических противоречий. Хотя неразрешённость этого вопроса остаётся серьёзным препятствием для успешного экономического развития России и Украины. Если автор имел в виду это обстоятельство, необходимо было сделать уточнение. Если нет, то налицо склонность к широким обобщениям, за которыми скрывается явное стремление подменить объективный анализ субъективным мнением.

Монография представляет собой результат кропотливого и длительного исследования, потребовавшего обработки большого объёма информации. Книга содержит массив фактического материала об истории и современном состоянии профсоюзов и рабочего класса в целом в Венгрии, Польше, России и на Украине. Кубичек затрагивает проблемы, которые появились в повестке дня не так давно, потому требуют дальнейших исследований. Например, европейская интеграция, экспансия иност-

³ Автор явно увлёкся социологическими опросами по широкому спектру проблем, показателями макроэкономического развития стран, статистическими данными, в той или иной мере касающимися профсоюзов, — опросами населения о доверии профсоюзам, отношении к демократии и т. д.

ранного капитала, корпоративная социальная ответственность, передел собственности. Именно в связи с этими новыми политическими и экономическими процессами, происходящими в основном на международном уровне, автор настаивает на необходимости изменения не столько форм организаций труда для защиты интересов, сколько стратегий поведения организованного труда при взаимодействии с государством, бизнесом и обществом.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

Социальная дифференциация и местное самоуправление в сельских поселениях и малых городах России: итоги двадцати постсоветских лет

Руководитель проекта — к. э. н. Александр Михайлович Никулин.



НИКУЛИН Александр Михайлович — кандидат экономических наук, доцент, руководитель Центра крестьяноведения, Интерцентр, МВШСЭН (Москва, Россия).

Email: nik@universitas.ru

Центр крестьяноведения, Интерцентр, МВШСЭН при финансовой поддержке Фонда Розы Люксембург проводят социологическое исследование «Социальная дифференциация и местное самоуправление в сельских поселениях и малых городах России: итоги двадцати постсоветских лет».

Сроки реализации проекта: декабрь 2009 — март 2011.

Участники проекта: А. М. Никулин (руководитель проекта), В. Г. Виноградский, О. Я. Виноградская, Т. Е. Кузнецова, Е. С. Никулина, И. В. Троцук, О. П. Фадеева.

Предпосылки реализации проекта

Исследовательский проект призван пополнить эмпирические данные и развить аналитические модели ряда социологических исследований, проведённых Центром крестьяноведения в 1990–2000-е годы. Прежде всего это проекты «Социальная структура советского и постсоветского села» (1990–1994), «Неформальная экономика сельской России» (1995–1997), «Неформальная экономика домохозяйств: реструктуризация сетей межсемейного обмена» (1998–2000), «Kinship and Social Security» (Семейно-родственные сети и социальная безопасность) (2004–2008), «Местное самоуправление и гражданское участие в сельской России» (2004–2008).

Цель и задачи проекта

Исследовательский проект нацелен на составление развёрнутой характеристики причин, факторов и тенденций развития социальной дифференциации и местного самоуправления локальных сообществ в малгородской и сельской России. Для этого предполагается решение следующих задач:

- проанализировать динамику и формы социальной, экономической, культурной дифференциации в ряде сельских регионов и малых городов России на уровне сельских и городских домохо-

зяйств, сельских и городских предприятий, сельских и городских сообществ за последние два десятилетия;

- типологизировать варианты политикоэкономической и социокультурной трансформации местных сообществ, акцентируя внимание на изменениях в структуре и полномочиях органов власти на уровне сельских поселений и малых городов в постсоветский период;
- проанализировать особенности формального и неформального взаимодействия органов местного самоуправления с локальными сообществами и разными уровнями власти с учётом региональной специфики сельских поселений и малых городов;
- аналитически реконструировать историю и перспективы социально-экономических и культурно-психологических стратегий некоторых отдельных респондентов и социальных институтов, находившихся в фокусе исследования в предыдущих проектах Центра крестьяноведения.

Региональная выборка

В восьми федеральных округах Российской Федерации отобраны для исследования восемь сельских районов и восемь малых городов (по одному сельскому району и малому городу от федерального округа). В каждом федеральном округе будет проведён «круглый стол» с представителями местных органов власти и участниками местных общественных организаций, будут собраны сведения из местных средств массовой информации и статистических органов, проведена серия тематических интервью с экспертами на местах (не менее 50 интервью). В трёх сельских поселениях и трёх малых городах Южного, Северо-Западного и Приволжского федеральных округов будут реализованы долговременные полевые социоантропологические исследования семейных домохозяйств и местных форм социальной организации.

Методы исследования

Основным методом исследования является полуструктурированное интервью — как индивидуальное, так и групповое (планируется провести в целом не менее 140 интервью). В качестве дополнительных методик социологической работы будут использованы анализ бюджетов домохозяйств и местных муниципальных образований; работа с местными статистическими источниками и средствами массовой информации; сбор, анализ, структурирование визуальной (фото- и видео-) информации; традиционный и контент-анализ транскриптов интервью.

Результаты проекта

Предварительные результаты проекта были представлены в докладах его участников на конференции «Россия многоукладная» (5–6 декабря 2010 г.), а также на секции «Малые сообщества» симпозиума Пути России–2010 (29–30 января 2010 г.).

В 2010–2011 годах планируется серия публикаций аналитических текстов по результатам проекта. В декабре 2010 г. будет организован специальный семинар участников проекта с презентацией промежуточных итогов исследования. На 2011 г. запланирован выход в свет документальных социологических фильмов по материалам исследования, связанных с вопросами взаимодействия городской и сельской, аграрной и индустриальной культур в современном российском обществе. В 2011 г. проект будет завершён публикацией коллективной монографии о региональных особенностях социальной дифференциации и местного самоуправления в России.

УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

Ф. Доббин

Экономическая социология

Гарвардский университет, весна 2004 г.



ДОББИН Фрэнк
(Dobbin, Frank) —
профессор социологии
Гарвардского
университета
(Кембридж, США).

Email: frank_dobbin@harvard.edu

Overview

Early sociologists were interested in the causes and consequences of the rise of capitalism. Karl Marx, Emile Durkheim, and Max Weber studied changes in economic behavior patterns that coincided with the rise of capitalism, but then for much of the twentieth century sociologists turned away from the study of economic behavior. Under the division of labor that came to characterize the social sciences, economic behavior was the province of economists. That changed in the early 1980s, when sociologists returned to the study of economic behavior. Most see economic behavior as shaped by the same roles, conventions, and social structures that shape political, religious, or family behavior. Most challenge the idea that behavior can be predicted by theories that neglect social structure.

This course surveys economic sociology's main theoretical camps — institutional, network, power, and cognitive approaches — and some of its main substantive areas — development, globalization, financial markets. One goal is to explore the extent to which different theoretical paradigms serve as alternatives to one another or as complements. Another is to review some of the most important studies and findings.

The course is in essence a wine-tasting. In a field dominated by monographs, we do not read a single one from start to finish. We sample many different things each week.

Requirements

The course is run as a participatory seminar. Attendance and participation are required. Class members will write a brief memo each week abstracting the week's readings, to be turned in at our class meeting. Class members will take turns framing discussion questions. The course is designed to encourage class members to come to understandings of the readings together.

A term paper is the final requirement of the course. The paper should be approximately fifteen pages in length, and it may take the form of a research proposal that incorporates ideas from a number of the readings in the course.

Grading

The final grade will depend equally on (1) class participation and discussion initiation, (2) weekly abstracts of the readings, and (3) a term paper.

Readings

Most of the readings are available for you to photocopy, in the library on the first floor of William James Hall. Other readings are available online, or in a collection that you may either purchase or photocopy. On the syllabus, I have marked where you can find each reading:

(Website) for those that are on the course website, (WJH Library) for those that are available for photocopying, and (Reader) for those that can be found in the book. The online readings are available on the course website. The book is:

Dobbin Frank (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York: Russell Sage Foundation.

It is due out the first week of February. I will leave a copy in the WJH library for you to photocopy, or you can order it directly from the press by calling 1-800-524-6401.

1. February 9

Economics and Sociology Divide

Yonay Y. 1998. *The Struggle Over the Soul of Economics: Institutional and Neoclassical Economists in American Between the Wars*. Princeton, NJ: Princeton University Press; Ch. 1, 10: 3–28, 196–222. (WJH Library)

Fourcade-Gourinchas M. 2001. Politics, Institutional Structures and the Rise of Economics: A Comparative Study. *Theory and Society*. 30 (3).

Camic Ch. 1992. Reputation and Predecessor Selection: Parsons and the Institutionalists. *American Sociological Review*. 57 (4): 421–455.

Mitchell T. 1999. Society, Economy, and the State Effect. In: Steinmetz G. (ed.). *State/Culture: State-Formation after the Cultural Turn*. Ithaca, NY: Cornell University Press; 76–97.

Smelser N. 1995. Economic Rationality as a Religious System. In: Wuthnow R. (ed.). *Rethinking Materialism: Perspectives on the Spiritual Dimension of Economic Behavior*. Grand Rapids, MI: William B. Erdmans; 73–92.

2. February 16 (Presidents' Day: To Be Rescheduled at First Meeting)

The Sociology of the Economy

Smelser N. J., Swedberg R. 2004. Introducing Economic Sociology. In: *The Handbook of Economic Sociology*. 2nd edn. Princeton, NJ: Princeton University Press and the Russell Sage Foundation.

Dobbin F. Forthcoming. The Sociological View of the Economy. In: *The New Economic Sociology: An Anthology*. Princeton, NJ: Princeton University Press; 1–46.

Powell W. W. 1990. Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization. In: Cummings L. L., Shaw B. (eds.). *Research in Organizational Behavior*. 12. Greenwich, CT: JAI Press; 295–336.

Hall P. A., Taylor R. C. R. 1996. Political Science and the Three New Institutionalisms. *Political Studies*. 44: 936–58.

Campbell J. L. 1998. Institutional Analysis and the Role of Ideas in Political Economy. *Theory and Society*. 27: 377–409.

Fligstein N. 2001. Bringing Sociology Back In. In: *The Architecture of Markets: The Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press; 3–24.

3. February 23

The Rise of the Market

Braudel F. 1977. *Afterthoughts on Material Civilization and Capitalism*. Baltimore: Johns Hopkins University Press; 79–117.

Polanyi K. 1944. *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of our Time*. New York: Rinehart; 56–76, 135–162.

Hirschman A. O. 1977. *The Passions and the Interests: Political Arguments for Capitalism before its Triumph*. Princeton: Princeton University Press; 3–66.

Swedberg R. 2004. Markets in Society. In: Smelser N., Swedberg R. (eds.). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton, NJ: Princeton University Press and Russell Sage Foundation.

Nee V. 1989. A Theory of Market Transition: From Redistribution to Markets in State Socialism. *American Sociological Review*. 54: 663–681.

Stark D. 1996. Recombinant Property in East European Capitalism. *American Journal of Sociology*. 101 (4): 993–1027.

Part I. Sociological Approaches to Economic Behavior

4. March 1

Institutions

Weber M. 2001 (1930). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Trans. by T. Parsons. New York: Routledge; 3–11, 39–41, 102–109, 115–116, 124–125.

Meyer J. W., Rowan B. 1977. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*. 83: 340–63.

DiMaggio P. J., Powell W. W. 1983. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*. 48: 147–160.

Whitley R. 1999. *Divergent Capitalisms: The Social Structuring and Change of Business Systems*. Oxford: Oxford University Press; Ch. 2: 31–64.

Scott W. R. 2004. Competing Logics in Healthcare: Professional, State, and Managerial. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York: Russell Sage Foundation Press; 267–287.

Haveman H. A. 1993. Follow the Leader: Mimetic Isomorphism and Entry into New Markets. *Administrative Science Quarterly*. 38: 593–627.

5. March 8

Networks

Durkheim É. 1933. *The Division of Labor in Society*. Trans. by G. Simpson. New York: Free Press; 39–41, 104–113, 129–131, 193–195, 226–227, 287–291, 277–280.

Granovetter M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. 91: 481–510.

Portes A., Sensenbrenner J. 1993. Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action. *American Journal of Sociology*. 98: 1320–1350.

Leifer E., White H. 1987. A Structural Approach to Markets. In: Mizruchi M., Schwartz M. (eds.). *Interorganizational Relations: The Structural Analysis of Business*. New York: Cambridge University Press; 85–108.

Burt R. S. 1992. *Structural Holes*. Cambridge MA: Harvard University Press; 8–30.

Uzzi B. 1999. Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing. *American Sociological Review*. 64: 481–505.

McLean P., Padgett J. 2004. Obligation, Risk, and Opportunity in the Renaissance Economy. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York, Russell Sage Foundation Press; 193–227.

Podolny J. M., Stuart T. E. 1995. A Role-Based Ecology of Technological Change. *American Journal of Sociology*. 100 (5): 1224–1260.

6. March 15

Power

Marx K. 1978. The Germany Ideology. In: Tucker R. (ed.). *The Marx-Engels Reader*. 2nd edn. New York: Norton; 149–155, 172–173, 176–188.

Fligstein N. 1990. *The Transformation of Corporate Control*. Cambridge, MA: Harvard University Press; 2–32.

Davis G. F., Diekmann K. A., Tinsley C. H. 1994. The Decline and Fall of the Conglomerate Firm in the 1980s: The Deinstitutionalization of an Organizational Form. *American Sociological Review*. 59: 547–570.

Roy W. G. 1997. *Socializing Capital: The Rise of the Large Industrial Corporation in America*. Princeton, NJ: Princeton University Press; 1–6, 10–18, 41, 44–49, 76–77.

Carruthers B. 1996. *City of Capital: Politics and Markets in the English Financial Revolution*. Princeton, NJ: Princeton University Press; 18–21, 161, 164–165, 175–183, 187–192.

Perrow Ch. 2004. Organizing America. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York: Russell Sage Foundation Press; 29–42.

Marsden P. 1983. Restricted Access in Networks and Models of Power. *The American Journal of Sociology*. 88 (4): 686–717.

7. March 22

Cognition and Sensemaking

Durkheim É. 1961. *The Elementary Forms of Religious Life*. New York: Collier; 236, 254–258, 259–261, 468–472, 269–272, 494–496.

Berger P., Luckmann Th. 1966. *The Social Construction of Reality: A Treatise on the Sociology of Knowledge*. Garden City: Doubleday; 1, 3, 19–25, 53–67, 110–112, 116–118.

Meyer J., Boli J., Thomas G. 1987. Ontology and Rationality in the Western Cultural Account. In: Thomas G., Meyer J., Francisco R., Boli J. (eds.). *Institutional Structure: Constituting State, Society, and the Individual*. Newbury Park: Sage Publications.

March J., Simon H. 1993. *Organizations*. 2nd edn. Blackwell: Oxford; 158–163, 172–179, 190–192.

Weick K. E. 1995. *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage; 1–6, 10–16, 38–43, 61–62.

Knorr Cetina K., Bruegger U. 2004. Global Microstructures: The Interaction Practices of Financial Markets. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York, Russell Sage Foundation Press; 157–190.

Zelizer V. A. 1987. *Pricing the Priceless Child: The Changing Social Value of Children*. New York: Basic; 56–85, 97–100, 112.

Healy K. 2004. Sacred Markets and Secular Ritual in the Organ Transplant Industry. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York, Russell Sage Foundation Press; 308–332.

March 27 to April 4: Spring Break

8. April 5

Nation-States and Economic Development

Gershenkron A. 1962. *Economic Backwardness in Historical Perspective*. Cambridge, MA: Belknap; 5–30.

Cardoso F. H., Faletto E. 1979. *Dependency and Development in Latin America*. Berkeley, CA: University of California; vii–28.

Wallerstein I. 1974. *The Modern World-System*. New York: Academic; 228–239.

Whyte M. K. 1973. Bureaucracy and Modernization in China: The Maoist Critique. *American Sociological Review*. 38 (2): 149–163.

Evans P., Rauch J. 1999. Bureaucracy and Growth: A Cross-National Analysis of the Effects of «Weberian» State Structures on Economic Growth. *American Sociological Review*. 64 (5): 748–765.

Centeno M. 1997. Blood and Debt: War and Taxation in Nineteenth Century America. *American Journal of Sociology*. 102: 1565–1605.

9. April 12

Comparative Capitalism. I

Whitley R. 1992. The Social Construction of Organizations and Markets: The Comparative Analysis of Business Recipes. In: Reed M., Hughes M. (eds.). *Rethinking Organization: New Directions in Organization Theory and Analysis*. London: Sage; 120–143.

Johnson Ch. 1987. Political Institutions and Economic Performance: The Government-Business Relationship in Japan, South Korea, and Taiwan. In: Deyo F. (ed.). *The Political Economy of the New Asian Industrialism*. Ithaca: Cornell University Press; 136–164.

Hamilton Gary G., Biggart Nicole Woolsey. 1988. Market, Culture, and Authority: A Comparative Analysis of Management and Organization in the Far East. *American Journal of Sociology*. 94: S52–S94.

Gao B. 2004. The State and the Associational Order of the Economy: The Institutionalization of Cartels and Trade Associations in 1931–1945 Japan. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York: Russell Sage Foundation Press; 43–73.

Brinton M. C. 1988. The Social-Institutional Bases of Gender Stratification: Japan as an Illustrative Case. *The American Journal of Sociology*. 94 (2): 300–334.

Swedberg R. 2004. On Legal Institutions and Their Role in the Economy. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York: Russell Sage Foundation Press; 74–92.

10. Week of April 19

Comparative Capitalism. II

Dobbin F. 1994. *Forging Industrial Policy: The United States, Britain, and France in the Railway Age*. New York: Cambridge University Press; Ch. 1, 5: 1–27, 213–231.

Bendix R. 1956. *Work and Authority in Industry: Ideologies of Management in the Course of Industrialization*. New York: John Wiley and Sons; 434–450.

Fligstein N. 1996. The Logic of Employment Systems. In: *The Architecture of Markets: The Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press; 99–122.

Guillén M. F. 1994. *Models of Management: Work, Authority, and Organization in a Comparative Perspective*. Chicago: University of Chicago Press; 1–29, 266–280.

Hofstede G. 1990. Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study across Twenty Cases. *Administrative Science Quarterly*. 35: 286–316.

Biernacki R. 2001. Labor as an Imagined Commodity. *Politics and Society*. 29 (2): 173–206.

Western B. 1994. Unionization and Labor Market Institutions in Advanced Capitalism, 1950–1985. *American Journal of Sociology*. 99: 1314–1341.

11. Week of April 26

Globalization

Meyer J. W., Boli J., Thomas G. M., Ramirez F. O. 1997. World Society and the Nation-State. *American Journal of Sociology*. 103 (1): 144–81.

Sassen S. 2000. Spatialities and Temporalities of the Global: Elements for a Theorization. Public Culture: Society for Transnational Cultural Studies. *Millenial Quartet*. 2: 215–232.

Saxenian A. L. 2001. Inside-Out: Regional Networks and Industrial adaptation in Silicon Valley and Route 128. In: Granovetter M., Swedberg R. (eds.). *The Sociology of Economic Life*. 2nd edn. Boulder, CO: Westview; 357–374.

Schneper W., Guillén M. 2004. Corporate Governance, Legitimacy, and Models of the Firm. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York: Russell Sage Foundation Press; 127–156.

Davis D. 2004. Talking about Property in the New Chinese Domestic Property Regime. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York: Russell Sage Foundation Press; 288–307.

Mizruchi M., Davis G. 2004. The Globalization of American Banking, 1962–1981. In: Dobbin F. (ed.). *The Sociology of the Economy*. New York, Russell Sage Foundation Press; 95–126.

12. Week of May 3

Financial Markets

Useem M. 1993. *Executive Defense: Shareholder Power and Corporate Reorganization*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press; 1–56.

Khurana R. 2002. *Searching for a Corporate Savior: The Irrational Quest for Charismatic CEOs*. Princeton, NJ: Princeton University Press; 1–50.

Abolafia M. 1996. *Making Markets: Opportunism and Restraint on Wall Street*. Cambridge, MA: Harvard University Press; 1–63.

Lounsbury M. 2002. Institutional Transformation and Status Mobility: The Professionalization of the Field of Finance. *Academy of Management Journal*. 45 (1): 255–266.

Zuckerman E. W. 2000. Focusing the Corporate Product: Securities Analysts and De-Diversification. *Administrative Science Quarterly*. 45: 591–619.

КОНФЕРЕНЦИИ

Летние школы ГУ ВШЭ, 2010¹

**Теория предпринимательства:
направления исследований, методология, прикладное значение**
(2-я Всероссийская летняя школа ГУ ВШЭ)²

Руководитель: декан факультета социологии, профессор, д. э. н. А. Ю. Чепуренко.

Организаторы: факультет социологии, Лаборатория социологических исследований Центра фундаментальных исследований (ЦФИ).

Сроки проведения: 5–10 июля 2010 г.

Приём заявок осуществляется до 22 апреля 2010 г.

На Летней школе предполагается обобщить опыт ГУ ВШЭ в изучении предпринимательства и обучении ему. В частности, опираясь на багаж знаний и умений исследовательского коллектива, работавшего в проекте GEM, мы рассчитываем ознакомить слушателей с международными академическими исследованиями предпринимательства и заинтересовать их в теоретическом освоении накопленных данных и подключении к дальнейшей реализации проекта в России. На этой основе студенты-участники Летней школы получают предметное представление о методах анализа и интерпретации данных в междисциплинарных кросскультурных исследованиях.

Четвёртая Российская летняя школа по экономике труда (RSSL–2010) «Поведение предприятий на рынке труда»³

Руководитель: проректор, заведующий кафедрой экономики труда и народонаселения, доцент, к. э. н. С. Ю. Рошин.

Организаторы: кафедра экономики труда и народонаселения, Лаборатория исследований рынка труда (ЛИРТ).

Сроки проведения: 4–10 июля 2010 г.

Приём заявок осуществляется до 15 апреля 2010 г.

Сайт Летней школы: http://lirt.hse.ru/summer_school_2010

Данная Летняя школа посвящена проблемам поведения предприятий на рынке труда, спроса на труд, взаимосвязи внутренних и внешних рынков труда. На Летней школе предполагается чтение лекций,

¹ Подробнее о Летних школах ГУ ВШЭ см.: <http://www.hse.ru/summer-schools-2010>

² Подробнее о Летней школе см.: <http://www.hse.ru/news/16881379.html>. Репортаж о Летней школе «Предпринимательство в России: теория и практика, методология исследования», прошедшей в 2009 г., см.: http://soc.hse.ru/gem/reports_ssch

³ Материалы III Летней школы по экономике труда (RSSL-2009) см.: http://lirt.hse.ru/summer_school_2009

знакомство с результатами исследований, выполненных на российских данных, обсуждение исследовательских работ участников школы, занятия по формированию исследовательских навыков, освоению исследовательских методик.

Инструментальные методы в институциональной экономике (Russian Summer School on Institutional Analysis 2010)

Руководители: директор по академическому развитию ГУ ВШЭ, руководитель Лаборатории институционально анализа экономических реформ, доцент, к. э. н. М. М. Юдкевич; научный сотрудник, доцент, к. э. н. Е. А. Подколзина.

Организаторы: научно-учебная лаборатория «Институциональный анализ экономических реформ» (НУЛ ИАЭР ЦФИ ГУ ВШЭ).

Сроки проведения: 2–6 июля 2010 г.

Приём заявок осуществляется до 20 марта 2010 г.

Сайт Летней школы: <http://lia-hse.com/>

Летняя Школа RSSIA — это ежегодное мероприятие, посвящённое обсуждению наиболее актуальных вопросов для современной экономики в рамках методологии институциональной теории. Школа этого года нацелена на изучение инструментальных методов, которые применяются в институциональном анализе в приложении к различным отраслям экономики. В рамках Школы ведущие западные и российские исследователи в области институционального анализа прочтут лекции и проведут семинары, на которых расскажут суть используемых институциональной теорией методов и продемонстрируют возможности их применения для анализа конкретных феноменов.

Основная цель проведения Летних Школ RSSIA — это формирование сети российских исследователей, которые занимаются различными вопросами в области институционального анализа, распространение на базе сформированной сети единого стандарта проведения научных исследований, развитие каналов аккумулирования экспертной информации в заданной области. Особое внимание в рамках текущей Школы будет уделено освоению инструментария теории игр и контрактных теорий в приложении к решению экономических задач. Каждый участник получит возможность представить проект собственного исследования и получить комментарии экспертов относительно дальнейших перспектив развития темы. Важной целью является также привлечение и отбор талантливой молодежи для поступления в магистратуру и аспирантуру ГУ ВШЭ.

Летняя социологическая практика

Руководители: заместитель декана факультета социологии по учебно-методической работе, старший преподаватель кафедры анализа социальных институтов А. А. Кожанов; заместитель декана факультета социологии по научной работе, профессор, д. э. н. Л. Я. Косалс.

Организаторы: факультет социологии, Лаборатория социально-экономических исследований на факультете социологии, студенческая организация при факультете социологии ГУ ВШЭ социологический клуб «Город».

Сроки проведения (ориентировочно): 24 июля — 8 августа 2010 г.

Летняя социологическая практика — мероприятие, направленное на развитие навыков проведения полевого социологического исследования. Практика представляет собой:

1. Тренинг на умение использовать техники и применять методики, позволяющие получать насыщенные описания изучаемого объекта;
2. Исследовательский проект, нацеленный на изучение феноменов городской среды, в том числе мобильности, образования, отдельных социальных групп;
3. Последовательное формирование рабочего коллектива для выполнения значимых исследовательских проектов в области урбанистики и развития города, в том числе международных, сравнительных.

Летняя практика ориентирована в первую очередь на студентов 2–4 курсов факультета социологии ГУ ВШЭ. Её проведение обусловлено невозможностью реализации такого рода подготовки в формате учебных программ и, одновременно, наличием потребности в развитии навыков этнографического исследования.

Летняя социологическая практика предваряется несколькими сериями семинаров, которые начинаются в январе и включают сбор и анализ материалов, обсуждение актуальной литературы по темам зонирования, развития городского пространства, а также методологические семинары, где происходит подготовка к проведению исследования. Семинары включают также занятия с приглашёнными экспертами и преподавателями факультетов социологии (Москва, Санкт-Петербургский филиал) и государственного и муниципального управления ГУ ВШЭ. Полевая часть представляет экспериментальную площадку, на которой отрабатываются различные методы исследования интересующего объекта. Кроме того, «работа в поле», как показывает опыт, стимулируют постановку новых исследовательских проблем, поскольку позволяет увидеть возникающие социальные противоречия в рассматриваемом объекте, которые ещё не осознано научное сообщество. Предполагается, что благодаря обширной методологической и методической подготовке участники летней социологической практики смогут выполнять высококачественные исследования не только по урбанистике, но и в других областях, также отражающих лидирующие тенденции отечественной и международной социологии.

Рамочной темой проекта является «Исследование городской жизни», которая может рассматриваться с разных исследовательских перспектив — с точки зрения экономической жизни, властных отношений, локальных сообществ, пространственной организации, стратификационных систем и т. д. Одним из направлений летней практики 2010 г. станет этнографическое исследование городских рынков. В ходе полевой части проекта предполагается создание торговой карты города с нанесением и классификацией торговых мест, подготовка полевых дневников наблюдений в торговых точках (рынки, базары, магазины), сбор массива интервью с жителями города об участии в потреблении и торговле.

Исследования города представляют собой перспективное направление, поскольку городская среда во многом формирует жизнь современного человека. Город как социологический феномен является особым способом организации порядка взаимодействия индивидов, играющим одну из главных ролей в структурировании современного общества.

Отбор участников пройдёт с 1 апреля по 1 июня 2010 г. Основанием для приглашения к участию в полевом этапе Практики выступит участие в подготовительных семинарах. Заявки принимаются по адресу: summertut@gmail.com.

Полевая часть проекта будет проходить в Мантуровском районе Костромской области.

Летняя школа по теории и практики современных технологий организации событий (*event marketing&management*)⁴

Руководитель: начальник отдела деканата, преподаватель кафедры теории и практики рекламы А. А. Меланьина.

Организаторы: факультет прикладной политологии ГУ ВШЭ.

Сроки проведения (ориентировочно): 1–8 июля 2010 г.

Приём заявок осуществляется с 15 апреля по 15 мая 2010 г.

Летняя школа по теории и практики современных технологий организации событий ориентирована на студентов, изучающих маркетинг, рекламу, связи с общественностью и интересующихся теорией и практикой организации событий (корпоративных или массовых). Основу участников должны составить студенты ГУ ВШЭ из Москвы и филиалов, в том числе участвующие в студенческом самоуправлении (студсоветы).

Практическая сторона Летней школы состоит в разработке методических материалов для студенческих советов ГУ ВШЭ и филиалов по современным технологиям организации внутрикорпоративных и массовых событий, а также в привлечении практиков с рынка, которые готовы предоставлять для разработки реальные проекты, например, социальной направленности и проекты для молодёжи. Для этого во время обучения участники разделятся на несколько проектных event-компаний, каждой будет предложен кейс для решения. Организация, проведение, отчёт о мероприятии будут считаться выпускным экзаменом. Все методические материалы по итогам работы ЛШ будут опубликованы и предоставлены для пользования структурным подразделениям и студенческим организациям ГУ ВШЭ.

Контактная информация: amelanina@hse.ru

Национально-региональные особенности организации и осуществления муниципального управления⁵

Руководитель: первый заместитель декана по учебной работе ФГМУ, профессор, д. ф. н. Ю. М. Плюсин.

Организаторы: факультет государственного и муниципального управления ГУ ВШЭ.

Сроки проведения: первая декада июля 2010 г.

Приём заявок осуществляется до 23 апреля 2010 г.

Принципы и формы организации местного самоуправления, общие на законодательном уровне, в процессе своей реализации приобретают локальную специфику, которая в основном обусловлена культурно-историческими и этническими факторами. Такие национально-региональные особенности по разным причинам в настоящее время мало и слабо исследованы, а в учебном процессе они не учитываются совершенно. Между тем в реальной практике национальная специфика организации местного управления является, по нашим наблюдениям, важным и нередко определяющим фактором. Это знание существенно для будущих муниципальных руководителей.

⁴ Подробнее о школе см. на странице факультета прикладной политологии ГУ ВШЭ: <http://fpp.hse.ru/>

⁵ Подробнее о школе см. на сайте Лаборатории муниципального управления ГУ ВШЭ: <http://lmu.hse.ru/>

Поэтому представляется крайне полезным для студентов старших курсов бакалавриата и магистратуры, аспирантов, специализирующихся по муниципальному управлению, получить систематические и практически фундированные знания об особенностях осуществления муниципального управления на территориях проживания разных национальностей, имеющих специфику в организации социальной жизни, повседневных практик, как хозяйственно-бытовых, так и управленческих.

Предполагается, что Летняя школа будет проведена в республике Башкортостан в районах компактного проживания башкир, татар и русских (Караидельский район). Студенты смогут непосредственно познакомиться с практикой организации управления в муниципальных образованиях трёх видов: в сельских поселениях, городских поселениях и муниципальных районах, где можно наблюдать локальные особенности, обусловленные национально-культурной спецификой.

Мастер-классы для студентов дадут руководители муниципалитетов. Под руководством преподавателей факультета ГМУ студенты проведут небольшие полевые исследования организации и структуры муниципального управления с национальной спецификой.

Контактная информация: кафедра местного самоуправления ФГМУ (Москва, ул. Мясницкая, д. 20, комн. 516; секретарь кафедры — Романова Лариса Германовна).

КОНФЕРЕНЦИИ

XI Международная научная конференция ГУ ВШЭ по проблемам развития экономики и общества 6–8 апреля 2010 г.

Одиннадцатая международная научная конференция ГУ ВШЭ по проблемам развития экономики и общества состоится в Москве, 6–8 апреля 2010 г. Её проводит Государственный университет — Высшая школа экономики при участии Всемирного банка и Международного валютного фонда.

Программа секционных заседаний¹

(предварительная версия от 19.03.2010)

Секция F. Рынки труда

Руководитель — **В. Е. Гимпельсон** (ГУ ВШЭ)

7 апреля 2010 г.

Почетный доклад F-07

15:00–16:30

K. Zimmermann (IZA, Bonn University)

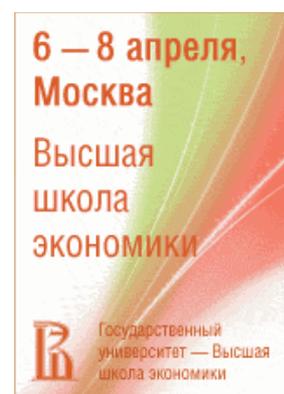
Место проведения
будет указано
дополнительно

Labor Mobility and the Integration of European Labor Markets: EU Labor Markets after Post-Enlargement Migration

Председатель — **А. Вишневский** (ГУ ВШЭ)

Клаус Циммерман — немецкий экономист. Получил докторскую степень в Маннгеймском университете в 1987 г. Профессор экономической теории Мюнхенского (1989–1998) и Боннского (с 1998) университетов. Директор Института трудовых исследований (Бонн) и президент Немецкого института экономических исследований (Берлин). Президент Европейского общества экономики населения (1994). С 1998 г. является профессором экономики Боннского университета и директором Института трудовых исследований (Бонн). С 2000 г. занимает должность президента Немецкого института экономических исследований (Берлин). Имеет звание почётного профессора экономики в Свободном берлинском университете и Ренминском университете Пекина. С 1990 г. — научный сотрудник лондонского Центра изучения экономической политики

Автор и редактор 33 книг и 170 статей, которые были опубликованы в ведущих международных журналах («American Economic Review», «Econometrica», «Journal of Human Resources», «Journal of Applied Econometrics», «Public Choice» и др.).



¹ Здесь приводится информация о некоторых наиболее интересных с точки зрения экономической социологии секциях. С полной версией программы конференции можно ознакомиться на сайте. <http://conf.hse.ru/2010/>

- 8 апреля 2010 г. **Сессия F-03**
 10:00–11:30 **Рынки труда-1**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **Р. Капелюшников** (ГУ ВШЭ)
И. Денисова, М. Карцева (РЭШ, ЦЭФИР)
Социальная мобильность российских домохозяйств
А. Ощепков (ГУ ВШЭ)
Экономическая отдача от образования: межрегиональная вариация и её факторы
A. Muravyev (IZA), **H. Lehmann** (University of Bologna, IZA)
How Important are Labor Market Institutions for Labor Market Performance in Transition Countries?
- 8 апреля 2010 г. **Сессия F-04**
 12:00–13:30 **Рынки труда-2**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **С. Роцин** (ГУ ВШЭ)
H. Lehmann (University of Bologna, IZA)
Can Gibbons' Stylized Facts Be Extended to Transitional Russia?
А. Зайцева, H. Lehmann (University of Bologna, IZA), **A. Muravyev**(IZA)
The Incidence and Costs of Job Loss in Russia
Л. Смирных (ГУ ВШЭ)
Влияние удовлетворённости работой на поиск работы и трудовую мобильность
Ф. Слонимчик (ГУ ВШЭ)
Skill Mismatch and Earnings: A Panel Analysis of the U.S. Labor Market

Секция L. Экономические институты

- Руководители — **В. Полтерович** (ЦЭМИ РАН), **Л. Полищук** (ГУ ВШЭ)
 6 апреля 2010 г. **Сессия L-03**
 15:00–16:30 **Экономические институты-1**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **Л. Полищук** (ГУ ВШЭ)
В. В. Радаев (ГУ ВШЭ)
Как формируется спрос на государственное регулирование рыночных правил (на примере подготовки и обсуждения ФЗ о торговле)

В. Г. Басарева (Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН)

Государственная поддержка малого бизнеса: помощь или институциональная ловушка?

J. Zweynert (Hamburg Institute of International Economics)

The Micro-Foundations of the Transition from Limited Access Order to Open Access Orders. The Case of Post-Socialist Russia

Л. М. Галиуллина (СПбГУ экономики и финансов)

Ресурсное изобилие и борьба с бедностью в России

6 апреля 2010 г.

Экономические институты–2

17:00–18:30

Председатель — **М. М. Юдкевич** (ГУ ВШЭ)

Место проведения
будет указано
дополнительно

C. Gerry (University College London, School of Slavonic and East European Studies), **T. Mickiewicz**, **Z. Nikoloski** (UCL)

Did Mass Privatisation Really Increase Post-Communist Male Mortality?

Л. Полищук (ГУ ВШЭ), **Р. Меняшев** (ГУ ВШЭ)

Экономическая отдача на социальный капитал: о чем говорят российские данные?

О. Ю. Старков (Центральный экономико-математический институт РАН),
В. М. Полтерович (ЦЭМИ РАН; РЭШ)

Российская ипотека в институциональной ловушке: есть ли выход?

А. В. Говорун (Институт анализа предприятий и рынков)

Нарушение прав предприятий и возможности их защиты в суде: российский опыт второй половины 2000-х (на данных эмпирического исследования)

Секция М. Экономическая история

Руководитель — **А. Маркевич** (РЭШ)

8 апреля 2010г.

Сессия М-09

10:00–11:30

Количественные оценки экономического развития России. 1800–2000

Место проведения
будет указано
дополнительно

Председатель — **S. Nafziger** (Williams College)

M. Harrison (University of Warwick), **A. Markevich** (NES)

Russia's Real National Income: War, Civil War, and Recovery, 1913 to 1928

S. Wheatcroft (University of Melbourne)

Measuring Russian and Soviet Agricultural Production in the 19th and 20th centuries

G. Kessler (International Institute of Social History)

Changing Labour Relations in Russia, 1800-2000

Дискуссант — **С. А. Афонцев** (Институт мировой экономики и международных отношений РАН)

8 апреля 2010 г.

Сессия М-10

12:00–13:30

Институты и экономическое развитие пореформенной России

Место проведения
будет указано
дополнительно

Председатель — **M. Harrison** (University of Warwick)

S. Nafziger (Williams College)

Local Politics and Public Good Provision in Late-Tsarist Russia

P. Dower (NES), **E. Chernina** (CEFIR), **A. Markevich** (NES)

The Stolypin Agrarian Reform and Peasant Migration

С. В. Беспалов (Институт научной информации по общественным наукам РАН)

Вопрос об издержках политики индустриальной модернизации в общественной мысли России конца XIX — начала XX века

8 апреля 2010 г.

Дискуссант — **M. Harrison** (University of Warwick)

Круглый стол М-11

15:00–16:30

Экономическая история: задачи и перспективы

Место проведения
будет указано
дополнительно

Ведущий — **А. Маркевич** (РЭШ).

Обсуждаемые вопросы:

- Направления исследований экономической истории. На какие вопросы она в первую очередь должна отвечать: экономический рост в долгосрочной перспективе; влияние институтов и социальных норм на экономическое развитие; выбор и поведение экономических агентов в прошлом; история экономической политики?
- Методы дисциплины и «экономический империализм»: какое место экономическая теория должна занимать в исследованиях по экономической истории? как соотносятся экономическая история и клиометрика?
- Источниковая база: хватает ли нам данных? Нужны ли новые «большие» проекты по сбору и унификации данных (типа проекта А. Мэдисона по реконструкции национальных ВВП или проекта «Исторические цены и зарплаты» Международного института социальной истории) в применении к экономической истории России? Какие?
- Место и роль экономической истории в экономическом образовании. Как преподавать экономическую историю экономистам (историкам)?

Участники: **О. И. Ананьин** (ВШЭ), **Л. И. Бородкин** (МГУ), **Х. Кесслер** (IISH), **В. А. Мау** (АНХ), **Б. Н. Миронов** (СПбГУ), **А. В. Полетаев** (ГУ ВШЭ), **С. А. Самломатина** (МГУ).

- 8 апреля 2010 г. **Сессия М-12**
 17:00–18:30 **Институты и аграрная история России**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **A. Markevich** (NES)
T. Dennison (California Institute of Technology)
Marriage and Markets in Imperial Russia
D. Darrow (University of Dayton)
Russian Land Norms in Historical Perspective, 1700-1920
М. С. Вдовин (ГУ ВШЭ)
Закрепощение крестьян в Великом княжестве Московском: интерпретации в рамках институционального анализа
 Дискуссант — **C. Leonard** (St Antony's College, Oxford)

Секция О. Развитие предпринимательства

- Руководитель — **А. Ю. Чепуренко** (ГУ ВШЭ)
 8 апреля 2010 г. **Сессия О-09**
 10:00–11:30 **Предпринимательство, сети и способы организации хозяйства (Entrepreneurship, Networks and Economies)**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **R. Blackburn** (Kingston University)
P. Wong (National University of Singapore)
Entrepreneurial Firm Formation and Income Equality: A Cross-Country Analysis
Л. С. Ружанская, М. С. Баландина, О. В. Никитина, А. А. Щербинина
 (Уральский государственный университет им. А. М. Горького)
Entrepreneurship in «Mono-Cities»: Sshort-Term and Long-Term Perspectives
Г. В. Градосельская (ГУ ВШЭ)
Структура социальных взаимодействий малого и среднего бизнеса России (по результатам крупномасштабных исследований ФОМ)
Г. Широкова (Center for Entrepreneurship, Graduate School of Management SPbSU)
The Impact of Social Networks on Different Life-Cycle Stages of an Entrepreneurial Firm: GEM Data on Russia
 Дискуссант — **Т. А. Алимова** (ГУ ВШЭ)

- 8 апреля 2010 г. **Круглый стол О-10**
- 12:00–13:30 **Раннее предпринимательство в условиях кризиса: результаты международного сравнения (на данных GEM) (Early Entrepreneurship Under Crisis: GEM Results in Cross-National Comparison)**
- Место проведения будет указано дополнительно
- Ведущий — **А. Ю. Чепуренко** (ГУ ВШЭ)
- Обсуждаемые вопросы:
- How did the entrepreneurial framework conditions change under crisis?
 - Crisis — time to start-up or to discontinue a business?
 - Who and why is starting-up under crisis times?
 - What is the GEM contribution to understanding the economic impact of crisis?
- Участники: **P. Arenius** (Turku Business School), **R. Blackburn** (Kingston University), **O. Obraztsova**, **T. Alimova** (U-HSE), **M. Dorokhina**, **O. Verkhovskaya** (SPbSU), **J. Hessels** (Erasmus School for Economics)

Секция Р. Корпоративная социальная ответственность и социальная политика

- Руководитель — **Т. Я. Четвернина** (ГУ ВШЭ)
- 8 апреля 2010 г. **Сессия Р-09**
- 10:00–11:30 **Корпоративная социальная ответственность: теория и модели**
- Место проведения будет указано дополнительно
- Председатели — **А. А. Московская** (ГУ ВШЭ), **А. С. Бим** (Программа развития ООН)
- Ю. Е. Благов** (Высшая школа менеджмента СПбГУ)
«КСО-инновация» и корпоративное управление
- Е. П. Макарова** (Челябинский Государственный Университет)
Этапы развития теорий корпоративной социальной ответственности
- Б. С. Батаева** (Финансовая академия при Правительстве РФ)
Исламская модель корпоративной социальной ответственности бизнеса
- А. А. Московская** (ГУ ВШЭ)
Исследование моделей социального предпринимательства в России
- Дискуссант — **А. С. Бим** (Программа развития ООН)

- 8 апреля 2010 г. **Сессия Р-10**
 12:00–13:30 **Корпоративная социальная ответственность: практический опыт**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **И. М. Козина** (ГУ ВШЭ)
В. А. Симхович (Белорусский государственный экономический университет)
Социальная ответственность как философия управления компанией: белорусский опыт
M. Hingley (Harper Adams University College)
Building Stakeholder Value in Socially Responsible Food Supply: A Case Study of the Retailer Co-Operative Approach in the UK
V. Yakubovich (University of Pennsylvania), S. Shekshnia (INSEAD)
The Network of Task Interdependence and Mobility in Organizations: A Case of Russian Corporate Bureaucracy
Н. О. Тодэ (ГУ ВШЭ)
Специфика российской модели социального партнерства, роль в регулировании трудовых отношений
М. А. Шабанова (ГУ ВШЭ)
Деловая репутация в проблемной социально-правовой среде (на примере нового поколения предпринимателей и менеджеров России)
 Дискуссанты: **П. В. Романов** (ГУ ВШЭ), **В. И. Кабалина** («Норильский никель»)
- 8 апреля 2010 г. **Сессия Р-11**
 15:00–16:30 **Сфера труда в период восстановительного роста и в условиях кризиса**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **Т. Я. Четвернина** (ГУ ВШЭ)
C. Morrison (Middlesex University)
Change through Continuity: Employment and Social Relationship at the Post-Soviet Workplace
И. М. Козина (ГУ ВШЭ)
Социально-трудовые отношения на предприятиях: диагностика и динамика
А. Л. Темницкий (МГИМО)
Социокультурная модель наемного работника рыночного типа
L. Pal (Carleton University)
The Economic Crisis and Labour Market Stimulation: The Canadian Case

Е. Б. Мезенцева (ГУ ВШЭ)

Трудовые мигранты на российском рынке труда: в ожидании экономического подъема

Т. Я. Четвернина (ГУ ВШЭ)

Оценка государственных антикризисных мероприятий на рынке труда

Дискуссанты: **С. С. Ярошенко** (СПбГУ), **М. С. Токсанбаева** (ИСЭПН РАН)

8 апреля 2010 г.

Сессия Р-12

17:00–18:30

Социальная политика

Место проведения
будет указано
дополнительно

Председатель — **Т. Я. Четвернина** (ГУ ВШЭ)

И. В. Соболева (Институт экономики РАН, ГУ ВШЭ), **Л. Д. Лакунина** (ГУ ВШЭ)

Изменение профиля социальной защищенности в период экономического роста и в период кризиса

О. Я. Лавриненко (Даугавпилсский университет, Институт социальных исследований)

Defining Tendencies and Priorities in Modelling the Standard of Living of the Population in NUTS 2 Regions CEE (Central and Eastern Europe) countries (2000–2007)

Д. Ю. Руденко (Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права)

Бедность населения и развитие человеческого потенциала в России

Ю. С. Борисова (Саратовский государственный технический университет)

Проблемы социальной мобильности людей с ограниченными возможностями в контексте новой политики инвалидности

Дискуссант — **М. С. Токсанбаева** (ИСЭПН РАН)

Секция W. Социокультурные процессы в России и мире

Руководители: **В. С. Магун** (Институт социологии РАН), **Н. М. Лебедева** (ГУ ВШЭ)

6 апреля 2010 г.

Сессия W-03

15:00–16:30

«Ценности и интуитивные “теории” россиян в контексте международных сравнений»

Место проведения
будет указано
дополнительно

Председатель — **В. С. Магун** (Институт социологии РАН)

М. Г. Руднев (Институт социологии РАН), **В. С. Магун** (Институт социологии РАН)

Ценностный консенсус населения России в сравнении с населением других европейских стран

Г. А. Монусова (ИМЭМО РАН)

Российские трудовые ценности в контексте международных сравнений

А. А. Зудина (ГУ ВШЭ)

Представления о причинах индивидуальных успехов и неудач в экономической жизни: Россия и мир

С. В. Захаров (ГУ ВШЭ)

Когда, по мнению россиян и жителей других европейских стран, девушка становится взрослой

Дискуссант — **Е. Н. Данилова** (Институт социологии РАН)

6 апреля 2010 г.

Сессия W-04

17:00–18:30

Межличностное и институциональное доверие

Место проведения
будет указано
дополнительно

Председатель — **В. А. Давыденко** (Тюменский государственный университет)

Ю. В. Латов (Академия управления МВД России)

Декларируемое и фактическое межличностное доверие в современной России

А. В. Немировская (Сибирский федеральный университет)

Доверие населения социальным институтам как фактор успешной модернизации российского общества

С. Chang (Department of Sociology, Soochow University, Taipei, Taiwan)

Culture Capital and Social Capital in China: An International Comparison of East Asian Expatriates

В. А. Давыденко (Тюменский государственный университет)

Парадоксы и проблемы анализа институционального доверия в постсоветской России

Дискуссанты: **Е. А. Когай** (Курский государственный университет),
В. В. Гришин (ВЦИОМ-Урал), **В. В. Вольчик** (Южный федеральный университет),
В. В. Липов (Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина),
Г. Ромашкина (Тюменский государственный университет),
В. В. Воронов (Даугавпилсский университет)

- 7 апреля 2010 г. **Сессия W-07**
 с 15:00 по 16:30 **Ценности, массовые представления и проблемы социально-экономической динамики**
 Место проведения будет указано дополнительно
 Председатель — **Н. М. Лебедева** (ГУ ВШЭ)
М. Ю. Урнов (ГУ ВШЭ)
Ценностная неоднородность общества как фактор социальной динамики
М. Снеговая (ГУ ВШЭ)
Влияет ли религия на уровни экономического и политического развития стран? Кроссстрановой анализ
В. В. Мельников (ГУ ВШЭ)
Население в условиях кризиса: мифы, слухи и объективная реальность
Н. М. Лебедева (ГУ ВШЭ)
Взаимосвязь ценностей и отношения к инновациям в России и Китае
 Дискуссанты: **М. Ф. Черныш** (Институт социологии РАН), **А. Н. Татарко** (ГУ ВШЭ)
- 7 апреля 2010 г. **Сессия W-08**
 17:00–18:30 **Обыденное знание о социальном мире (Folk Sociology) как ресурс и ограничение в социологическом исследовании: контуры нового подхода**
 Место проведения будет
 Председатель — **И. Ф. Девятко** (ГУ ВШЭ)
Е. Ю. Рождественская (ГУ ВШЭ)
В поисках смысла и связности: нарративная идентичность как продукт биографического нарративного интервью
К. А. Гаврилов (ГУ ВШЭ)
«Интуитивная токсикология»: ключевые идеи и возможность их использования для изучения обыденного знания о социальном мире
А. А. Кожанов (ГУ ВШЭ)
Здравый смысл и обыденные эпистемологии в социологической и антропологической исследовательской перспективе
И. Ф. Девятко (ГУ ВШЭ), **Р. Н. Абрамов** (ВШЭ)
Мудрость толп или мудрость одиночек? Некоторые данные о пределах и природе дескриптивного обыденного знания о социальном мире.
 Дискуссанты: Г. Г. Татарова, В. В. Семенова (Институт социологии РАН)

- 8 апреля 2010 г. **Сессия W-09**
- 10:00–11:30 **Трансформация профессионализма и профессиональных иерархий в современном мире: к новым моделям изучения и объяснения**
- Место проведения будет указано дополнительно
- Примечание.* Данная сессия является частью международного семинара «Профессии и профессиональные организации в современном обществе: новые подходы к исследованиям», который состоится 6–8 апреля 2010 г. (Москва, ГУ ВШЭ); см. раздел «Дополнительные мероприятия в рамках конференции».
- Председатель — **П. В. Романов** (ГУ ВШЭ)
- А. Т. Бикбов** (междисциплинарный журнал «Логос»)
- Профессионализация российской социологии*
- В. Г. Николаев** (ГУ ВШЭ)
- Социология занятий и профессий Эверетта Хьюза: забытый интеллектуальный ресурс*
- Р. Н. Абрамов** (ГУ ВШЭ)
- Трансформация академической автономии: причины и последствия для профессионального сообщества*
- Дискуссанты: **Ф. Николс** (Университет Пенсильвании), **Т. Б. Щепанская** (Музей антропологии и этнографии им. Петра Великого РАН, Санкт-Петербург)
- 8 апреля 2010 г. **Сессия W-10**
- 12:00–13:30 **Типы цивилизаций и векторы человеческого развития – 1**
- Место проведения будет указано дополнительно
- Председатели — **Н. Н. Зарубина** (МГИМО), **О. И. Шкаратан** (ГУ ВШЭ)
- В. А. Ядов** (Институт социологии РАН)
- Национальные особенности модернизации российского общества*
- Т. В. Меркулова** (Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина)
- Экономический рост и неравенство: институциональный аспект и эмпирический анализ*
- Т. Б. Коваль** (Центр иберийских исследований Института Латинской Америки РАН)
- Отношение к человеческой личности в основных религиях мира*
- В. А. Красильщиков** (Институт мировой экономики и международных отношений РАН)
- Человеческое развитие: количественное измерение и процессы в мировой системе*
- Дискуссанты: **С. Н. Смирнов** (Институт социальной политики и социально-экономических программ ГУ ВШЭ), **С. А. Иняевский** (ГУ ВШЭ)

8 апреля 2010 г. **Сессия W-11**
 15:00–16:30 **Типы цивилизаций и векторы человеческого развития – 2**
 Место проведения будет указано дополнительно Председатели — **Н. Н. Зарубина** (МГИМО), **О. И. Шкаратан** (ГУ ВШЭ)
Г. А. Ястребов (ГУ ВШЭ)

Сравнительный анализ типов социального неравенства в постсоциалистических и развитых западноевропейских странах (по материалам 3-й волны European Social Survey 2006/2007)

С. Н. Смирнов (ГУ ВШЭ)

Трансформации в российской экономике и отношение к человеческому развитию

М. Ф. Черныш, Е. Н. Данилова (Институт социологии РАН)

Люди больших городов России и Китая в эпоху перемен: Санкт-Петербург и Шанхай

P. Casula (University of Basel)

Comparing Political Contexts in Latin America and Eastern Europe

Дискуссанты: **С. Н. Смирнов** (ГУ ВШЭ), **С. А. Иняевский** (ГУ ВШЭ)

Секция SC. Симпозиум «Фирмы и рынки»

Руководитель — **А. А. Яковлев** (ГУ ВШЭ)

6 апреля 2010 г. **Сессия SC-03**

15:00–16:30 **Взаимоотношения бизнеса и власти в России: от поиска ренты к поддержке модернизации?**

Место проведения будет указано дополнительно Председатель — **А. Е. Шадрин** (Минэкономразвития)

А. А. Яковлев (ГУ ВШЭ)

В обмен на что предоставляется господдержка? Различия в приоритетах федеральных, региональных и муниципальных властей в их отношениях с бизнесом

И. А. Негребецкая (Департамент международных, внешнеэкономических и межрегиональных связей Нижегородской области)

Осуществление инвестиционных проектов в регионах РФ: проблемы взаимодействия

А. Ю. Зудин (ГУ ВШЭ)

Ассоциации и координация взаимодействия российского бизнеса с государством

Дискуссант — **А. Е. Шаститко** (Фонд «Бюро экономического анализа»)

- 6 апреля 2010 г. **Сессия SC-04**
- 17:00–18:30 **Развитие институтов конкуренции, кооперации и сотрудничества в российской промышленности**
- Место проведения
будет указано
дополнительно Председатель — **С. М. Кадочников** (Уральский государственный университет)
- Б. В. Кузнецов** (Межведомственный аналитический центр)
- Развитие конкуренции и изменения структуры рынков сбыта в российской промышленности*
- С. Б. Авдашева, Н. А. Горейко** (ГУ ВШЭ)
- Механизмы управления транзакциями в российской промышленности: попытка эмпирического анализа*
- А. Ю. Зудин, В. В. Голикова** (ГУ ВШЭ)
- Ассоциации бизнеса и кооперация между российскими предприятиями*
- Дискуссант — **П. В. Крючкова** (Фонд «Бюро экономического анализа»)

Contents and Abstracts

Editor's Foreword (<i>Vadim Radaev</i>)	5
---	---

Interviews

Interview with Professor Erik Olin Wright: «When I Began My Work, My Fantasy Was That Marxism Would Once And For All Defeat Sociology» (translated by <i>D. Krylov, G. Loginov</i>)	7
--	---

New Texts

<i>Yana Roshchina, Anna Sukhova</i> Factors of Household Agricultural Activity in Russia	21
---	----

Abstract

The theoretical background of the research is an economic sociology approach toward the analysis of private household agricultural activity. On the basis of Russian Longitudinal Monitoring Survey (1994–2006 years) the dynamic of household agricultural activity is examined, the typological analysis of agricultural specialization is carried out; factors that have an impact on household probability to work on their land plots and to put the products of this activity to sale are reviewed.

Keywords: agriculture; economic behavior of households; types of agricultural producers.

New Translations

<i>Viviana Zelizer</i> Human Values and the Market: The Case of Life Insurance and Death in 19th-Century America (translated by <i>E. Berdysheva</i>).....	54
--	----

Abstract

Qualitative analysis of historical data concerning the diffusion of life insurance in the United States during the 19th century helps to explore the problem of establishing monetary equivalents for those aspects of the social order, such as death, that are culturally defined as above financial relationships. The financial evaluation of a man's life introduced by the life insurance industry was initially rejected by many as a profanation which transformed the sacred event of death into a vulgar commodity. By the latter part of the 19th century, the economic definition of the value of death became finally more acceptable, legitimating the life insurance enterprise. However, the monetary evaluation of death did not desacralize it; life insurance emerged as a new form of ritual with which to face death.

Keywords: death; life insurance; market; pricing; values; sacred and profane; ritual; secularization; marketization.

Insight from the Regions

Julia Harchenko, Olga Gourova

Sporting Clays: Sport, Leisure, and Styles of Consumption 73

Abstract

The article is devoted to studying styles of consumption in the field of leisure, focusing on sporting clays which became popular among the Russian elite in the second half of 1990s. The study demonstrates that today people with medium and low income are also engaged in sporting clays. The question arises as to whether sporting clays stimulates social differentiation or social integration. The empirical data collected from participants of a sporting clays club describe the institutionalization process of sporting clays in modern Russia, show social and economic qualities of shooters, and present a typology of people engaged in this kind of shooting.

Keywords: life styles; patterns of consumption; social stratification; sport; sporting clays.

Debate Studies

Maria Pravdina

The Modern Market for Soviet Movies: Social and Cultural Analysis of Market Positioning of DVD-Products 91

Abstract

The paper is devoted to a socio-cultural analysis of the market for Soviet movies on DVD. The Soviet cinema is considered as a cultural object; and its positioning is connected with the production and distribution of cultural symbols representing meanings and values of the Soviet movies, on how the present and the Soviet past are related; on the role which the Soviet film production plays in the modern cultural context. The author brings up the following questions: how the Soviet movies are positioned in the DVD market? What cultural symbols are transmitted through this market positioning process? In which way do the properties of a movie conditioned by the institutional context of the Soviet film production define the distributors' market strategies?

The empirical data are collected from the covers of DVDs and descriptions, series, and collections of the Soviet movies presented on distributor-companies' websites. The research covers 450 DVDs of the Soviet films.

Keywords: production of culture; Soviet cinema; market for DVD-products; marketing strategies.

Professional Reviews

Alexey Izyumov, Leonid Kosals

Issues of Police's Informal Economic Activity: Studies of Police Corruption in Developed, Developing Countries and Countries in Transition 115

Abstract

The paper analyzes the methodological and empirical research on issues of informal economic activity of the police in the developed and developing countries and countries with transition economies. The focus is set on reasons, mechanisms and practices of police corruption. The comparative analysis of the indicated types of countries demonstrates that the origination of corruption is many-faceted. The police corruption in the developed countries contrasts with that in the developing and transition countries. Moreover, these diversities

shed light upon the scales and forms of police corruption in the developing and transition countries, and upon the necessary tools to reduce it.

Keywords: corruption; militia; police; informal economy..

New Books

Maria Sakaeva

Organized Labour: Market, Democracy and Globalization (A Book Review: Kubicek P. 2004.

Organized Labor in Postcommunist States: From Solidarity to Infirmary. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.) 126

Abstract

The author of this article presents a critical review of the monograph «Organized Labor in Postcommunist States: From Solidarity to Infirmary». The book, written by a famous researcher of labor movements P. Kubicek, includes the analysis of organized labor in Russia, Ukraine, Hungary, and Poland within postcommunist transformation. The book is written in a methodologically original way with a lot of data being used. The author looked at organized labor within three dimensions: market, democracy and globalization. Comparative research is not confined to four mentioned states, but also involves the comparison of labor movement in Western and Eastern Europe. In spite of interesting findings the study of organized labor in postcommunist states is mainly descriptive. The reasons and the results of declining of labor organizations are not thoroughly examined.

Keywords: postcommunist transformation; market; democracy; globalization; labour organization; labour and capital; labour unions.

Research Projects

Social Differentiation and Local Government in Rural Areas and Towns of Russia: The Results of the 20 Post-Soviet Years (project head — *Alexander Nikulin*) 132

Syllabi

Frank Dobbin

Economic Sociology 134

Conferences

SU-HSE Summer Schools – 2010 141

The XI International Academic Conference on Economic and Social Development, SU-HSE, April 6–8, 2010 146

Contents and Abstracts 158

About the Authors..... 161

About the Authors

Wright, Erik Olin

Professor, Department of Sociology, University of Wisconsin — Madison.

wright@ssc.wisc.edu

Zelizer, Viviana

Lloyd Cotsen '50 Professor of Sociology, Department of Sociology, Princeton University.

vzelizer@princeton.edu

Roshchina, Yana

Candidate of Science in Economics, Assistant Professor, Senior Research Fellow, Department of Economic Sociology, Laboratory for Studies in Economic Sociology, the State University — Higher School of Economics.

yroshchina@mail.ru

Sukhova, Anna

PhD student, Junior Research Fellow, Department of Economic Sociology, the State University — Higher School of Economics, Independent Institute for Social Policy.

anna_sukhova@yahoo.com

Gourova, Olga

Assistant Professor, Chair of Methods and Techniques of Sociological Research, Saint-Petersburg Branch of the State University — Higher School of Economics.

gourova@eu.spb.ru

Harchenko, Julia

Graduate student, Department of Sociology, Saint-Petersburg Branch of the State University — Higher School of Economics.

juliaharchenko@yandex.ru

Pravdina, Maria

PhD student, Junior Research Fellow, Department of Analysis of Social Institutions, Laboratory for Studies in Economic Sociology, the State University — Higher School of Economics.

mpravdina@hse.ru

Kosals, Leonid

Doctor of Science in Economics, Professor, Deputy Dean (Academic), Department of Sociology, Laboratory for Studies in Economic Sociology, the State University — Higher School of Economics.

leon@kosals.ru

Izyumov, Alexei

Associate Professor, Department of Economics, Co-Director, Center for Emerging Market Economies, College of Business, University of Louisville.

alexei@louisville.edu

Sakaeva, Maria

MA in Sociology, The European University at St Petersburg.

eu.sakaeva@gmail.com

Dobbin, Frank

Professor of Sociology and Director of Graduate Studies, Department of Sociology, Harvard University.

frank_dobbin@harvard.edu

Nikulin, Alexander

Candidate of Science in Economics, Assistant Professor, Director, the Centre of Studies in Peasantry, Intercentre, the Moscow School of Social and Economic Sciences.

nik@universitas.ru