

КОНФЕРЕНЦИИ

Г. Е. Новиков

Нужно ли заниматься крупными темами в социологии?

Семинар Лаборатории экономико-социологических исследований,
6 сентября 2016 г., Москва, Россия



НОВИКОВ Глеб Евгеньевич — студент бакалаврской программы «Социология» факультета социальных наук; лаборант Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

Email: nov.gleb.evg@yandex.ru

Новый сезон еженедельных семинаров Лаборатории экономико-социологических исследований стартовал 6 сентября 2016 г. Докладчиком на первом семинаре выступил заведующий лабораторией и первый проректор НИУ ВШЭ, д. э. н. В. В. Радаев. Его выступление было посвящено проблеме связи отдельных эмпирических исследований с крупными темами в социологии. Радаев предложил искать темы, которые, с одной стороны, не оторваны от эмпирической реальности, а с другой — связывают множество разнородных объектных сфер. В качестве примера такого подхода был продемонстрирован проект исследования, где значительное снижение объёма потребления алкоголя поколением Millennials (родившиеся в 1982–1999 гг.) связывается с более масштабными социальными сдвигами и, возможно, свидетельствует о постепенном уходе «советского простого человека» с позиции доминирующего социального типа. Потребление алкоголя было выбрано в качестве индикатора, поскольку этот товар тесно связан со множеством сфер жизни — со здравоохранением, политикой, экономикой, повседневной коммуникацией и др. Проблема заключается в том, что поколения, предшествующие Millennials, при скудном предложении и плохом качестве алкогольной продукции потребляли и потребляют её примерно в два раза больше, чем Millennials, хотя общая ситуация для них значительно лучше. Применив когортный анализ для описания этого парадокса, В. В. Радаев объяснил его крупными социокультурными изменениями в постсоветской России.

Доклад вызвал оживлённое обсуждение, которое затронуло как методическую сторону исследования, так и его общеметодологическую направленность. В обсуждении приняли участие сотрудники ЛЭСИ Е. С. Бердышева, Д. Х. Ибрагимова, А. Б. Круглова, О. Е. Кузина, А. В. Шевчук и др., а также студенты НИУ ВШЭ.

Ключевые слова: крупные темы; индикаторы; алкоголь; «советский простой человек»; поколения; когортный анализ; социальный сдвиг; миллениалы.

Новый сезон еженедельных семинаров Лаборатории экономико-социологических исследований начался с методологического семинара, посвящённого тому, как связать отдельные эмпирические исследования с крупными темами в социологии. Докладчиком выступил д. э. н., профессор, заведующий кафедрой экономической социологии и ЛЭСИ, первый проректор НИУ ВШЭ Вадим Валерьевич Радаев.

В социологии, а возможно, и во всякой науке, исследователей поджидает ряд разочарований, о которых все знают, но с которыми тем не менее очень многие не могут справиться. Это, с одной стороны, абстрактные псевдотеоретические рассуждения «об обществе», с другой — накопление «сырых» фактов без попытки встроить их в сколь-либо широкий теоретический контекст. Происходит и замыкание исследователей на достаточно узких областях социологического знания. Иначе говоря, существует некая периферийная тема, есть десяток человек, которые ею занимаются, они отлично друг друга знают, делают доклады друг перед другом, не выводя обсуждение за рамки этой темы. Социологи, специализирующиеся на других областях, не читают их работ, поскольку сама по себе тема для них нерелевантна, сами они друг друга тоже не читают, потому что и без того знают и свою область, и тех, кто ею занимается. «И поэтому наши тексты никто не читает», — иронично отметил Радаев.

Пафос доклада заключался именно в том, чтобы найти способ избежать всех трёх разочарований. В. В. Радаев предложил двигаться с двух сторон: искать «индикаторы-ключи» — конкретные эмпирически измеряемые показатели, которые помогают открыть двери к крупным темам. Закономерно возникают два вопроса: что может служить таким индикатором и что понимается под «крупными темами»?

В качестве примера индикатора-ключа Радаев привёл уровень потребления алкоголя, пояснив, что алкоголь, в отличие от большинства стандартных товаров, порождает зависимости, является объектом специальной политики государства и регулируется отдельным министерством, теснейшим образом связан со здоровьем, с образом жизни и смертностью, а также может выполнять дополнительные функции повышения статуса, средства обмена, символа определённых отношений — список можно продолжать. Неотъемлемость алкоголя от российской культуры и повседневной коммуникации ясна даже на обыденном уровне.

Отвечая на вопрос, что же такое крупная тема, Радаев в первую очередь отметил, что это не общие рассуждения, не гранд-теория, не большой компаративный проект на несколько стран и не междисциплинарное исследование. Хорошим примером крупной темы может служить «советский простой человек» — социально-антропологический тип, изучением которого с 1989 г. занимался Ю. А. Левада, а затем — ряд исследователей из Левада-центра, в частности, Л. Д. Гудков [Левада 1993].

«Советский простой человек» — это идеальный тип человека, охватывающий как поведение, так и область символического производства. Кроме того, это нормативный образец, на который ориентируются значительные массы общества. Понятие «советский простой человек» больше, чем эмпирическое обобщение, это социальный характер, релевантный для множества стран тоталитарного и постсоциалистического режимов и экономических систем, проходящих западные варианты модернизации.

Основными характеристиками этого социального типа являются представления об исключительности «нашего» народа, о «принадлежности» государству, уравнивательные установки и сочетание превосходства с ущемлённостью. Образец соединяет несоединимое: приемлемость контроля и постоянные попытки его избежать, эгалитарность и иерархичность, имперские амбиции и примитивные запросы на уровне выживания. Интересно, что такая противоречивость «работает» в обе стороны: государство получает огромные возможности для манипуляции населением, но в то же время и люди могут использовать тех, кто обладает властью, для своих личных нужд. Таким образом, принуждение становится взаимовыгодным.

Если описанный социальный характер устойчив, то существуют и механизмы его воспроизводства на уровне социализации, социального контроля, санкций. Масштабное исследование, анкетный опрос объёмом 200–300 вопросов, многократно повторявшийся начиная с 1989 г., позволил Ю. А. Леваде и

его последователям выдвинуть весьма обоснованную гипотезу, состоящую в том, что «советский человек» пережил 1980-е и 1990-е гг., несмотря на распад СССР и радикальные изменения, политические и экономические (см. подробнее, например: [Гудков 2007]).

В. В. Радаев выдвигает другую гипотезу: «советский человек», переживший радикальные изменения 1980–1990-х гг., не выдержал испытания «сытыми и спокойными» 2000-ми, поэтому теперь мы имеем дело с принципиально новым типом человека. В поколении, вхождение которого во взрослую жизнь пришлось на 2000-е гг., не отмеченные радикальными экономическими или политическими преобразованиями, произошёл социальный перелом, коснувшийся многих сфер жизни. Конечно, у этой гипотезы нет такой мощной доказательной базы, как у гипотезы о «советском человеке», подкреплённой данными более чем 20-летнего исследования. Однако определённые основания у неё есть: если признать, что некоторые индикаторы (в данном случае потребление алкоголя) прочно связаны с целым рядом областей социальной жизни, нужно признать и то, что значительные изменения в этих индикаторах отражают изменения сразу в нескольких областях, а возможно, и во всей социальной жизни (в данном случае это изменение — формирование нового социального типа).

Как связать такие, казалось бы, разные темы, как потребление алкоголя и поколенческий анализ? Как построить мост между частным индикатором и крупной темой? Радаев обращает внимание, что потребление алкоголя начинается в большинстве случаев, когда человеку исполняется 17–22 года: алкоголь является важным атрибутом взросления — как юридического, так и социального, что и даёт возможность, говоря об алкоголе, делать выводы о культуре, образе жизни и в какой-то степени о социальном типе.

Чтобы проследить возможные изменения в уровне и характере потребления алкоголя, Радаев проводит когортный анализ, сравнивая не людей одних и тех же возрастов в разное время, а людей, родившихся и выросших в разное время и в разных условиях и достигших к настоящему моменту разного возраста. Радаев выделяет пять поколений относительно периода, на который пришлось взросление (17–25 лет), — это сталинская эпоха (1945–1956 гг.), хрущёвская оттепель (1956–1964 гг.), брежневский застой (1965–1984 гг.), 1985–1990-е гг. и 2000-е гг. Поколение, взрослевшее в 2000-е гг., он называет *Millennials*, и именно с ним связано очень серьёзное изменение в объёме потребления алкоголя. Если два предыдущих поколения, невзирая на скудный ассортимент, плохое качество, антиалкогольные кампании, потребляли алкоголь в весьма больших объёмах (200 г чистого спирта на человека в месяц и более), то у поколения *Millennials*, несмотря на рост как предложения, так и качества, уровень потребления упал примерно в два раза, и этот разрыв сохраняется между поколениями и в настоящее время (по данным «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ» — RLMS-HSE).

В итоге потребление алкоголя оказывается хорошим индикатором, позволяющим перейти от наблюдаемых трендов к масштабным социокультурным сдвигам. А резкое снижение уровня потребления алкоголя в поколении *Millennials*, продемонстрированное Радаевым с помощью нескольких графиков, становится одним из частных, но важных свидетельств более масштабных социальных изменений.

Дополнив доклад ещё одним примером, связанным с увеличившейся самооценкой социального статуса у молодёжи, Радаев перешёл к обсуждению темы с теми, кто пришёл на семинар, а их оказалось довольно много: поточная аудитория была заполнена.

В вопросах и комментариях тоже не было недостатка. Так, Ольга Кузина отметила, что высокое потребление алкоголя «старшими» поколениями могло быть вызвано его дистанцией (труднодоступностью), которая увеличивала и ценность. Теперь же, когда алкоголь больше не является запретным плодом, его

место в потреблении могли занять наркотики или компьютерные игры. Ещё одну гипотезу предложил Андрей Шевчук, заметив, что в современной России существенная часть алкогольной продукции потребляется не дома, а в ресторанах, кафе и других публичных местах. Однако Вадим Радаев выразил сомнение в том, что эти изменения действительно могут объяснить столь резкий перелом.

Диляра Ибрагимова обратила внимание на трудность, которая напрямую следует из выбранных для сравнения категорий: сравнительный кросс-секционный когортный анализ объединяет эффекты возраста и времени, и возникает большая проблема: как их разделить?

Были предложены несколько дополнительных индикаторов, которые вместе с уровнем потребления алкоголя могли бы отразить социокультурный сдвиг, так изменивший поколение выросших в 2000-е гг. Анна Круглова указала на то, что в последние годы радикально изменились практики воспитания: родители больше не «давят» на детей; наоборот, они всячески их поддерживают и становятся им «лучшими друзьями». В такой ситуации необходимость трансгрессивных практик (таких как употребление алкоголя), которые можно проследить через всю мировую историю, ставится под вопрос. Если новое поколение больше никто не принуждает к определённому поведению, периодические «побеги» из-под контроля общества и в самом деле не нужны. В этом смысле, действительно, можно говорить о совершенно особых характеристиках поколения *Millennials*, отличающих его от всех предшествующих. В качестве ещё одного индикатора было предложено заметное снижение религиозности и нарастание атеистических тенденций в современной России.

Были и другие замечания, связанные с методологией; в большом количестве выдвигались гипотезы о причинах снижения потребления алкоголя. Задавали вопросы и делились мнениями не только коллеги по лаборатории, но и студенты, в том числе первокурсники.

Ближе к концу семинара Елена Бердышева заметила, что на самом деле проблема разочарований, с которой Радаев начал доклад, уже имеет вполне конвенциональное решение, а именно отнесение исследований к базовым для социологии темам, которые в работах классиков имеют как теоретическое обоснование, так и связи между собой. Ольга Кузина в ходе обсуждения также отметила, что к интерпретации фактов можно подходить и с понятийной точки зрения, связывая их не с крупными темами, а с той или иной теорией. Вадим Радаев ответил, что, действительно, это возможные подходы к решению проблемы; есть и другие — например, рассмотрение совершенно разных объектов при помощи определённого метода (допустим, сетевого анализа). Но смысл доклада заключался в другом — показать, как можно, занимаясь фактически любой темой, протянуть нить к общезначимым проблемам, сделав исследование более глубоким и поборов разочарования от замыкания на мелких темах и абстрактных рассуждениях.

В завершение семинара Вадим Радаев обозначил перспективность обсуждаемых вопросов и поздравил первокурсников с поступлением.

Литература

- Гудков Л. Д. 2007. «Советский человек» в социологии Юрия Левады. *Общественные науки и современность*. 6: 16–30.
- Левада Ю. А. (отв. ред.). 1993. *Советский простой человек: Опыт социального портрета на рубеже 90-х*. М.: Мировой океан.

CONFERENCES

Gleb Novikov

Should Big Topics in Sociology be Studied?

Seminar of Laboratory for Studies in Economic Sociology, September 6, 2016, Moscow, Russia

NOVIKOV, Gleb — BA

Student, Faculty of Social Sciences; Research Assistant, Laboratory for Studies in Economic Sociology, National Research University Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation.

Email: nov.gleb.evg@yandex.ru

Abstract

The new season of weekly seminars of the Laboratory for Studies in Economic Sociology started on September 6, 2016. The department head and first vice rector of HSE, Vadim Radaev, was a speaker, and his presentation explored links between concrete empirical studies and “broad topics” in sociology. Radaev suggested looking for topics that are not separate from empirical findings and connect many subject areas. A draft research project was considered as an illustrative example. The point was to relate a decrease in alcohol consumption by Millennials (those born in 1982–1999) to larger-scale social shifts and potentially to the withering away of a “Soviet common man” from the position of a dominant social type. Alcohol

consumption was chosen as an indicator because of its close relationship to multiple life spheres: healthcare, politics, economy, everyday communication, etc. The paradox is that despite enjoying favorable conditions for drinking, Millennials consume about two times less alcohol than previous generations. By applying a cohort analysis to illuminate this paradox, Vadim Radaev attributed it to massive sociocultural changes in post-Soviet Russia.

The presentation included a lively discussion of both methodical issues and general methodological considerations. The discussion was carried out by laboratory researchers Elena Berdysheva, Dilyara Ibragimova, Anna Kruglova, Olga Kuzina, Andrey Shevchuk, and numerous HSE students.

Keywords: big topics; indicators; alcohol; simple soviet man; generations; cohort analysis; social shift; millennials.

References

Gudkov L. D. (2007) “Sovetskiy chelovek” v sotsiologii Yuriya Levady [“Soviet Man” in Sociology of Yuri Levada]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, no 6, pp. 16–30 (in Russian).

Levada Y. A. (ed.) (1993) *Sovetskiy prostoy chelovek: opyt sotsial'nogo portreta na rubezhe 90-kh* [Common Soviet Man: An Essay of a Social Portrait at the Turn of the 90s], Moscow, Mirovoy okean (in Russian).

Received: September 8, 2016.

Citation: Novikov G. (2016) Nuzhno li zanimat'sya krupnymi temami v sotsiologii? [Should “Big Topics” in Sociology be Studied?] Laboratory for Studies in Economic Sociology's Seminar, 6 September, 2016. *Journal of Economic Sociology = Ekonomicheskaya sotsiologiya*, vol. 17, no 4, pp. 201–205. Available at: <https://ecsoc.hse.ru/2016-17-4.html> (in Russian).